

# 2015 | ANNUAL REPORT



Фармацевтический рынок России.  
Итоги 2015 года.

# Содержание

Вступительное слово	3
Резюме	4
1. Объем фармацевтического рынка России	6
2. Коммерческий сегмент ЛП	13
3. Льготное лекарственное обеспечение	38
4. Объем закупок лекарств ЛПУ	58
5. Биологически активные добавки	70
6. Косметика	82
7. Импорт ЛП	94
8. Аптечные сети	104
9. Дистрибуторский сектор фармацевтического рынка	112
10. Производство лекарственных средств	116

## DSM Group

**Генеральный директор**  
Сергей Шуляк

**Директор отдела  
стратегических исследований**  
Юлия Нечаева

**Старший аналитик**  
Мария Хозяшева

**Аналитик**  
Анастасия Казова

Аналитический отчет  
Фармацевтический рынок РОССИИ  
Итоги 2015 г.

**Адрес:**  
125040, Москва, 5-ая ул. Ямского Поля, д. 7 стр. 2

**Телефоны:**  
+7 (495) 780-72-63, +7 (495) 780-72-64  
Факс: +7 (495) 780-72-65

[www.dsm.ru](http://www.dsm.ru)

## Вступительное слово



*Сергей Шуляк  
Генеральный директор DSM GROUP*

Как нам всем рассказал Центробанк России, в ушедшем 2015 году мы стали жить в «новой реальности». В этой реальности мы увидели ослабление рубля, снижение прибыли фармкомпаний, проблемы с наличием в аптеках лекарств из списка ЖНВЛП, их рентабельностью для производства, стало заметным падение покупательского спроса.

Ещё одной важной темой минувшего года стала политика импортозамещения, т.к. пока 73% лекарств в денежном выражении производятся за рубежом и ввозятся в Россию. Надо сказать, к импорту мы привыкли – мы любим всё заграничное, вплоть до слов в родном языке, но часто ли перенимаем опыт осмысленно? В 2015 году мы увидели первые результаты в импортозамещении – доля отечественных препаратов увеличилась на 4%. Продолжилось обсуждение инициативы по страховому лекарственному возмещению. Определённо, год стал не только годом «новой реальности» в отношении прибыли производителей и дистрибуторов, но и годом новых трендов и проектов, результаты которых мы сможем увидеть в будущем.

## Резюме

Для фармацевтического рынка 2015 год был богат на события, которые в той или иной мере оказали влияние на его развитие, и действия, которые нам ещё только предстоит оценить.

Основное внимание было приковано к влиянию кризисных тенденций на показатели потребления лекарственных препаратов. Фармрынок в 2015 году демонстрировал противоположный тренд с ростом курса доллара и евро: чем выше стоила валюта в рублевом выражении, тем ниже был прирост фармацевтического рынка к аналогичному периоду 2015 года. Пика «падения» рынок достиг в 4 квартале 2015 года, когда показатели даже в стоимостном выражении были ниже, чем в 4 квартале 2014 года.

Объём фармацевтического рынка России в 2015 году достиг 1 259 млрд. рублей, что на 9,3% выше, чем годом ранее. В 2015 году объёмы продаж лекарств в натуральном выражении продолжили падать и сократились на 4,2% и составили 5,1 млрд. упаковок, падения данного показателя не наблюдалось с 2009 года.

В рамках антикризисных мер, закреплённых законодательно Распоряжением Правительства РФ от 27 января 2015 г. N 98-р «Об утверждении плана первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году», часть

инициатив касалось лекарственного обеспечения:

- поддержка производителей, выпускающих препараты списка ЖНВЛП с ценой менее 50 руб.;
- принятие Постановления об ограничении госзакупок импортных препаратов («Третий лишний»);
- выделение дополнительно 16 миллиардов рублей для лекарственного обеспечения льготников.

Помимо антикризисного плана, в течение 2015 года обсуждался ряд инициатив и предложений, которые в той или иной степени должны способствовать стабильному лекарственному обеспечению:

- вопрос о разрешении параллельного импорта ЛП в Россию;
- возможность введения принудительного лицензирования для отдельных лекарств;
- вопрос о разрешении продажи безрецептурных препаратов вне аптек;
- вопрос о разрешении осуществлять продажу препаратов через интернет.

Первые результаты в импортозамещении и увеличении доли отечественных препаратов стали заметны в 2015 году. Доля отечественных ЛП выросла на 4% и составила 27% по итогам года. Наиболее «яркие» примеры отмечены в об-

ласти инновационных и дорогостоящих позиций, поэтому в сегменте льготного лекарственного обеспечения доля российской лекарств выросла с 13% в 2014 году до 26% в 2015 году. Заметим, что в рамках программы импортозамещения «Фарма-2020» ведется реализация 130 госпроектов по разработке препаратов в России, которые в будущем позволят увеличить долю российских лекарств. Пока же российский фармацевтический рынок остается импортозависимым. 73% лекарств в денежном выражении, которые потребляются населением, производятся за рубежом. Поэтому первые места в рейтинге производителей занимают иностранные компании: Sanofi, Bayer, Novartis. Отметим, что в рейтинге ТОП-20 два отечественных производителя «Отисифарм» и «Фармстандарт», ранее представлявшие единую структуру.

Для дистрибуторского и аптечного звена основным трендом 2015 года стала консолидация, но причины её различны.

Состав основных дистрибуторов изменился. За 2015 год с рынка ушли 2 крупных игрока, которые входили в ТОП-20: «Ориола» и «Империя-Фарма». Освободившуюся нишу заняли крупнейшие российские дистрибуторы, тем самым доля ТОП-3 компаний выросла с 45% до 49%. В 2015 году лидером по объёму про-

даж остался дистрибутор «Катрен», увеличив долю до 20%. Второе место у дистрибутора «Протек» с долей 18%. ТОП-3 в 2015 году замыкает дистрибутор «Роста».

В 2015 году в аптечном звене продолжился процесс слияний и поглощений, в некотором роде год стал рекордным по количеству заключенных и анонсированных сделок. Лидером в процессах консолидации стала компания «Аптечная сеть 36,6». По объёму продаж верхнюю строчку рейтинга продолжает занимать сеть «Ригла», на втором месте сеть «Аптечная сеть 36,6», третье место занимает «Имплозия». Их совокупная доля достигла 10%.



# 1. Объем фармацевтического рынка России

В 2015 году основное влияние на развитие фармацевтического рынка оказывала общая экономическая ситуация в стране: продолжившаяся девальвация национальной валюты, отрицательные темпы роста основных рыночных индикаторов – ВВП, индекса промышленного производства, индекса инвестиций и т.д., – снижение покупательной способности населения. Всё это привело к необходимости ещё более пристального внимания государства к фармрынку как социально значимому сектору экономики.

В рамках антикризисных мер, закреплённых законодательно Распоряжением Правительства РФ от 27 января 2015 г. N 98-р «Об утверждении плана первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году», часть инициатив касалась лекарственного обеспечения.

Первая связана с ценами на лекарства. Правительство предлагало изменить главный закон о лекарствах «Об обращении лекарственных средств», чтобы позволить разовую индексацию цен на препараты, попадающие под ценовое регулирование. Речь шла не обо всех лекарствах из списка жизненно важных и необходимых препаратов (в ЖНВЛП в 2015 году входит 608 международных непатентованных наименований), а только нижнесреднего стоимостного сегмента с ценой до 50 руб. Предлагаемая индекса-

ция была на уровне 30%. Данная инициатива осталась неисполненной. А проблема с «вымыванием» дешёвых препаратов из-за неэффективности их производства осталась и плавно перешла в 2016 год и в новый антикризисный план. В 2016 году предусмотрена программа поддержки отечественных производителей лекарственных препаратов нижнего ценового сегмента (до 50 рублей) путём предоставления субсидий на финансирование части затрат, связанных с производством ЖНВЛП этого сегмента по ограниченному перечню, а также разработка особого порядка индексации цен на лекарственные препараты нижнего ценового сегмента, произведенные в Российской Федерации. Но срок разработки плана – июнь 2016 года. Поэтому ожидать его исполнения в этом году сверхоптимистично.

Второй пункт закреплял инициативу Минпромторга по ограничению участия в госзакупках лекарств иностранных компаний, если заявленный препарат выпускают два и более российских производителя. Результатом стало принятие Постановления об ограничении госзакупок импортных препаратов («Третий лишний»), которое подписал в ноябре 2015 года премьер-министр России Дмитрий Медведев. Постановление вводит правило, согласно которому лекарства импортного производства не допускаются до госзакупок в случае, если на участие в конкурсе подано более двух заявок от производителей из России или стран ЕАЭС.

Третьим пунктом значилось выделение дополнительно 16 миллиардов рублей для лекарственного обеспечения льготников в связи «с изменением валютного курса при приобретении лекарств, медицинских изделий и расходных материалов, в том числе закупаемых в рамках программы госгарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи». В результате по программе ЛЛО в 2015 году было отпущено лекарств на сумму 101 млрд. руб., что на 20% больше, чем в 2013–2014 годах.

Помимо антикризисного плана, в течение 2015 года обсуждался ряд инициатив и предложений, которые в той или иной степени должны способствовать стабильному лекарственному обеспечению. Хотя часть из них может иметь для рынка и негативные последствия. Так, на уровне правительства обсуждалось разрешение параллельного импорта ЛП в Россию, введение принудительного лицензирования для отдельных лекарств.

С периодической регулярностью поднимается вопрос о разрешении продажи безрецептурных препаратов вне аптек. Но даже Минздрав видит здесь значительные риски, поэтому законопроект будет проходить общественное обсуждение, по результатам которого и будет принято решение. Дискуссии о допуске безрецептурных лекарств в магазины идут с 2012 года. Ранее Министерство промышленности и торговли настаивало

на том, чтобы в продуктовых магазинах продавали все безрецептурные лекарственные средства.

В конце 2015 года Минздрав вынес на общественное обсуждение проект ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в части розничной торговли лекарственными препаратами дистанционным способом», разрешающий осуществлять продажу препаратов через интернет. В случае принятия закон вступит в силу 1 января 2017 года.

В ближайшие годы в России может появиться новый сегмент рынка – лекарственное возмещение, под которое должны попасть все категории граждан, а не только льготники. В России разговоры о введении лекарственного возмещения ведутся не первый год. В 2013 году, например, Минфин предлагал внедрить этот механизм Правительству РФ для льготников. Кроме того, в Кировской и Омской областях были запущены пилотные проекты. В Кирове предоставляли за счёт средств регионального бюджета препараты некоторым категориям пациентов с сердечно-сосудистыми заболеваниями, а в Омске обеспечивали лекарствами пациентов, которые перенесли аортокоронарное шунтирование и стентирование. Минздрав РФ намерен представить на общественное обсуждение законопроект о лекарственном страховании. Согласно документу, расходы на лекарства, назначенные пациенту в ходе амбулаторного

” **Запуск пилотных проектов по лекарственному возмещению потребует установления референтной цены на лекарственные препараты, информатизацию системы, ну и самое главное, наличие денег в бюджете. Так что вопросов по введению лекарственного возмещения намного больше, чем ответов.**

лечения, должны будут возмещаться по программе обязательного медицинского страхования.

Основной вопрос, связанный с переносом регионального опыта на всю Россию, в выборе целевой аудитории. Одним из предложений было начать с лекарственного страхования детей. Также активно обсуждается «омский» проект, то есть распространение лекарственного возмещения на пациентов, перенёвших операцию по стентированию. За 2015 год стентирование, операцию по восстановлению проходимости сосудов, в стране прошли 120 тыс. человек, а стоимость лекарств для их постоперационного лечения составила почти 5 млрд руб. Половину таких расходов Минздрав и предлагает компенсировать из бюджета Федерального фонда обязательного медицинского страхования (ФФОМС). Для этого в 2017 году в бюджете ФФОМС на эти траты должны зарезервировать около 2,4 млрд руб.

” **Запуск пилотных проектов по лекарственному возмещению потребует установления референтной цены на лекарственные препараты, информатизацию системы, ну и самое главное, наличие денег в бюджете. Так что вопросов по введению лекарственного возмещения намного больше, чем ответов.**

Пока же в структуре фармацевтического рынка без перемен. На долю «государства» (объем рынка, обеспеченный государственными деньгами – льготное лекарственное обеспечение и госпитальные закупки) приходится около 30,4% объема рынка ле-

карств (с учётом парафармацевтики доля чуть ниже – 25,5%). На протяжении последних четырех лет эта цифра не меняется. Отметим, что максимальная доля государственных затрат в потреблении ЛП была отмечена в 2006 году – 40,8%.

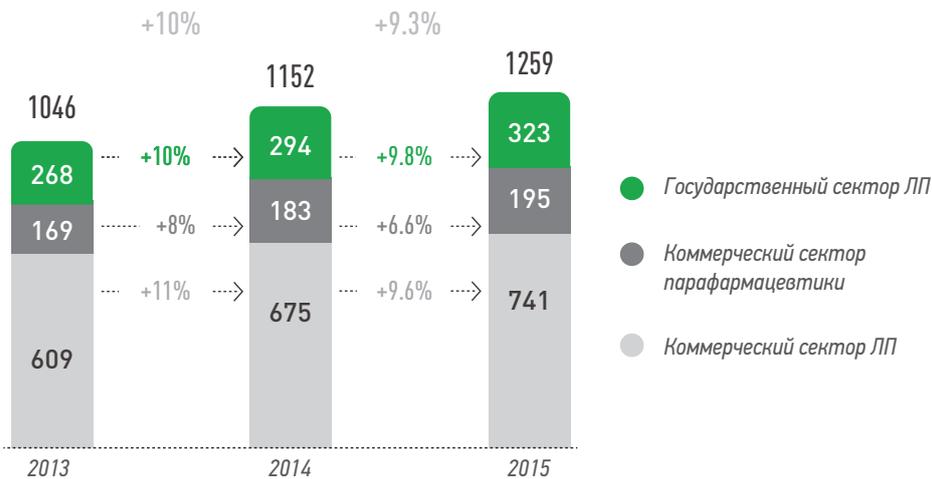


Рисунок 1

Ёмкость фармацевтического рынка млрд. руб., в ценах конечного потребления

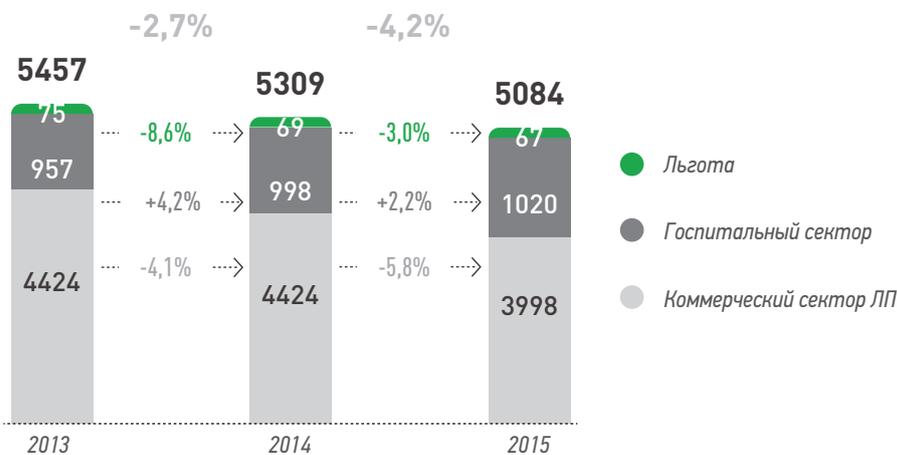


Рисунок 2

Ёмкость фармацевтического рынка, млн. упаковок

На рисунках 1 и 2 представлена динамика объёма фармацевтического рынка России в 2013-2015 гг. в конечных ценах потребления.

Объём фармацевтического рынка России в 2015 году достиг 1 259 млрд. рублей, что на 9,3% выше, чем годом ранее. В 2015 году объёмы продаж лекарств в натуральном выражении продолжили падать и сократились на 4,2%, составив 5,1 млрд. упаковок. Падения данного показателя не наблюдалось с 2009 года.

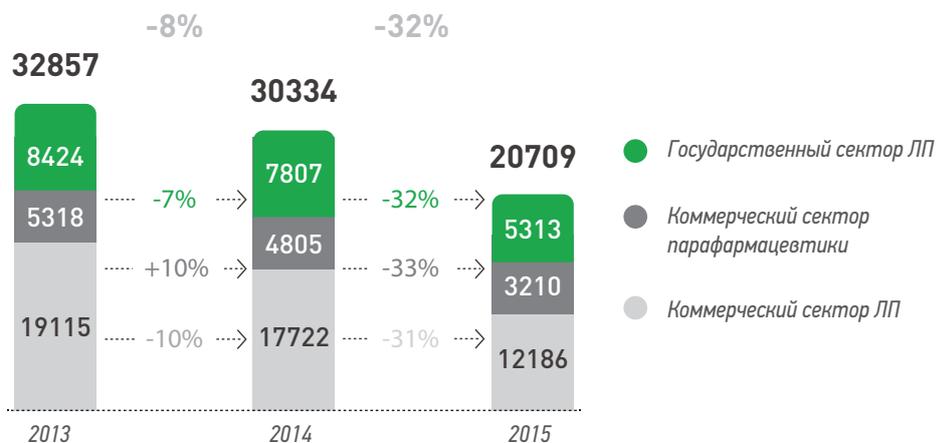
Коммерческий сегмент ЛП показал в 2015 году одно из минимальных увеличений за последние 5 лет, когда

всё-таки значения приростов измерялись двухзначными величинами. В натуральном выражении потребление лекарств через аптечный канал сокращается уже второй год подряд и достигло показателей 2004-2005 годов. Как в кризис 2008-2009 годов, сектор парафармацевтики на рынке ожидаемо уменьшил свои приросты в аптеках. Когда начинается кризис, прежде всего в аптеках страдают продажи сопутствующих товаров.

Политика правительства в сфере государственного обеспечения лекарствами населения остается прежней, и статьи, носящие социальный характер,

Рисунок 3

Ёмкость фармацевтического рынка млн. дол., в ценах конечного потребления

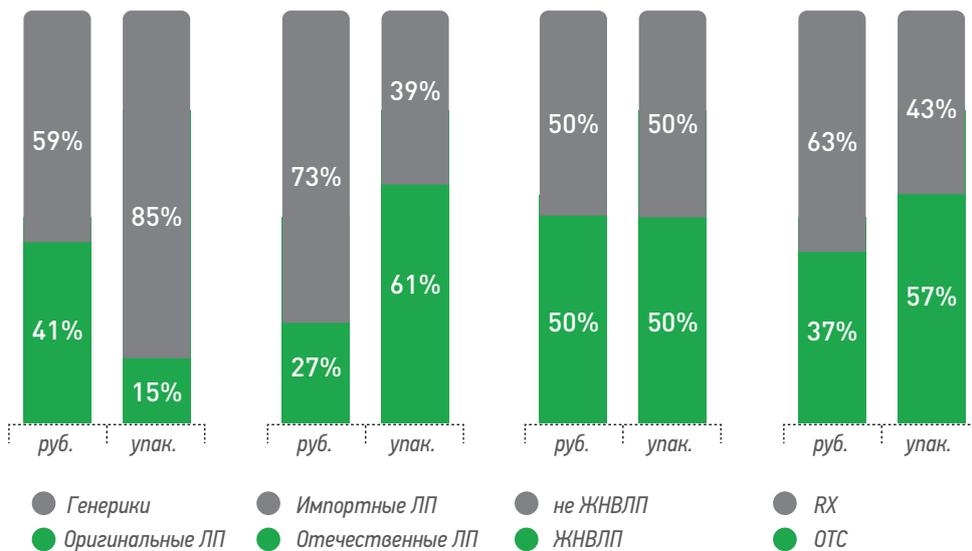


не уменьшаются. За 2015 год прирост в рублёвом выражении сегментов льготного лекарственного обеспечения (ЛЛО) и госпитальных закупок составил 10%. Стабильность данного показателя наблюдается уже на протяжении 3-х лет.

Несмотря на то, что рынок демонстрирует относительно стабильные положительные приросты в национальной валюте, основной пул производителей на российском рынке фиксирует свои объёмы

продаж в иностранной валюте. 2015 год стал «крахом» фармацевтического рынка в долларовом выражении. Относительно 2014 года объём фармрынка в стоимостном выражении сократился 32% в долларах из-за девальвации рубля и на 14% в евро. Такое падение привело к тому, что ёмкость российского фармацевтического рынка в 2015 году сравнима с показателями 2007-2008 года. С таким показателем он останется за чертой ТОП-10 ведущих мировых фармацевтических рынков.

### Рынок в цифрах



**Рисунок 4**

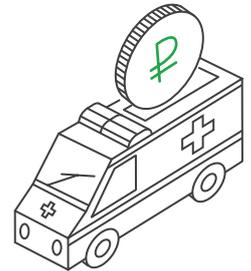
Структура рынка в различных разрезах, 2015 год

**Таблица 1**

Структура продаж  
ЛП по АТС-группам,  
2015 год

АТС-группы I-го уровня	Доля группы в стоимостном объеме, %	Доля группы в натуральном объеме, %
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	16,1%	15,2%
J: Противомикробные препараты для системного использования	13,0%	11,1%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	10,3%	15,6%
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	10,3%	1,3%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	9,7%	12,3%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	9,7%	10,2%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	7,6%	9,1%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	6,1%	5,9%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	5,5%	1,7%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	4,6%	9,8%
[~] ЛП, не имеющие АТС-группы	2,4%	3,9%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,1%	2,1%
V: Прочие препараты	1,5%	0,7%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,8%	0,7%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,2%	0,4%

## 2. Коммерческий сегмент ЛП



Аптечные продажи лекарственных препаратов в 2015 году были подвержены влиянию общеэкономических факторов. И в первую очередь, финансовому кризису в стране. В связи с этим в течение года мы наблюдали нетипичную для фармацевтического рынка динамику от месяца к месяцу и к аналогичному периоду 2014 года. Так всплеск продаж в январе-феврале, вызванный высоким сезонным уровнем заболеваемости, не был поддержан в последующие периоды. На продажи в большей мере повлияло снижение покупательской способности населения, вызванное уменьшением реально располагаемых денежных доходов. В результате коммерческий сегмент в 4 квартале 2015 года показал падение на 8% в рублях и на 17% в упаковках. Причём отметим, что в декабре падение к аналогичному периоду 2014 года составило 14% в стоимостном выражении. Такая динамика обусловлена несколькими факторами, в том числе «тёплой» осенью, которая не способствовала росту продаж «сезонных» препаратов для лечения простудных и вирусных заболеваний, а также ажиотажным спросом на лекарства в декабре 2014 года.

В результате ёмкость коммерческого рынка ЛП в 2015 году составила 741

млрд. руб. в ценах конечного потребления или 563 млрд. руб. в ценах закупки аптек (рис. 5), что всего на 9,4% больше, чем в 2014 году. Хотя ещё по итогам первых трёх кварталов рост рынка был на уровне 17%. В натуральном выражении было реализовано почти 4,0 млрд. упаковок, что на 5,0% меньше показателей 2014 года.

Отметим, что коммерческий сегмент ЛП показал в 2015 году одно из минимальных увеличений за последние 5 лет, когда всё-таки значения приростов измерялись двухзначными величинами. В натуральном выражении потребление лекарств через аптечный канал сокращается уже второй год подряд и достигло показателей 2004-2005 годов.

**” Так, всплеск продаж в январе-феврале, вызванный высоким сезонным уровнем заболеваемости, не был поддержан в последующие периоды. “**

### 1. Соотношение объёмов продаж импортных и отечественных ЛП розничного коммерческого рынка

Структура коммерческого рынка ЛП по объёмам продаж отечественных и импортных препаратов отражена на рисунке 5.

В стоимостном выражении доля отечественных ЛП традиционно составляет около одной четвёртой части российского коммерческого рынка ЛП. В 2015 году доля отечественных лекарств составила 26,1%, впервые превысив 25%. В то же время отечественные препараты преоб-

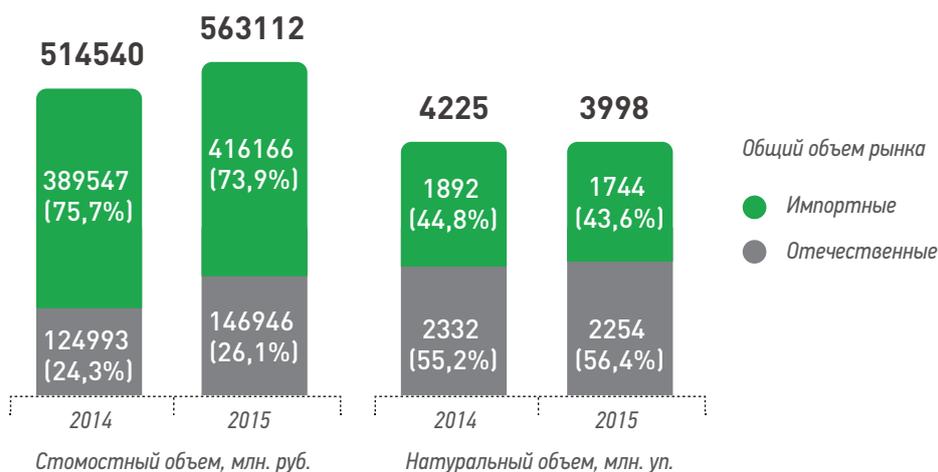
ладают в аптечных продажах в натуральном выражении – 56,4%. Заметим, что в 2015 году доля отечественных лекарств увеличилась и в рублях (на 1,8%), и в упаковках (на 1,2%). Это произошло за счёт увеличения продаж таких популярных и относительно дорогих отечественных брендов, как «Кагоцел», «Эргоферон», «Амиксин» и др.

В 2015 году прирост продаж отечественных препаратов был заметно выше прироста продаж импортных лекарств в стоимостном объёме: +18% по российским ЛП, +7% по зарубежным ЛП. В натуральном выражении продажи российских лекарств снизились на 3,4%, при этом для

Рисунок 5

Соотношение объёмов продаж импортных и отечественных ЛП розничного коммерческого рынка России

Примечание: здесь и далее в разделе объёмы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.



препаратов импортного производства сокращение составило порядка 7,9%.

Средняя стоимость упаковки отечественного препарата в 2015 г. составила 65 руб., что приблизительно в 4 раза ниже стоимости упаковки импортного лекарственного средства. В 2015 году стоимость импортной упаковки в среднем составила 239 руб.

## 2. Соотношение объёмов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска розничного коммерческого рынка

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

По итогам 2015 г. в сегменте розничного коммерческого рынка ЛП в денежном выражении выросли продажи как рецептурных, так и безрецептурных препаратов. Обычно продажи рецептурных лекарств растут более высокими темпами, чем продажи ОТС-препаратов, в 2015 г. увеличение продаж двух групп лекарств было эквивалентным – на 9,8% вырос-

ли продажи Rx-препаратов в рублях, тогда как рост продаж ОТС-лекарств составил 9,1%. В натуральном выражении потребление и рецептурных, и безрецептурных препаратов сократилось: отрицательный прирост объёмов продаж ОТС-препаратов: -6,5%, и отрицательный прирост Rx-лекарств: -2,7%. Доля препа-

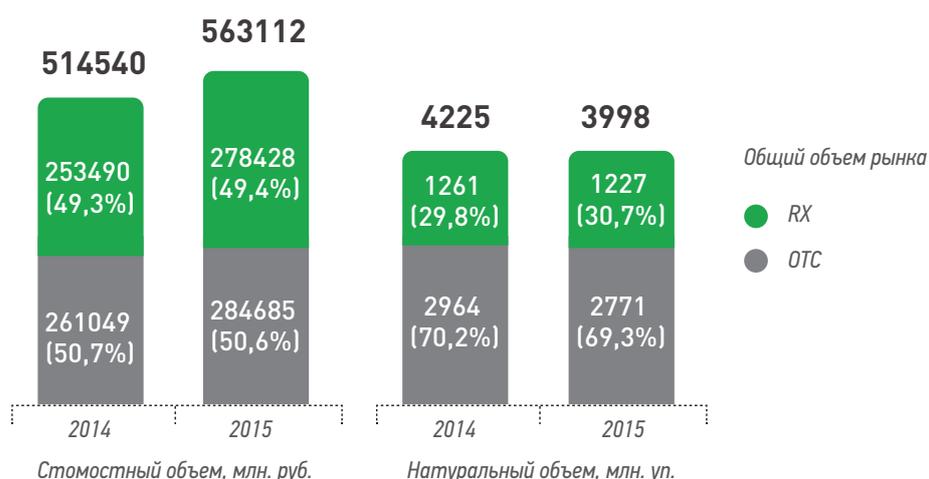


Рисунок 6

Соотношение объёмов продаж ОТС и Rx препаратов розничного коммерческого рынка России

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

ратов безрецептурного отпуска в рублях составила 50,6%; в натуральном выражении наибольшая доля также приходится на ОТС-препараты (69,3%).

Отметим, что средняя стоимость Rx-препаратов в 2015 г. составила 227 руб., в то время как цена ОТС-препаратов в среднем в 2,5 раза меньше – 103 руб. за упаковку.

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

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

Рейтинг АТС-групп по стоимостному объёму в сравнении с 2014 годом изменился незначительно (изменения касаются улучшения позиции АТС-групп [С] – «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы»). В 2015 году лидирующую позицию, как и в предыдущие периоды, сохранили препараты из АТС-группы [А] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (19,4%). По сравнению с 2014 г. в данной группе отмечается прирост продаж в денежном выражении на 9%. По количеству проданных упаковок в данном сегменте отмечается снижение продаж, составившее 8,2%. Таким образом, можно сделать вывод, что наблюдаемый рост продаж в рублях по данной группе обусловлен повышением средних цен на препараты.

Порядка 17% стоимостного объёма продаж АТС-группы [А] приходится на подгруппу [А11] «Витамины». На первом месте по объёму продаж в группе [А07] оказался бренд «Мильгамма» с долей в рублях, соответствующей 14%. «Магне» и «Витрум» занимают в стоимостном рейтинге витаминных препаратов 2-е и 3-е места с долями 13,3% и 9,7% соответственно. По количеству проданных упаковок лидирует недорогой преимущественно отечественный препарат «Аскорбиновая кислота» (почти 20% продаж [А11]).

Первое место по натуральному показателю среди подгрупп в группе [А] занимают противодиарейные препараты [А07] – 22% продаж всей группы.

Группа [С] «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» - в 2015 г. с 3-го места переместилась на 2-е.

Наибольшая доля стоимостного объёма продаж в группе [С] приходится на подгруппу [С09] «Препараты, влияющие на систему ренин-ангиотензин» (31% от объёма продаж по группе [С]). Лидером в подгруппе является «Лозап», на долю которого приходится порядка 13% стоимостного объёма продаж за 2015 г. Несмотря на то, что АТС-группа [В] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» в минувшем году сохранила свою позицию (9-е место), она отметилась максимальным среди всех АТС-групп приростом продаж (+17% к уровню продаж 2014 г.).

АТС-группы I-го уровня	Стоимостный объем, млн. руб.	Доля группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн. уп.	Доля группы в натуральном объеме, %
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	108 991	19,36%	678	16,96%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	72 164	12,82%	451	11,29%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	69 515	12,34%	589	14,73%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	65 428	11,62%	688	17,22%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	45 233	8,03%	279	6,97%
J: Противомикробные препараты для системного использования	44 867	7,97%	278	6,94%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	42 567	7,56%	81	2,03%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	34 939	6,20%	438	10,97%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	22 686	4,03%	114	2,86%
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	17 622	3,13%	53	1,34%
[-] ЛП, не имеющие АТС-группы	16 258	2,89%	188	4,69%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	15 145	2,69%	101	2,52%
V: Прочие препараты	3 263	0,58%	23	0,57%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	2 900	0,51%	19	0,48%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	1 534	0,27%	18	0,44%

Таблица 2

Структура продаж ЛП розничного коммерческого рынка России по АТС-группам

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

В группе [B] лидирует подгруппа [B01] «Антикоагулянты» - 58% стоимостных продаж приходится на эту подгруппу. При этом основной объём продаж в подгруппе приходится на бренды «Кардиомагнил» и «Ксарелто». Аптечные продажи «Кардиомагнила» выросли за год на 19,6%, ещё более внушительную динамику (более чем двукратное увеличение стоимостного объёма продаж по сравнению с 2014 г.) продемонстрировал «Ксарелто».

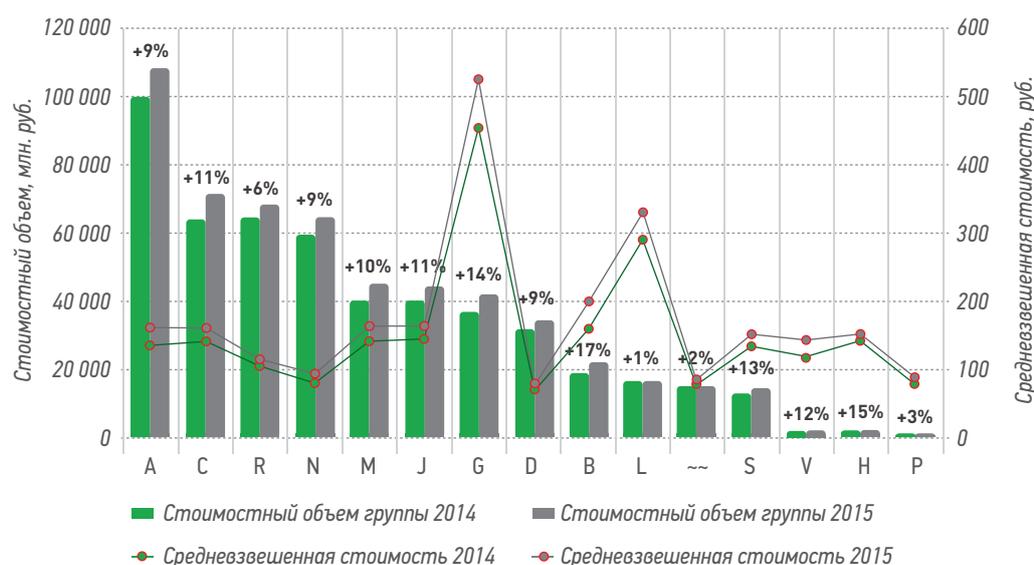
Структура коммерческого рынка по АТС-группам из года в год довольно стабильна. Прирост ёмкости и средней стоимо-

сти упаковки в АТС-группах представлен на рисунке 7.

По итогам 2015 г. во всех АТС-группах без исключения отмечается рост стоимостного объёма продаж. Помимо уже упомянутой АТС-группы [B] довольно заметный прирост в денежном выражении, составивший 14%, был отмечен для препаратов группы [G] «Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны» (за счёт роста объемов продаж брендов «Дюфасто», «Сиалис», «Джес» и др.). В натуральном выражении большая часть АТС-групп

**Рисунок 7**

Структура коммерческого рынка ЛП в 2014–2015 гг.



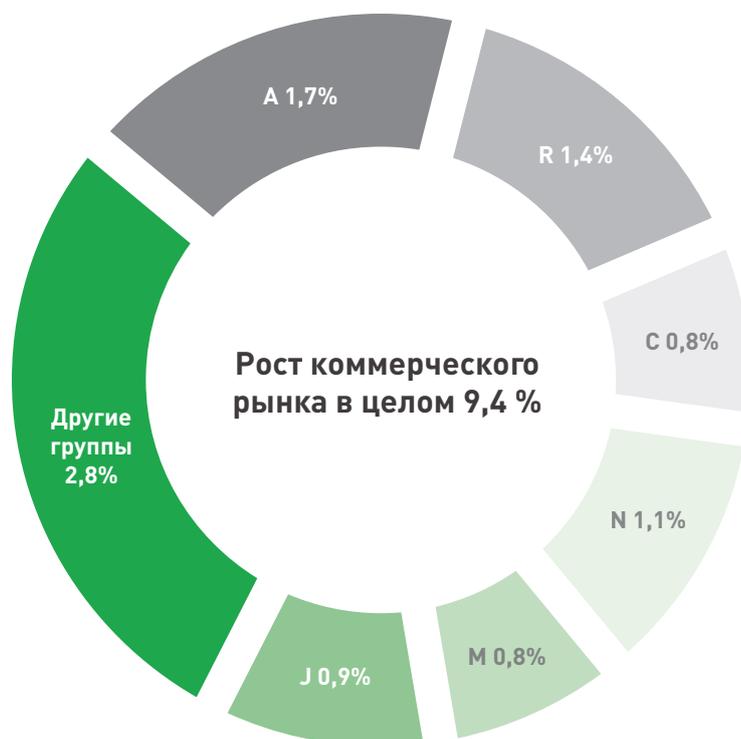
отметилась сокращением потребления, прирост аптечных продаж был зафиксирован только среди ЛП группы [H] «Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)» – он составил +8%.

Наибольшая стоимость средневзвешенной упаковки по итогам 2015 г. составила 525 руб. для препаратов группы [G] «Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны». Такая высокая цена объясняется тем, что стоимость упаковки некоторых ЛП этой группы достигает 11 тыс. руб. и

выше. Также высокая цена средневзвешенной упаковки отмечается в группах [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» – порядка 330 руб., [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» – около 200 руб.

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

Наибольший вклад в увеличение стоимостной ёмкости коммерческого рынка



**Рисунок 8**

*Взвешенный прирост ЛП розничного коммерческого рынка по АТС-группам*

ЛП в 2015 году внесли группы препаратов для лечения заболеваний пищеварительного тракта [A], респираторной [R] и нервной систем [N], что суммарно составило 4,2% или около 50% от роста рынка в целом.

#### 4. Производители ЛП розничного коммерческого рынка

В таблице 3 приведены ТОП-20 фирм-производителей, лидирующих по объёму продаж на коммерческом рынке России в 2015 году.

В 2015 году на российском фармацевтическом рынке присутствовало свыше 1100 игроков. Суммарно на ТОП-20 фирм-производителей приходится 55,1% стоимостного объёма продаж ЛП. По сравнению с 2014 годом общая доля двадцатки немного уменьшилась.

Sanofi сохранил лидирующую позицию в рейтинге с долей в рублях, составившей 5,0%. Портфель компании Sanofi довольно большой (свыше 200 препаратов, реализуемых на коммерческом рынке). Максимальный объём продаж компании приходится на препарат «Эссенциале» – его доля в продажах компании по итогам 2015 года составила 16,9% в денежном выражении, а продажи за год сократились почти на 11%. Наибольшее увеличе-

ние продаж среди ключевых препаратов продемонстрировали «Фестал» (+31,2% к уровню продаж 2014 г.), «Энтерол» (+70,5%), «Ульттракаин» (+31,3%) и др. В натуральном выражении по объёму продаж лидируют такие известные бренды, как «Но-Шпа», «Лозап», «Эссенциале». На эти три позиции приходится свыше 30% проданных упаковок, что практически эквивалентно суммарной доле этих препаратов в стоимостном объёме продаж компании.

Компания Bayer, занявшая второе место, уступила лидеру 1,3% по доле в рублях. В портфеле компании разброс по доле между ключевыми препаратами невелик. Так, лидирующий «Терафлекс» по итогам 2015 г. занимает 9,1% от совокупного объёма продаж Bayer, а удельный вес «Джес» и «Бепантен», занимающих вторую и третью строчку, составил 7,5% и 7,1%.

На третьем месте, опустившись на одну строчку, оказался Novartis с долей 4,6%. Темп прироста продаж компании по итогам 2015 г. был положительным «+0,5%», однако на фоне более заметного роста рынка лекарств в целом (+9,4%) Novartis опустился в рейтинге производителей на одну строчку относительно 2014 года. Ряд ключевых препаратов компании отметился снижением продаж – «Экзодерил» (-8,5% к уровню продаж

Рейтинг 2015 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн. руб. 2015 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	Sanofi	28 033	-0,1%	5,0%
2	1	Bayer	26 480	5,1%	4,7%
3	-1	Novartis	25 886	0,5%	4,6%
4	-	Servier	19 502	2,2%	3,5%
5	-	Glaxosmithkline	18 139	-0,3%	3,2%
6	-	Takeda	17 845	7,1%	3,2%
7	-	Teva	16 890	8,6%	3,0%
8	-	Berlin-Chemie	15 979	8,5%	2,8%
9	-	Отисифарм	15 580	8,2%	2,8%
10	2	Gedeon Richter	14 451	16,7%	2,6%
11	3	Stada	13 848	19,2%	2,5%
12	-2	Abbott	13 522	6,3%	2,4%
13	-2	Pfizer	12 086	-2,7%	2,1%
14	-1	Johnson & Johnson	12 008	1,9%	2,1%
15	-	KRKA	11 578	8,5%	2,1%
16	-	Astellas	10 457	10,4%	1,9%
17	1	Actavis	10 298	19,9%	1,8%
18	4	Фармстандарт	10 014	34,1%	1,8%
19	-	Valeant	9 096	11,7%	1,6%
20	-3	Boehringer Ingelheim	8 687	-4,9%	1,5%

Таблица 3

ТОП-20 фирм-производителей ЛП по объему аптечных продаж розничного коммерческого рынка России по итогам 2015 г.

2014 г.), «Линекс» (-16,5%), «АЦЦ» (0,5%). Но также стоит отметить, что в портфеле Novartis была и «растущая» группа препаратов: «Амоксиклав» (+8,3%), «Кетонал» (+7,8%), «Галвус» (+26,6%) и др.

По итогам 2015 года улучшили свои позиции в ТОП-20 производителей российского коммерческого рынка лекарств следующие компании: Gedeon Richter (аптечные продажи препаратов компании выросли на 16,7% благодаря стабильному росту спроса на такие ЛП, как «Мидокалм», «Панангин», «Диротон» и др.), Stada (прибавившая чуть более 19% к уровню продаж 2014 г. за счёт увеличения реализации ряда брендов, в частности «Снупа», «Левомеколя» и «Витапроста»), Actavis, поднявшийся в рейтинге на одну позицию. Кроме того, с 22-го места на 18-е переместилась отечественная компания «Фармстандарт», чему способствовал рост продаж лекарств компании более чем на 30% (флагманами роста выступили такие препараты, как «Имудон» (+10,2%), «Комбилипен» (+39,9%) и др.). Следует отметить, что половина компаний-участниц ТОП-20 фирм-производителей ЛП сохранила свои позиции в 2015 г. При этом у большей части компаний был зафиксирован рост продаж. Так, объёмы аптечных продаж лекарственных препаратов Takeda, Teva и Berlin-Chemie увеличились на 7,1%,

8,6% и 8,5% соответственно. Совокупный спрос на ЛП лидирующего российского производителя «Отисифарм» вырос в 2015 г. на 8,2%, этому способствовало увеличение продаж таких брендов компании, как «Пенталгин», «Амиксин», «Компливит» и др.

Аптечные продажи компаний KRKA, Astellas и Valeant выросли за год на 8,5%, 10,4% и 11,7% соответственно, а французский производитель лекарств Servier отметился ростом продаж на 2,2% по сравнению с 2014 г.

В натуральном выражении лидерами аптечного спроса по большей мере являются отечественные производители. Максимальная доля у «Фармстандарта» (около 8%). Stada занимает порядка 3,3% в упаковках от аптечных продаж. Тройку лидеров замыкает «Верофарм» – 3,2%. Концентрация по данному показателю ниже, чем аналогичный показатель в стоимостном выражении: на ТОП-20 производителей приходится 47,5% реализации лекарств в натуральном выражении.

## 5. Препараты розничного коммерческого рынка

В таблице 4 приведены ТОП-20 брендов, лидирующих по объёму продаж на коммерческом рынке России в 2015 году.

Рейтинг 2015 г.	Изменение	Бренд	Стоимостный объем, млн. руб. 2015 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	Эссенциале	4 746	-10,6%	0,8%
2	2	Кагоцел	4 279	11,5%	0,8%
3	2	Нурофен	4 192	17,4%	0,7%
4	-2	Конкор	4 143	1,2%	0,7%
5	-2	Актовегин	4 028	2,2%	0,7%
6	-	Алфлутоп	3 299	1,5%	0,6%
7	11	Кардиомагнил	3 197	19,6%	0,6%
8	-1	Ингавирин	3 064	1,0%	0,5%
9	2	Найз	2 980	4,3%	0,5%
10	4	Лозап	2 978	6,9%	0,5%
11	7	Детралекс	2 809	7,4%	0,5%
12	-	Терафлю	2 801	-1,6%	0,5%
13	6	Мексидол	2 770	6,4%	0,5%
14	1	Пенталгин	2 765	2,6%	0,5%
15	-2	Экзодерил	2 626	-8,5%	0,5%
16	7	Мильгамма	2 614	14,5%	0,5%
17	8	Вольтарен	2 552	13,4%	0,5%
18	27	Мирамистин	2 532	43,7%	0,4%
19	-11	Линекс	2 474	-16,5%	0,4%
20	8	Магне В6	2 454	14,7%	0,4%

Таблица 4

ТОП-20 брендов по объему продаж в стоимостном выражении на коммерческом рынке России в 2014-2015 гг.

Суммарно ТОП-20 ведущих брендов занимают 11,2% стоимостного объема коммерческого сегмента ЛП. Тройка хитов продаж немного изменилась: «Эссенциале» сохранил лидирующую позицию (доля рынка составила 0,8%), «Кагоцел» с 4-ой строчки поднялся на 2-ю, а «Нурофен», годом ранее занимавший 5-е место, обосновался в 2015 г. на 3-ей позиции.

Одним из самых динамичных сегментов коммерческого рынка последние несколько лет можно назвать сегмент противогрибковых лекарств. 2015 г. в этом плане не похож на предыдущие. Эпидемия с превышением порога заболеваемости гриппом и ОРВИ в феврале 2015 года привела к росту «сезонных препаратов» более чем в 1,5 раза. Но кризисные явления и сокращение спроса в натуральном выражении способствовали тому, что в итоге суммарно по году продажи признанных бестселлеров данного сектора либо минимально росли, либо вовсе сокращались относительно уровня 2014 г. Так, например, спрос на «Ингавирин» увеличился в 2015 г. на 1%, что на фоне более существенного роста рынка в целом привело к потере одной строчки в рейтинге. Продажи «Терафлю» сократились по сравнению с 2014 г. на 1,6%. Что касается «Арбидола» и «Лазолвана», то снижение объемов аптечной реализации этих брендов (на 27,7% и 17,4% соответственно)

стоило им места в ТОП-20 брендов ЛП коммерческого рынка. Единственным исключением среди противогрибковых лекарств стал «Кагоцел», аптечные продажи которого по итогам 2015 г. выросли на 11,5% относительно 2014 г.

Наиболее заметное улучшение позиций в рейтинге в 2015 г. продемонстрировали семь препаратов: «Кардиомагнил» (+11 строчек), «Детралекс» (+7 строчек), «Мексидол» (+6 строчек), «Мильтгамма» (+7 строчек), «Вольтарен» (+8 строчек), «Мирамистин» (+27 строчек) и «Магне В6», переместившийся с 28-ой строчки на 20-ю.

В рейтинге по объему проданных упаковок лидирующие позиции занимают недорогие препараты: «Цитрамон», «Бактерицидный пластырь» и «Ацетилсалициловая кислота». Среди ЛП, вошедших в ТОП-20 по стоимостному объему, только «Нурофен» попал в рейтинг ТОП-20 по натуральному объему и занял 14 место. Отметим, что рейтинг ЛП ТОП-20 в натуральном выражении почти на 100% состоит из так называемых «традиционных» лекарственных препаратов, то есть тех, которые продаются только на территории России и стран бывшего СССР. И в рублевом рейтинге они занимают места ниже 100 строчки. Средневзвешенная цена ТОП-20 в упаковках составляет около 20-25 рублей.

## 6. ЖНВЛП

Жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты (ЖНВЛП) — перечень лекарственных препаратов, утверждаемый правительством РФ в целях государственного регулирования цен на лекарственные средства. Задачей государственного регулирования является повышение доступности лекарств для населения и лечебно-профилактических учреждений.

Перечень ЖНВЛП на 2015 год формировался по новым правилам: в него включались только лекарства с доказанной клинической эффективностью на основе двухуровневой экспертизы и с участием широкого круга экспертов, в том числе главных внештатных специалистов Минздрава России по основным направлениям клинической медицины. Заметим также, что с 1-го марта 2015 г. впервые за последние три года на территории России действовал обновленный перечень ЖНВЛП. Именно подготовкой и утверждением обновленных правил его формирования было вызвано пролонгирование списка ЖНВЛП редакции 2012 г. на два последующих года.

Работа над актуализацией перечня ЖНВЛП на 2016 г. стартовала еще в 2015 г., и в начале 2016 г. он был утвержден кабинетом министров РФ.

Согласно данным Минздрава, по сравнению с прошлым годом список расширен. В перечень важнейших лекарственных препаратов дополнительно включены 43 лекарственных препарата (из них шесть имеют российских производителей), исключён один лекарственный препарат (имеет российского производителя), при этом число международных непатентованных наименований лекарственных препаратов указанного перечня увеличено с 604 до 646 наименований.

Введение довольно чёткой регламентации формирования перечня ЖНВЛП бесспорно помогает производителям лекарств, относящихся к списку, определить для себя «правила игры» на ближайший год, а потребителям понимать, каким образом и на каком уровне устанавливаются предельные отпускные цены на определённые препараты. Но с другой стороны, эта мера сводит эффективность производства отдельных видов препаратов из списка ЖНВЛП к нулю (речь идет прежде всего о недорогих ЛП, средняя стоимость упаковки которых не превышает 30–50 руб./упак.). В результате во второй половине 2015 г. — начале 2016 г. обозначилась необходимость господдержки производителей недорогих препаратов из перечня ЖНВЛП.

ФАС предложила увеличить цену на препараты из категории жизненно не-

” Новая методика расчёта предельных отпускных цен на ЖНВЛП расширяет список сведений, которые должен предоставить держатель или владелец регистрационного удостоверения при подаче заявления на регистрацию препарата.

обходимых и важнейших лекарственных препаратов (ЖНВЛП), которые относятся к самому дешёвому стоимостному сегменту, иначе их производство будет сворачиваться из-за нерентабельности. Однако данная мера не нашла одобрения руководства Минздрава. В феврале 2016 г. в прессе появилась информация о том, что Правительством в плане по поддержке российской экономики предусмотрено 4 млрд рублей на помощь фармпредприятиям, выпускающим лекарства из списка жизненно необходимых (ЖНВЛП). Речь идёт о поддержке производителей дешёвых лекарств из списка ЖНВЛП. Выводы о результативности данной меры поддержки можно будет делать только в начале следующего года.

Ещё одной инновацией для списка ЖНВЛП стало изменение методики расчёта предельных цен на ЖНВЛП. Новая методика расчёта предельных отпускных цен на ЖНВЛП расширяет список сведений, которые должен предоставить держатель или владелец регистрационного удостоверения при подаче заявления на регистрацию препарата. Наряду со сведениями о расходах (разработка, производство, реализация лекарства, сырьё и материалы, оплата труда, а также накладные расходы) он должен предоставить сведения о минимальной отпускной цене производителя (без учёта произ-



водственных площадок, участвующих в процессе производства лекарственных препаратов) на такой лекарственный препарат. Документом также введено ещё одно требование: цена воспроизведенного препарата не может превышать 80% цены референтного препарата, а цена биоаналога - 90%. Перечень стран,

в отношении которых представляется информация об уровне минимальных отпускных цен на лекарственные препараты, включает в себя 21 позицию.

По итогам 2015 года в продажах аптек было зафиксировано 583 МНН, относящихся к перечню ЖНВЛП (что соответ-

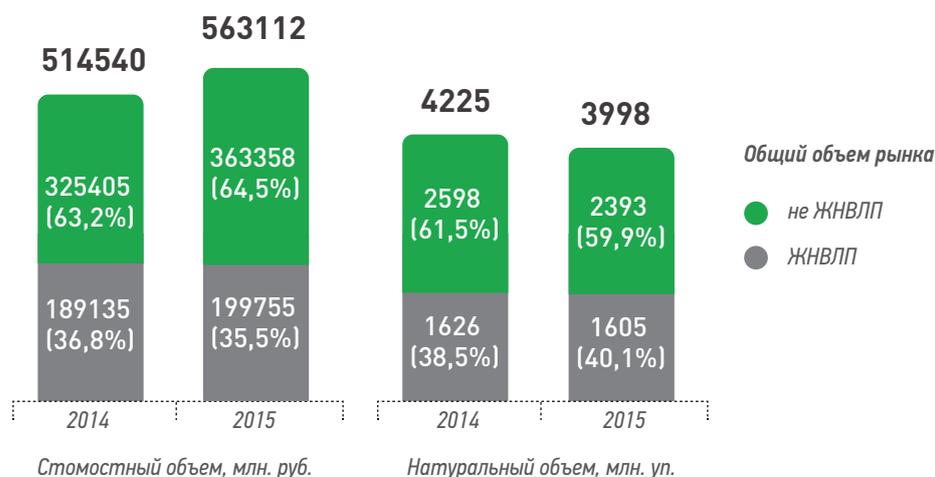


Рисунок 9

Соотношение продаж препаратов перечня ЖНВЛП и не ЖНВЛП

ствует 1987 брендам). Объем продаж препаратов перечня ЖНВЛП составил почти 200 млрд. рублей или 1 605 млн. упаковок (рис. 9).

Отметим, что в стоимостном выражении объем продаж ЖНВЛП вырос менее существенно, чем по остальному перечню

препаратов (5,6% - ЖНВЛП, 11,7% - не ЖНВЛП). В натуральном выражении картина несколько иная: в упаковках препараты ЖНВЛП сократились на 1,3%, тогда как объем реализации препаратов, не включенных в список, снизился на 7,9%.

Доля отечественных препаратов в натуральном выражении составила 49,7%, в деньгах их доля составляет 27,2%.

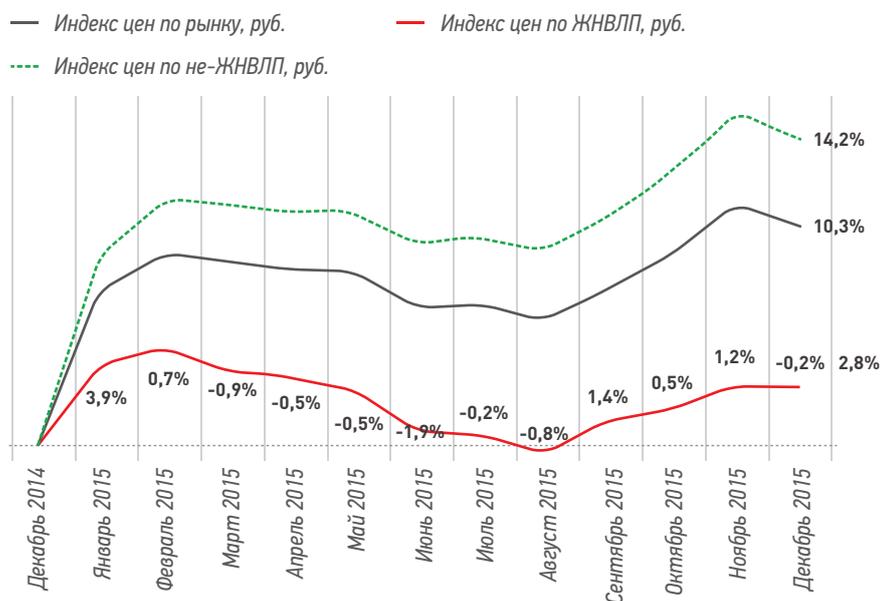
Средневзвешенная цена на ЖНВЛП по итогам 2015 г. оказалась равна 124,5 руб., причем цена одной упаковки отечествен-

ного препарата составила около 68 руб., а импортного почти в 3 раза выше (180 руб.).

Средняя стоимость препаратов ЖНВЛП не превысила средневзвешенную цену на остальные препараты. Это свидетельствует о том, что в сегменте ЖНВЛП

Рисунок 10

Динамика индекса цен на коммерческом рынке в 2015 году



смещение продаж сторону дорогих менее очевидно, чем в целом по рынку, что объясняется жестким регулированием цен на лекарства из перечня ЖНВЛП.

На рисунке 10 приведен индекс цен по различным группам лекарств.

За 12 месяцев 2015 года цены на ЖНВЛП выросли на 2,8%. Препараты, не входящие в список ЖНВЛП, по сравнению с декабрем 2014 года увеличились в цене на 14,2%. Основной рост цен пришелся на 1 полугодие 2015 года – за этот период индекс цен вырос на 6,4%.

Рейтинг 2015 г.	МНН	% от продаж ЖНВЛП, руб.	Объем, млн. руб.	Лидер среди брен- дов внутри МНН
1	Ксилометазолин	4,8%	9 543	Тизин
2	Панкреатин	2,9%	5 750	Креон
3	Бисопролол	2,6%	5 284	Конкор
4	Ибупрофен	2,6%	5 226	Нурофен
5	Амоксициллин+Клавулановая кислота	1,7%	3 416	Амоксиклав
6	Этилметилгидроксипиридина сукцинат	1,6%	3 251	Мексидол
7	Азитромицин	1,6%	3 135	Сумамед
8	Аторвастатин	1,6%	3 127	Аторис
9	Имидазолилэтанамид пентандиовой кислоты	1,5%	3 064	Ингавирин
10	Интерферон Альфа-2b	1,5%	3 019	Виферон
11	Амброксол	1,5%	2 992	Лазолван
12	Лозартан	1,3%	2 690	Лозап
13	Омепразол	1,3%	2 627	Омес
14	Умифеновир	1,2%	2 469	Арбидол
15	Адеметионин	1,2%	2 454	Гептрал
16	Эналаприл	1,2%	2 409	Эналаприл
17	Урсодезоксихолевая кислота	1,2%	2 408	Урсосан
18	Прегабалин	1,2%	2 402	Лирика
19	Ацетилцистеин	1,2%	2 365	Ацц
20	Тамсулозин	1,2%	2 360	Омник

Таблица 5

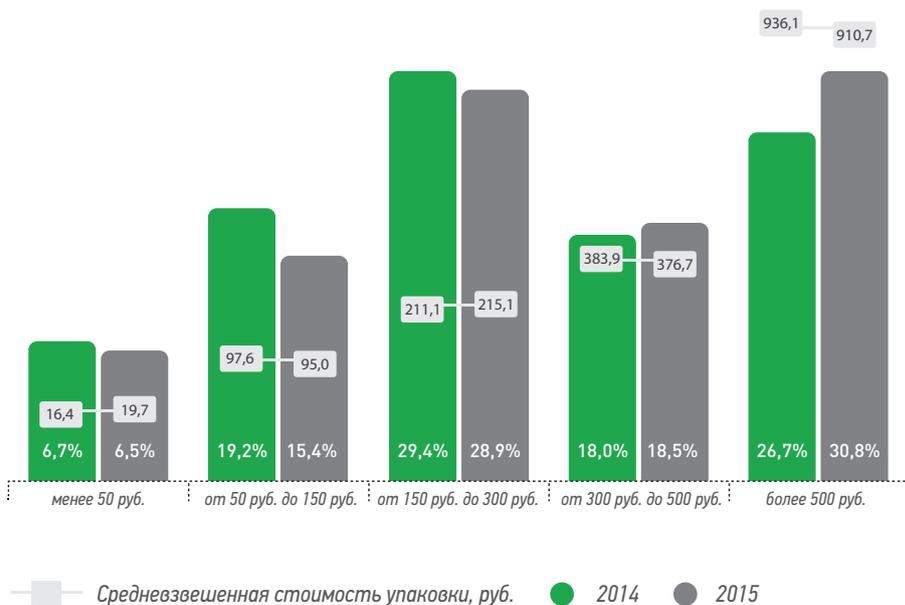
Рейтинг продаж МНН,  
включенных в ЖНВЛП

Рейтинг продаж ЛП по МНН, включенным в перечень ЖНВЛП, представлен в таблице 5. Возглавляет рейтинг ЖНВЛП по МНН Ксилометазолин. Отметим, что в 2014 г. лидером также был Ксилометазолин, расстановка сил в верхней части рейтинга в целом не изменилась, поскольку продажи лекарств большинства МНН увеличились. В целом продажи всех МНН рейтинге ЖНВЛП в 2015 г. выросли относительно предыдущего года, исключение составили Азитромицин, Умифеновир, Эналаприл и Дротаверин – продажи препаратов каждого из МНН снизились за год на 3%, 21%, 3% и 1% соответственно.

Наибольший рост средневзвешенной цены наблюдается для МНН Ибупрофен (+15%) за счёт удорожания ряда торговых позиций «Нурофена» и «Ибупрофена». Кроме того, в 2015 г. в аптеках начал продаваться «Нурофен Экспресс» в форме геля для наружного применения, а также «Нурофен Экспресс» в капсулах (№16 и №8) того же бренда, а стоимость всех перечисленных позиций превышает 100 руб./упак., в то же время средняя цена лекарств данного МНН достигла по итогам 2015 г. 132 руб./упак, увеличившись относительно 2014 г. на 21%.

**Рисунок 11**

Структура стоимостных продаж ЛП розничного коммерческого рынка по ценовым сегментам



## 7. Ценовая сегментация препаратов розничного коммерческого рынка

Средняя стоимость упаковки ЛП на коммерческом рынке в 2015 году выросла на 16% и составила 104,9 руб. Рассмотрим, из чего складывается эта величина.

На рисунке 11 представлена структура коммерческого рынка и средняя стоимость упаковки в ценовых сегментах в 2014-2015 годах.

Как видно из рисунка 11, доля препаратов стоимостью ниже 50 рублей за последний год уменьшилась на 0,2%, примечательно, что доля этих препаратов в списке ЖНВЛП выросла за год на 0,2%. Тенденция смещения спроса в сторону более дорогих и эффективных лекарственных препаратов свойственна отечественному фармрынку в последние несколько лет. Так, объём продаж таких популярных препаратов, как «Бактерицидный пластырь», «Уголь активированный», «Цитрамон» и «Ацетилсалициловая кислота», суммарно сократился на 43 миллиона упаковок.

При этом если «закрепить» потребительскую корзину на уровне 2014 года (то есть вне зависимости от того, какая цена у препарата в 2015 году, он попадёт в тот же сегмент, в котором оказывается

по итогам 2014 года), то доля препаратов с ценой менее 50 руб. в 2015 году составит 8,2%, то есть на 1,5% больше, чем в 2014 году. Это свидетельствует о том, что довольно заметная группа дешёвых препаратов в 2015 г. подорожала, автоматически перейдя в следующий ценовой сегмент. На этот факт указывает и увеличение средней цены за упаковку в сегменте лекарств дешевле 50 руб./упак. на 20,1%. Заметим, что по остальным сегментам при «закреплении» потребительской корзины на уровне 2014 г. будут отмечаться снижения долей – на 0,1% сократится доля сегмента лекарств ценой 50-150 руб./упак., а удельный вес сегмента дорогостоящих препаратов (ценой выше 500 руб./упак.) и ЛП с ценой от 300 до 500 руб. уменьшится на 0,5%; на 0,4% снизится доля лекарств ценой 150-300 руб./упак. Таким образом, можно сделать вывод, что в 2015 г. доли рынка по ценовым сегментам менялись в основном за счёт роста цен и перехода препарата из одной ценовой группы в другую, в меньшей степени за счёт фокусирования потребителя на более дорогостоящих ЛП.

Сегмент препаратов с ценой до 50 руб. остается самым ёмким в натуральном выражении и составляет почти 47%. Наиболее быстро растущая ценовая группа как в стоимостном (+26,3%), так и в натуральном выражении

(+29,8%) – группа препаратов стоимостью от 500 рублей, её доля увеличилась на 4,1% и составила 30,8% в рублях. В упаковках доля этой группы минимальна – 4,8%.

Наиболее ёмкая по итогам 2015 года группа препаратов с ценой от 150 руб. до 300 руб. заняла 28,9% объёма в денежном выражении. Прирост продаж в этой группе составил +7,3% в 2015 г. по отношению к 2014 г.

### 8. Индекс цен препаратов розничного коммерческого рынка

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

Главным драйвером роста рынка, как и в предыдущие годы, стал рост индек-

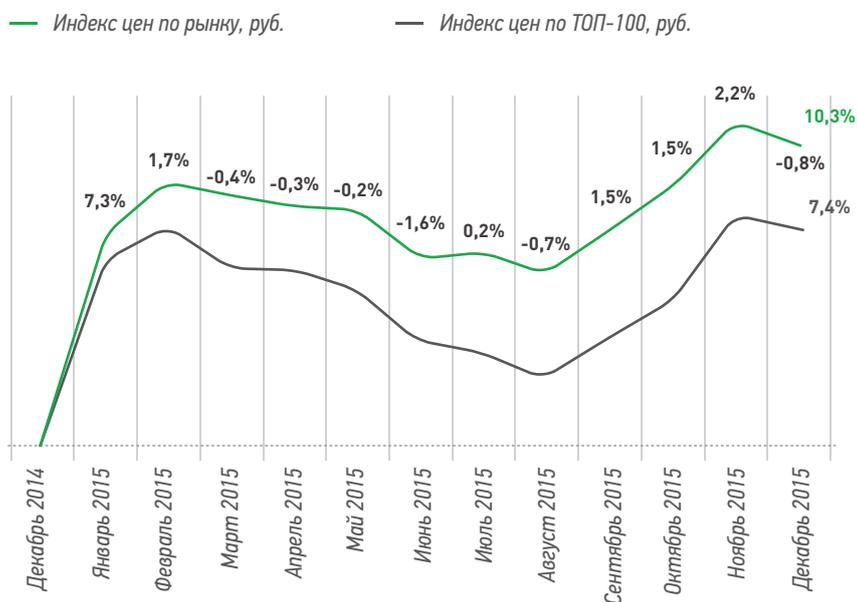


Рисунок 12

Изменение цен на ЛП на коммерческом рынке России в 2015 г.

са цен на лекарственные препараты. В 2015 году инфляция на лекарства (10,3%) была ниже, чем в целом индекс потребительских цен Госкомстата (12,9%). Таким образом, рост цен на лекарства не много отставал от роста цен на продукты питания, непродовольственные товары и услуги, но в то же время опережал рост цен на бензин.

На наиболее востребованные препараты было отмечено чуть менее существенное

повышение цен: индекс цен на ТОП-100 торговых наименований по обороту в 2015 году составил 7,4% (рис. 12).

Индекс цен на импортные и отечественные препараты в 2015 г. показан на рисунке 13.

В 2015 году изменение цен на отечественные и импортные препараты отличалось друг от друга несущественно. Значение показателей составило 10,7%

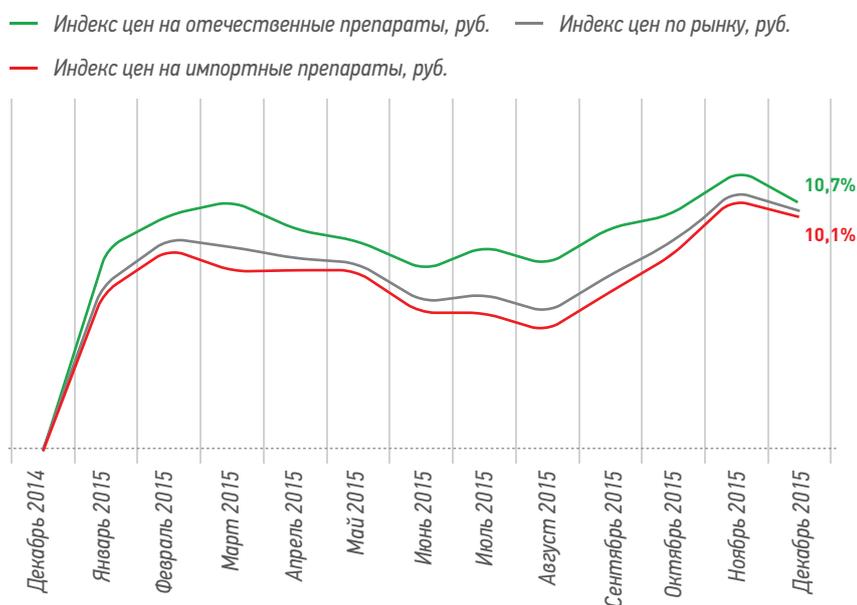


Рисунок 13

Индекс цен на препараты иностранных и отечественных производителей на коммерческом рынке России в 2015 г.

и 10,1% соответственно. Тем не менее, темп роста цен на лекарства российского производства превышал показатель увеличения цены на импортные препараты.

Согласно данным Госкомстата, в 2015 г. лекарственные препараты заняли около 2,1% в базовой структуре потребительских расходов населения России, что выше на 0,1%, чем в 2014 г. Таким образом, Госкомстат немного повысил значимость лекарств в потребительских расходах.

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

Общий индекс потребительских цен в 2015 году составил 12,9%. При этом самый большой рост цен наблюдался на

продукты питания (14,0%). Менее всего выросли цены на бензин (4,8%).

### 9. Новые препараты розничного коммерческого рынка

Анализ продаж новых препаратов показал, что для 2015 года характерно динамичное расширение рынка. В 2015 году в аптеках появилось более 460 новых брендов лекарственных препаратов. Общий объем продаж новых препаратов в 2015 году превысил 960 млн. руб. и 3,0 млн. упаковок, что составило 0,17% стоимостного и 0,08% натурального объема аптечных продаж всех лекарственных средств розничного коммерческого рынка. Средневзвешенная цена одной условной упаковки нового препарата составила около 319 рублей.

**Рисунок 14**

Индекс потребительских цен в России (декабрь 2015 г. к декабрю 2014 г.)

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group, Госкомстат

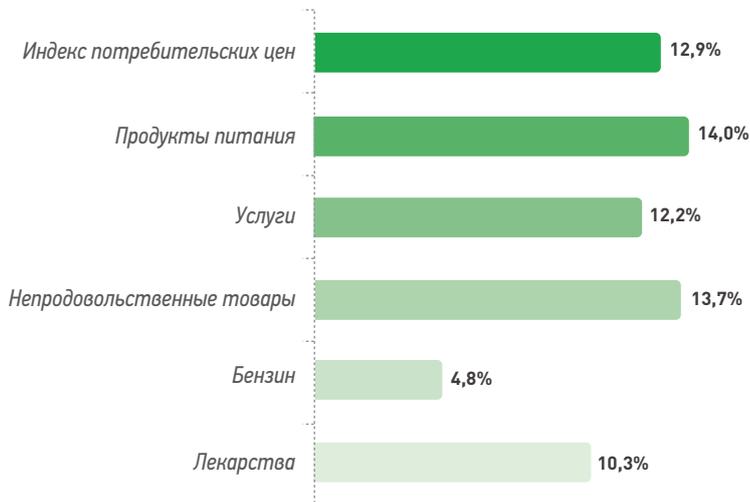


Таблица 6

ТОП-20 новых брендов  
2015 года  
на коммерческом рынке  
РФ

№	Бренд	Фирма	% от продаж ЖНВЛП, руб.	Объем, млн. руб.
1	Флебофа	Атолл	101,4	мар.15
2	Микодерил	Отисифарм	96,3	июн.15
3	Аторвастатин-СЗ	Северная Звезда	61,8	мар.15
4	Диололак	Фармадан	50,2	янв.15
5	Форсига	Bristol-Myers Squibb	50,2	фев.15
6	Офломил	Glenmark	48,1	июн.15
7	Олмакс Стронг	Actavis	38,9	янв.15
8	Экофурил	ABBA Рус	32,9	май.15
9	Эриспирус	Sandoz	26,2	июн.15
10	Кабecin	Фарм-Синтез (Москва)	23,5	июн.15
11	Оралсепт	Gilesanto Holdings Ltd	22,6	июн.15
12	Лортенза	KRKA	22,6	июн.15
13	Моксарел	Вертек	19,9	янв.15
14	Голдлайн	Изварино Фарма	19,9	янв.15
15	Дексилант	Takeda	18,4	мар.15
16	Визарсин Ку-Таб	KRKA	17,2	окт.15
17	Броксинак	Sentiss Pharma	13,7	фев.15
18	Випидия	Такеда	12,4	май.15
19	Панангин Форте	Gedeon Richter	10,8	сен.15
20	Ренгалин	Материа Медика	10,6	июн.15

Наиболее высокие продажи среди лекарственных препаратов, которые вышли на рынок в 2015 году, показал бренд «Флебофа» («Атолл»), обладающий ангиопротекторным действием. Объем продаж данного препарата составил 101,4 млн. рублей. Вторую строчку рейтинга занимает препарат «Микодерил» («Отисифарм»), направленный для лечения грибковых заболеваний кожи и ногтей, с объемом 96,3 млн. руб. Замыкает тройку лидеров с объемом 61,8 млн. руб. гиполипидемическое средство под брендом «Аторвастатин-СЗ» («Северная звезда»).

По итогам 2015 года самой ёмкой в стоимостном выражении среди новых препаратов коммерческого рынка ЛП оказалась фармакологическая группа «Венотонизирующее и венопротекторное средство» («Диосмин»). Также в тройку лидеров вошла фармгруппа противогрибковых препаратов («Нафтифин»), третье место в рейтинге заняла группа гиполипидемических средств («Аторвастатин»).

Рассмотрим более подробно бренды, вошедшие в рейтинг ТОП-20 новых торговых наименований на коммерческом рынке РФ по итогам 2015 года. В марте 2015 года на российском рынке появился новый бренд отечественного производства «Флебофа» в форме таблеток. Обладает венотонизирующим действием, улучшает лимфатический дренаж,

улучшает микроциркуляцию, уменьшает адгезию лейкоцитов к венозной стенке и их миграцию в паравенозные ткани, улучшает диффузию кислорода и перфузию в кожной ткани, обладает противовоспалительным действием. «Флебофа» является более доступным по цене аналогом препарата «Флебодиа» (Laboratoire Innotech International) - лидера продаж в группе венотоников, в состав которого входит Диосмин.

Препарат «Микодерил» компании «Отисифарм», занявший второе место в рейтинге, является аналогом популярного противогрибкового средства с активным действующим веществом Нафтифин – «Экзодерил» (Sandoz). Рост объемов продаж обусловлен более низкой ценой препарата, чем оригинального бренда «Экзодерил».

Третье место занимает генериковый препарат «Аторвастатин-СЗ» - гиполипидемическое средство из группы статинов, основным механизмом действия которого является ингибирование активности ГМГ-КоА-редуктазы. Аторвастатин снижает вязкость плазмы крови и активность некоторых факторов свертывания и агрегации тромбоцитов. Благодаря этому, он улучшает гемодинамику и нормализует состояние свертывающей системы.

Также в ТОП-20 вошло два новых генерика, применяемых для лечения эректиль-

ной дисфункции, в состав которых входит Силденофил – «Визарсин Ку-Таб» и «Олмакс стронг». «Визарсин Ку-Таб» от производителя KRKA выпускается в форме таблеток, диспергируемых в полости рта. Данная лекарственная форма ускоряет попадание действующего вещества в системный кровоток и является альтернативной для пациентов, которые страдают от дисфагии.

Новинками в группе гипотензивных препаратов стали бренды «Лортенза» от KRKA - гипотензивное средство комбинированное (БМКК+ангиотензина II рецепторов антагонист) и «Моксарел» производителя «Вертекс» - гипотензивное средство центрального действия.

Среди препаратов фармгруппы препаратов, понижающих секрецию желёз желудка, ингибиторов протонного насоса, в рейтинг новинок коммерческого рынка ЛП попал новый препарат с торговым наименованием «Дексилант» (МНН Декслансопразол) производителя Takeda.

В заключение необходимо отметить, что большинство новых препаратов произведено зарубежными производителями. Тем не менее, российские компании в 2015 году вывели на рынок более 117 новых брендов и 9 из них вошли в ТОП-20 новых торговых наименований в стоимостном выражении за исследуемый период времени.



## 3. Льготное лекарственное обеспечение

Льготное лекарственное обеспечение отдельных категорий граждан - одна из мер социальной поддержки граждан, имеющих право на получение государственной помощи.

Программа ЛЛО существует уже 11 лет. За время реализации программа неоднократно претерпевала изменения: в отдельную группу были выделены 7 высокозатратных нозологий, куда вошли заболевания, требующие проведения дорогостоящей терапии (ВЗН или 7 нозологий). С 2008 г. субъектам Российской Федерации переданы полномочия по проведению аукционов на размещение государственного заказа на поставку необходимых лекарственных средств для отдельных категорий граждан при предоставлении государственной социальной помощи и организацию лекарственного обеспечения (ОНЛС). Передача полномочий в субъекты РФ сыграла определенную роль в стабилизации лекарственного обеспечения, значительно снизилась доля отсроченного обеспечения. Больше внимания стали в субъектах РФ уделять администрированию программы.

С 2007 года льготник вправе выбирать способ получения льготы: денежное возмещение или лекарства по рецептам. Количество людей, на которых могут распространяться льготы, сегодня составляет порядка 19 млн. человек, но количество льготников, выбравших лекар-

ственное обеспечение, с каждым годом уменьшается и сейчас составляет примерно 1/5 от общего числа. В 2015 году количество льготников составило около 3,7 млн. человек.

В настоящее время лекарственное обеспечение граждан в амбулаторных условиях в рамках ОНЛС является мерой социальной поддержки, а в условиях стационара относится к медицинской помощи. Источники финансирования медицинской, в том числе лекарственной, помощи составляют: бюджеты различных уровней (региональный, муниципальный), средства ОМС, личные средства граждан.

Основным направлениями разрабатываемой лекарственной политики в Российской Федерации являются:

- в амбулаторных условиях перевод из разряда государственной социальной поддержки в разряд оказания медицинской помощи в рамках системы обязательного медицинского страхования;
- замена процедуры государственных закупок ЛП на возмещение стоимости ЛП, отпущенных гражданам в аптечных учреждениях по назначению врача.

Бесплатное или льготное предоставление лекарств больным на ранних стадиях заболевания однозначно выгодно

государству, свидетельствует мировой и российский опыт, это позволяет серьезно сэкономить на госпитальном лечении, сокращает смертность. Стратегия лекарственного обеспечения до 2025 г., утвержденная Минздравом в 2013 году, предусматривает, что в 2015–2016 гг. различные схемы должны быть опробованы в нескольких российских регионах, а переход к системе лекарственного возмещения начнется в 2017 г. Минздрав предлагает модель лекарственного обеспечения при амбулаторном лечении (т. е. в поликлиниках), которая бы включала частичное возмещение стоимости лекарств. На данный момент, несмотря на то, что единая модель лекарственного возмещения еще не сформирована, в ряде регионов уже накоплен положительный опыт в этой сфере.

Так, в прошедшем году были подведены итоги пилотного проекта по лекарственному обеспечению в Кировской области, который стартовал в 2013 г. В программу включили сердечно-сосудистые заболевания и механизм финансирования выбрали такой: 90% платит область, оставшиеся 10% — пациент. По данным губернатора региона Никиты Белых, за два года на 25% снизилось количество вызовов скорой помощи и случаев госпитализации при сердечно-сосудистых заболеваниях в регионе. Кроме того, на 22% уменьшилось количество первичных выходов на инвалидность (то есть граж-

дан, впервые признанных инвалидами в текущем году), а смертность от болезней системы кровообращения снизилась на 21%. При этом, по информации правительства Кировской области, регион сэкономил 90,5 млн рублей, что в три раза превышает затраты областного бюджета на реализацию проекта – 31,4 млн рублей (первоначальные инвестиции в проект составляли 20 млн рублей). Таким образом, Правительство РФ официально признало успешным данный пилотный проект и приняло решение распространить его на ряд регионов страны в 2016 году.

Еще одним из видов возмещения лекарственного обеспечения является система референтных цен: государство устанавливает планку стоимости лекарств, до которой оно готово возмещать затраты пациентов. Если же человек хочет приобрести более дорогой препарат, он оплачивает разницу между референтной ценой и рыночной стоимостью лекарства. Такая практика финансирования успешно осуществляется в ряде зарубежных стран с разными принципами определения референтных цен. Самый простой – ограничение размера возмещения на взаимозаменяемые препараты ценой самого дешевого генерика из этой фармакологической группы. В Швеции к этой сумме прибавляется 10% его стоимости, в Дании – 100%. В Германии предельную цену определяют, исходя из средней цены нескольких аналогичных

препаратов с пересчетом на содержание активного вещества и размер упаковки.

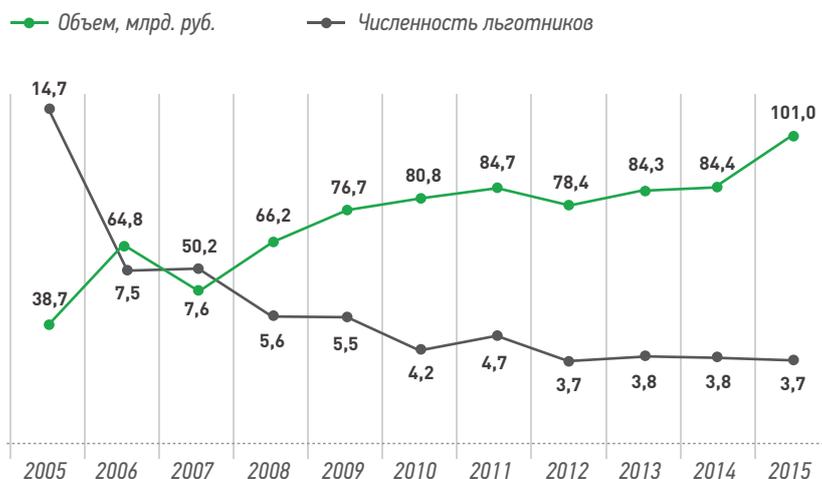
В России данный вид финансирования уже опробован в Красноярском крае в рамках реализации Национальной онкологической программы на региональном уровне. Благодаря чему в 2015 году даже при росте курса валюты краю удалось сэкономить 7% расходов на лекарственные препараты. На региональном уровне был сформирован список референтных оптовых и розничных цен на препараты из перечня ЖНВЛП, который был внедрен в государственную сеть аптек края, что не позволило работающим с ней оптовикам повышать внутренние цены даже на пре-

параты, не входящие в перечень ЖНВЛП и не имеющие фиксированной наценки. В итоге, несмотря на рост удельного веса дорогостоящих лекарств, в регионе увеличилась их доступность. Так, если в 2005 году доля таких препаратов составляла 30% от всех льготных лекарств и ими пользовались 2 тыс. человек, то в 2015 году 60% всех препаратов являлись дорогостоящими и их получали уже 15 тыс. льготников.

Несмотря на эти положительные примеры, многие вопросы остаются открытыми, в том числе до сих пор не определены регионы для реализации пилотных проектов, за счёт каких бюджетов будут

**Рисунок 15**

Динамика объёма денежных средств по программе ЛЛО

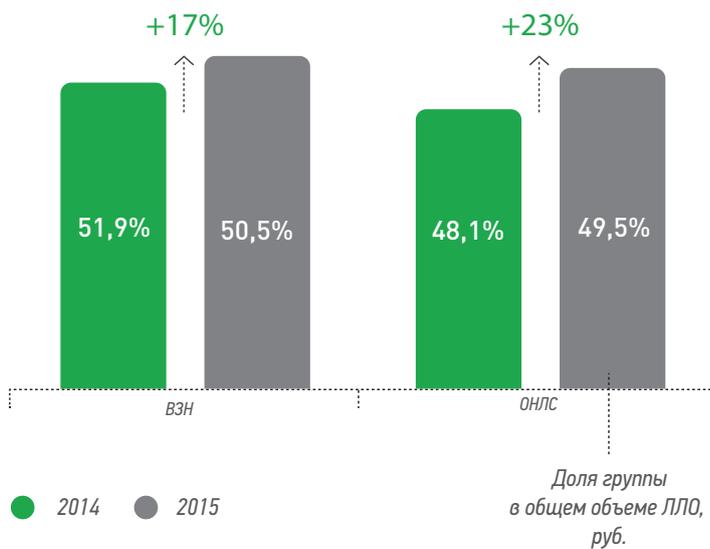


реализованы проекты: за счёт федерального, частично за счёт федерального или это будут средства регионов. Все это может отсрочить реализацию пилотных проектов еще на год.

Как видно из рис. 15, по итогам 2015 года на закупку лекарств для льготных категорий граждан был потрачен 101 млрд руб. Прирост по отношению к 2014 году составил около 19% – это один из самых больших приростов с 2009 года. В натуральном выражении сохраняется тенденция к снижению объёмов реализации: в 2015 году было закуплено на 3% ЛП меньше, чем в 2014 году, что составило 66,5 млн упаковок.

Норматив финансовых затрат в месяц на одного гражданина, получающего государственную социальную помощь в виде социальной услуги по обеспечению лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения, а также специализированными продуктами лечебного питания для детей-инвалидов, последние несколько лет стабильно увеличивается на 5%, 2015 год не был исключением: расходы увеличились с 671 до 707 руб.

Если говорить отдельно о двух частях программы, то доля подпрограммы закупки дорогостоящих препаратов в 2015 году сократилась, а объёмы увеличились на 17% в сравнении с 2014 годом (рис. 16).



**Рисунок 16**

Соотношение затрат по программам «Семь высокочастотных нозологий» и ОНЛС в общем объеме программы ЛПО, в рублях

Особенностью программы «Семь высокозатратных нозологий» (7 ВЗН) является низкое количество льготников: порядка 130 тысяч человек.

С марта 2015 года список лекарств, закупаемых по программе 7 ВЗН, пополнился пятью препаратами: «Антиингибиторный коагулянтный комплекс», Мороктоког Альфа», «Фактор свёртывания крови VIII+Фактор Виллебранда», Велаглуцераз Альфа», «Леналидомид». В марте 2016 года еще один препарат начнется закупаться в рамках программы ВЗН: «Натализумаб».

В натуральном выражении сохраняется тенденция к увеличению потребления лекарственных препаратов по программе ВЗН: объём составил порядка 3,5 млн упаковок, что на 13% больше, чем в 2014 году.

Как обычно, Минздрав России ещё в конце 2014 года провел всю необходимую работу по обеспечению в 2015 году регионов годовой потребности в лекарствах для лечения заболеваний, входящих в перечень ВЗН. Были проведены открытые аукционы и заключены государственные контракты с учётом утвержденных потребностей на 2015 год, на основании возможности поставки поставщиками. По большинству государственных контрактов пре-

параты уже были поставлены субъекты РФ в конце 2015 года.

2014 год должен был быть последним годом, когда препараты по программе ВЗН покупались централизованно. Согласно Федеральному закону от 25 ноября 2013 г. № 317-ФЗ были внесены поправки, предусматривающие с 1 января 2015 года передачу органам государственной власти субъектов РФ полномочий по организации обеспечения лиц лекарственными препаратами по программе «7 нозологий». Но президент РФ подписал закон об отсрочке передачи ответственности по обеспечению пациентов препаратами в рамках программы «Семь высокозатратных нозологий» до 1 января 2018 года. В объяснительной записке к закону указывается, что «децентрализация закупок ЛС в определенные ранее сроки, негативно отразилась бы на обязательствах РФ по обеспечению пациентов препаратами и привела бы к неэффективному использованию бюджетных средств: для закупки ЛС каждым регионом в отдельности необходимо было бы увеличить количество торгов минимум в 83 раза, что неизбежно привело бы к усложнению процедуры покупки ЛС и их удорожанию».

Примерно с 2013 года широко обсуждается возможность расширения програм-

мы «7 нозологий, в которую могут быть включены ещё 27 редких заболеваний, которыми в настоящее время страдают в России около 13 тыс. человек. Однако на данный момент информации о расширении программы нет.

Одной из инноваций, которая активно обсуждается, является ведение электронной маркировки лекарственных упаковок. Каждая партия лекарства получит чип, в котором в электронном виде будут указываться все основные параметры произведённого препарата, благодаря чему каждую упаковку можно будет точно идентифицировать. Это делается для предотвращения появления в аптеках и больницах фальсифицированных и некачественных лекарств. Начать программу планируется как раз с препаратов, относящихся к программе «7 нозологий».

На программу ОНЛС в 2015 году было потрачено 50 млрд руб., что на 23% больше, чем в 2014 году. При этом доля подпрограммы ОНЛС в общем объёме льготного лекарственного обеспечения сохраняет тенденцию к увеличению, которая началась впервые за несколько лет в 2014 году: с 48% в 2014 году до 50% в 2015 году (рис. 16).

Однако в натуральном выражении сохраняется тенденция к снижению объёмов

закупки: было реализовано около 62,9 млн упаковок, что на 4% ниже, чем в 2014 году. Таким образом, средневзвешенная стоимость одного рецепта выросла на 22% и составила 810 руб.

На 2016 год перечень лекарств для обеспечения отдельных категорий граждан (ОНЛС) дополнен 15 препаратами, из них шесть имеют российских производителей. Число международных непатентованных наименований лекарственных препаратов этого перечня увеличено с 320 до 335 наименований.

В 2016 году правительство не планирует сокращать бюджет на финансирование льготных категорий граждан. Так, норматив на одного льготника составит 758 рублей, что на 7% выше, чем в 2015 году. Таким образом, на программу ОНЛС будет потрачено около 33,7 млрд. руб. Объём финансирования подпрограммы «7 нозологий» планируется в размере 43,6 млрд. руб. При этом в связи в тяжелой финансово-экономической ситуацией разработан антикризисный план, который предусматривает дополнительный объём денежных средств на поддержание программ по лекарственному обеспечению:

- на лекарственное обеспечение граждан, имеющих право на получение

государственной социальной помощи в виде набора социальных услуг, а также на компенсацию расходов, связанных с изменением валютного курса при приобретении импортных лекарственных препаратов, планируется направить 16 млрд рублей.

- на лекарственное обеспечение лиц, страдающих заболеваниями из списка семи нозологий: гемофилией, муковисцидозом, гипофизарным нанизмом, болезнью Гоше, злокачественными новообразованиями лимфоидной, кроветворной и родственных им тканей, рассеянным склерозом, а также после трансплантации органов и тканей - выделяется 8,5 млрд рублей.

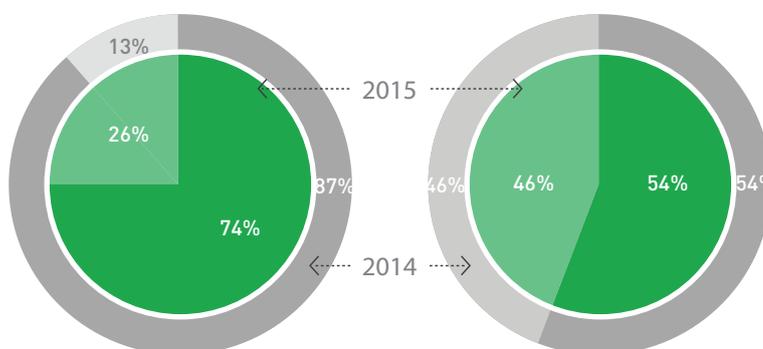
В результате объем сегмента льготного лекарственного обеспечения в 2016 году может составить порядка 102 млрд. руб, что сопоставимо с цифрой 2015 года.

### 1. Соотношение импортных и отечественных ЛП в ЛЛО

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

Стоимостный объем

Натуральный объем



● ● Импортные  
● ● Отечественные

Рисунок 17

Соотношение продаж импортных и отечественных ЛП

ке, и в частности, в программе льготного обеспечения лекарствами, наметилась тенденция к появлению всё большего числа отечественных препаратов, которые способны заменить импортные аналоги.

По итогам 2015 года доля отечественных препаратов в стоимостном выражении увеличилась в 2 раза (рис. 17).

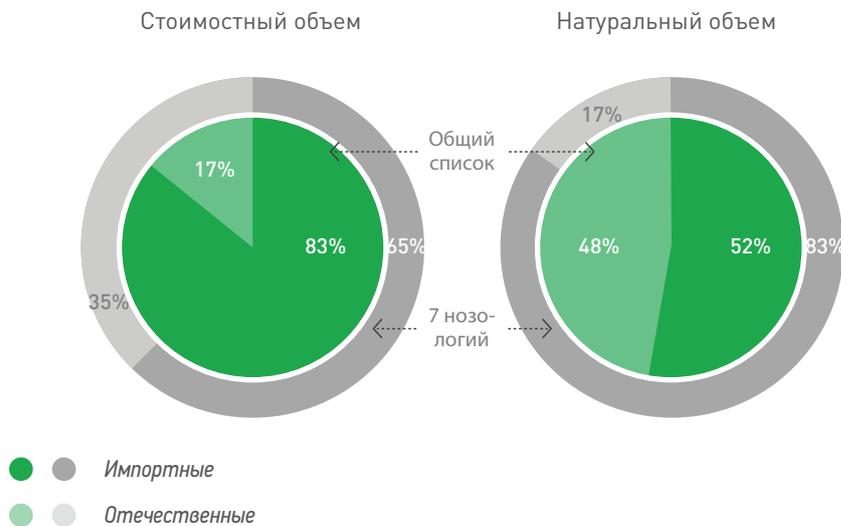
Прирост затрат в деньгах на закупку отечественных лекарств увеличился на 138%, тогда как объём потребления импортных препаратов увеличился всего на 2%.

Основной вклад в увеличение объёмов продаж отечественных препаратов

внесли противоопухолевые препараты «Ацеллбия» (МНН Ритуксимаб) компании ЗАО «Биокад», продажи которого начались в 2014 году, а также «новичка» 2015 года – бренд «Борамилан ФС» (МНН Бортезомиб) компании ЗАО «Ф-Синтез».

Таким образом, несмотря на сохранение соотношения отечественных и импортных препаратов в пользу импортных препаратов, впервые доля отечественных препаратов значительно увеличилась.

В 2015 году 74% стоимостного объёма приходится на препараты импортного происхождения, 26% - на отечественные лекарственные средства.



**Рисунок 18**

*Соотношение продаж импортных и отечественных ЛП по программам «7 нозологий» и ОНЛС*

В натуральном выражении доля отечественных препаратов осталась на уровне 2014 года. При этом сохраняется тенденция к снижению объемов продаж в упаковках как отечественных, так и импортных препаратов: в 2015 году объемы реализации отечественных препаратов сократились на 3%, импортных – на 4%.

Соотношение продаж импортных и отечественных ЛП по программе «7 нозологий» и ОНЛС представлено на рисунке 18.

В части ЛЛО, соответствующей 7 высокотратным нозологиям, произошли существенные изменения: в 2015 году доля отечественных производителей составила 35% против 10% 2014 года, в натуральном выражении – 17% (больше на 6%, чем в 2014 году).

По программе ОНЛС соотношение долей российских и иностранных препаратов остались практически без изменений: порядка 17% в деньгах и около 48% в упаковках.

## 2. Соотношение ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска в ЛЛО

По программе ЛЛО значительный перевес, как по стоимостному, так и по натуральному объему приходится в пользу

препаратов рецептурного отпуска – ведь все эти препараты выписываются врачом строго в соответствии с показаниями к применению.

В России в 2015 г. доля препаратов рецептурного отпуска по программе ЛЛО практически не изменилась: в стоимостном объеме составила 99%, натуральном составила 88%.

## 3. Структура продаж ЛП по АТС-группам в ЛЛО

Соотношение закупок ЛП по программе ЛЛО по АТС-группам I-уровня в России в 2015 году представлено в таблице 7.

Рейтинг АТС по объемам реализации в соответствии с программой ЛЛО довольно стабильно.

Препараты группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» по-прежнему остаются самой расходной статьей программы ЛЛО – в 2015 году на их закупку было потрачено около 48% всех выделенных государством денежных средств. Затраты на их закупку в сравнении с 2014 годом увеличились как в рублях, так и в упаковках: на 24% и на 15% соответственно. Противоопухолевые препараты ([L01] и [L02]) последних поколений обладают доказанной

АТС-группы I-го уровня	Стоимостный объем, млн. руб.	Доля группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн. уп.	Доля группы в натуральном объеме, %
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	50 786,4	50,3%	3,6	5,5%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	15 276,5	15,1%	5,2	7,9%
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	14 331,9	14,2%	17,7	26,6%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	5 521,1	5,5%	4,9	7,3%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	3 754,6	3,7%	10,1	15,3%
J: Противомикробные препараты для системного использования	3 261,9	3,2%	0,8	1,2%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	2 436,5	2,4%	0,8	1,1%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	2 214,4	2,2%	18,9	28,4%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	1 432,4	1,4%	1,9	2,9%
V: Прочие препараты	1 179,8	1,2%	0,4	0,5%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	470,2	0,5%	1,0	1,6%
[~] ЛП, не имеющие АТС-группы	205,0	0,2%	0,0	0,1%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	154,4	0,2%	1,0	1,5%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	20,4	0,0%	0,1	0,2%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	2,9	0,0%	0,0	0,0%

Таблица 7

Структура продаж ЛП по АТС-группам на рынке ЛЛО

Объемы продаж в таблице и далее в разделе приведены в конечных ценах с НДС.

эффективностью в лечении больных онкозаболеваниями, повышают качество и продолжительность жизни. Впервые за время существования программы лидерами данной группы стали отечественные препараты: ранее упомянутые бренды «Ацеллбия» (МНН Ритуксимаб) компании ЗАО «Биокад» и «Борамилан ФС» (МНН Бортезомиб) компании ЗАО «Ф-Синтез». Тройку лидеров по-прежнему замыкает бренд «Копаксон-Тева». Все три препарата занимают примерно по 10% от стоимостных объемов реализации группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы».

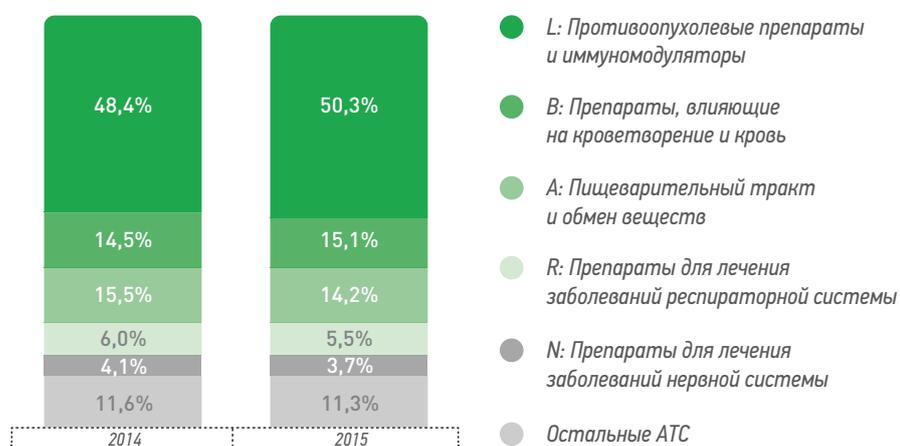
На втором месте в рейтинге находятся [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (15,1%). В 2015 году данная группа увеличила объемы продаж, что

позволило ей обогнать группу препаратов [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ». Объемы реализации лекарственных средств «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» увеличились на 25% в рублях и на 3% в упаковках.

Уступая менее одного процента второму месту, замыкает тройку лидеров группа [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ». В сравнении с 2014 годом было продано препаратов группы больше на 10% в рублях, продажи в упаковках практически не изменились. Наиболее ёмкая в данной АТС подгруппа [B02] «Гемостатики» составляет 80% оборота. Порядка 76% всех продаж этой группы приходится на препараты для лечения сахарного диабета ([A10]). Лидерами данной группы по стоимостным объемам продаж, как и в предыдущие годы, остаются

**Рисунок 19**

Соотношение продаж АТС-групп в программе ЛЛО



препараты импортного производства «Лантус», «Церезим» и «Хумулин».

Структура ЛЛО пятерки лидеров по АТС-группам в 2015 году не изменилась по сравнению с предыдущим годом: доля в стоимостных объёмах составила порядка 88%. Изменения в рейтинге минимальные: поменялись местами группы [А] и [В] (рис. 19).

Группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» по-прежнему занимает 2/5 от объёма продаж ЛЛО. Это самая дорогостоящая группа препаратов в ЛЛО – средневзвешенная цена за упаковку около 13 900 руб. (в 2014 году около 13 300 руб.). По итогам 2015 года во всех лидирующих АТС-группах отмечается повышение объёма продаж в

Заболевания	Объём, млн руб.	Доля
Онкологические заболевания	30 163,5	29,9%
Заболевания иммунной системы	20 623,0	20,4%
Заболевания крови и органов кроветворения	15 273,3	15,1%
Сахарный диабет	11 135,4	11,0%
Заболевания органов дыхания	5 497,4	5,4%
Заболевания нервной системы	3 746,4	3,7%
Заболевания, вызванные различными инфекционными агентами	3 286,7	3,3%
Заболевания пищеварительной системы	3 238,1	3,2%
Заболевания, связанные с гормональными нарушениями	2 435,1	2,4%
Заболевания сердечно-сосудистой системы	1 987,6	2,0%
Прочее	1 951,1	1,9%
Заболевания костно-мышечной системы	1 432,4	1,4%
Заболевания органов зрения	155,0	0,2%
Заболевания репродуктивной системы мужчин и женщин	92,4	0,1%
Заболевания кожи	31,2	0,0%

Таблица 8

Рейтинг затрат в ЛЛО по заболеваниям, 2015 г.

” Первую строчку рейтинга ЛЛО занимают препараты для лечения онкологических заболеваний, на долю которых приходится 30% от стоимостного объёма всего сегмента ЛЛО (около 30 млрд. руб). Согласно данным Минздравсоцразвития России, онкология остается второй причиной смертности в России после сердечно-сосудистых заболеваний и составляет около 15% от общего числа умерших.

рублях. В упаковках отрицательный прирост среди ТОП-5 АТС отмечен в группах [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы» (-1%) и [N] «Препараты для лечения заболеваний нервной системы» (-3%).

Интересно посмотреть, сколько тратится по программе ЛЛО на лечение основных групп заболеваний. С этой целью мы соотнесли препараты с соответствующими показаниями к назначению. В результате получился следующий рейтинг затрат в ЛЛО по заболеваниям (табл. 8).

Первую строчку рейтинга занимают препараты для лечения онкологических заболеваний, на долю которых приходится 30% от стоимостного объёма всего сегмента ЛЛО (около 30 млрд. руб). Наибольший объём закупок приходится на препараты МНН Ритуксимаб и МНН Бортезомиб, включенных в программу «7 высокозатратных нозологий» как средства для лечения больных злокачественными новообразованиями лимфоидной, кроветворной и родственных им тканей. Согласно данным Минздравсоцразвития России, онкология остается второй причиной смертности



в России после сердечно-сосудистых заболеваний и составляет около 15% от общего числа умерших. В 2009 году стартовала Национальная онкологическая программа, в результате работы которой увеличилось число больных с раннедиагностированными опухолевыми заболеваниями и впервые за несколько десятилетий в России стала снижаться смертность от данной патологии. Однако по данным Госкомстата в период с января по ноябрь 2014 года от онкологии скончались 267,6 тысяч человек, а за такой же период 2015 года – 271,7 тысячи человек.

По итогам 2015 года препараты для лечения заболеваний иммунной системы остаются на втором месте, обогнав в рейтинге продаж препараты для лечения заболеваний крови. Наибольший прирост затрат в данной группе отмечается для препаратов, оказывающих иммуномодулирующее и иммунодепрессивное действия. В тройке лидеров прошлых периодов произошло одно изменение: вторую строчку занял бренд «Ревлимид», заменив бренд «Ремикейд». На первой и третьей строчке по-прежнему находятся бренды «Копаксон-Тева» и «Генфаксон».

Среди средств для лечения заболеваний крови и органов кроветворения наибольший объем продаж по-прежнему приходится на МНН Фактор свертывания крови VIII (36%), МНН Эптаког Альфа [активированный] (18%) и МНН Октоког Альфа (12%). Все три МНН включены в программу «7 нозологий» и по итогам 2015 года увеличили стоимостные объемы реализации: МНН Фактор свертывания крови VIII – на 14%, МНН Эптаког Альфа [активированный] – 25%, МНН Октоког Альфа – 24%.

Таким образом, лидирующие позиции в рейтинге ЛЛО по-прежнему занимают заболевания, которые можно отнести преимущественно к высокочувствительным нозологиям. Суммарная доля расходов на закупку препаратов для этих групп заболеваний составляет около 50% от всего сегмента ЛЛО или порядка 50 млрд руб.

#### 4. Производители в сегменте ЛЛО

В таблице 9 приведены ТОП-20 фирм-производителей, лидирующих по объему потребления в программе ЛЛО в 2015 году. В 2015 году порядка 390

производителей учувствовали в программе дополнительного лекарственного обеспечения.

В рейтинге произошли существенные изменения. За исключением лидера про-

шлых периодов компании F.Hoffmann-La Roche, которая несмотря на существенное сокращение стоимостных объёмов реализации, сохранила лидирующую позицию. В 2015 году общий объём государственных денежных средств, по-

**Таблица 9**

ТОП-20 фирм-производителей ЛП по потреблению ЛЛО в 2015 г.

Рейтинг 2015 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн. руб. 2015 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	F.Hoffmann-La Roche	10 156	-31,5%	10,1%
2	13	Ф-Синтез	8 521	+537,5%	8,4%
3	17	Биокад	6 252	+670,7%	6,2%
4	-1	Teva	5 916	-2,2%	5,9%
5	-1	Sanofi	5 747	+5,6%	5,7%
6	-1	Baxter	5 106	+25,3%	5,1%
7	-5	Johnson & Johnson	4 762	-42,6%	4,7%
8	-2	Merck & Co. Inc	3 794	-1,5%	3,8%
9	1	Генериум	3 720	+36,8%	3,7%
10	-3	Novo Nordisk	3 598	+12,2%	3,6%
11	-3	Astrazeneca	3 516	+20,3%	3,5%
12	25	Celgene	3 412	+2568,7%	3,4%
13	-4	Novartis	3 396	+22,6%	3,4%
14	-3	Laboratory Tuteur	3 071	+14,5%	3,0%
15	-3	Octapharma	2 238	+17,0%	2,2%
16	-3	Eli Lilly	1 757	+0,8%	1,7%
17	-3	Boehringer Ingelheim	1 613	+5,2%	1,6%
18	-1	Фармстандарт	1 247	+21,6%	1,2%
19	-3	Glaxosmithkline	1 137	-5,7%	1,1%
20	5	CSL Behring GMBH	1 108	+70,6%	1,1%

траченных на покупку препаратов этой компании, составил около 10 млрд руб., это меньше на 32%, чем в 2014 году. Самым затратным, как и в прошлом году, остался препарат на основе моноклональных антител «Мабтера» (около 28%

всех продаж компании в стоимостном выражении против 56% в 2014 году), закупки которого сократились на 66%.

На вторую и третью строчку рейтинга поднялись, благодаря продажам проти-

7 нозологий			ОНЛС	
Рейтинг 2015 г.	Фирма-производитель	Объем продаж, руб.	Фирма-производитель	Объем продаж, руб.
1	Ф-Синтез	7 533,7	F.Hoffmann-La Roche	5 956,6
2	Биокад	5 944,6	Sanofi	4 584,2
3	Teva	5 321,0	Astrazeneca	3 516,5
4	Baxter	5 049,4	Novo Nordisk	3 485,0
5	F.Hoffmann-La Roche	4 199,7	Merck & Co	2 894,8
6	Генериум	3 720,2	Johnson & Johnson	2 385,5
7	Celgene	3 412,3	Eli Lilly	1 757,5
8	Laboratory Tuteur	2 692,1	Novartis	1 753,4
9	Johnson & Johnson	2 376,3	Boehringer Ingelheim	1 612,6
10	Octapharma	2 070,4	Glaxosmithkline	1 136,9
11	Novartis	1 642,7	Фармстандарт	1 036,2
12	Sanofi	1 163,2	Fresenius	1 017,4
13	CSL Behring	1 044,2	Ф-Синтез	987,7
14	Merck & Co.	899,3	Сотекс	939,6
15	Синнаген	752,3	Фарм-Синтез (Москва)	916,0
16	Astellas Pharma	410,9	Servier	911,5
17	Biotest Pharma	303,9	Beaufour Ipsen	729,5
18	Instituto Grifols	247,7	KRKA	729,3
19	Фармстандарт	210,7	Vetter Pharma-Fertigung	702,8
20	Talecris Biotherapeutics	206,0	Abbott	642,7
Итого:		98,4%		73,9%

Таблица 10

ТОП-20 фирм-производителей ЛП по потреблению ЛЛО в 2015 г.

воопухолевых препаратов «Борамилан ФС» и «Ацеллбия», два отечественных производителя ЗАО «Ф-Синтез» и ЗАО «Биокад», сместив компании Johnson & Johnson и Teva.

Таким образом, по итогам 2015 года уже четыре российских производителя вошли в ТОП-20 по стоимостным объемам продаж (в 2014 году – два).

В таблице 10 приведен рейтинг производителей, участвующих в программе «7 нозологий» и ОНЛС.

Лидером по программе «7 нозологий» впервые стала российская компания «Ф-Синтез», а лидер прошлых периодов F.Hoffmann-La Roche опустилась на пятую строчку.

## 5. Препараты сегмента ЛЛО

В таблице 11 приведен ТОП-20 брендов, лидирующих по объему продаж по программе ЛЛО в 2015 году.

Объем продаж для ТОП-20 брендов в 2015 году составил 51% стоимостного объема, что меньше, чем в 2014 году всего на 2%.

Как уже отмечалось не раз, впервые первые две строчки рейтинга стоимостных объемов продаж заняли два отечественных бренда: «Борамилан ФС» и «Ацеллбия». Третью строчку по-прежнему занимает бренд «Копаксон-Тева», увеличив объемы реализации на 5%.

Из новичков рейтинга также можно отметить иммуномодулирующее средство «Ревлимид» компании Celgene (+61 позиций в рейтинге), противоопухолевый препарат «Филахромин ФС» компании ЗАО «Ф-Синтез» (+19 позиций в рейтинге), коагулянт «Иммунат» производителя Baxter Healthcare (+7 позиций в рейтинге), препарат «Интерферона бета-1b Инфибета» компании ЗАО «Генериум» (+4 позиции в рейтинге).

Средневзвешенная цена для брендов ТОП-20 очень высока – около 52 000 руб. за упаковку. В 2015 году самым дорогим препаратом в ТОП-20 стал препарат для лечения множественной миеломы «Ревлимид», средневзвешенная стоимость которого приближается к 500 тыс. рублям, ингаляционный препарат для лечения обструктивных заболеваний дыхательных путей

Рейтинг 2015 г.	Изменение	Бренд	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн. руб. 2015 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1		Борамилан Фс	Ф-Синтез	5 562,8		5,5%
2	68	Ацеллбия	Биокад	5 527,6		5,5%
3	0	Копаксон-Тева	Teva	5 248,2	4,7%	5,2%
4	61	Ревлимид	Celgene	3 412,3	2568,7%	3,4%
5	-1	Лантус	Sanofi	3 074,1	11,0%	3,0%
6	-5	Мабтера	F.Hoffmann-La Roche	2 829,3	-66,1%	2,8%
7	-2	Герцептин	F.Hoffmann-La Roche	2 611,0	21,6%	2,6%
8	-2	Коагил	Генериум	2 587,7	24,2%	2,6%
9	-1	Генфаксон	Laboratory Tuteur	2 494,8	52,1%	2,5%
10	-8	Велкейд	Johnson & Johnson	2 376,3	-65,0%	2,4%
11	-4	Ремикейд	Schering-Plough	2 330,2	19,7%	2,3%
12	19	Филахромин ФС	Ф-Синтез	1 970,9	246,1%	2,0%
13	0	Октанат	Octapharma	1 654,5	31,8%	1,6%
14	-4	Рекомбинат	Baxter	1 627,3	17,6%	1,6%
15	-4	Авастин	F.Hoffmann-La Roche	1 481,5	11,9%	1,5%
16	7	Иммунат	Baxter Healthcare	1 388,4	106,6%	1,4%
17	-2	Пульмозим	F.Hoffmann-La Roche	1 360,6	15,8%	1,3%
18	-2	Симбикорт	Astrazeneca	1 247,0	16,1%	1,2%
19	-5	Церезим	Genzyme Corporation	1 163,2	-2,6%	1,2%
20	4	Инфибета	Генериум	1 102,8	73,4%	1,1%

Таблица 11

ТОП-20 брендов по стоимостному объёму продаж в ЛЛО в 2015 г.

«Симбикорт» - самым «дешёвым» (около 2 000 руб.).

Большинство препаратов ТОП-20 и четвёрка лидеров, в частности, относятся к группе [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (8 брендов). Второе место по этому показателю у АТС группы «[B] «Заболевания крови и органов кроветворения» - 4 бренда.

Большинство препаратов рейтинга – это лекарства, отпускаемые по программе «7 нозологий» (15 брендов).

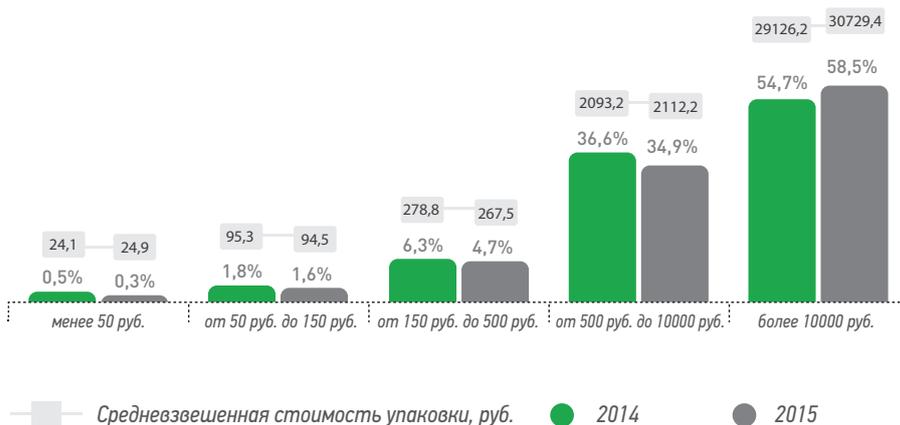
## 6. Ценовая сегментация в ЛЛО

В 2015 году средняя стоимость упаковки по программе ЛЛО увеличилась на 35% и составила около 1 519 рублей.

С момента введения программы ЛЛО, ценовая структура в данном сегменте рынка постоянно трансформировалась в сторону увеличения доли дорогостоящих препаратов. По итогам 2015 года сегмент дорогих лекарственных средств с ценой от 500 руб. и выше занял 93% стоимостного объёма, а в прошлом году - 91%.

Рисунок 20

Структура реализации по программе ЛЛО по ценовым сегментам



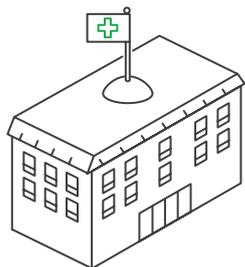
Структура потребления лекарственных средств по программе ЛЛО представлена на рисунке 20.

Изменения в стоимости упаковки препаратов, закупаемых по программе ЛЛО, коснулись наиболее «дорогих» и «дешевых» препаратов. Из рисунка видно, что средняя стоимость упаковки в сегментах «от 50 до 150 руб.» и «от 150 до 500 руб.» уменьшилась, а в сегменте «менее 50 руб.» и «более 10 000 руб.» напротив увеличилась. При этом наибольший рост стоимости мы наблюдаем в самом дорогом сегменте «более 10 000 руб.» - на 6% увеличилась средняя цена упаковки в данном сегменте.

В 2015 году препараты, входящие в ВЗН, представлены только в сегментах от 500 руб. за упаковку. Причем, как и в прошлые периоды, большая часть стоимостных объемов закупки (79%) приходится на препараты с ценой свыше 10 000 рублей.

Препараты подпрограммы ОНЛС в большей мере сосредоточены в сегменте с ценой от 500 руб. до 10 000 руб. – порядка 48%. На сегмент свыше 10 000 рублей также приходится большой стоимостной

объем - 39%. В сегменте «от 500 руб. до 10 000 руб.» лидером по объему продаж является гипогликемическое средство «Лантус» со средневзвешенной стоимостью упаковки свыше 3 200 рублей. Тогда как в самом дорогостоящем сегменте лидер продаж противоопухолевый препарат «Герцептин» имеет стоимость более 48 000 руб. за упаковку.



## 4. Объём закупок лекарств ЛПУ

В 2014 году в государственной и муниципальной системе здравоохранения функционировали 7 003 медицинских организаций, в том числе: 4 231 (60,4%) больничная организация, 739 (10,6%) диспансеров, 1 336 (19,1%) самостоятельных амбулаторно-поликлинических организаций и 697 (9,9%) стоматологических поликлиник. В 2014 году в мероприятиях по оптимизации участвовало 359 медицинских организаций, из них было ликвидировано 26, а 330 потеряли свою самостоятельность. До конца 2018 года планируется закрыть еще 15 учреждений и реорганизовать 581. В основном это больницы и поликлиники. В результате к концу 2018 года по сравнению с 1 января 2014 года численность больниц сократится на 11,2%, поликлиник – на 7,2%.

Такая динамика не способствует выполнению одной из основных задач реформы здравоохранения – увеличению продолжительности и качества жизни, доступности медицинской помощи. В связи с этим и предлагается внести поправки в закон «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» и установить условия по принятию решений о реорганизации и ликвидации медицинских организаций – запретить закрывать единственное медучреждение в сельской местности без согласия местных жителей.

Лекарственное обеспечение ЛПУ является одной из важных составляющих работы. В последнее время нормативная база, регламентирующая закупки лекарств ЛПУ, постоянно обновляется и пополняется.

Для ЛПУ с 1 января 2014 года изменился закон, который регламентирует порядок закупки лекарственных препаратов: вступил в действие №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Одной из идей данного закона было создать предпосылки для централизованного закупа. По итогам 2015 года только 9 субъектов Российской Федерации не перешли на централизованные закупки. То есть это те совместные торги, которые проводит региональный центр с конкретными медицинскими организациями. Такая централизация позволяет за счёт объёмов существенно сэкономить в цене — до 30% стоимости. В дальнейшем для предотвращения роста цен планируется внедрение механизма формирования долгосрочных контрактов – на 3, на 7 лет — с фиксированной ценой на сегодняшний день. В условиях нестабильности финансово-экономического положения России для государства эта мера позволит удержать цены и не допустить высокой инфляции в госзакупках.

Одним из главных событий 2015 года стало подписание 30 ноября Правитель-

ством РФ Постановления №1289 «Об ограничениях и условиях допуска происходящих из иностранных государств лекарственных препаратов, включённых в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов, для целей осуществления закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Новые правила распространяются на список жизненно важных препаратов, утверждаемый правительством. Заказчик должен отклонять все заявки, содержащие предложения о поставке лекарственных препаратов, происходящих из иностранных государств (за исключением государств - членов Евразийского экономического союза ЕАЭС), при условии, что на участие в определении поставщика подано не менее двух заявок, которые удовлетворяют требованиям документации о закупке и содержат предложения о поставке лекарственных препаратов, страной происхождения которых является страна-участник ЕАЭС. Подтверждением страны происхождения лекарственного препарата является сертификат о происхождении товара, выдаваемый уполномоченным органом. При этом до 31 декабря 2016 года включительно данное Постановление не распространяется на иностранные лекарственные препараты, которые частично локализованы на территории РФ (первичная упаковка и вторичная (потребительская) упаковка).

Отношение к данному Постановлению у экспертов и участников рынка неоднозначно. Высказываются мнения и о снижении конкуренции между производителями, и о росте цен, и о качестве генериковых препаратов и т.п.

В последние несколько лет значительно увеличивались бюджеты на ряд мероприятия в рамках реформирования системы здравоохранения. Однако в 2016 году объёмы бюджетов по этим направлениям увеличились незначительно:

1. общий объём доходов бюджета Фонда обязательного медицинского страхования (ОМС) на 2016 год составит 1,7 трлн рублей, - это на 6% больше, чем в 2015 году.
2. субвенции планируются быть на уровне 1,5 трлн рублей, что на 3 % больше, чем в 2015 году.
3. подушевой норматив финансирования базовой программы ОМС составит 8 438,9 рублей, что на 2% выше показателя предыдущего года.
4. норматив для оказания скорой помощи: стоимость одного вызова теперь составляет 1747,7 рублей, что на 37,6 рублей больше (+2%), чем в 2015 году. Тогда как в 2015 году увеличение стоимости вызова в сравнении с прошлым годом было значительнее: на 202,7 рубля или +14%.
5. дополнительных средств (к средствам ОМС) для оказания высокотехнологич-

ной медицинской помощи (ВМП) планируется выделить 90 млрд. для федеральных государственных учреждений и 6 млрд для софинансирования субъектов, что составит рост 18% к 2014 году.

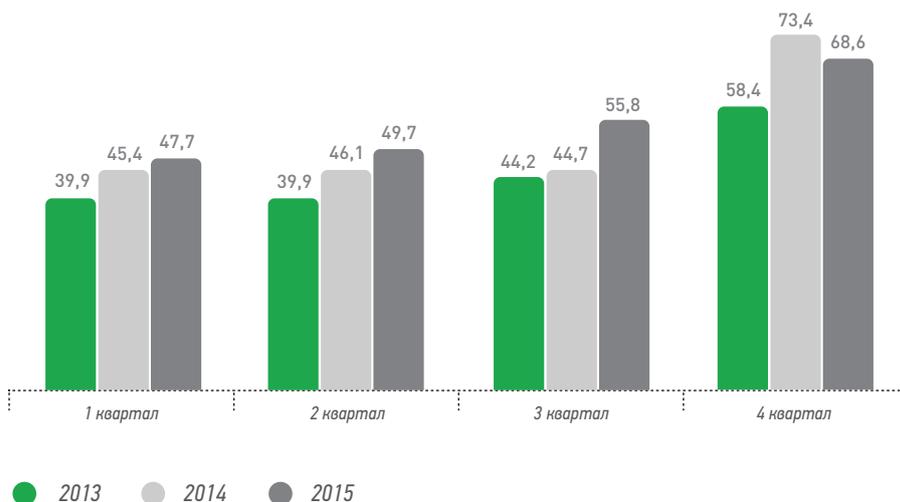
6. в бюджете Фонда на 2016 год предусмотрены 3,2 млрд. рублей на продолжение программы развития сельского здравоохранения: единовременные компенсационные выплаты медработникам в возрасте до 50 лет, которые переедут на работу в сельский населенный пункт, рабочий поселок или поселок городского типа.

По итогам 2015 года объём госпитальных закупок вырос на 6% в рублях (по сравнению с 2014 годом) и составил 221,9 млрд. руб. (рис. 21). В натуральном выражении объём закупленных препаратов составил в 2015 году 1019,6 млн упаковок, что на 2% выше, чем в 2014 году. Заметим, что сегмент госпитальных закупок - единственный сегмент на фармрынке, который показывает положительную динамику в натуральном выражении.

Последние несколько лет рост сегмента приходится на последний квартал года

**Рисунок 21**

*Динамика госпитальных закупок по кварталам, млрд. руб.*



– больницы делают запас лекарственных препаратов на 1 квартал следующего года. Однако в 2015 году в сравнении с 2014 годом увеличение объемов закупки произошло уже в третьем квартале.

Рассмотрим основные фармакоэкономические показатели сегмента госпитальных закупок.

Стоимость одной упаковки ЛП, закупленной ЛПУ, составила в среднем 217 руб. Прирост стоимости упаковки по сегменту ЛПУ по сравнению с 2014 годом оказался

равен 3%, тогда так рост в 2014 году в сравнении с 2013 годом был на уровне 10%.

Как и в предыдущем году, в сегменте ЛПУ в стоимостном объеме наибольшая доля приходится на импортную продукцию, в то время как по объёму в упаковках лидируют отечественные препараты. Таким образом, в натуральном выражении отечественных препаратов, как более дешевых, закупается в 3 раза больше, чем импортных. Препараты отечественного производства занимают порядка 30% от объёма в деньгах и 75%

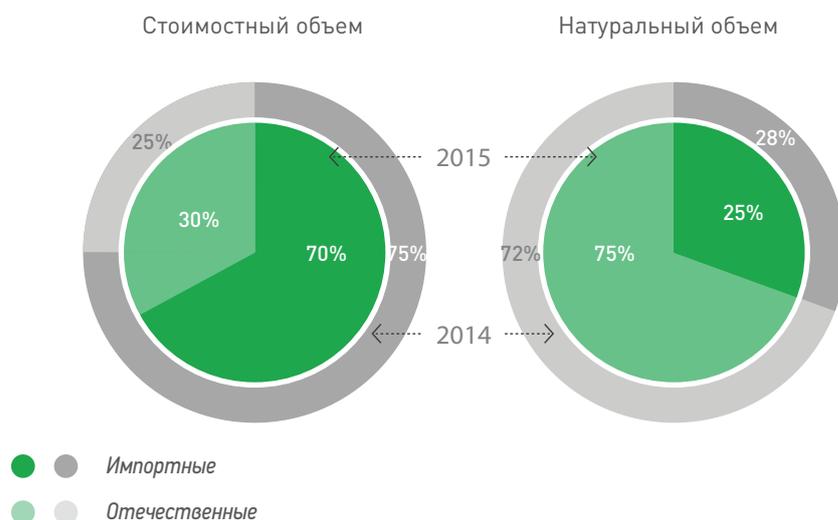


Рисунок 22

Соотношение продаж импортных и отечественных ЛП

в натуральном выражении. В 2015 году продолжился рост доли отечественных препаратов, как в денежном, так и в натуральном выражении (рис. 22).

Объём закупок импортных лекарств в 2015 году уменьшился как в рублях, так и в упаковках: -2% и -9% соответственно. Тогда как объёмы закупок отечественных препаратов продолжают увеличиваться: рост в рублях на 28% в сравнении с 2014 годом и 7% в упаковках.

Стоимость одной упаковки импортного лекарственного препарата почти в 7 раз выше, чем стоимость одной закупленной ЛПУ упаковки отечественных препаратов, однако разрыв в средневзвешенной стоимости упаковки продолжает сокра-

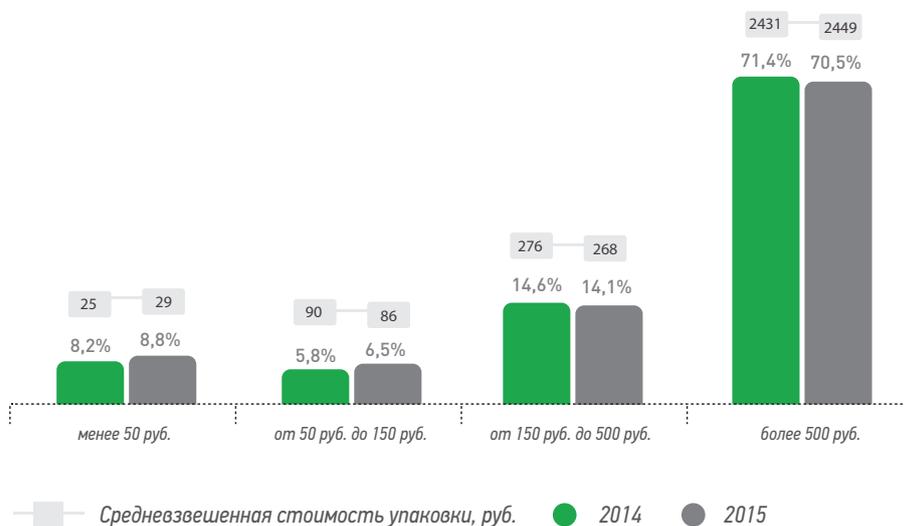
щаться, в основном за счёт увеличение закупок отечественных препаратов более дорого сегмента. В 2015 году одна импортная упаковка ЛП в среднем обошлась в 620 руб., отечественная – в 87 руб. По сравнению с 2014 годом стоимость одной закупленной импортной упаковки препарата выросла на 8%, а одна отечественная упаковка в 2015 году обошлась больницам на 20% дороже.

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям представлена на рисунке 23.

В 2015 году продолжились изменения 2014 года: в сегментах дороже 150 руб. наблюдаются наименьшие приросты и сокращение доли в структуре закупок по ценовым сегментам. В сегментах «дешё-

**Рисунок 23**

Структура закупок ЛПУ по ценовым сегментам в 2014 и 2015 гг.



вых» препаратов напротив наблюдаются максимальные приросты и увеличение долей. Так в сегменте «от 150 руб. до 500 руб.» прирост составил всего 2% в рублях, тогда как в сегменте «от 50 до 150 руб.» в 10 раз больше.

В натуральном объёме самым ёмким остается сегмент препаратов с ценой до 50 руб. – его доля составляет 67%. Однако последние несколько лет данный сегмент сокращает объёмы закупок: в 2015 году на 2% в сравнении с 2014 годом. Такое сокращение происходит за счёт перехода части препаратов в более дорогой сегмент. Как и прежде здесь наиболее покупаемым препаратом остаются «Натрия хлорид» (33% от натуральных объёмов сегмента «менее 50 руб.»).

Как и в прошлые годы, среди импортных препаратов наибольшую долю занимает сегмент препаратов с ценовой категорией свыше 500 руб. (83%) (рисунок 24). Отечественные препараты практически в равных объёмах сосредоточены в ценовых категориях «менее 50 руб.» (25%) и «от 150 до 500 руб.» (19%), 14% приходится на сегмент «от 50 до 150 руб.», а наибольший объём продаж, составивший 42% – на сегмент «более 500 руб.».

Если в сегментах со стоимостью упаковки до 500 руб. разница между средневзвешенной ценой у импортных и отечественных препаратов не столь ощутима, то в самом ёмком сегменте «более 500 руб.» разница между отечественными и импортными лекарствами остается значительной: примерно в 2 раза.

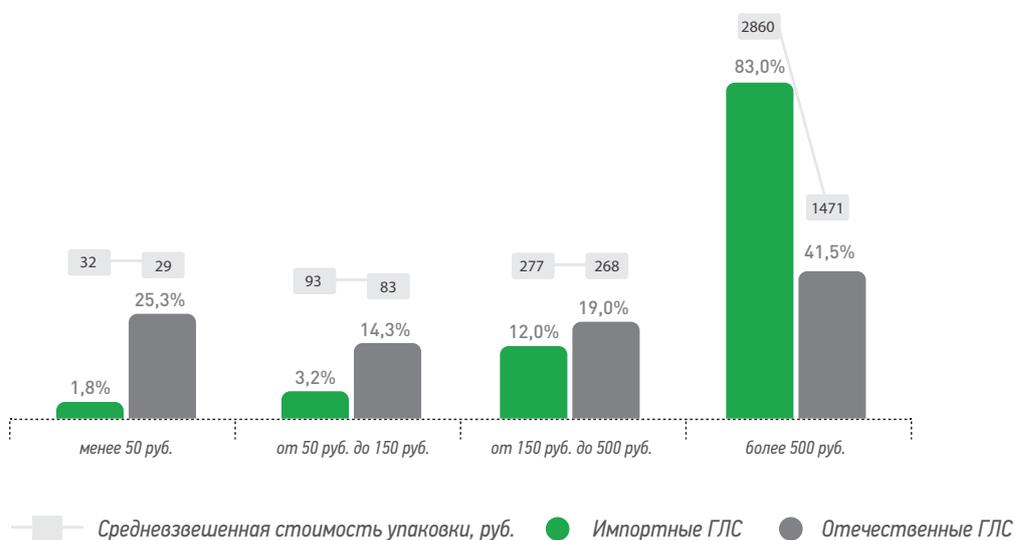


Рисунок 24

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям для препаратов импортного и отечественного производства в 2015 г.

Соотношение больничных закупок ЛП по АТС-группам I-уровня в России по итогам 2015 года представлено в таблице 12.

Рейтинг лекарственных препаратов сегмента ЛПУ по АТС-группам существенно отличается от коммерческого рынка. Рейтинг АТС-групп по сравнению с 2014 г. не изменился. В госпитальных закупках бессменным лидером остается группа [J] «Противомикробные препараты для системного использования». С 2012 года наблюдается положительная динамика в росте этой группы (+6% в рублях в 2015 году).

В отличие от прошлых годов в 2015 году рост группы в рублях происходил в основном за счёт увеличения объёмов продаж вакцин [J07] (+13%). Увеличение закупок в подгруппе [J07] коснулось таких препаратов, как «Полисахаридная менингококковая вакцина А+С», «Клещ-э-Вак» и другие.

Неизменные лидеры группы [J] подгруппы «Противовирусные препараты для системного применения» [J05] и «Антибактериальные препараты для системного использования» [J01], как и в прошлом году, увеличили свои стоимостные объёмы незначительно: +5% и +4% к 2014 году. При этом сохраняется тенденция прошлых периодов: объёмы продаж препаратов группы «Антибактериальные препараты для системного использования» [J01] в упаковках сократились на 6%. А «Противовирусные

препараты для системного применения» [J05] сохранили темпы роста, увеличив объёмы потребления на 12%.

Снижение объёмов продаж подгруппы [J01], произошло за счёт сокращения натуральных объёмов закупок препаратов из десятки лидеров: «Бензилпенициллин» (-41%), «Ампициллин» (-29%), «Цефазолин» (-17%) и Цефограм (-15%). В 2015 году максимальные темпы роста принадлежат препаратам «Цефоперазон» и «Сульбактам» (+87% в рублях) и «Ципрофлоксацин» (+10% в упаковках).

В подгруппе «Противовирусные препараты для системного применения» [J05] среди наиболее ёмких брендов препараты «Калетра» (+19% в рублях), «Реатаз» (+57% в рублях) обеспечили рост группе. Примечательно, что в десятку лидеров по стоимостным объёмам продаж подгруппы вошли два препарата, которые ранее не закупались - средства для лечения ВИЧ-инфекции «Олитид» и «Кемерувир» отечественного производителя «Фармасинтез».

Наименее ёмкие подгруппы АТС-группы [J], в отличие от прошлых периодов, сократили объёмы закупок: «Иммунные сыворотки и иммуноглобулины» [J06] (-1% в рублях) и «Противогрибковые препараты для системного применения» [J02] (-5% в рублях).

В подгруппе «Иммунные сыворотки и иммуноглобулины» [J06] сокращение объёмов продаж произошло за счёт

Таблица 12

Структура больничных закупок ЛП по АТС-группам в 2015 г

АТС-группы I-го уровня	Стоимостный объем, млн. руб.	Доля группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн. уп.	Доля группы в натуральном объеме, %
J: Противомикробные препараты для системного использования	78 035,9	35,2%	294,2	28,9%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	34 748,5	15,7%	340,9	33,4%
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	34 259,8	15,4%	11,5	1,1%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	20 088,0	9,1%	93,0	9,1%
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	15 122,3	6,8%	79,0	7,7%
V: Прочие препараты	9 677,5	4,4%	11,8	1,2%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	7 715,8	3,5%	49,3	4,8%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	5 961,6	2,7%	31,8	3,1%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	4 645,7	2,1%	21,7	2,1%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	3 178,5	1,4%	4,3	0,4%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	2 703,4	1,2%	14,0	1,4%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	2 317,8	1,0%	59,0	5,8%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2 135,5	1,0%	6,6	0,6%
[~] ЛП, не имеющие АТС-группы	1 255,7	0,6%	2,3	0,2%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	47,5	0,0%	0,4	0,0%

уменьшения закупок брендов «Октагам» (-20% в рублях) и «Гамунекс» (-37% в рублях), которые входят в десятку наиболее закупаемых брендов в рублях.

В первой десятке брендов подгруппы «Противогрибковые препараты для системного применения» [J02] «Флуконазол» (-44% в рублях), «Микосист» (-24%) и «Кансидас» (-22%) внесли свой вклад в сокращение объемов продаж всей подгруппы.

Как и в прошлые несколько лет, второе место в рейтинге АТС-групп в госпитальном сегменте по итогам 2015 г. заняла группа [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь». С 2013 года в подгруппе наблюдаются положительные тенденции: количество закупаемых упаковок препаратов этой группы увеличивается - в 2015 году на 4%, тогда как в 2012-2013 годах объёмы в упаковках сокращались. Темпы роста расходов ЛПУ на закупку ЛП группы «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» сократились в сравнении с 2014 годом и составили 1%. Увеличение объёмов продаж группы [B] главным образом произошло за счёт увеличения объёмов закупок в самой ёмкой подгруппе B05 «Плазмозамещающие и перфузионные растворы» (+5% в рублях). Самым «закупаемым» препаратом остается «Натрия хлорид», который увеличил объёмы продаж в сравнении с 2014 годом (+26%) в рублях и (+10%) в упаковках.

Группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» занимает третье место в рейтинге по стоимостным объёмам продаж и 11 по натуральным. По сравнению с предыдущим годом, закупки препаратов данной группы увеличились на 14% в денежном выражении и на 10% в упаковках. Самой ёмкой подгруппой остается [L01] «Противоопухолевые препараты», на долю которых приходится 67% от всех объёмов подгруппы. Если в денежном выражении лидером закупок являются препараты на основе МНН Трастузумаб, то в натуральном выражении в 2015 году, как и по итогам предыдущих лет, первую строчку по группе [L] занимают противоопухолевые препараты МНН Циклофосфамид с долей около 20%.

В таблице 13 представлен рейтинг ТОП-20 производителей в сегменте ЛПУ по итогам 2015 года.

Лидером 2015 года остался иностранный производитель Pfizer. Удержаться на первой строчке рейтинга компании позволило увеличение объёмов продаж лидирующих брендов «Превенар» (+13%) и «Зивокс» (+27%).

На второй строчке находится компания Abbott, которая с 2011 года уверенно наращивая объёмы продаж, ей удалось подняться с 9 места до тройки лидеров. Лидером по госпитальным закупкам в продуктовом портфеле компании остается

Рейтинг 2015 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн. руб. 2015 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	Pfizer	11 449,4	12,4%	5,2%
2	3	Abbott	10 043,5	14,1%	4,5%
3	-1	Sanofi	9 022,0	-5,9%	4,1%
4	0	F.Hoffmann-La Roche	8 674,3	-1,6%	3,9%
5	1	Merck & Co.	8 398,4	-4,1%	3,8%
6	1	Johnson & Johnson	7 423,8	-2,9%	3,3%
7	-4	Glaxosmithkline	5 977,7	-34,6%	2,7%
8	1	Novartis	5 759,1	-7,8%	2,6%
9	-1	Takeda	5 634,3	-10,3%	2,5%
10	2	Valeant	4 870,7	10,8%	2,2%
11	0	Astrazeneca	4 722,7	-0,2%	2,1%
12	-2	Bayer	4 349,5	-11,8%	2,0%
13	0	ПХ "Фарм-Центр"	4 241,8	23,6%	1,9%
14	29	Фармасинтез (Иркутск)	3 726,5	295,7%	1,7%
15	1	Верофарм	3 660,5	34,9%	1,6%
16	1	Микроген НПО	3 523,6	42,0%	1,6%
17	-3	Boehringer Ingelheim	3 288,9	-0,9%	1,5%
18	2	Красфарма	2 777,1	24,6%	1,3%
19	11	Гематек	2 596,8	71,3%	1,2%
20	-5	Baxter Healthcare	2 518,2	-13,2%	1,1%

Таблица 13

Топ-20 производителей в сегменте ЛПУ по итогам 2015 г

ся препарат для лечения ВИЧ-инфекции «Калетра» (доля более 30%), объём закупок, которого по сравнению с предыдущим годом увеличился на 18% в рублях.

Потеряв одну строчку в рейтинге или -6% от стоимостного объёма продаж, компания Sanofi занимает третью позицию. В сокращение объёмов продаж компании внес свой вклад антикоагулянтный препарат «Клексан» (-26%), который по итогам 2015 года был наиболее продаваемым в госпитальном портфеле компании.

Список отечественных производителей, попадающих в ТОП-20, пополнился еще двумя компаниями: «Фармасинтез» и «Гематек». Производитель «Фармасинтез» занял 14 место в рейтинге, поднявшись на 26 пунктов вверх. Такой рост компании обеспечили продажи новых препаратов для лечения ВИЧ-инфекции «Олитид» и «Кемерувир», которые заняли лидирующие позиции в портфеле компании в 2015 году в данном сегменте. Увеличив объёмы продаж на 71%, компания «Гематек» попала в рейтинг лучших компаний, заняв 19 место. Рост компании обеспечил «Натрия хлорид», объёмы реализации которого увеличились на 93% в сравнении с 2014 годом. Максимальное падение объёма закупок по сравнению с 2014 годом отмечено для компании Glaxosmithkline (-35%), которая потеряла четыре строчки в рейтинге, спустившись на 7 место. Среди первых пяти

по объёмам закупки препаратов в госпитальном портфеле компании, только один бренд («Полиорикс») показал существенный рост, остальные сократили объёмы.

В таблице 14 представлен ТОП-20 брендов в сегменте ЛПУ по итогам 2015 г.

В 2015 году тройка лидеров осталась без изменений. Как и в прошлом году, лидер брендов - пневмококковая полисахаридная конъюгированная адсорбированная вакцина «Превенар» - увеличил объёмы продаж (+13%). Бренды «Натрия хлорид» и «Калетра» компании Abbott также увеличили объёмы закупок (25% и 19% в рублях соответственно) и остались на своих местах.

Доля ТОП-20 брендов в госпитальных закупках составляет 25% - больше на 2%, чем в предыдущие года. Причем в рейтинг попадают как дорогие импортные лекарственные средства, так и дешёвые отечественные препараты («Натрия хлорид», «Глюкоза», «Цефтриаксон»).

По сравнению с 2014 годом в рейтинге 2015 г. новых брендов нет. Самый из успешных брендов средство для лечения ВИЧ-инфекции «Олитид» занял 26 место в рейтинге стоимостных объёмов продаж.

Рейтинг 2015 г.	Изменение	Бренд	Стоимостный объем, млн. руб. 2015 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	Превенар	7 709	13,4%	3,5%
2	0	Натрия Хлорид	7 232	25,3%	3,3%
3	0	Калетра	6 144	18,8%	2,8%
4	+3	Герцептин	3 053	33,0%	1,4%
5	+3	Реатаз	2 498	14,4%	1,1%
6	-2	Презиста	2 324	-21,4%	1,0%
7	-2	Вакцина	2 268	-11,3%	1,0%
8	+5	Аллерген	2 224	28,0%	1,0%
9	0	Исентресс	2 179	12,7%	1,0%
10	+4	Цефтриаксон	2 135	26,4%	1,0%
11	+1	Куросульф	1 996	9,3%	0,9%
12	+3	Меропенем	1 971	21,5%	0,9%
13	+3	Авастин	1 841	16,6%	0,8%
14	-4	Ультравист	1 804	-2,2%	0,8%
15	-9	Клексан	1 782	-25,4%	0,8%
16	+1	Глюкоза	1 606	3,0%	0,7%
17	+6	Севоран	1 464	16,9%	0,7%
18	-7	Кивекса	1 448	-21,0%	0,7%
19	+5	Актилизе	1 387	11,7%	0,6%
20	0	Гепарин	1 360	2,3%	0,6%

Таблица 14

Топ-20 брендов  
в сегменте ЛПУ  
по итогам 2015 г



## 5. Биологически активные добавки

Биологически активные добавки (БАД) были в фокусе внимания государственных и регуляторных органов в 2015 году.

С января 2015 года вступил в силу Федеральный закон от 31.12.2014 года N532-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части противодействия обороту фальсифицированных, контрафактных, недоброкачественных и незарегистрированных лекарственных средств, медицинских изделий и фальсифицированных биологически активных добавок». Данный закон ужесточил уголовную и административную ответственность за обращение фальсифицированных БАД.

Одним из гарантов его выполнения выступила саморегулируемая организация (СРО) Некоммерческое партнерство «Объединение производителей БАД к пище», которая была создана в 2014 году. Первой группой БАД, которая была взята на контроль стали БАД для повышения потенции. В апреле 2015 года были сделаны контрольные закупки биологически активных добавок, повышающих потенцию мужчин. Исследование показало, что 80% средств для улучшения мужской потенции, продающихся в аптеках под видом биологически активных добавок, содержат запрещенные вещества. СРО производителей

БАДов вместе с другими некоммерческими организациями фармпроизводителей добилась возбуждения уголовного дела против производителей фальсифицированных биологически активных добавок для улучшения потенции. До сих пор качество продуктов данной группы БАД ставится под сомнение, несмотря на различные исследования, которые предоставляются производителями.

БАД для повышения потенции по итогам 2015 года занимали 2 место в рейтинге БАД по назначению, уступая витаминам. Доля группы «БАД, повышающие либидо у мужчин, устраняющие эректильную дисфункцию» составила около 13,6% в стоимостном объеме. При этом отметим, что в 2014 году данная группа лидировала по обороту. В результате повышенного «внимания» к продуктам данной группы продажи в 2015 году в рублях сократились на 4%, в упаковках упали на 16%. Основное снижение произошло за счёт уменьшения реализации третьего по стоимостному объему препарата «Тонгкат Али Платинум» (компания Polens) на 40% по сравнению с 2014 годом. Роспотребнадзор прекратил государственную регистрацию данной БАД в августе 2015 года, квалифицировав добавки как фальсифицированные и содержащие «не заявленные при государственной регистрации фармацевтические субстанции».

Данный факт стал основной причиной подготовки законопроекта, который передаст полномочия по регулированию рынка БАД из Роспотребнадзора в Росздравнадзор, а проверки продукта будут непосредственно проводиться в лабораториях Росздравнадзора.

В РФ сейчас, действительно, не предусмотрены в отношении БАДов клинические испытания, которые обязательны для лекарств. Предусмотрена лишь обязательная «Декларация соответствия» — подтверждение качества БАДов непосредственно производителем. Такое положение дел дает возможность многим недобросовестным производителям нарушать технологии и рецептуры, выпуская на рынок фактически лекарственные препараты, не прошедшие должных испытаний.

В 2015 году Роспотребнадзор выявил нарушения на 84% объектов, производящих биологически активные добавки к пище. За прошлый год с производства сняли 739 партий этих товаров весом более 36 килограммов.

Среди аптечных продаж доля биологически активных добавок составляет 4,6%, это наиболее ёмкий сегмент нелекарственных средств. В последние годы рынок БАД рос довольно высокими темпами, в среднем на 12-14% в год.

В 2015 году положительная динамика роста сохраняется, но темпы роста снизились, что является следствием кризисных явлений. По данным за 2015 год объём продаж БАД в аптеках вырос на 6%, при этом динамика ниже, чем рос аптечный сегмент лекарств (9%). Основное замедление продаж как в денежном, так и в натуральном выражении пришлось на 4 квартал 2015 года, когда динамика была даже отрицательная к аналогичному периоду 2014 года. Совокупно за 3 последних месяца года продажи БАД упали на 11% в рублях и на 17% в упаковках.

На рынке в настоящее время реализуются порядка 2200 различных брендов БАД, которые производят около 900 производителей.

Через аптеки за 2015 год было реализовано около 273 млн. упаковок БАД на общую сумму порядка 31 млрд. руб. в оптовых ценах и 43 млрд. руб. в розничных ценах. В упаковках рынок БАД второй год демонстрирует отрицательную динамику. Стоимость одной условной упаковки БАД составила в 2015 г. 157 руб. (в розничных ценах) или около 113 руб. (в ценах закупки аптеками у дистрибутора), что выше на 13%, чем в 2014 году.

Динамика цен на БАД была проанализирована с помощью индекса цен Ласпейреса.

Согласно индексу Ласпейреса, за 2015 год по сравнению с 2014 годом цены на БАД в рублях выросли на 14,5%, что выше показателя инфляции 2014 года. Основной рост цен на БАД был отмечен в январе 2015 года, когда участники рынка корректировали цены в связи с ростом курса валют по отношению к рублю. В дальнейшем изменение цен было несущественным, и даже наблюдались тенденции дефляции летом, что обусловлено желанием рынка поддерживать продажи данной группы препаратов и не допустить сокращения продаж в натуральном выражении. Но осенью с возобновлением ослабления рубля цены на БАД опять начали расти. В результате показатель 2014 года был превышен практически на 3,5%. Заметим,

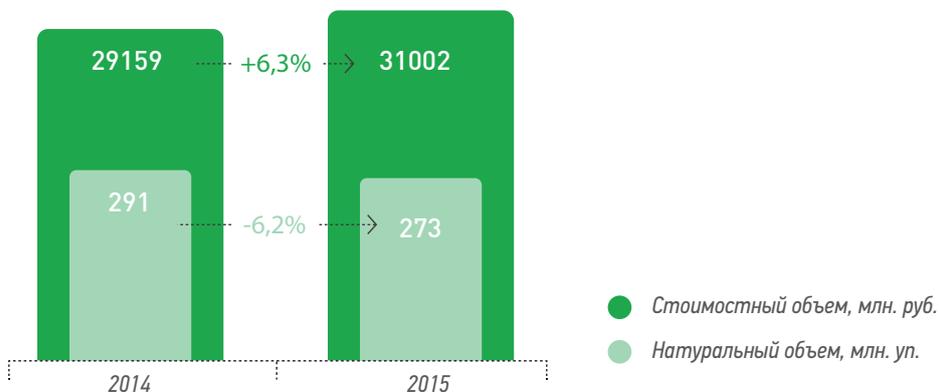
что инфляция на БАД также была выше роста цен на лекарства в целом (10,3%).

В отличие от рынка лекарственных препаратов, на котором доминирует продукция иностранных производителей, на рынке БАД ситуация обратная – БАД отечественного производства занимают 56% стоимостного и 81% натурального объёмов продаж. Заметим, что доля отечественных производителей сократилась на 2% в денежном выражении и осталась практически неизменной в натуральном. Это обусловлено разным повышением цен на импортные и отечественные препараты.

Среди иностранных производителей лидируют БАД производства Германии (24%),

Рисунок 25

Объемы аптечных продаж БАД в России 2015 году в ценах закупки аптек с НДС



США (21%) и Польши (8%). Список немецких производителей возглавляет Queisser Pharma GmbH & Co.KG (серия БАД «Доппельгерц»), существенно выросли продажи Merk Selbstmedikation (бренд «Фемибсион»). В результате доля немецких БАД в общем объеме продаж выросла на 1%.

Среди американских БАД наиболее популярна продукция компании Solgar Vitamin and Herb (серия БАД Solgar). Среди польских производителей лидирует компания Genexo (БАД «Максилак»).

Импортные препараты, так же как и на рынке лекарств, дороже отечественных БАД: цена одной упаковки импортной БАД составила 280 руб., отечественной – около 80 руб. В 2015 году отечествен-

ные БАД подорожали меньше (+9%), чем импортные (+18%).

Наиболее востребованным на рынке ценовым сегментом БАД является сегмент с ценой до 50 руб. На долю данного сегмента приходится порядка 61% проданных БАД в натуральном выражении. При этом отметим, что из-за низкой цены доля данного сегмента в стоимостном выражении составляет около 10%. Наибольшую выручку аптеке приносят БАД с ценой выше 500 руб., доля данного сегмента составляет 32,5% (хотя в упаковках такие БАД занимают всего 4%).

Рассмотрим ТОП-20 фирм-производителей БАД (табл. 15). Эти компании занимают на рынке около 66% в денежном выражении.

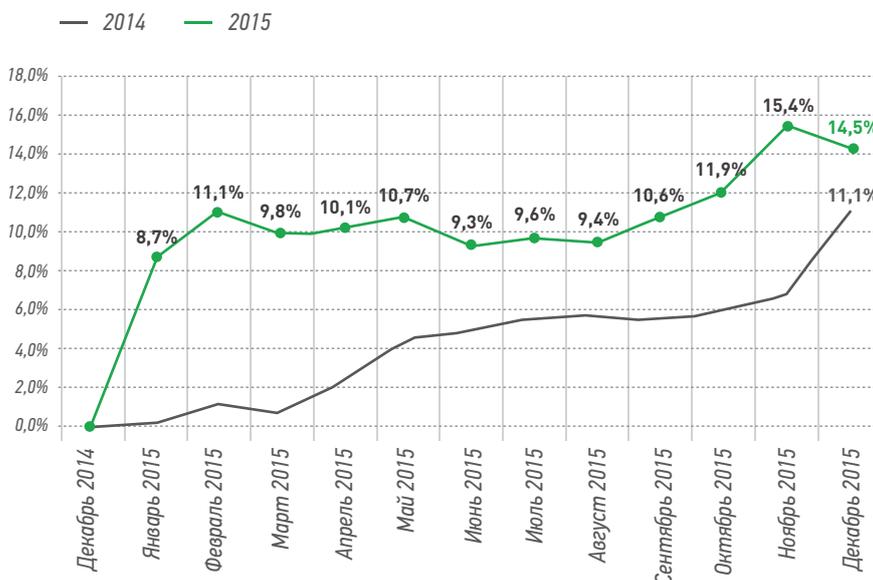


Рисунок 26

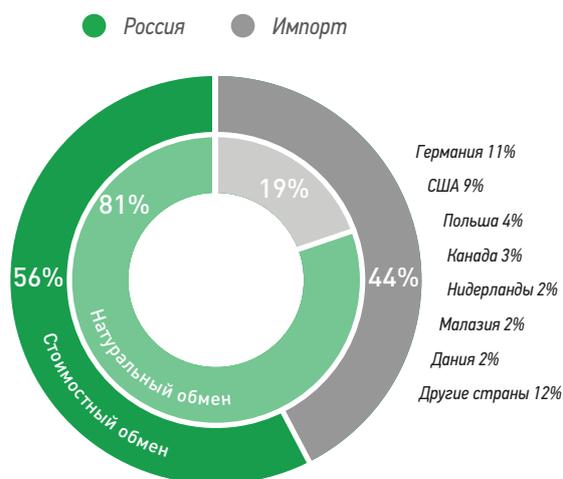
Изменение цен БАД на коммерческом аптечном рынке России за 2015 г.

Рейтинг производителей БАД традиционно уже возглавляет отечественный производитель «Эвалар», на продукцию которого приходится около 15% всех аптечных продаж БАД в денежном выражении. В последние 3 года компания демонстрирует отрицательную динамику стоимостного объёма, что приводит к снижению доли производителя на рынке. Такая динамика объясняется снижением продаж линейки биологически активных добавок «Турбослим», продажи которой только за 2015 года сократились на 30%. При этом отметим, что по итогам года ведущим брендом в портфеле БАД стала добавка «Фито-

лак», которая поддерживает функцию кишечника. Прирост данной позиции составляет порядка 15% в денежном выражении. На 2 ведущих бренда («Фитолак» и «Турбослим») приходится 40% продаж компании. Также высокими темпами росли такие БАД, как «Глицин», «Пустырник», «Хонда», но, так как доля их в портфеле производителя невелика, они не смогли дать положительную динамику продаж компании в целом. Производитель «Эвалар» – одна из немногих отечественных компаний среди БАД (да и среди производителей лекарств), которая представляет свою продукцию на зарубежных рынках.

**Рисунок 27**

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства



Доля экспорта достигла 15% в обороте «Эвалар». Продукция компании представлена в 22 странах, наибольший объем продаж приходится на страны СНГ. В 2015 году компания «Эвалар» открыла представительство в США и начала реализацию ассортиментной линейки из 12 продуктов. Также для реализации своей продукции производитель открывает «Фитомаркеты», ассортимент которых включает более одной тысячи наименований препаратов российского и зарубежного производства.

«РИА «Панда» уверенно занимает 2 позицию, ежегодно наращивая отрыв от

ближайших конкурентов. За 2015 год прирост компании составил 8%, несмотря на сложности, связанные с продажей основных продуктов («Сеалекс Форте» и «Али Капс»), предназначенных для коррекции специфических нарушений у мужчин и составляющих 83% продаж компании (об этом мы писали выше). Производитель «РИА «Панда» активно развивается. В 2015 году было завершено строительство завода имени академика Филатова в Гатчинском районе Ленинградской области мощностью 1 млрд. таблеток и капсул в год (более 20 наименований) с возможностью наращивания объема производства до

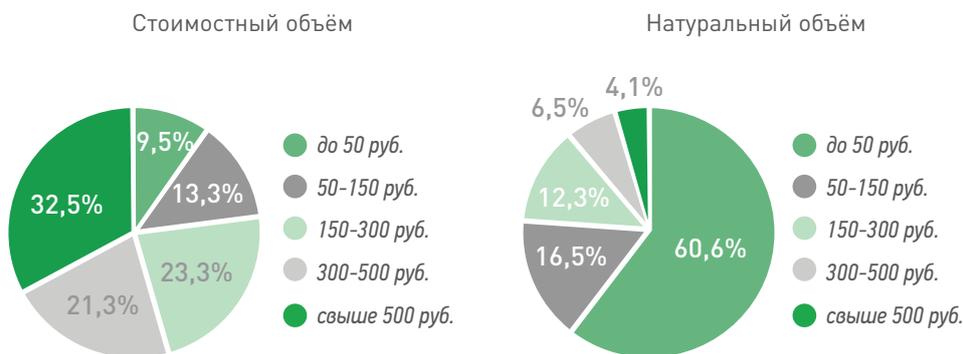


Рисунок 28

Соотношение продаж БАД по ценовым сегментам

**Таблица 15**

ТОП-20 фирм-производителей БАД в России за 2015 год

Объемы продаж в таблице и далее в разделе приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Рейтинг 2015 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн. руб. 2015 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	Эвалар	4 604,6	-4,7%	14,9%
2	0	РИА «Панда»	3 452,6	8,4%	11,1%
3	0	PharmaMed	1 913,0	42,3%	6,2%
4	2	Solgar Vitamin And Herb	1 143,4	29,2%	3,7%
5	-1	Valeant	1 015,4	0,7%	3,3%
6	2	Rusfic Group	920,8	11,0%	3,0%
7	0	Queisser Pharma	904,1	5,7%	2,9%
8	7	Merk Selbstmedikation	757,4	62,5%	2,4%
9	-4	Polens (M) Sdn Bhd	657,8	-28,5%	2,1%
10	1	Диод	591,2	-8,6%	1,9%
11	-2	Pfizer	587,4	-17,5%	1,9%
12	4	Отисифарм	576,3	34,4%	1,9%
13	4	Polpharma	535,1	27,7%	1,7%
14	-2	Bayer	496,1	-22,5%	1,6%
15	3	Genexo Sp. Z.O.O	489,9	81,5%	1,6%
16	-3	Фарм-Про ТД	480,5	-0,3%	1,5%
17	-3	Ильмиксгрупп	475,9	0,5%	1,5%
18	-8	Полярис	324,7	-50,8%	1,0%
19	0	Биокор	312,1	22,2%	1,0%
20	0	Novartis	305,5	20,9%	1,0%

3 млрд. штук. На заводе под Гатчиной планируется контрактное производство иностранных партнёров и расширение производства БАДов. Завод построен по требованиям GMP и в начале 2016 года проходил аудит на соответствие участка твёрдых лекарственных форм стандартам качества.

Как уже писалось выше, иностранные производители растут более высокими темпами, чем препараты отечественных компаний. Благодаря высокому росту бренда «Витамишки» (64%) компания PharmaMed заняла долю 6,2% и входит в ТОП-3 производителей.

Высокие темпы роста демонстрирует компания Merk Selbstmedikation (+7 позиций вверх по рейтингу), за счёт двукратного роста их бренда «Фемибион», витаминно-минерального комплекса для беременных.

Также на 4 позиций вверх поднялись две компании «Отисифарм» и Polpharma. Производитель «Отисифарм» продвигает на рынке витамины «Компливит». Их продажи выросли в 1,7 раза по сравнению с 2014 годом. Polpharma реализует на российском рынке БАД «Нормобакт» (предназначенный для нормализации микрофлоры кишечника). Продажи данной БАД выросли на 26%.

Компания Genexo реализует на рынке России БАД «Максилак» (для поддержания и восстановления нормальной микрофлоры кишечника), его продажи выросли на 80%, что позволило производителю подняться на 15 место.

Помимо компаний, которые показывают положительную динамику в расположении в рейтинге, отметим производителей, которые существенно переместились вниз. На 8 строчек вниз «упал» производитель «Полярис» за счёт снижения в 2 раза продаж БАД для похудения и очищения организма «Редуксин». Также на 4 места ниже, чем в 2014 году, расположился Polens (M) SDN BHD, основным брендом которой был «Тонгкат Али Платинум» (продажи данной БАД с сентября 2016 года практически равны 0).

ТОП-20 брендов занимают на рынке 42%. Лидером рейтинга по итогам 2015 года являются «Сеалекс Форте» и «Али Капс» («РИА Панда»). На третьем месте витаминные комплексы Solgar (Solgar Vitamin and Herb), которые переместились на 1 строчку вверх.

Максимальный прирост продаж среди ТОП-20 отмечен у брендов «Витамишки», «Фемибион» и «Максилак» (о них уже писалось выше).

**Таблица 16**

ТОП-20 продаж  
брендов БАД  
в России за 2015 год

Рейтинг 2015 г.	Изменение	Бренд	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн. руб. 2015 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	Сеалекс Форте	РИА «Панда»	1 694,9	4,5%	5,5%
2	1	Али Капс	РИА «Панда»	1 152,4	7,9%	3,7%
3	1	Solgar	Solgar Vitamin And Herb	1 133,8	29,0%	3,7%
4	6	Витамишки	PharmaMed	905,2	64,1%	2,9%
5	0	Доппельгерц	Queisser Pharma	904,1	5,7%	2,9%
6	0	Фитолак	Эвалар	864,3	15,2%	2,8%
7	-5	Турбослим	Эвалар	840,1	-29,1%	2,7%
8	4	Фемибион	Merk Selbstmedikation	757,4	62,5%	2,4%
9	2	Алфавит	Rusfic Group	528,3	12,8%	1,7%
10	10	Максилак	Genexo Sp. Z.O.O	489,9	81,5%	1,6%
11	3	Нормобакт	Polpharma	488,0	26,4%	1,6%
12	1	Гематоген	Разные производители	485,9	20,6%	1,6%
13	-4	Супрадин	Bayer	472,3	-23,5%	1,5%
14	-7	Тонгкат	Polens (M) Sdn Bhd	381,2	-41,3%	1,2%
15	4	Мен'с Формула	PharmaMed	377,2	30,3%	1,2%
16	-1	Индинол	Ильмиксгрупп	352,5	2,1%	1,1%
17	-9	Редуксин Лайт	Полярис	314,2	-51,3%	1,0%
18	-1	Пустырник	Разные Производители	301,0	1,8%	1,0%
19	4	Линекс Для Детей	Novartis	294,9	20,9%	1,0%
20	20	Глицин Форте	Эвалар	274,1	73,3%	0,9%

Отметим, что практически все БАД для похудения показывают отрицательную динамику. Доверие у потребителя к данной группе уменьшилось. Так, сократились продажи всех лидеров данной группы по итогам 2014 года: «Турбослим» («Эвалар»), «Редуксин Лайт» («Полярис»), «Тропикана Слим» («Эвалар»), XL S (Richard Bittner). При этом в рейтинге ТОП-20 остался только «Турбослим», переместившись на 5 позиций вниз, и «Редуксин Лайт», который занял 17 строчку (-9 позиций). В целом БАД для похудения и очищения организма упали за 2015 год на 34% в рублях и на 27% в упаковках.

В рейтинг ТОП-20 брендов вошли «Линекс для детей» (Novartis) и «Глицин Форте» («Эвалар»), темпы роста которых превысили рост объемов реализации БАД в целом.

Из возможных претендентов на попадание в рейтинг ТОП-20 по итогам 2016 года стоит назвать препарат «Фитомуцил» (производитель Pharmamed, препарат позиционируется в качестве средства, которое очищает организм от шлаков и снижает лишний вес), который появился в аптеках России только в августе 2014 года, но уже занимает 27 место в рейтинге по объему продаж. Также высокими темпами растут «Компливит» (в 1,7 раза), «Бактистатин»

(«БИОС» НПФ, препарат, способствующий поддержанию и восстановлению нормальной микрофлоры кишечника, прирост в 2 раза и по итогам 2015 года – 29 место).

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

Рейтинг продаж БАД в соответствии с разделами классификатора представлен в таблице 17.

По статистике, каждый четвертый житель России планирует начать приём различных витаминов и биологически активных добавок для поддержания своего здоровья (из исследования холдинга Romir) и около 45% опрошенных жителей Российской Федерации

**Таблица 17**

Рейтинг продаж по разделам классификатора БАД по итогам 2015 года

№	Раздел реестра БАД	Стоимостный объем, млн. руб.	Прирост к 2014 г.	Доля группы, %	Лидер внутри каждого раздела
1	V: БАД, действующие на организм в целом.	7 843,6	16,1%	25,3%	Фемибион
2	G: БАД, влияющие на репродуктивную систему.	6 850,8	3,2%	22,1%	Сеалекс Форте
3	A: БАД, действующие на пищеварительную систему.	5 601,5	17,8%	18,1%	Фитолакс
4	N: БАД, влияющие на функции центральной нервной системы.	2 173,9	11,7%	7,0%	Пустырник
5	W: БАД для похудения и очищения организма	1 812,3	-34,3%	5,8%	Турбослим
6	C: БАД для поддержания функций сердечно-сосудистой системы	1 431,1	-2,6%	4,6%	Доппельгерц
7	S: БАД, действующие на органы чувств	1 026,7	-1,5%	3,3%	Окувайт
8	D: БАД, применяемые для устранения различных проблем с кожей и волосами	847,4	5,3%	2,7%	Компливит
9	M: БАД, применяемые при заболеваниях костной системы	766,9	16,0%	2,5%	Хонда
10	I: БАД, поддерживающие функцию иммунной системы	707,8	45,1%	2,3%	Витамишки
11	B: БАД, действующие на кроветворную систему	628,7	14,1%	2,0%	Гематоген
12	R: БАД, применяемые при заболеваниях дыхательной системы	506,7	2,6%	1,6%	Доктор Тайсс Леденцы
13	U: БАД, действующие на мочевыделительную систему	291,3	13,1%	0,9%	Пролит
14	H: БАД, влияющие на функцию желез внутренней секреции	253,0	10,8%	0,8%	Эндокринол
15	T: БАД, применяемые при отравлениях и интоксикациях	161,9	-23,0%	0,5%	Уголь Белый
16	O: БАД, применяемые для лечения и профилактики онкологических заболеваний (кроме опухолевых заболеваний репродуктивной системы)	62,5	5,6%	0,2%	Промисан
17	J: БАД, применяемые при вирусных, бактериальных и грибковых заболеваниях	13,9	-26,7%	0,04%	Ромашка

принимают БАД. Доля таких россиян, которые принимали разнообразные добавки и витамины, выросла по сравнению с 2012 годом (тогда по результатам опроса цифра была на уровне 32%). Основная причина приёма данных препаратов желание восполнить нехватку витаминов и различных микроэлементов в организме, тем самым укрепить свое здоровье и улучшить свою работоспособность, с помощью определенной группы витаминов снять стресс и усталость в своем организме.

Неудивительно, что по итогам уже многих лет рейтинг БАД по первому уровню классификатора DSM Group возглавляет группа [V] «БАД, действующие на организм в целом» – доля 25%, в состав которой входят витаминные и общеукрепляющие препараты. Второе место принадлежит группе [G] «БАД, влияющие на репродуктивную систему» (22%). Замыкает тройку лидеров группа [A] «БАД, «действующие на пищеварительную систему» (18%).

Высокие темпы роста показала группа [I] «БАД, поддерживающие функцию иммунной системы» (+45%). Лидером данной группы является БАД «Витамишки».

Существенную отрицательную динамику демонстрируют всего 2 группы: [W] «БАД для похудения и очищения организма» (-34%) и [T] «БАД, применяемые при отравлениях и интоксикациях» (-27%).

В заключение ещё раз хочется отметить, что уже в 2014 году на рынке аптечных БАД сказывался начинающийся в стране кризис. Его влияние в 2015 году только усилилось. При этом негативный эффект вносит и постоянный информационный фон с выявлением некачественных и содержащих запрещенные действующие вещества БАД. БАД, как категория товаров «для профилактики здоровья», в кризисное время является одной из самых уязвимых. Поэтому в 2016 году стоит ожидать снижение покупательской способности населения на данную группу товаров.



## 6. Косметика (аптечные продажи)

В течение последних нескольких лет в аптеках России наблюдался рост продаж нелекарственного ассортимента. В целом объёмы реализации парафармацевтических групп товаров (без учета БАД), росли в 2012-2013 гг. на 14% в деньгах и 7% в упаковках. В 2014 г. наметилось некоторое замедление роста этого сегмента на фоне экономических трудностей – рост спроса в рублях составил 8%, в упаковках наблюдалось сокращение на 3%. 2015 г. усилил кризисные тенденции – так или иначе потребитель, реальные доходы которого не только не растут, но и снижаются, начинает экономить на части нелекарственного ассортимента.

В этом плане сильнее всего «пострадала» аптечная косметика. На протяжении последних 4-5 лет наблюдался рост активности косметических компаний именно в аптеках. В лице покупателей аптек производители косметики нашли лояльного потребителя, а на полках стали появляться не только традиционные аптечные бренды (Vichy, La Roche-Posay, Avene), но и новые марки, только заявившие о себе – так, в 2015 г. в продаже российских аптек появилось не менее 50 новых косметических брендов. Отсутствие ценового регулирования и широкий ассортимент делал косметику весьма перспективной ассортиментной единицей для аптеки. Крупные сети открывали студии красоты и отделы лечебной косметики, проводи-

ли всевозможные акции и дни открытых дверей для покупателей косметики. Всё это способствовало тому, что постепенно стал формироваться особый сегмент посетителей аптеки – потребителей, целенаправленно приходящих в аптеку для покупки косметических средств.

Кризисные явления в российской экономике, начавшиеся во второй половине 2014 г., к 2015 г. стали оказывать всё большее влияние на продажи аптечной косметики. Замедление покупательской активности, вызванное снижением доходов населения, а также рост цен почти на все марки привели к тому, что впервые за последние пять лет потребление в данном сегменте сократилось в рублях.

По итогам 2015 года аптечная косметика занимает третье место (после лекарств и БАД) в структуре продаж аптеки и второе в структуре парафармацевтических групп товаров. Доля этого сегмента составила 4% от общего объёма продаж аптек и 31% от общего объёма продаж парафармацевтических товаров.

Объём продаж аптечной косметики в 2015 году был чуть ниже 25 млрд. руб. или 147 млн. упаковок.

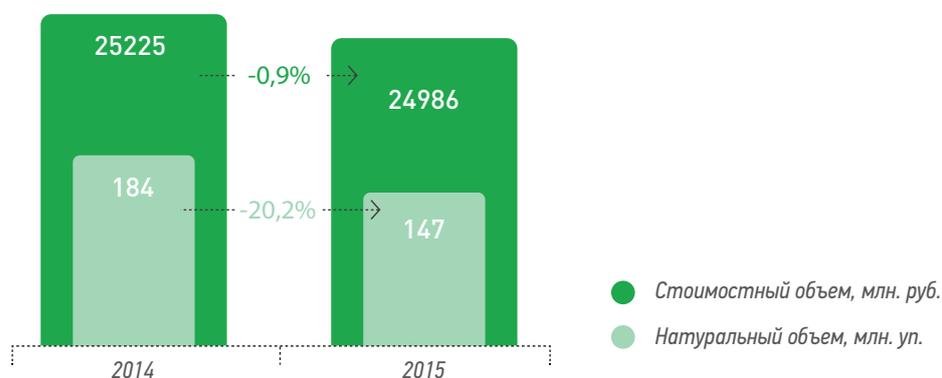
Относительно 2014 г. рынок аптечной косметики сократился на 0,9% в рублях и на 20,2% в упаковках. Для сравнения в 2014

г. был зафиксирован рост спроса на 7,5% по сравнению с 2013 г. Примечательно, что сокращение спроса на аптечную косметику было приблизительно равнозначным в течение всего года, что свидетельствует о стабильном тренде, который имеет все шансы продлиться в ближайшей перспективе. Для сравнения, годом ранее, когда экономический кризис был на начальной стадии, заметное сокращение спроса наблюдалось только во втором полугодии.

Динамика продаж аптечной косметики по итогам прошлого года была заметно ниже, чем динамика продаж лекарств и БАД, что также свидетельствует о некотором замедлении развития данного сегмента рынка.

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

Активная (лечебная) косметика применяется для лечения и профилактики определенных заболеваний, содержит различные биологически активные вещества. К лечебной косметике относятся марки «Софья» (крема и бальзамы), крема «Боро плюс» и др.



**Рисунок 29**

*Объемы аптечных продаж косметики в России в 2014-2015 гг.*

Примечание: здесь и далее в разделе объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Косметика MASS MARKET – косметика, предназначенная для ухода за кожей, волосами и ногтями. Отличительной особенностью данной группы косметических средств является то, что продается она не только в аптечных учреждениях, но и преимущественно в других торговых точках.

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

Селективная (премиум и люкс класс) косметика – косметика, которая характеризуется наличием узкоспециализированных линеек, чётко разделенных между собой и предназначенных для определённых состояний кожи или волос. Реализуется преимущественно через аптечные учреждения. Для примера, производителем селективной косметики является Vichy, Avene, Uriage и др.

Среди трёх типов товаров самый заметный рост демонстрирует сегмент селективной косметики в деньгах (+13,9%). В упаковках данный сектор вырос еще заметнее – на 20%. Причиной такого бурного роста сегмента стало появление новых успешных марок – речь в первую очередь об отечественном бренде Librederm.

Снизилась продажи лечебной косметики: -1,4% в рублях и -16,4% в упаковках. Данный сегмент аптечной косметики уверенно рос на протяжении последних нескольких лет (так, по итогам 2014 г. стоимостной объём потребления активной косметики в аптеках увеличился на 9%), однако 2015 году наметилась новая тенденция. В минувшем году сокращение потребительского спроса на лечебную косметику коснулось не только упаковок, но и рублевого эквивалента. Снижающиеся доходы населения приводят к экономии на позиции косметики с активными компонентами. Например, в 2015 г. сократились продажи противогрибковых средств в лечебной косметике, хотя именно они уверенно росли последние несколько лет.

Спрос на аптечную масс-маркет косметику по итогам 2015 г. сократился на 20,8% в рублях и 32,5% в упаковках. Этот тренд нельзя назвать абсолютно новым, так как сокращение продаж косметики нижнего ценового сегмента началось уже несколько лет назад. В 2015 г., тем не менее, это сокращение достигло внушительных масштабов. У масс-маркета в аптеке нет весомых для потребителя преимуществ. Реализация данного вида косметики производится главным образом через специализированные магазины и сетевой ретейл, аптека выступает как дополнительный канал

сбыта. Однако конкурировать с основными каналами сбыта для аптечных учреждений довольно сложно и по цене, и широте ассортимента. Иными словами, потребитель стал заметно меньше покупать в аптеке косметику, которую он может приобрести в другом месте на более выгодных условиях.

Косметические средства, реализуемые через аптечные учреждения, находятся в широком ценовом диапазоне: от дешёвых, стоимостью порядка 20-25 руб. (мыло, влажные салфетки, недорогие отечественные кремы для рук и др.) до

очень дорогих, цена которых может превышать 12 000 руб. за одну упаковку. По итогам года, средневзвешенная цена одной упаковки составила около 170 рублей (прирост к уровню 2014 г. +24%). При этом в сегменте лечебной косметики наблюдалось самое заметное увеличение средневзвешенной стоимости упаковки (со 123 руб. до 145 руб.). В сегменте селективной косметики произошло снижения показателя на 5% (средневзвешенная стоимость по итогам 2015 года составила 607 руб.), а косметика масс-маркета подорожала в среднем на 17% (средневзвешенная стоимость упаковки была равна 88 руб.).

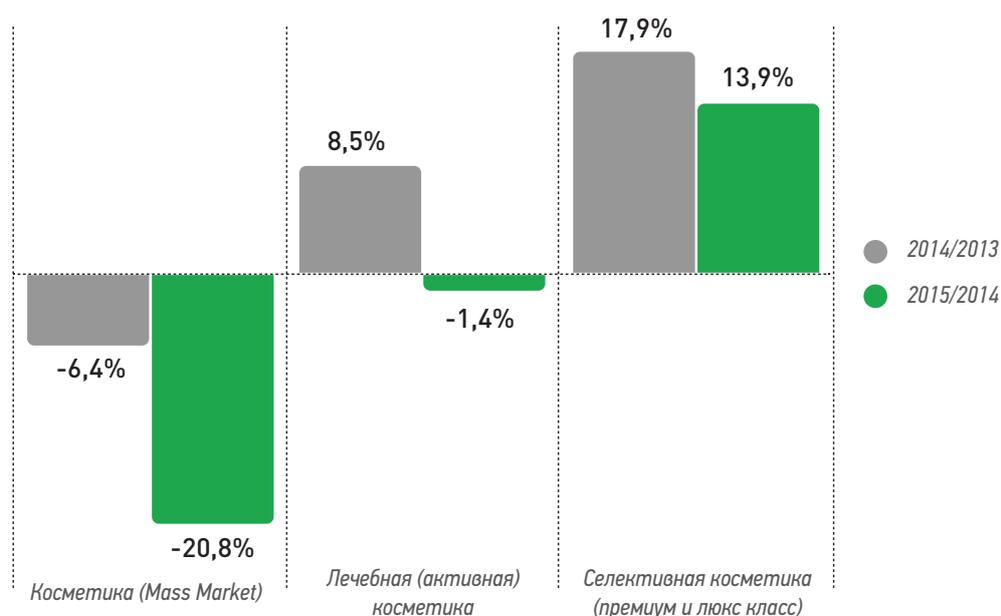


Рисунок 30

Прирост продаж косметики в зависимости от типа косметического товара

Соотношение продаж групп косметической продукции представлено на рисунке 31.

Соотношение трёх типов косметических товаров несколько изменилось – сегмент селективной косметики вырос по доле в стоимостном объёме и по итогам 2015 года составил 33% (в 2014 году – 29%). Доля сегмента масс-маркет за год уменьшилась на 4% и составила 16%, а лечебная косметика немного ослабила позиции (удельный вес данного сегмента равен 50%). В упаковках за счёт более высокой цены косметика премиум и люкс класса занимает всего 9%. Доли сегментов косметики масс-маркет и лечебной косметики в упаковках распределились следующим образом (32% и 59% соответственно).

Как видно из рисунка 32, продукция российских производителей пользуется более высоким спросом, чем зарубежная, занимая почти 67% натурального объёма продаж. Однако по стоимостному объёму наблюдается явный перевес у импортной косметики (свыше 60% продаж).

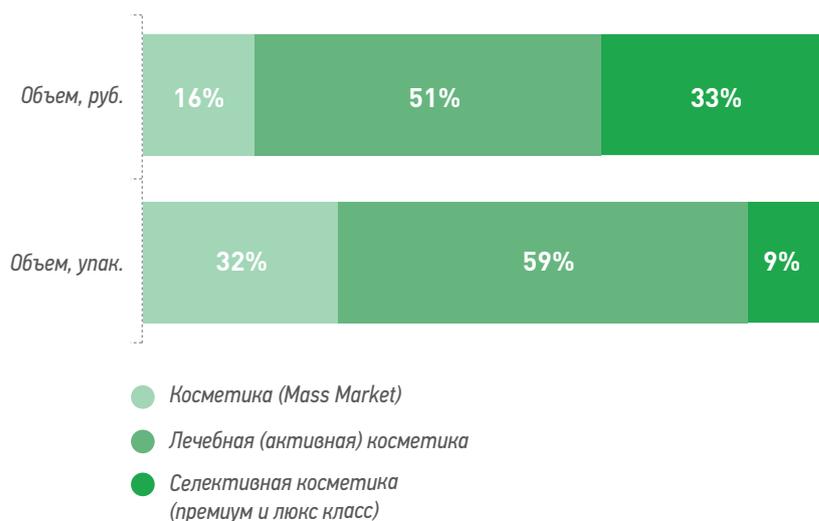
Внутри сегментов соотношение отечественной и зарубежной косметики неодинаково.

Селективная косметика в 2015 г. на 89% состоит из импортных косметических средств. Только один бренд Librederm производится частично на территории нашей страны.

В масс-маркет сегменте, как и в прошлом году, отечественная косметика опередила импортную по количеству проданных упаковок (66%). По стоимостному показателю преимущество осталось за зарубежными брендами (57%).

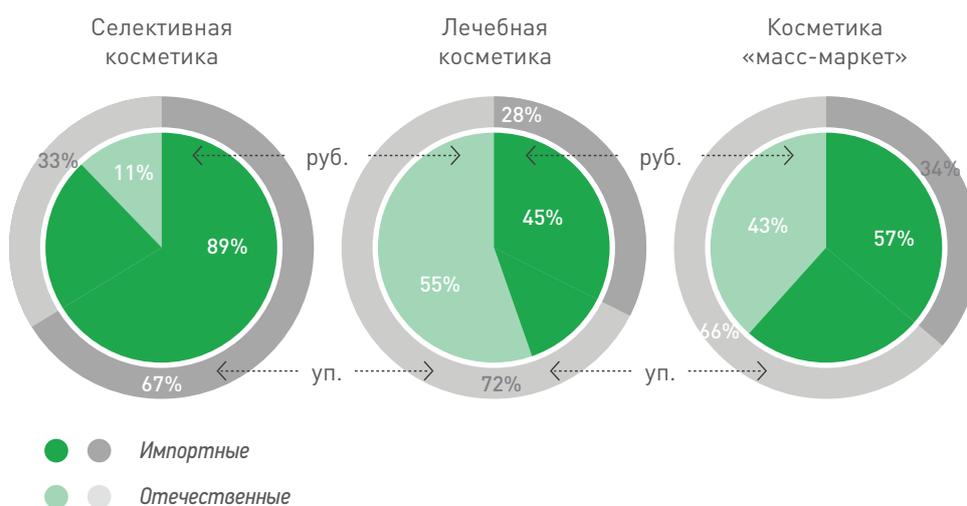
В сегменте лечебной косметики отечественные бренды лидируют как по стоимостному (55%), так и по натуральному (72%) показателям.

В основном в аптеке продаётся «универсальная» косметика, рассчитанная на любого потребителя – в объёме продаж она занимает 77% в деньгах и 80% в упаковках. Второе место занимает косметика для детей, 8% стоимостного и 13% натурального объёма. На третьем месте косметика для «среднего возраста (после 25 лет)». В этой категории существует определенный перевес в сторону дорогой косметики (если в деньгах доля сегмента 7%, то в упаковках всего 3%) – почти 80% объёма этой категории приходится на селективную косметику. Четвертое место принадлежит косметике для людей старше 45 лет (4% в стоимостном объёме потребления и 1% в натуральном). Доля косметики для молодого и юношеского возраста по итогам 2015 года составила 2% - в рублях и 1% - в упаковках. Заметим, в сравнении с прошлым годом, доля косметики для зрелого возраста уменьшилась, а для



**Рисунок 31**

Соотношение аптечных продаж косметики в зависимости от типа косметического товара, 2015 год



**Рисунок 32**

Соотношение аптечных продаж косметики в зависимости от типа косметического товара, 2015 год

молодого возраста заметно увеличилась относительно прошлого года.

Бренд VICHY традиционно возглавляет рейтинг селективной косметики (рис. 33). В сравнении с 2014 годом продажи этого бренда сократились на 1%, а доля уменьшилась на 6%. Отрицательную динамику из ТОП-10 также показывают бренды Lierac (-20% к уровню продаж 2014 г.), Bioderma (-2%) и Uriage (-5%). Все остальные бренды выросли как по объёму, так и по доле. Отметим рост продаж и доли La Roche-Posay - марка относится к производителю L'Oreal (так же, как и Vichy). Поэтому совокупно

2 бренда занимают порядка 55% стоимостного объёма рынка, что на 4% меньше доли, занимаемой брендами в 2014 г. La Roche-Posay уже не первый год занимает второе место в рейтинге, а по итогам 2015 года доля рынка, занимаемая косметическими средствами этой французской марки, выросла на 2% (примечательно, что в 2014 г. рост доли марки La Roche-Posay также составил 2%).

Из брендов, занимающих места с 3 по 10, стоит отметить Avene, Klorane и Ducray – по сравнению с 2014 годом объёмы продаж этих марок выросли на 10%, 17% и 20% соответственно. Все три

● Доля, 2014    ● Доля, 2015    ● Прирост, руб.

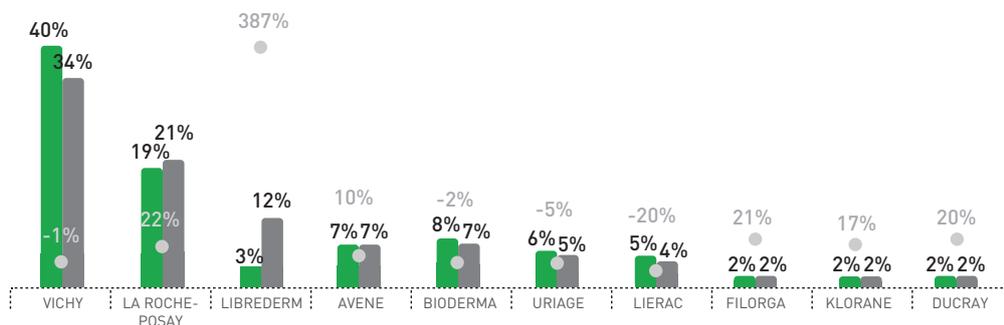


Рисунок 33

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

бренда производятся косметическим концерном Pierre Fabre. Совокупная доля марок в 2015 г. не изменилась по сравнению с 2014 г.

Еще один растущий бренд Filorga отличился заметным среди ключевых брендов селективной аптечной косметики ростом продаж – «+21%» к уровню продаж 2014 г.

Стоит отметить, что большая часть селективных марок аптечной косметики, вошедших в ТОП-10, отметилась в 2015 г. снижением продаж в упаковках. Сохранению более позитивной картины в рублевом эквиваленте способствовал рост цен. На 17% выросла средняя цена упаковки La Roche-Posay, упаковка марки Avene подорожала за год на 19%, Bioderma – на 26%. Увеличение средней стоимости одного средства Vichy составило 12%, Lierac – 20%, а Filorga 25%.

При этом самый максимальный рост средневзвешенной цены (+44%) отмечался у марки Librederm, которая буквально ворвалась в ТОП-10 брендов селективной аптечной косметики. Такое увеличение связано с расширением линейки данной марки и включением в неё большого числа дорогостоящих средств (именно это и стало поводом включения данного бренда в селективную косметику). Данный бренд, являясь фактически самым успешным аптечным

косметическим брендом последних лет среди российских марок, производится преимущественно на территории нашей страны, хотя ряд средств выпускается за рубежом. Продажи средств этой марки стартовали в аптеках несколько лет назад, но настоящий бум потребительского спроса наблюдался именно в 2015 г. В рублях продажи бренда Librederm увеличились почти в пять раз, в упаковках прирост превысил трёхкратный размер.

Рейтинг 2015 года по составу не отличается от рейтинга 2014 г. Но изменился порядок расположения некоторых марок. Так, из-за уменьшения продаж с 6-го на 7-е место переместился бренд Lierac, также в виду сокращения продаж потеряла место в тройке лидеров марка Bioderma. Librederm благодаря взлёту продаж обосновался на 3-е месте, а Filorga и Klorane поменялись местами – первый бренд поднялся на 8-е место, а второй опустился на 9-е.

В рейтинге масс-маркет косметики на первом месте в 2015 г. закрепились марка Johnson's baby (рис. 34). Даже 9%-ное сокращение продаж не помешало лидирующему бренду увеличить свою рыночную долю на 2%. Отметим, что совокупное потребление аптечных масс-маркет брендов упало по итогам 2015 г. почти на 21%. В связи с этим даже отрицательные приросты продаж

(но не столь существенные как падение всего сегмента) способствовали укреплению рыночных позиций ряда марок.

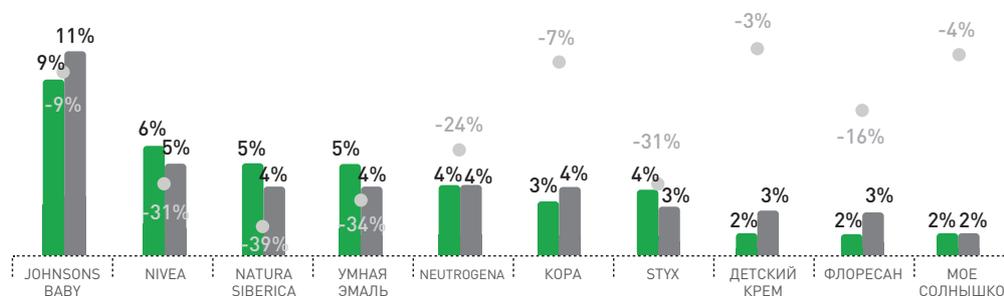
Пятерка лидеров в рейтинге масс-маркет косметики не поменялась относительно 2014 г. При этом потребительский спрос на марки Nivea, Natura Siberica и «Умная эмаль» в аптеке сократился за год более чем на 30%, продажи Neutrogena «Норвежская формула» снизились на 24%. Все бренды масс-маркет рейтинга отметились в 2015 г. снижением продаж. Самые «скромные» уменьшения объёмов аптечной реализации были зафиксиро-

ваны у следующих марок: отечественный бренд «Кора» (-7%), «Детский крем» (-3%) и «Моё солнышко» (-4%). Все перечисленные бренды улучшили свои позиции в рейтинге, а марка «Моё солнышко» с 12-го места переместилась на 10-е.

По итогам 2015 г. в рейтинге аптечной масс-маркет косметики - пять российских брендов, это говорит о том, что демократичная ценовая политика позволяет российским маркам конкурировать на равных с зарубежными косметическими гигантами в этом сегменте аптечной косметики.

● Доля, 2014    ● Доля, 2015    ● Прирост, руб.

**Рисунок 34**  
ТОП-10 брендов косметики «масс-маркет»



В рейтинге активной косметики лидер остался прежним – «Лошадиная сила» несмотря на сокращение продаж остается пока не достигаемой для ближайших конкурентов (рис. 35). По итогам 2015 г. продажи лидирующего бренда сократились на 10%. На втором месте в ТОП-10 активной косметики «Микозан» (косметический набор от грибка ногтей), объем аптечной реализации которого сократился за год почти на четверть. В результате доля бренда уменьшилась на 1%. Аналогичное сокращение удельного веса в общем объеме продаж лечебной косметики отмечалось и бренда Dry Dry, представляющего в аптеке средства от избыточного потоотделения. При этом снижение продаж марки было на уровне -13%.

Заметный прирост продаж в рублях среди ТОП-10 брендов «активной» косметики демонстрировали марки «Алерана» и Lactacyd (+15% и +17% относительно 2014 г.). Столь внушительная динамика позволила данным косметическим маркам закрепиться на 5-й и 6-й строчках рейтинга соответственно. Бренд «Алерана» по части косметики представлен в российских аптеках средствами по уходу за волосами, а Lactacyd средствами для интимной гигиены.

Следует также отметить марку Emolium, специализирующуюся преимущественно

на средствах для тела, продажи которой стабильно растут на протяжении последних двух лет (в 2015 г. продажи бренда увеличились на 7%). Спрос на средства Belweder в аптеках России также увеличивается не первый год, но, если в 2014 г. прирост продаж составил 20% в рублях, то в 2015 г. этот же показатель был скромнее «+10%».

Отрицательная рыночная динамика сегмента аптечной косметики подтверждает выводы о том, что данный ассортимент стал одним из самых уязвимых сегментов фармрынка в период экономического кризиса – впервые за последние пять лет спрос упал не только в упаковках, но и в рублях. При этом больше всего упал совокупный спрос на масс-маркет марки, наметилась явная тенденция отказа потребителя от покупки косметики, которую он может приобрести не только в аптеке. Даже по таким популярным брендам, как Nivea и Natura Siberica был зафиксирован более чем 30% спад продаж в 2015 г.

Сектор селективной косметики отличается высокой лояльностью потребителя (большую часть ключевых брендов можно купить только в аптеке), кроме того, дерматологическая направленность ряда брендов роднит сегмент с лекарственными препаратами, а надежность и доверие к «лекарствен-

” Дерматологическая направленность ряда брендов селективной косметики роднит сегмент с лекарственными препаратами, а надежность и доверие к «лекарственным» маркам повышают устойчивость спроса даже в период снижения реальных доходов населения.

ным» маркам повышают устойчивость спроса даже в период снижения реальных доходов населения. Например, продажи марок La Roche-Posay, Avene, Filorga и др. заметно выросли в рублях по итогам 2015 г.

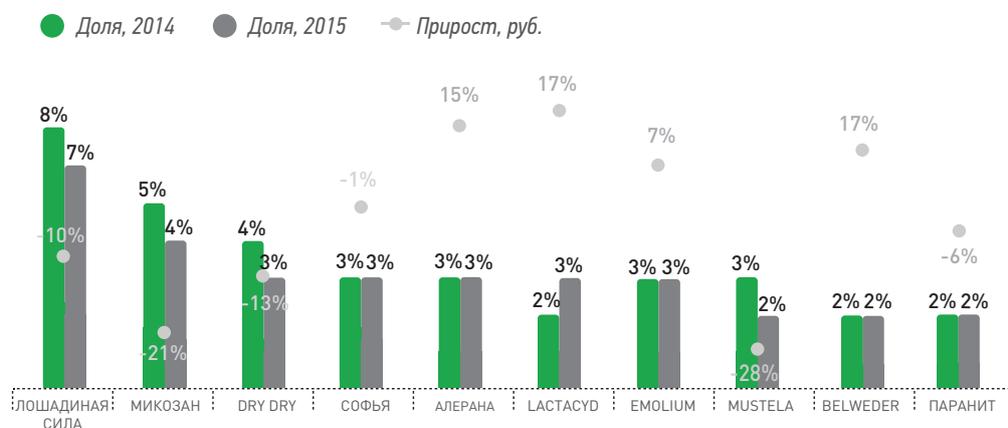
В сегменте лечебной косметики снижение продаж в рублях было минимальным. Объем аптечной реализации ряда брендов сократился, но некоторые отметились ростом потребительского спроса («Алерана», Lactacyd, Emolium и др.). Данный сектор рынка аптечной косметики традиционно является самым стабильным.

Выше описанные тенденции позволяют с большей долей уверенности прогнозировать снижение продаж аптечной косметики в 2016 году. Но при этом сто-

“

ит также упомянуть о том, что снижение потребительской активности и общее уменьшение реализации аптечной косметики не мешает отдельным маркам добиваться высоких показателей продаж и роста рыночной доли. Речь

в первую очередь о бренде Librederm, продажи которого выросли в разы за последний год, что позволило этой широко рекламируемой отечественной марке стать одним из лидеров на российском рынке аптечной косметики.



**Рисунок 35**

ТОП-10 брендов активной («лечебной») косметики

## 7. Импорт лекарственных препаратов

С 1 января 2016 года заработал единый рынок обращения лекарств и медизделий в рамках стран-участниц Евразийского экономического союза. В настоящий момент в ЕАЭС входят 5 стран: Россия, Белоруссия, Казахстан, республика Кыргызстан и Армения. Данное событие может повлиять не только на структуру и динамику импорта лекарственных препаратов в Россию, но и создать дополнительную конкуренцию для российских производителей. В частности, будет возможна переупаковка импортных лекарств на территории стран ЕАЭС и беспрепятственная реализация на территории России. Предусмотрено принятие единых правил регистрации и экспертизы лекарственных средств, единых требований к маркировке лекарственных средств и к инструкции по медицинскому применению лекарственных средств, а также других документов. Посредством принятия подобных документов будет обеспечиваться единство обязательных требований к безопасности и качеству лекарственных средств на территории Союза.

Предусмотрен переходный период – до 31 декабря 2025 года, в течение которого лекарственные средства, которые были зарегистрированы до 1 января 2016 года на территории государств — членов Союза, должны быть приведены в соответствие с требованиями и правилами Союза. До истечения регистраци-

онных удостоверений такие лекарственные средства могут реализовываться на территории тех государств – членов Союза, где были выданы соответствующие регистрационные удостоверения. В этой связи, представляется, что с началом функционирования общего рынка лекарственных средств Союза национальные рынки лекарственных средств государств – членов Союза продолжат функционирование до истечения переходного периода.

В настоящий момент сложились определенные трудности при регистрации лекарственных препаратов иностранного производства: необходимо обязательное наличие сертификата российского инспектора соответствия российским стандартам GMP. Такое решение принято еще в декабре 2014 г., когда в ФЗ №61 «Об обращении лекарственных средств» были внесены поправки. Но все необходимые документы разработаны и приняты только в феврале-марте 2016 г. Срок инспекции 210 рабочих дней, то есть несколько месяцев. Значит, скорее всего, в 2016 году импортные препараты не успеют зарегистрироваться. Поэтому функционирование фармрынка в рамках ЕАЭС может стать выходом из сложившейся ситуации.

Но для того, чтобы был единый рынок заработал фактически, необходимо

принять 23 нормативных документа, которые должны были быть утверждены ещё до наступления 2016 г., из них только 4 (март 2016 года). Самый ожидаемый из актов касается как раз регистрации лекарств, в котором остаётся открытым вопрос о взаимозаменяемости: Россия настаивает на том, чтобы данное положение было включено в регистрационные документы, остальные страны — против.

Хотя уже сейчас заработали преференции для стран-участниц Евразийского экономического союза. В конце 2015 г. был принят законопроект об ограничении иностранных лекарственных препаратов в государственных закупках в России. Поставщики импортных лекарств, при наличии двух и более заявок на поставку аналогичных препаратов со стороны российских производителей, не смогут участвовать в торгах. Действие проекта документа распространяется на все лекарства, закупаемые для государственных нужд, в том числе из перечня жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов (ЖНВЛП). При этом ограничения не касаются лекарств, изготовленных в Армении, Белоруссии и Казахстане.

В начале 2015 г. правительство вновь вернулось к широкому обсуждению параллельного импорта лекарств как меры

по снижению стоимости препаратов из списка ЖНВЛП и одной из антикризисных мер. Параллельный импорт — это ввоз оригинальных товаров из-за рубежа, но без непосредственного согласия на это правообладателя товарного знака. Иными словами, при разрешении параллельного импорта лекарства на территорию страны имеют право поставлять не только их непосредственные производители, но многочисленные дистрибуторы. Представители власти ожидают бесперебойных поставок необходимой фармацевтической продукции на отечественный рынок и снижения цен на лекарственные препараты за счёт развития конкуренции и свободы перемещения товаров. Однако производители лекарств выделяют ряд весьма вероятных негативных для рынка последствий параллельного импорта. Во-первых, это приведет к росту объёмов некачественных и контрафактных товаров. Во-вторых, под угрозой окажутся отечественные аналоги зарубежных лекарств. В-третьих, существенно упадет заинтересованность зарубежных компаний в локализации производства. В-четвертых, параллельный импорт сам по себе не является гарантией снижения цены для потребителя, поскольку в механизме ценообразования участвует как минимум ещё организация на территории страны. По некоторым данным введение параллельного импорта от-

кладывается в России на несколько лет, однако совсем минимизировать вероятность законодательного утверждения данного процесса не стоит ни зарубежным, ни отечественным производителям.

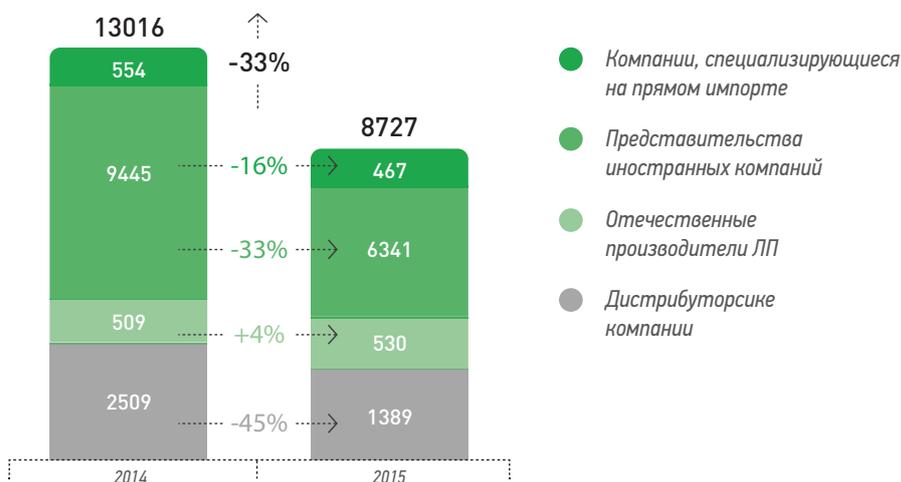
В 2015 году на динамику объемов ввозимой фармпродукции больше влияли экономические факторы: ослабление рубля, снижение покупательной способности. В результате объем импорта сократился на треть по отношению к 2014 году.

На рисунке 36 представлен объем импорта ЛП в Россию в 2015 году.

Объем импорта ЛП в Россию в 2015 году составил 8,7 млрд. дол. (в ценах таможенной стоимости), что на 33% ниже аналогичного показателя 2014 года. В натуральном выражении падение объема завезенных лекарственных средств выглядит не столь катастрофически: количество импортируемых лекарств составило примерно 2,7 млрд. упаковок, относительно 2014 года показатель

**Рисунок 36**

Объем импорта, млн. дол.



упал на 14%. Эта цифра уже ближе к динамике потребления в натуральном выражении.

Снижение поставок фармацевтической продукции происходило по большей части из-за валютных колебаний: импортеры боялись ввозить большие партии лекарств и пользовались сформированными запасами.

Объем импорта субстанций не повторяет динамику импорта лекарств. Это

обусловлено тем, что большинство отечественных лекарств производится из импортной субстанции. В результате в 2015 году было завезено субстанций на 776,6 млн. дол., что на 5% ниже, чем в 2014 году. В Россию импортировалось порядка 11,9 тыс. тонн фармацевтической субстанции, что на 6% выше показателя 2014 года. В стоимостном выражении преобладают субстанции европейского производства (63%). В натуральном выражении существенную долю занимают субстанции китайского

Рейтинг	Импортёры	Доля к объёму импорта, %	
		2014 г.	2015 г.
1	Дистрибуторские компании	19,3	15,9
2	Представительства иностранных компаний	72,6	72,7
3	Компании, специализирующиеся на прямом импорте	4,3	5,3
4	Отечественные производители ЛП	3,9	6,1
	Итого	100	100
	Объёмы импорта, \$ млн.	13 016	8 727

Таблица 18

*Доля различных групп импортёров ЛП в Россию в объёме импорта ЛП в 2014 и 2015 гг.*

производства (58%), на втором месте находятся субстанции из Индии (11%). Тройка лидеров субстанций в стоимостном выражении выглядит следующим образом: Инсулин (16%), Периндоприл (8%), Диосмин (4%). По тоннажу больше всего завозится Ацетилсалициловая кислота (11%), Парацетамол (11%), Метформин (6%).

В таблице №18 представлены доли различных групп импортёров ЛП в Россию (в стоимостном объёме импорта конкретной группы в 2014 и 2015 гг.).

Как видно из таблицы №21, в 2015 г. около 90% от всего объёма импорта лекарств приходится на две группы импортеров - дистрибуторские компании и представительства иностранных производителей. В структуре импорта продолжается рост доли сегмента «Представительства иностранных производителей». Доля импорта дистрибуторскими компаниями продолжает сокращаться, так же, как и объёмы ввоза данной группой импортёров.

Максимальная доля импорта приходится на представительства иностранных производителей – 73%.

Сегмент «Компании, специализирующиеся на прямом импорте» в 2015 году показал положительный прирост,

и доля превысила 5% (в структуре импорта). Основным игроком в данном сегменте является компания «Фармацевтический импорт, экспорт» - её доля составляет 67%. Далее идет компания «Орфе» с долей 11%.

Главным импортёром среди отечественных производителей лекарств является «Фармстандарт-Лексредства» - его доля по итогам 2015 года составила 27%. Практически все предприятия, включенные в данный сегмент, демонстрируют отрицательную динамику. Второе место занимает «Нижфарм» с долей 22%. Третье место у «Уфимский витаминный завод», который занял долю 19%.

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

В таблице №19 представлены ТОП-10 представительств иностранных производителей по объёму импорта в 2015 году.

Группа «Представительства иностранных компаний» упала в долларовом выражении в 2015 году на 33%. Концентрация в группе импортеров «Представительства иностранных компаний» снизилась и составила 51% против 56% в 2014 году.

Объемы ввоза сократились практически у всех производителей. Лидерами группы импортеров «Представительства иностранных компаний», как и в прошлые годы, остаются «Новартис» и «Санофи». Тройку лидеров замыкает представительство производителя «Эбботт».

Из компаний, показавших высокий рост, стоит отметить представитель-

ства «Безен Хелскеа» (+30%), «Амген» (+77%). «Новичок» данной группы – представительство компании «Мерк», которое заняло около 2% объема завоза лекарств в исследуемом сегменте.

В основном, остальные представительства иностранных компаний показали отрицательную динамику по импорту в долларовом выражении. Падение более

Рейтинг	Представительство иностранных производителей	Доля в объеме импорта группы «Представительств...», %		Прирост к 2014 г., дол.
		2014 г.	2015 г.	
1	Новартис	9,9%	9,6%	-35,7%
2	Санофи	8,4%	6,2%	-51,7%
3	Эбботт	4,5%	5,2%	-23,9%
4	Тева	5,8%	5,2%	-41,3%
5	Пфайзер	4,9%	4,7%	-36,8%
6	Байер	3,9%	4,4%	-25,8%
7	Джонсон & Джонсон	4,1%	4,1%	-35,1%
8	Берингер Ингельхайм	3,8%	3,9%	-34,3%
9	МСД Фармасьютикалс	4,6%	3,7%	-47,3%
10	Берлин-Хеми	3,8%	3,7%	-36,5%
	Итого:	53,5%	50,6%	

Таблица 19

ТОП-10  
представительств  
иностраных  
производителей  
по объему импорта в  
2015 году

” Крупнейшими дистрибуторами по объёму импорта в группе «Дистрибуторские компании» в 2015 году являются три компании: «Протек», «Р-Фарм», «Катрен».

50% продемонстрировали такие компании, как «Санофи», «Такеда», «Русфик», «Гленмарк», «Сервье» и другие.

В таблице №20 представлен ТОП-10 дистрибуторов по объёму импорта ЛП в Россию.

Доля десяти крупнейших дистрибуторов-импортёров от всего объёма импорта группы «Дистрибуторские компании» в 2015 году выросла до 90%. Как видно из таблицы №22 крупнейшими дистрибуторами по объёму импорта в группе «Дистрибуторские компании» в 2015 году являются три компании: «Протек», «Р-Фарм», «Катрен». «Протек» занимает первое место по итогам прошлого года. В 2015 году «Р-Фарм» сохранил за собой вторую строчку, при этом доля его выросла более чем на 3%. Оба дистрибутора демонстрируют отрицательную динамику как в натуральном выражении, так и в пересчёте на американскую валюту.

Примечательно, что лидер дистрибуторского звена на фармынке компания «Катрен» по импорту занимает только третью строчку, и доля компании на несколько пунктов ниже, чем на фармынке в целом. Отметим, что в 2015 году доля «Катрен» выросла почти 70% и составила 16%. Из тройки лидеров только «Катрен» показывает положи-

“

Рейтинг	Дистрибутор	Доля в объеме импорта группы «Дистрибуторские компании», %		Прирост к 2014 г.
		2014 г.	2015 г.	
1	Протек	21,0%	22,7%	-41,8%
2	Р-Фарм	17,9%	21,3%	-36,0%
3	Катрен	9,4%	15,7%	-10,3%
4	ФК Пульс	5,1%	8,2%	-14,0%
5	СИА	9,1%	5,5%	-67,5%
6	РОСТА	7,6%	5,1%	-63,9%
7	Евросервис	4,0%	4,0%	-46,0%
8	Alliance Healthcare Russia	3,5%	2,7%	-57,9%
9	Национальная Дистрибуторская Компания	2,4%	2,4%	-46,9%
10	БСС	0,5%	1,9%	89,5%
	Итого:	80,6%	89,5%	

Таблица 20

ТОП-10 дистрибуторов по объёму импорта ЛП в Россию в 2014 и 2015 гг.

тельную динамику завоза лекарств в натуральном выражении (+30%). Хотя при этом в долларовом выражении импорт также падает, но не такими высокими темпами (всего -10%).

Совокупно доля тройки ведущих поставщиков лекарств составляет 60%.

Отражая общие тенденции ввоза ЛП в Россию, динамика национальных и межрегиональных дистрибуторов де-

монстрирует отрицательные показатели. Из всего списка дистрибуторов-импортёров можно выделить только две компании, которые показали положительную динамику в долларовом выражении: «Доминанта-Сервис» (являющаяся эксклюзивным дистрибутором крупнейших фармацевтических заводов Болгарии) и «БСС» (которая активно наращивает обороты в целом на фармрынке России).

**Таблица 21**

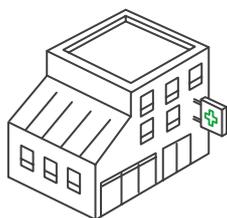
ТОП-20 фирм-производителей ЛП по объёму импорта ЛП в Россию всеми группами импортёров в 2014 и 2015 гг.

Рейтинг		Фирма-производитель	Доля стоимостного объема импорта, \$, %		Прирост к 2014 г.
2014 г.	2015 г.		2014 г.	2015 г.	
1	1	Novartis	6,2%	5,5%	-40,2%
3	2	Bayer	4,7%	4,7%	-32,7%
2	3	Sanofi	5,9%	4,3%	-51,0%
5	4	Abbott	3,8%	4,1%	-28,3%
8	5	Glaxosmithkline	3,2%	3,5%	-26,0%
4	6	Teva	3,9%	3,4%	-40,5%
14	7	Servier	2,5%	3,1%	-19,0%
9	8	KRKA	3,0%	3,0%	-32,1%
6	9	Pfizer	3,4%	2,9%	-42,8%
12	10	Johnson & Johnson	2,7%	2,9%	-29,5%
13	11	Gedeon Richter	2,7%	2,7%	-34,2%
7	12	Takeda	3,3%	2,6%	-47,2%
10	13	F.Hoffmann-La Roche	2,8%	2,5%	-40,1%
60	14	Celgene	0,3%	2,5%	505,9%
11	15	Berlin-Chemie	2,8%	2,4%	-41,8%
17	16	Merck & Co.	2,4%	2,4%	-32,1%
15	17	Boehringer Ingelheim	2,5%	2,4%	-34,6%
16	18	Astellas Pharma	2,5%	2,3%	-38,3%
18	19	Astrazeneca	2,0%	2,2%	-26,6%
19	20	Valeant	2,0%	1,7%	-41,5%
Итого:			61%		

Отметим уход из списка импортёров, таких дистрибуторов как Oriola, «Империя-фарма», «Мединтрог». Для первых двух компаний это связано в том числе и с прекращением существования их деятельности на фармацевтическом рынке. Дистрибутор «Мединтрог» специализируется на поставках лекарственных препаратов для лечения орфанных заболеваний, лекарственных препаратов, применяемых в психиатрии и неврологии, кардиохирургии и трансплантологии, гинекологии и т.п. В 2015 году завоз через данную компанию был минимальным. Поставки препаратов были перераспределены через других дистрибуторов и собственные представительства компаний.

В таблице №21 представлен ТОП-20 фирм-производителей по объёму импорта ЛП в Россию всеми группами импортёров.

Доля 20 крупнейших производителей ЛП по объёму импорта в Россию в 2015 г. составила 61%. Крупнейшими производителями по объёму импорта ЛП в Россию в 2015 году являются Novartis, Bayer, Sanofi. Из ТОП-20 производителей по объёму продаж на фармацевтическом рынке (см. раздел №10 «Производство») только одна иностранная компания не попадает в рейтинг импортёров – это Stada, которая локализована в России (в состав корпорации входит завод «Нижфарм»).



## 8. Аптечные сети

Стабильными тенденциями в аптечном звене за последние годы можно назвать консолидацию и мультиформатность развития крупных ретейлеров. 2015 год не стал исключением, а в некотором роде стал рекордсменом по количеству заключенных и анонсированных сделок.

Лидером в процессах консолидации стала компания «Аптечная сеть 36,6». Напомним, что декабрь 2014 года завершился покупкой данной сетью российского бизнеса финской Oriola-KD, в состав которой входят аптеки «Старый лекарь» и «03 Аптека». В течение первой половины 2015 года компания активно занималась ребрендингом купленных аптек под бренды «Горздрав» и «36,6». Летом 2015 года ОАО «Аптечная сеть 36,6» объявила о завершении объединения группы компаний «36,6» и аптечной сети «А.в.е». В декабре 2015 года произошло слияние сети с ещё одним крупным игроком – аптечной сетью А5, которая занимала 5 строчку рейтинга. Данная сделка позволила «Аптечной сети 36,6» стать лидером по количеству точек, объединённых в единую сеть. По итогам года «Аптечная сеть 36,6» консолидирует в своем составе более 1910 точек. Окончательное закрытие сделки ожидается в июне 2016 г., однако и сейчас, по предварительным оценкам, консолидированная сеть должна занять порядка 5,5% от всего рынка аптечных продаж.

Внимание аптечных сетей часто сосредоточено на регионах. В декабре 2015 года была закрыта сделка по покупке фармацевтической группой «Роста» нижегородского дискаунтера «Ладушка». В результате сделки количество точек сети составило 1 146 аптечных учреждений. Таким образом, «Радуга» стала 5 сетью, которая смогла преодолеть планку в 1000 точек. Аптечная сеть «Радуга» после слияния с сетью «Ладушка» займет на рынке порядка 2,6% и поспорит с самарской «Имплозией» за третью строчку рейтинга.

«Мелодия здоровья» купила самарскую аптечную сеть «Близнецы». «Близнецы» – аптечная сеть Самары, состоит из 30 аптек, работающих в формате дискаунтера.

Аптечная сеть «Фармакопейка» — «Твой доктор» с июля 2015 года представляет собой консолидированную структуру, объединившую в своем составе порядка 530 аптек в четырех федеральных округах. Аптечная сеть «Твой доктор» долгое время занимала прочные позиции в Тульской области. «Фармакопейка» — одна из наиболее динамично развивающихся сетей в Сибирском федеральном округе — стремительно наращивает долю присутствия с дисконт-форматом аптек.

В ноябре 2015 года «Калинка» - одна из крупнейших аптечных сетей Тюмени –

стала частью сети «Фармлэнд» (головной офис в Уфе).

Все больше ретейлеров приходят к выводу, что развивая несколько сетей под разными брендами с разными форматами, легче подстраиваться под меняющийся рынок. Аптечная розница не стала исключением: сети развиваются сейчас в нескольких форматах – аптеки открытой формы торговли и так называемые «дискаунтеры» (аптеки низких, оптовых цен). Практически каждая из сетей ТОП-20 имеет в своем составе два или даже больше бренда под каждый формат: «Ригла» – «Будь Здоров», «Доктор Столетов» – «Озерки», «36,6» – «Горздрав» – «А.В.Е», «Радуга» – «Ладушка» и т.д. Формат дискаунтеров востребован, особенно в условиях кризиса, он позволяет привлекать потребителей с низким уровнем доходов.

Помимо уже сложившихся форматов аптечные сети в последнее время активно ищут новые формы взаимодействия с другими ретейлерами. Так, ретейлер «Дикси» заключил бессрочное партнерское соглашение с аптечным оператором «Аптечная сеть 36,6» о предоставлении приоритетного права размещения на арендуемых площадях. «Аптечная сеть 36,6» сможет открывать свои представительства в магазинах сети «Дикси» формата «у дома» и супермаркетах «Виктория».

В июне 2015 года X5 Retail Group объявила о введении новых условий сотрудничества с арендаторами магазинов «Пятерочка». В рамках новых условий сотрудничества сеть аптек «Планета Здоровья» откроет 150 аптек в универсамах «Пятерочка». Аптеки «Планета Здоровья» будут расположены как в кассовой зоне магазинов «Пятерочка», так и в самом торговом зале универсамов – формат shop-in-shop. Помимо «Планеты Здоровья» на площадях «Пятерочки» расположится и аптечная сеть «Алоэ». Партнёрство предусматривает открытие не менее 330 пунктов по продаже лекарств в магазинах «Пятерочка» до конца 2017 года.

«Аптечная сеть 36,6» стала первой, открывшей аптеку общей площадью 1 тысяча квадратных метров. Гипермаркет «36,6» ориентирован на профессиональные консультации по всем категориям товаров. Кроме традиционного ассортимента аптека предлагает услуги фотостудии, бритья, а также консультации в области спортивного питания. В течение двух лет появятся до 30 аптечных учреждений расширенного формата.

Суммарно ТОП-10 сетей выросли в 2015 году на 25% к аналогичному периоду 2014 года. Доля ТОП-10 составила 23%, что на 3% выше показателя 2014 года. Таким образом, мы видим, что процес-

сы слияния и поглощения в последние 2 года коснулись в большей мере ТОП-10, что привело к росту концентрации на 6%. До этого момента суммарная доля ведущих 10 аптечных сетей держалась на уровне 16-17% на протяжении последних 7 лет.

На рисунке №38 представлены рост оборота и количества точек ТОП-10 аптечных сетей в 2011-2015 годах. Последние три года наблюдается существенный прирост по показателю количества точек, так как сети начали активно расти

за счет открытия новых точек и объединения сетей. Прирост в количественном составе ТОП-10 сетей составляет 72% к уровню показателей 2011-2012 годов. В рейтинге 2015 года уже 5 сетей имеют в своей количественном составе более 1000 точек.

«Ригла» открыла за 2015 года 192 новых аптеки. Эта сеть на протяжении последних нескольких лет является лидером по органическому росту. Более ста аптек открыли такие сети, как «Аптека-Таймер», «Апрель», «Фармлэнд».

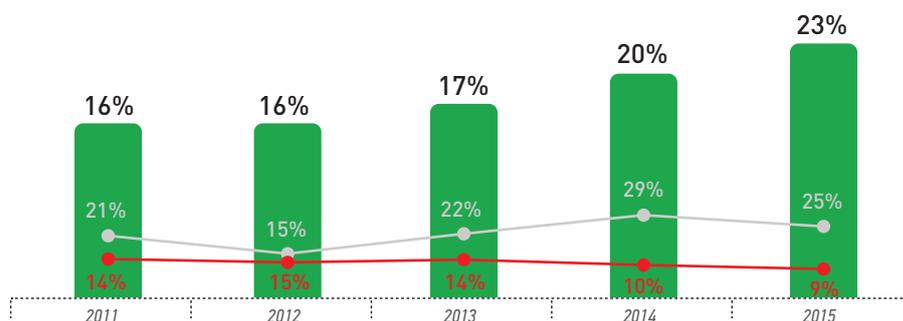
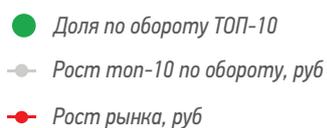


Рисунок 37

Концентрация ТОП-10 аптечных сетей

Прошедший год был наполнен сделками, которые существенно изменили расстановку на аптечном рынке. На протяжении всего года мы наблюдали «борьбу» за лидерство между двумя игроками ритейла – аптечной сетью «Ригла» и «Аптечная сеть 36,6».

По фактическому объёму продаж аптечная сеть «Ригла» заняла первое место. Отрыв от компании «Аптечная сеть 36,6» минимален и связан с более успешной продажей в сети парафармацевтических групп товаров. Согласно

рейтингу, доля «Риглы» выросла с 3,2% до 3,6% за год.

По результатам за январь-ноябрь 2015 года аптечная сеть «А5» имеет оборот порядка 20 млрд. руб., что позволяет сети условно располагаться на 5 строчке. В результате слияния компаний «Аптечная сеть 36,6» и «А5» доля объединенной сети превысит 5,5% и будет в ближайшее время не достижима для других участников рынка органическим развитием.

Динамика ТОП-10 аптечных сетей (коммерция)

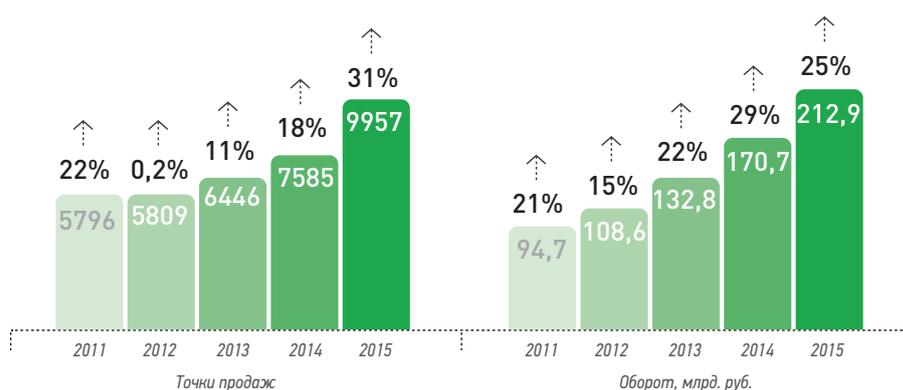


Рисунок 38

Динамика роста оборота и количества точек ТОП-10 аптечных сетей

**Таблица 22**

Рейтинг сетей по обороту в 2015 г. на аптечном коммерческом рынке

<sup>1</sup>«Аптечная сеть 36,6» включает в себя бренды «Горздрав», «АВЕ-Лихигу», «36,6», оборот «А5» включен только за декабрь 2015 года

<sup>2</sup>Данные по аптечной сети «А5» приведены по ноябрь 2015 года

<sup>3</sup>«Радуга» включает в себя объем продаж аптек «Радуга», «Первая помощь», оборот аптечной сети «Ладушка» включен только за декабрь 2015 года

<sup>4</sup>«Фармленд» включает в себя оборот аптечной сети «Калинка» с декабря 2015 года

<sup>5</sup>«Фармакопейка» объединяет сети «Фармакопейка», «Твой доктор», «Аптека от Склада», «Здесь Аптека». Объем сети «Твой доктор» (Тула) включены с июля 2015 года

<sup>6</sup>Данные по аптечной сети «Ладушка» приведены по ноябрь 2015 года

Рейтинг	Аптечные сети	Объем, млрд. руб.	Доля на коммерческом сегменте, 2015	Прирост оборота по сравнению с 2014	Количество точек продаж
1	Ригла	34,1	3,6%	25%	1 461
2	Аптечная сеть 36,6 <sup>1</sup>	33,5	3,6%	31%	1 912
3	Имплозия	25,1	2,7%	11%	1 400
4	Доктор Столетов	21,0	2,2%	12%	311
-	А5 <sup>2</sup>	20,0	2,1%	2%	1 072
5	Радуга <sup>3</sup>	17,6	1,9%	13%	1 146
6	Планета здоровья	14,5	1,6%	41%	905
7	Фармленд <sup>4</sup>	12,9	1,4%	25%	585
8	Фармаимпекс	12,4	1,3%	2%	579
9	Фармакопейка <sup>5</sup>	11,4	1,2%	38%	530
10	Самсон-фарма	10,3	1,1%	33%	56
11	Вита	10,1	1,1%	36%	533
12	Классика	9,4	1,0%	15%	191
13	Аптека-Таймер	8,8	0,9%	43%	515
14	Нео-фарм	8,7	0,9%	90%	217
15	Мелодия здоровья	8,5	0,9%	36%	618
16	Апрель	7,6	0,8%	43%	400
17	Фармакор	7,2	0,8%	1%	320
-	Ладушка <sup>6</sup>	7,1	0,8%	8%	270
18	Губернские аптеки	5,8	0,6%	49%	240
19	Невис	5,8	0,6%	7%	305
20	Новая Аптека (Хабаровск)	5,7	0,6%	25%	122

В таблице 22 приведем рейтинг аптечных сетей в коммерческом секторе с количественными и стоимостными показателями развития в 2015 г.

Диверсификацией бизнеса в прошлом могли «похвастаться» только дистрибуторы, которые активно развивали как аптечные сети, так и производственные площадки.

В начале 2016 года «Аптечная сеть 36,6» заявила о планах начать активно развивать оптовый сегмент бизнеса. В структуре группы «36,6» функционирует дистрибутор ООО «Гуд Дистрибьюшн Партнерс», который в настоящий момент обслуживает розничный сегмент. В связи со значительным увеличением пула прямых контрактов с производителями фармацевтической продукции было принято решение развивать оптовые поставки третьим лицам на российском рынке.

Российская фармацевтическая компания «Эвалар», которая владеет одноименной аптечной сетью из 66 аптек, решила занять нишу нелекарственной розницы и вывела на рынок нового ретейлера – сеть магазинов «Фитомаркет». Новая розничная сеть «Фитомаркет» представляет собой магазины «натуральных товаров для здоровья», в которых представлен «нелекарствен-

ный» ассортимент: витаминно-минеральные комплексы, фитокосметика, спортивное, диетическое и другое питание. В 2016 году «Эвалар» планирует открыть еще 3-5 магазинов под брендом «Фитомаркет».

Финансовая нестабильность и рост курса валют спровоцировали инфляцию, в том числе и на лекарства. Это привлекло дополнительное внимание к проблеме роста цен. И еще весной 2015 года президент страны Владимир Путин дал поручение Правительству РФ и региональным Минздравам рассмотреть вопрос о целесообразности создания государственных и муниципальных аптечных организаций, которые должны обеспечить доступность населения препаратами низкого ценового сегмента, а также сильнодействующими и обезболивающими лекарственными средствами. Скорее всего, в рамках данного поручения и произошла активизация местных органов управления по открытию государственных аптек.

Так, в Подмосковье в 2015 году открыто около 100 аптечных пункта. К концу 2016 года государственная аптечная сеть Московской области «Мособлмедсервис» должна насчитывать порядка 280 аптек. Напомним, что в Подмосковье уже была аптечная сеть «Мособлфармация», которая в 2011 году вошла в груп-

пу компаний А5. Государственная сеть объединяла около 500 точек и входило в ТОП-15 крупнейших аптечных сетей России. В Новосибирске муниципальные аптеки будут открываться в метро. В Ульяновской области открываются государственные аптеки-дискаунтеры.

Заметим, что и сейчас государственные аптечные сети остались во многих регионах. По оценкам DSM Group, доля государственных аптек достигает 10%.

Также в последнее время активно обсуждается запрет продажи лекарств через интернет. Деятельность интернет-аптек в России регламентируется законом «Об обращении лекарственных средств», поправки к которому вступили в силу 1 июля 2015 года. В частности, в документе говорится, что с целью борьбы с «интернет-пиратством» в области фармацевтики виртуальные аптеки, предлагающие лекарства, будут блокироваться в досудебном порядке. В конце октября Роскомнадзор внес 17 интернет-аптек в реестр сайтов с запрещенной информацией.

Московский регион (Москва и Московская область) - наиболее ёмкий регион в России. Совокупно доля этих двух субъектов составляет порядка 29% в общей ёмкости аптечного рынка. Тем интереснее посмотреть рейтинг аптечных сетей именно на этой территории. Здесь работает порядка 9000 аптечных учреж-

дений. Концентрация в московском регионе выше, чем в России в целом: на ТОП-20 сетей приходится 38% рынка против 31% на те же ТОП-20 в России.

Лидером рейтинга является «Аптечная сеть 36,6», аналогично общероссийскому рейтингу. Это обусловлено спецификой работы данной сети – в большей мере она сосредоточена на развитии именно в этом регионе.

На втором месте расположилась аптечная сеть «А5», которая с декабря 2015 года была приобретена «Аптечной сетью 36,6». Таким образом, совокупная доля «36,6» в Московском регионе составит около 15% и количество точек превысит 1 650. На сегодняшний день – это самая большая сеть как по обороту, так и по количеству, представленная в Москве и Московской области.

Рейтинг аптечных сетей по Московскому региону состоит из сетей, которые преимущественно работают в этом регионе, но и в данном рейтинге представлены национальные аптечные сети, работающие по всей стране («Доктор Столетов», «Радуга», «Планета Здоровья»). Две сети из данного рейтинга являются государственными: «Аптеки столицы» и «Столичные аптеки».

В 2016 году процессы консолидации продолжатся и дальше, что в свою очередь может привести к изменению

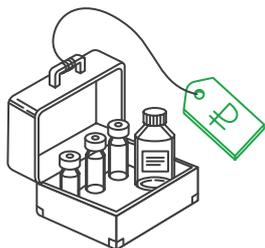
рейтинга аптечных сетей в очередной раз. Но скорее всего, темпы развития данного процесса замедлятся под влия-

нием экономического кризиса, что мы наблюдали уже в 2009-2010 годах.

Рейтинг	Аптечные сети	Объем, млрд. руб.	Доля на коммерческом сегменте, 2015	Количество точек продаж
1	36,6	25,0	9,3%	930
2	A5 (объем продаж по ноябрь 2015)	15,3	5,7%	722
3	Самсон-фарма	10,3	3,8%	56
4	Ригла	10,1	3,8%	349
5	Нео-фарм	8,0	3,0%	201
6	Диалог	4,6	1,7%	37
7	Аптеки Столицы	2,9	1,1%	85
8	Доктор Столетов	2,9	1,1%	70
9	Столичные аптеки	2,8	1,0%	133
10	Солнышко	2,8	1,0%	53
11	Трика	2,6	1,0%	52
12	Фармпрепараты	2,5	0,9%	33
13	Флория	2,1	0,8%	55
14	Планета Здоровья	1,9	0,7%	125
15	Эконом	1,9	0,7%	51
16	Радуга	1,7	0,6%	50
17	Дежурная аптека	1,7	0,6%	47
18	Скажите А	1,5	0,6%	35
19	Сердечко	1,4	0,5%	40
20	Лекрус	0,9	0,3%	24
	ТОП-20	103,0	38%	3 148

Таблица 23

Рейтинг сетей в Московском регионе в 2015 г.



## 9. Дистрибуторский сектор фармацевтического рынка

Специфика российского фармацевтического рынка заключается в том, что фармдистрибуторы играют важную роль в процессе обеспечения населения лекарствами. Во-первых, наша страна отличается своими размерами. Поэтому крупный оптовик – это не только большой фармацевтический склад, но и развитая сеть логистических центров. Во-вторых, это крупные центры финансовых потоков, которые связывают розничных продавцов и производителей.

Прошедший год внёс заметные коррективы в работу оптового звена. В первую очередь, хочется отметить изменение состава ведущих фармдистрибуторов. За 2015 год с рынка ушли 2 крупных игрока, которые входили в ТОП-20.

В декабре 2014 года бывший российский дивизион финской Ogiola-KD (дистрибутор «Ориола» и аптечная сеть «Старый лекарь») перешёл под контроль «Аптечной сети 36,6». Основная задача «Аптечной сети 36,6» – развитие розничного звена, поэтому в связи с непрофильностью оптового актива все склады в регионах были закрыты. Рабочим остался только единый логистический центр в Домодедовском районе Московской области, который используется для потребностей аптечных сетей группы «36,6». Правда стоит отметить, что уже в начале 2016 года «36,6» анонсировала возвращение на рынок оптовых продаж. В структуре Группы 36,6

функционирует дистрибутор ООО «Гуд Дистрибьюшн Партнерс». В настоящий момент дистрибутор обслуживает розничный сегмент сети. На его базе будет развиваться оптовое звено для Московского региона и госпитальных продаж.

В начале июня 2015 года дистрибутор из Санкт-Петербурга «Империя-Фарма» объявил о банкротстве. Заметим, что компания была представлена как на рынке госзакупок, так и в розничном звене: 45% оборота приходилось на госзаказ, а 55% — на снабжение аптек.

Совокупно эти два дистрибутора занимали 5,2% рынка. Высвободившуюся нишу смогли занять ведущие дистрибуторы на фармрынке («Катрен», «Протек»), а также игроки так называемого второго эшелона, которые в последние годы демонстрируют агрессивную политику развития («Пульс», «БСС»). Заметим, что именно эти компании в ТОП-10 демонстрируют максимальный прирост.

Несмотря на кризисные явления, дистрибуторам приходится активно развивать складскую и логистическую инфраструктуру. В 2015 году данный процесс был наиболее заметен.

Так, лидер последних лет компания «Катрен», стала резидентом биотехнопарка наукограда Кольцово в Новосибирской области. Компания планирует постро-

ить в Кольцово высокотехнологичный автоматизированный централизованный логистический центр для оперативного обеспечения аптек и больниц. Общая площадь инвестиционного проекта НПК «Катрен» – 17 512 кв. м, объем капитальных вложений – более 1 млрд. рублей. Во втором квартале 2016 года заработает логистический центр в Саратовской области. Инвестиции в проект составили 654 млн. рублей.

В конце 2015 года «Пульс» стала арендатором логистического комплекса «Ленинградского терминала» (Московская область). Дистрибутор в последние годы демонстрирует высокие темпы роста. Только в 2015 году его продажи выросли в 1,5 раза. В результате дистрибутор занял 4 строчку рейтинга, тогда как еще в 2011 году он занимал только 10 место. Доля компании выросла на 2,7% и превысила показатель в 10%.

В 2015 году ЦВ «Протек» также занимался развитием инфраструктуры: модернизирован склад в Санкт-Петербурге, за счёт чего увеличена производительность вдвое; начато строительство нового складского комплекса для производителей на 42 000 палетомест в Пушкино.

Дистрибутор «БСС» по итогам года вырос на 64%, что позволило нарастить долю на рынке в 1,5 раза до 3,3% и занять 9 место в рейтинге. Цель компа-

нии — войти в ТОП-5 дистрибуторов по объёмам отгрузок. Пока компания представлена в России только 10 филиалами. Но «БСС» планирует открыть полноценные логистические центры в Нижнем Новгороде, Воронеже и одном из городов Сибири. Компания в ближайшие три года планирует инвестировать в развитие 1 млрд рублей. Помимо оптового звена половину инвестиций планируется вложить в расширение розничного направления фармдистрибутора. «БСС» развивает аптечную сеть «АЛОЭ», в которую сейчас входит 127 аптек. В планах увеличение сети до 500 точек. Помимо органического роста компания будет использовать уже ставшие популярными на рынке инструменты: дистрибутор заключил соглашение об открытии своих торговых точек на территории 300 продуктовых магазинов ретейлера X5.

Вообще не иметь дистрибутору собственной аптечной сети становится не модно. Национальные дистрибуторы практически все имеют аптечный бизнес. Исключение составляют, наверно, только оптовые компании, которые специализируются на государственных закупках.

Объём фармацевтического рынка России в ценах дистрибуторов составил 1 018 млрд. руб., что на 9% выше, чем в 2014 году. В 2015 году ускорилась консолидация рынка. ТОП-10 дистрибуто-

ров заняли порядка 93%, тогда как годом ранее их доля составляла около 89%. При этом рост концентрации за счёт только ТОП-3 дистрибуторов. Их доля выросла на 4% с 45% до 49%. Увеличение совокупной доли тройки лидеров обеспечено за счёт более высоких темпов роста «Катрен» и «Протек», по сравнению с общим ростом рынка в 2015 году.

На протяжении последних трёх лет лидером оптового звена является дистрибутор «Катрен». Компания в последние годы росла существенно выше своих конкурентов. 2015 год не стал исключением: прирост в 16% к обороту 2014 года позволил компании существенно нарастить долю (+2,7% для первого места высочайший результат) и увеличить отрыв от

компании, занимающей вторую строчку. «Катрен» – единственный дистрибутор, который строит свой бизнес не только на территории России, но и также в странах СНГ (в настоящий момент компания представлена на Украине, в Казахстане и Белоруссии). Помимо этого, отметим удачный проект компании – сайт [apteka.ru](http://apteka.ru). Закупки аптечного ассортимента через данную систему в 2015 году осуществили более 11,4 тыс. аптечных учреждений на сумму 2,7 млрд. руб.

Второе место занял дистрибутор «Протек» (разрыв с «Катреном» 17 млрд. руб.). Доля по итогам года превысила 18%. Публичных компаний на фармрынке ограниченное количество. Дистрибуторское звено среди них представляет

Концентрация ТОП-10 дистрибуторов

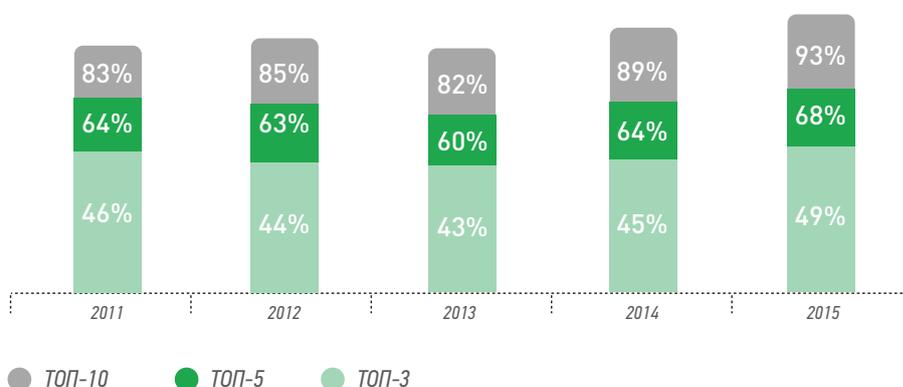


Рисунок 39

Концентрация в дистрибуторском сегменте

Рейтинг 2015 г.	Дистрибутор	Объём, млрд. руб.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	Катрен	202,9	26%	19,9%
2	Протек	185,9	25%	18,3%
3	РОСТА	109,6	5%	10,8%
4	Пульс	105,0	50%	10,3%
5	СИА	91,5	-15%	9,0%
6	Alliance Healthcare	79,7	9%	7,8%
7	Р-Фарм	74,0	7%	7,3%
8	Фармкомплект	43,6	21%	4,3%
9	БСС	33,7	64%	3,3%
10	Евросервис	21,4	29%	2,1%

Таблица 24

ТОП-10  
дистрибуторов на  
фармацевтическом  
рынке

как раз компанией «Протек». По данным экспертов международного рейтингового агентства «РИА Рейтинг», Группа компаний «Протек» вошла в ТОП-100 самых дорогих публичных российских компаний в 2015 году, заняв 72-ю позицию. Капитализация компании в 2015 году составила 435,4 млн. долларов. По сравнению с 2014 годом ОАО «Протек» поднялось на пять пунктов рейтинга, увеличив капитализацию на 15,9% за год.

ТОП-3 в 2015 году замыкает дистрибутор «РОСТА». Компания вернулась в тройку

лидеров. Но заметим, что темпы роста её самые низкие из ТОП-3 и даже ниже роста рынка в целом. Поэтому доля дистрибутора на рынке упала на 0,4%.

В 2016 году сохранить высокие темпы роста дистрибуторам будет довольно сложно. Кризис влияет на покупательную способность населения, инфляция опережает рост зарплат. Поэтому только эффективная компания может показать высокий результат. Тем и интересен текущий год.



## 10. Производство лекарственных средств

2015 год для производителей лекарств, присутствующих на отечественном фармрынке, прошёл под эгидой идеи импортозамещения. Глобальной целью процесса импортозамещения является удовлетворение потребности населения в доступных, качественных и эффективных препаратах. Без увеличения рыночной доли отечественных препаратов, по мнению российских законодателей, добиться этого невозможно. Идея в целом не нова, но в период сложной экономической обстановки она вышла на первый план.

Стандарты GMP, сертификат на соответствие которым до 1-го января 2016 г. должен был получить каждый отечественный производитель, также нацелен на повышение качества фармпродукции.

В 2015 году Министерство промышленности и торговли РФ провело инспектирование нескольких десятков производителей лекарств, производство которых осуществляется на территории России, выдав при этом 98 заключений о соответствии требованиям правил организации производства и контроля качества лекарственных средств. Стоит отметить, что активная фаза перехода на стандарты надлежащей производственной практики, началась в нашей стране только в 2014 г., когда были регламентированы процедуры и назначены органы, ответственные за выдачу сертификатов, под-

тверждающих соблюдение стандартов на конкретной производственной площадке. Тем не менее, к началу 2016 г. 67% российских лекарств производилось по международным требованиям.

Завершить переход на стандарты GMP в нашей стране планируется к 2017 г. Именно с 2016 года соблюдать стандарты российской GMP необходимо не только отечественным, но и зарубежным производителям, поставляющим продукцию в РФ. В 2016 году это потребуются тем, кто не работал раньше на территории России, а с 2017 года - всем. Несмотря на то, что российские правила GMP эквивалентны требованиям GMP, принятым в Евросоюзе, отечественные нормативные акты не признают сертификаты даже крупнейших производителей, а требуют получение документа, подтверждающего соответствие зарубежных производственных площадок российским стандартам. При этом и само получение сертификатов для российских и зарубежных производителей лекарств проходит по-разному, имеет разную стоимость и проводится разными органами. Подобная ситуация усложняет процедуру и вызывает вопросы у иностранных компаний, действующих на российском рынке. Минпромторг считает, что большинству зарубежных компаний рано беспокоиться - до 2017 года им сертификат не потребуется, если они не выводят на рынок новые лекарствен-

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность
Novo Nordisk	Калуга	Препараты инсулина в форме картриджей и шприц-ручек	20 млн. картриджей и 10 млн. шприц-ручек в год
РИА «Панда»	Ленинградская область	Завод будет ориентирован на выпуск импортозамещающей продукции	960 млн. штук твердых лекарственных форм (таблетки, капсулы) в год
ГК «Ниармедик»	Калужская область	Весь цикл, от синтеза исходных веществ до изготовления готовых препаратов, проходит в рамках одного производства. Предприятие производит лекарства в следующих формах: таблетки, капсулы, шприцы, препараты во флаконах и саше.	100 млн. упаковок лекарственных препаратов в различных формах выпуска в год
Novartis	Ленинградская область	Более 40 оригинальных и генериковых препаратов группы компаний «Новартис»	1,5 млрд. единиц твердых лекарственных форм в год
Вертекс	Ленинградская область	Завод будет ориентирован на выпуск импортозамещающей продукции	70 млн. упаковок готовой лекарственной продукции (до 1 млрд. штук лекарственных препаратов) в год
AstraZeneca	Калужская область	Около 30 инновационных препаратов для кардиологии, онкологии и борьбы с респираторными заболеваниями.	40 млн. упаковок (850 млн. таблеток) в год

Таблица 25

*Ключевые запуски производственных площадок на российском фармрынке в 2015 г.*

ные формы. А остальные успеют пройти проверку в течение года. По подсчётам Ассоциации международных фармацевтических производителей (АИРМ) к 2017 году должно быть проинспектировано около 3 тысяч площадок.

В 2015 г. по-прежнему оставался неопределённым статус локального производителя лекарств. На данный момент локальным производителем может считаться компания, упаковочная стадия выпуска препаратов которой проходит на территории страны. Однако, уже не первый год в прессе обсуждается принятие на законодательном уровне определения статуса локального производителя, для получения которого недостаточно только упаковывать препараты в России. Наличие производственной площадки в России сулит компаниям определенные преференции при участии в программах госзакупок, а также облегчает получение сертификата соответствия стандартам GMP. В связи с этим в 2015 г. сразу несколько зарубежных фармкомпаний запустили производство на территории нашей страны.

Поиме уже запущенных в минувшем году производственных площадок следует упомянуть о планах по организации производства лекарств на территории России в среднесрочной перспективе.

В 2016 г. компании Bionorica и Aenova

GmbH приступят к сооружению фармзавода в Воронежской области.

В 2015 г. началось строительство завода по производству лекарственных препаратов, получаемых из плазмы крови человека. Сроки ввода производства в эксплуатацию — 2018 год, реализует проект ГК «Генериум». Проект плазматического производства группы компаний «Генериум» разработан в рамках государственной программы импортозамещения стратегии «Фарма 2020».

Компания «Алфарм» уже в 2017 г. планирует запустить производство на территории Зеленоградского района Московской области. Планируется, что на новом предприятии будут выпускаться средства для профилактики и лечения респираторных, урогенитальных, кожных, кишечных инфекций, ряда хронических воспалительных заболеваний желудочно-кишечного тракта.

В прошедшем году завершилась консолидация предприятий в Национальную иммунобиологическую компанию («Нацимбио»), которая в свою очередь входит в состав ГК «Ростех». Последними в государственную корпорацию вошли ФГУП НПО «Микроген» и ОАО «Синтез». В середине 2015 г. стало известно о том, что АО «Нацимбио» на период 2015–2017 гг. определено единственным по-

ставщиком отечественных иммунобиологических лекарственных препаратов, закупка которых осуществляется Минздравом России в целях проведения профилактических прививок, включённых в национальный календарь профилактических прививок (НКПП). Кроме того, «Нацимбио» станет единственным поставщиком лекарственных препаратов для лечения туберкулеза, ВИЧ и вирусных гепатитов, закупаемых за счёт федерального бюджета.

Продолжая тему прямой или косвенной поддержки государства российских производителей ЛП, следует упомянуть о том, что российский производитель лекарственных средств «Нанолек» вошел в программу поддержки инвестиционных проектов, реализуемых на территории РФ. В рамках этой программы «Нанолек» получит 6,1 млрд рублей на развитие производства в Кировской области. Также в 2015 г. стало известно о заключении соглашения между компаниями Merck и «Нанолек» о начале производства препаратов для лечения сахарного диабета 2 типа, артериальной гипертензии и сердечной недостаточности на заводе «Нанолек». В рамках подписанного соглашения компания Merck передает компании «Нанолек» технологию производства препаратов по полному циклу, технологию защиты упаковки, которая позволит снизить вероятность фальсификации, а также проведет профессиональную подготовку специалистов российской компании для воспроизведения всех технологических этапов.

Помимо целевого финансирования, в 2015 г. принимались законодательные инициативы, призванные увеличить конкурентоспособность отечественных производителей лекарств.

Так, в начале года стало известно, что Минпромторг разрабатывает механизм предоставления субсидий отечественным фармпроизводителям. Субсидии будут предоставляться на разработку и производство фармацевтических субстанций. Также субсидиями предполагается обеспечить производителей медицинских изделий. В первую очередь тех, которые вошли в перечень имплантируемых устройств. Кроме того, Минпромторгом предусмотрены субсидии на создание инжиниринговых центров, промышленных парков и прочих системообразующих институтов.

Ближе к концу года премьер-министром было подписано постановление об ограничении госзакупок иностранных лекарств, включенных в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов (ЖНВЛП). Согласно постановлению, государственный заказчик должен отклонять все

предложения о поставке лекарств из-за рубежа, если на тендер подано не менее двух заявок на поставки лекарственных препаратов, происходящих из стран Евразийского экономического союза (Россия, Белоруссия, Армения, Казахстан и Киргизия). При этом «отечественные» заявки должны быть от компаний, не входящих в одну группу лиц, чтобы считаться раздельными.

Нельзя сказать, что минувший год отмечен рекордным количеством сделок M&A в области мирового фармпроизводства. Однако значимость отдельных «слияний и поглощений» с точки зрения влияния на перспективы развития глобального рынка довольно высока.

На протяжении 2014 г. ряд компаний вели борьбу за производителя ботокса компанию Allergan. Канадская фармкомпания Valeant Pharmaceuticals предприняла несколько попыток недружественного поглощения, но успеха добиться смог другой «фармгигант» Actavis. Сделка была завершена уже в начале 2015 г. (стоимость - 70,5 млрд долларов). После слияния Actavis поменял название на Allergan (на некоторых рынках Actavis сохранил свое старое наименование). На этом активность объединенной компании не прекратилось. В июле мировое фармсообщество облетела новость о том,

что израильский производитель Teva Pharmaceutical покупает бизнес по производству генериков фармацевтической компании Allergan за \$40,5 млрд. Эта сделка, которую многие эксперты поспешили назвать очередным шагом в консолидации мировой фармацевтической отрасли, была призвана укрепить позиции Teva на рынке генериков и сделать её одной из крупнейших фармацевтических компаний мира. Но и эта новость не стала самой громкой с участием компании Allergan.

В конце ноября стало известно, что Американская фармацевтическая компания Pfizer и ирландская Allergan объявили о заключении соглашения о слиянии. Сумма сделки составляет около 160 млрд долл., срок закрытия – вторая половина 2016 г. В результате сделки с Allergan (которая будет впоследствии будет переименована в Pfizer) и дальнейшей интеграции компаний ожидается, что Pfizer примет решение о разделении объединенной компании на два бизнеса – инновационный и генериковый – не позднее конца 2018 г. Планируется, что акционеры Pfizer станут владельцами около 56% акций объединенной компании, акционеры Allergan – около 44%.

Помимо приобретения бизнеса по производству генериков у компании Allergan,

Teva отметилась в новостной ленте другой сделкой – покупкой американской компании Auspex Pharmaceuticals за \$3,2 млрд. Приобретение Auspex Pharmaceuticals позволит Teva расширить портфель препаратов для лечения заболеваний, влияющих на опорно-двигательную систему. Кроме того, после сделки с Allergan Teva заявила об аннулировании предложения о поглощении фармкомпании Mylan (ожидавшаяся сумма сделки – 43 млрд долларов).

В 2015 г. завершились еще две крупные сделки, начатые еще в 2014 г. Индийская фармацевтическая компания Sun Pharmaceutical Industries завершила сделку по приобретению другой индийской компании Ranbaxy, а Американская Abbott Laboratories довела долю в российском фармпроизводителе ПАО «Верофарм» до 100%.

Германский фармацевтический концерн Merck объявил о завершении процесса приобретения американской компании Sigma-Aldrich. Сумма сделки, ставшей крупнейшей в истории Merck, составила 17 млрд долларов. Сделка была одобрена Европейской комиссией 15 июня 2015 года.

Доля лекарств импортного производства в целом на рынке составляет 72,8% в деньгах и 39% в упаковках. Как уже

отмечалось выше, рост лекарственного сегмента в целом составил 8,5%, при этом в упаковках наблюдается сокращение рынка на 4%. Такой низкий рост в натуральном выражении обеспечен отрицательным приростом продаж упаковок лекарств импортного производства (падение составляет -9%), тогда как продажи отечественных лекарств упали только на 0,6% в упаковках. В рублевом выражении импортные препараты выросли только на 4%, тогда как отечественные на 28%. «Импортозамещение» в большей мере заработало в сегменте госзакупок. Доля отечественных препаратов выросла на 8% и составила около 30%. При этом закупки отечественных препаратов в объеме выросли на 50%, а в натуральном выражении на 7,5%. В коммерческом сегменте результаты программы менее заметны, и в большей мере связаны с переключением потребителя на генериковые препараты (доля отечественных выросла на 2% и составила около 26%).

Рейтинг производителей лекарств в России 90% представлен импортными производителями.

Рейтинг ТОП-20 производителей относительно стабилен, перемещения по рейтингу наблюдаются, как правило, в пределах 1-2 позиций. Хотя в 2015 г. отмечались и более серьезные «взлеты и падения».

**Таблица 26**

ТОП-20 фирм-производителей по объему продаж на фармацевтическом рынке России в 2015 г.

Рейтинг 2015 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млрд. руб. 2015 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	Sanofi	49,7	-1%	4,8%
2	1	Bayer	41,7	3%	4,0%
3	-1	Novartis	41,6	0%	4,0%
4	-	Glaxosmithkline	30,3	-10%	2,9%
5	1	Teva	29,1	3%	2,8%
6	1	Takeda	28,2	3%	2,7%
7	-2	Johnson & Johnson	27,5	-11%	2,7%
8	3	Abbott	27,1	9%	2,6%
9	1	Pfizer	27,1	4%	2,6%
10	-1	Servier	26,7	1%	2,6%
11	2	Berlin-Chemie	21,8	2%	2,1%
12	-4	F.Hoffmann-La Roche	21,7	-19%	2,1%
13	-1	Merck & Co. Inc	21,6	-1%	2,1%
14	-	Отисифарм	20,5	9%	2,0%
15	-	Gedeon Richter	19,9	13%	1,9%
16	-	Stada	19,5	19%	1,9%
17	2	Valeant	17,2	13%	1,7%
18	-	KRKA	17,1	8%	1,6%
19	3	Фармстандарт	16,5	33%	1,6%
20	-	Astrazeneca	16,5	10%	1,6%

Совокупно доля ТОП-20 производителей в 2015 году составила 50,3%.

Тройка лидеров в 2015 году не поменялась по сравнению с 2014 годом. Верхнюю позицию занимает корпорация Sanofi, несмотря на снижение продаж на 1%. Удельный вес продаж в розничном сегменте остается для компании преобладающим (свыше 70% оборота приходится на аптечные продажи). На второе место поднялся производитель Bayer. На государственные закупки у производителя приходится только 12% продаж. Основной объем продаж - это коммерческие сегмент. Именно этот сегмент является драйвером роста данной компании, в целом объем продаж производителя вырос на 3%, тогда как в коммерческом сегменте продажи выросли на 6%. На одну строчку вниз спустилась корпорация Novartis. Это связано со стагнацией продаж на аптечном рынке.

Заметим, что большинство компаний в рейтинге растут ниже, чем рост рынка в целом, а многие даже показывают отрицательную динамику. Так, снижение продаж на 19% привело к падению рейтинга компании F.Hoffmann-La Roche на 4 строчки вниз. Это связано со уменьшением закупок препаратов данного производителя по программе льготного лекарственного обеспечения практически на 30%.

Существенный подъём (+3 места вверх по рейтингу) демонстрируют компании Abbott (за счёт высокого роста объёмов в госзакупках) и «Фармстандарт» (производитель показал стабильно высокую более 20% динамику во всех сегментах).

Отметим, что в рейтинге ТОП-20 два отечественных производителя «Отисифарм» и «Фармстандарт», ранее представлявшие единую структуру.



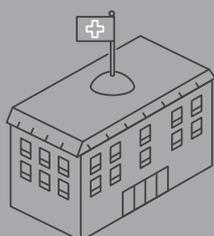
## Маркетинговые исследования

Ad Hoc исследования, розничный и госпитальный аудит



## Реклама и сувенирная продукция

Проекты любой сложности, яркие идеи и качественное воплощение



## Конференц-сервис

Организация и проведение форумов и конференций для профессионалов фармынка

