

Фармацевтический рынок России Краткие итоги 2009 года

ЗАО «Группа ДСМ»

Генеральный директор
Шуляк Сергей

Старший аналитик
Недоговорова Ксения

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

Директор отдела
розничного аудита
Нечаева Юлия

Оформление и верстка

Тел.:
(495) 780-72-63, 780-72-64
Факс: (495) 780-72-65

Объем фармацевтического рынка России

Одной из интриг в начале 2009 года на фармацевтическом рынке был вопрос о том, как отразится мировой финансово-экономический кризис на развитие рынка. Сейчас уже с уверенностью можно сказать, что рынок и его участники выстояли и пережили 2009 год без особых потерь. Но также стоит отметить, что не все трудности позади и 2010 год станет годом формирования «нового» фармацевтического рынка, более упорядоченного с законодательной стороны.

Инициатива государства в 2009 годом была беспрецедентной. Одним из первых действий правительства стали попытки в начале года обуздать инфляцию на лекарства. Как сводки с фронта каждый день в средствах массовой информации освещался вопрос, посвященный ценам на медикаменты, и шли призывы «иметь совесть», обращенные «ко всякого рода посредникам». В итоге, в апреле-мае рост цен остановился. Правда, первопричиной этого стала стабилизация бивалютной корзины и укрепление рубля.

Несмотря на это, государство не оставило свое желания влиять на фармацевтический рынок и на всю товаропроводящую цепочку. Основными проектами, обсуждаемыми на протяжении 2009 года, стали закон «Об обращении лекарственных средств» и постановление Правительства «О совершенствовании госрегулирования цен на ЖНВЛС».

Чем же все это грозит рынку?

Среди положительного в законопроекте «Об обращении лекарственных средств» стоит отметить отмену регистрации субстанций, бессрочное действие регистрационных удостоверений на препараты (сейчас срок действия регистрации распространяется на 5 лет) и т.д. При этом существуют нововведения, которые скажутся на фармацевтическом рынке негативно. Примером такого изменения можно назвать вывод экспертизы научной обоснованности и целесообразности проведения клинических исследований за рамки выдачи разрешения на проведение такого исследования, а также выделение экспертизы эффективности и безопасности препаратов из процесса регистрации. Такое положение повлечет за собой увеличение времени прохождения всех стадий в выводе препарата на рынок. Правда, принятие закона в настоящий момент отложено до 1 сентября 2010 года. И поэтому существенно не скажется на участниках в текущем году.

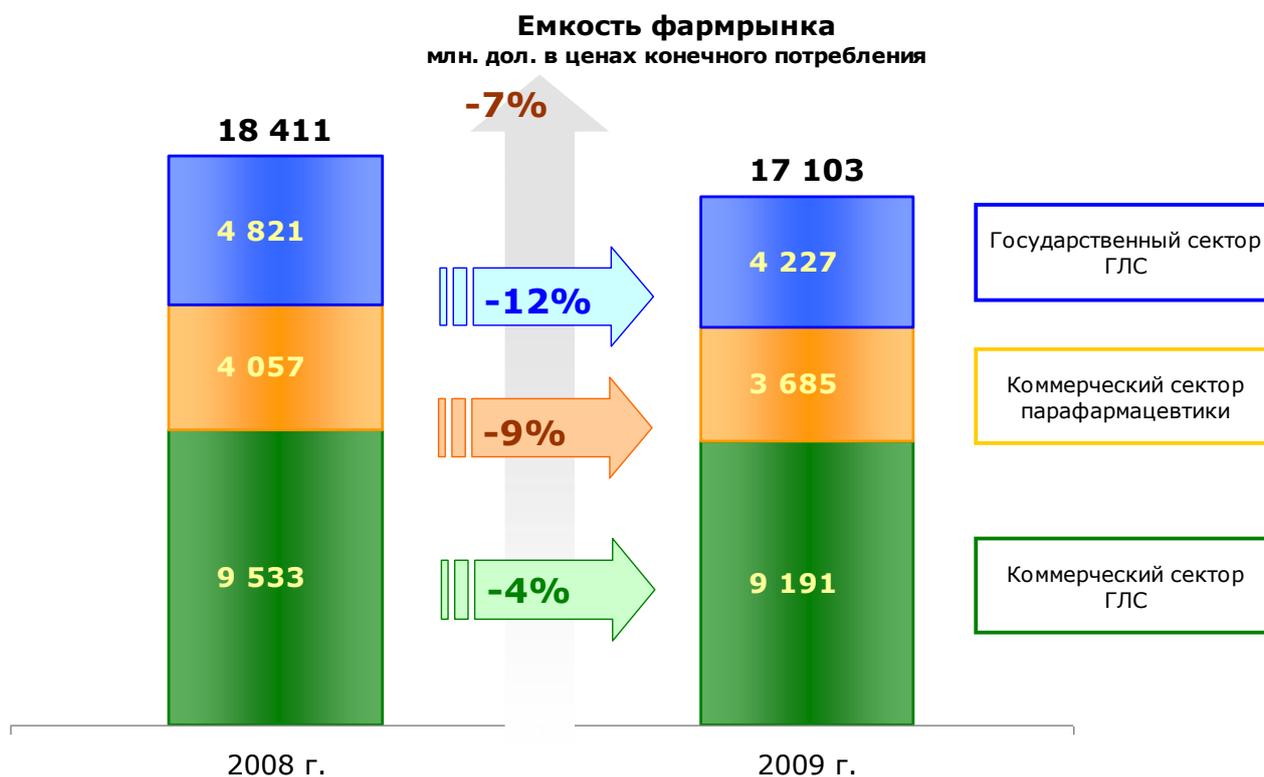
Более ясная картина с постановлением Правительства «О совершенствовании госрегулирования цен на ЖНВЛС»: в конце декабря была утверждена единая методика регистрации цен и формирования предельных оптовых и розничных наценок на препараты списка ЖНВЛС. Заметим, что и ранее в регионах были документы, которые регламентировали наценки на лекарства, входящие в данный список. Но проверить и отследить корректность их выполнения было очень сложно. Задача же данного документа сделать товаропроводящую цепочку, работающую с ЖНВЛС, более прозрачной и контролируемой. Поэтому основой для формирования цен для конечного потребителя станут отпускные цены

производителя, которые последние обязаны зарегистрировать. Реализовывать же ЖНВЛС оптовика смогут только при наличии протокола согласования цен.

На этом законодательная власть не собирается останавливаться. Например, одним из предложений, вынесенных Минпромторгом, стали поправки к закону о ЛС: предлагается разрешить продажу ОТС-препаратов в торговых сетях. Более серьезно встал вопрос о регламентации взаимоотношений фармкомпаний (производителей) с врачами. В.В. Путин на выездном правительственном совещании 9 октября 2009 года сказал: Недопустима ситуация, когда фармкомпания доплачивает врачам за выписку препаратов, производимых этими компаниями». В результате появился проект документа, который фактически запрещает денежные подношения и подарки медикам, проведение конференций и семинаров, полностью запрещает посещение медпредставителями врачей на рабочем месте. Таким образом, производители могут лишиться маркетингового инструмента для продвижения RX-препаратов, врачи же лишаются источника знаний о препаратах и новинках рынка.

Емкость фармацевтического рынка

График 2



Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

За прошедший год емкость рынка составила 538 млрд. руб. (или 17,1 млрд. дол.), что на 18% больше, чем в 2008 году.

На графике №3 приведен вклад различных сегментов в общий рост фармацевтического рынка.

График 3



Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

Несмотря на финансово-экономический кризис, фармацевтический рынок существенно вырос. На фоне падения других сегментов и рынков рост в 18% выглядит впечатляющим. Для примера, ВВП страны упало на 8%, продажи автомобилей сократились вдвое, оптовая и розничная торговля в целом уменьшилась по сравнению с 2008 годом на 8%.

Наибольшие темпы роста демонстрирует коммерческий сегмент лекарств – 22% (сравнимо с показателями 2008 года – 25%). Правда, радоваться особо нечему. Такой высокий показатель обеспечен инфляцией на лекарства, а не увеличением натурального потребления. Влияние кризиса на фармацевтический рынок выразилось в снижении количества продаваемых упаковок лекарств на 6%. При этом инфляция была наибольшей за очень длительный срок – 16,2%. А с учетом инфляции и 2008 года, с января 2008 года по декабрь 2009 года цены выросли аж на 30%., тогда как ранее этот показатель не превышал 3-4% в год. Объем реализации в 2009 году в коммерческом сегменте составил около 290 млрд. руб. (9,1 млрд. дол.).

Сегмент «аптечной парафармацевтики» в 2009 году «пострадал» больше других. В период кризиса расходы именно на эту продукцию у населения подвергались секвестрованию. Сильнее всего пострадала селективная косметика, которая представлена только в аптеках (ВИШИ, ЛИЕРАК и т.д.). Объемы продаж в этой группе остались на уровне 2008 года.

Как уже видно, государство является активным игроком на фармацевтическом рынке, но не только в плане законодательного регулирования, но и как софинансист потребления лекарств. В 2009 году доля

государственных средств на рынке составила порядка 25%. Реструктуризация программы ДЛО и полное выполнение заложенных бюджетов позволяет увеличиваться сегменту ДЛО на уровне роста рынка. Финансирование ЛПУ закладывается с меньшим ростом. Именно поэтому в общем государственный сегмент ГЛС вырос в 2009 году менее всего.

Коммерческий сегмент ГЛС

В условиях финансово-экономического кризиса в 2009 году не ожидалось, что коммерческий сегмент ГЛС будет демонстрировать каких-либо существенных показателей. Но в действительности все оказалось не так. Рост рынка превзошел все ожидания и прогнозы, которые делались в конце 2008 года – начале 2009 года.

Емкость коммерческого рынка ГЛС в 2009 году составила 289,2 млрд. руб. в ценах конечного потребления или 219,1 млрд. руб. в ценах закупки аптек¹ (см. График №5). Относительно 2008 года прирост продаж составил 22%. Рынок сохранил высокие темпы роста, которые взял в 2008 году. Напомним, что до 2007 года рост этого сегмента не превышал 15% в год (в рублях).

В долларах показатели по сегменту соответствуют 9,1 млрд. дол. в ценах конечного потребления и 6,9 млрд. дол. в ценах закупки аптек.

Драйвером роста коммерческой составляющей рынка лекарств стала инфляция. Благодаря высоким показателям роста цен на препараты в 1 квартале 2009 года, фармацевтический рынок привлек внимание государственных органов, и было разработано ряд законов, которые в будущем будут ограничивать этот рост. Например, популярный противовирусный препарат АРБИДОЛ был включен в список ЖНВЛС. И теперь ни аптеки, ни дистрибьюторы не смогут «заработать» на продажах лидирующего по объемам бренда.

В 2010 году мы опять не будем ожидать высоких показателей от коммерческого сегмента ГЛС. В первую очередь, это связано с тем, что рынок лишился всех драйверов своего развития. За счет упаковок рынок не сможет расти, так как финансовое благополучие население полностью не восстановилось. С этим же связано и то, что не будет сильного перехода на более дорогие препараты. Не стоит ожидать высокой инфляции на лекарства – данный показатель под неустанным наблюдением государства.

Возможно, драйвером роста станет увеличение продаж спирта... Ни для кого не секрет, что спиртосодержащая продукция наружного применения используется отдельными категориями населения далеко не по своему прямому назначению, поэтому рост продаж спирта вполне ожидаем, так как наценка на него благодаря включению в список ЖНВЛС будет минимальной. Тем более что с 2010 минимальная цена водочную продукцию в магазинах не может быть ниже 89 руб.

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

Соотношение импортных и отечественных ЛС на коммерческом рынке

Структура коммерческого рынка ГЛС по объемам продаж отечественных и импортных препаратов отражено на графике №4.

График 4



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2000

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

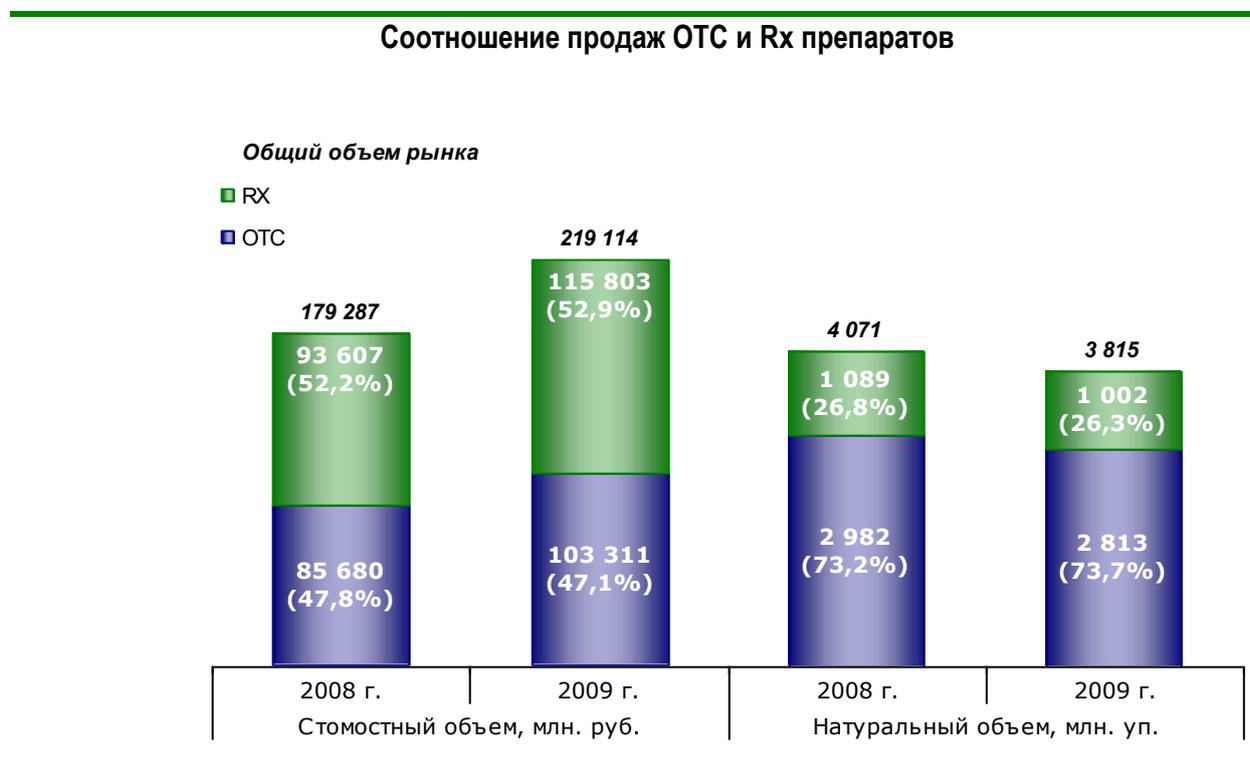
В стоимостном выражении доля отечественных ЛС традиционно составляет около одной четвертой части Российского коммерческого рынка ГЛС. В 2009 году доля отечественных лекарств практически не изменилась и составила 24,4%. В то же время отечественные препараты преобладают в аптечных продажах в натуральном выражении – 65,3%. Предположение о том, что потребитель в кризис переключится на отечественного производителя, предлагающего более дешевые лекарства, не оправдалось. При этом даже наоборот, в натуральном выражении продажи российских лекарств сократились на 7%, тогда как у препаратов импортного производства только на 4%.

Средняя стоимость упаковки отечественного происхождения составила 21,5 руб. в 2009 году, это в более чем в 5,8 раз ниже, чем стоимость импортных препаратов. В 2009 году в среднем стоимость импортной упаковки была 125 руб.

Соотношение ЛС рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом рынке

Соотношение объемов аптечных продаж рецептурных и безрецептурных препаратов показано на графике №5.

График 5



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2000

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

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

В аптечных продажах в России в 2009 году росли как препараты безрецептурного, так и рецептурного отпуска. При этом доля препаратов рецептурного отпуска выросла на 0,7% в общем стоимостном объеме и составила 52,9%. Объем продаж безрецептурных препаратов вырос меньше, чем рецептурных (21% против 24%), и доля этого сегмента составила 47,1%.

По натуральному показателю в России наблюдается перевес безрецептурных лекарственных препаратов. В 2009 году доля безрецептурных препаратов выросла на 0,5% и составила 73,7%.

Отметим, что средняя стоимость упаковки Rx-препаратов в 2009 году составила 115,6 руб. (прирост +35% к 2008 году), а у ОТС-препаратов в 3 раза меньше 36,7 руб. (прирост +28% к 2008 году).

Структура продаж ЛС по АТС-группам на коммерческом рынке

Соотношение аптечных продаж ГЛС по АТС-группам I-уровня в России представлено в таблице №1.

Таблица 1

Структура продаж ГЛС по АТС-группам на коммерческом рынке

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	40 330,5	18,41%	784,7	20,57%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	28 254,7	12,89%	752,4	19,72%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	26 910,2	12,28%	308,6	8,09%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	25 144,2	11,48%	551,9	14,47%
J: Противомикробные препараты для системного использования	16 753,9	7,65%	200,9	5,27%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	15 801,0	7,21%	58,1	1,52%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	14 567,1	6,65%	202,4	5,31%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	11 841,4	5,40%	420,3	11,02%
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	11 237,6	5,13%	52,4	1,37%
[~] ЛП, не имеющие АТС-группы	11 067,6	5,05%	230,8	6,05%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	6 728,9	3,07%	85,5	2,24%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	6 177,1	2,82%	106,7	2,80%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	1 693,2	0,77%	13,3	0,35%
V: Прочие препараты	1 467,7	0,67%	22,6	0,59%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	1 139,3	0,52%	23,9	0,63%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2000

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

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

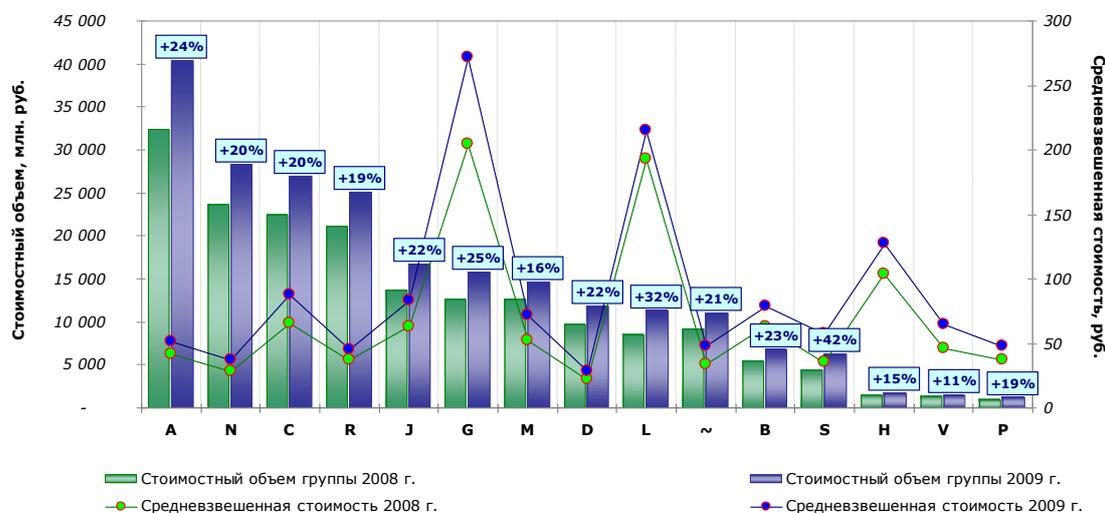
По итогам 2009 года на первое место вышли препараты, входящие в группу [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (18,4%). В эту группу входят хорошо известные потенциальному потребителю безрецептурные лекарственные препараты: витаминно-минеральные комплексы ВИТРУМ (самая продаваемая серия препаратов среди своих конкурентов) и КОМПЛИВИТ, ЛИНЕКС (лидер среди средств

для лечения дисбактериоза кишечника), активно продвигаемый в последнее время ЭССЕНЦИАЛЕ («для тех, кто думает о печени»), «незаменимый для желудка» МЕЗИМ-ФОРТЕ и др. В сравнении с 2008 годом стоимостной объем продаж этой группы увеличился на 24%, натуральный - остался практически без изменений (прирост составил чуть более 0,2%). Таким образом, можно сделать вывод о довольно значительном росте средневзвешенной цены за одну условную упаковку. Стремительный взлет недорогого УГЛЯ АКТИВИРОВАННОГО (с 16-го на 6-е в рейтинге внутри группы [A]) свидетельствует о перераспределении спроса в сторону более дешевых препаратов.

Группы [N] «Препараты для лечения заболеваний нервной системы» и [C] «Препараты для лечения заболеваний сердечнососудистой системы» сохранили свои места в рейтинге АТС групп на коммерческом рынке и заняли 2 и 3 места соответственно. Разрыв между этими группами практически не изменился и составил 0,6%. В группе [N] произошла смена лидера – симптоматический препарат для лечения простуды и гриппа ТЕРАФЛЮ сместил с первого места прошлогоднего фаворита ПЕНТАЛГИН. Данному факту способствовало почти ежедневное, в течение нескольких месяцев, давление СМИ на умы далеких от медицины людей, информацией о появлении «нового опасного вируса» свиного гриппа. В группе [C] также сменился лидер – вместо ЭНАПа на первое место вышел КОНКОР.

Практически все АТС-группы демонстрируют снижение натурального объема реализации, исключение составляют только две группы из пятнадцати: [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» и [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы». Рост продаж группы [L] обусловлен, прежде всего, повышенным спросом на такие препараты как АРБИДОЛ (+37% к натуральному объему продаж в 2008 году), ВИФЕРОН (+18%), ГРИППФЕРОН (+65%), а также других препаратов, применяемых для профилактики и лечения гриппа, спрос на которые был очень высоким в 2009 году.

Структура коммерческого рынка ГЛС в 2008-2009 гг.



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2000

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

Структура коммерческого рынка по АТС-группам из года в год довольно стабильна. Прирост емкости и средней стоимости упаковки в АТС-группах представлен на графике №6.

Наибольший стоимостный прирост продаж у группы [S] «Препараты для лечения заболеваний органов чувств» (+42%). В 2009 году в составе этой группы появилось около 20 новых торговых наименований лекарственных препаратов, лидером продаж среди которых стал ОФТОЛИК. Лидер группы сменился – достаточно дорогой препарат для лечения катаракты КВИНАКС (примерно 157 руб. за упаковку) сместился с первого на второе место, уступив «пальму первенства» значительно более дешевому аналогу – ТАУФОНУ (примерно 21 руб.). Однако отметим, что в сравнении с 2008 годом, средневзвешенная цена на этот препарат значительно выросла (почти в 4 раза). Такая тенденция характерна для многих ранее очень дешевых отечественных препаратов. Не секрет, что повышение цены на очень дешевые препараты помогает привлечь внимание потребителей, непривыкших покупать лекарства ниже определенной стоимости (стереотип – «слишком дешевое - значит низкого качества, неэффективное»).

Группа [V] «Прочие препараты» имеет наименьший стоимостный прирост объемов продаж (+11%). В эту группу входят вспомогательные (вода для инъекций), диагностические (аллергены и т.д.) и другие препараты, не пользующиеся значительным спросом на аптечном рынке.

Наибольшая стоимость средневзвешенной упаковки у групп [G] и [L] – около 200 руб., что говорит о преобладании в этих группах дорогостоящих препаратов. В особенности это касается группы [L], в

которую входят противоопухолевые лекарственные препараты, некоторые из которых имеют цену 60 тыс. руб. за упаковку и более.

Вклад различных АТС-групп в общий прирост коммерческого рынка был определен с помощью взвешенного прироста, показателя учитывающего долю АТС-группы умноженную на темп ее роста (см. график №7).

График 7

Взвешенный прирост АТС-групп



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2000

Наибольший вклад в увеличении стоимостной емкости коммерческого рынка ГЛС в 2009 году внесли группы препаратов для лечения заболеваний пищеварительного тракта [A], нервной системы [N] и сердечнососудистой системы [C].

Производители на коммерческом рынке

В таблице №2 приведены ТОП-20 фирм производителей, лидирующих по объему продаж на коммерческом рынке России в 2009 году.

Таблица 2

ТОП-20 фирм-производителей ГЛС по объему аптечных продаж на коммерческом рынке России в 2008-2009 гг.

Рейтинг 2008 г.	Рейтинг 2009 г.	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн. руб.		Прирост стоимостного объема
			2008 г.	2009 г.	
1	1	ФАРМСТАНДАРТ ОАО	8 025,4	11 148,7	38,9%
2	2	SANOFI-AVENTIS	7 173,2	8 604,5	20,0%
3	3	BERLIN-CHEMIE /A.MENARINI /	6 514,1	8 150,4	25,1%
7	4	GEDEON RICHTER	5 495,9	7 489,0	36,3%
4	5	BAYER Healthcare	5 830,9	6 944,2	19,1%
5	6	NYCOMED	5 675,7	6 707,3	18,2%
6	7	NOVARTIS	5 553,1	6 091,3	9,7%
9	8	SERVIER	4 624,6	5 515,0	19,3%
8	9	PFIZER	4 628,1	5 053,9	9,2%
10	10	LEK D.D.	4 593,6	5 013,7	9,1%
12	11	TEVA PHARMACEUTICAL INDUSTRIES	3 772,4	4 591,9	21,7%
11	12	KRKA	3 929,4	4 485,0	14,1%
14	13	SOLVAY PHARMACEUTICALS B.V.	3 316,4	3 749,8	13,1%
13	14	SCHERING-PLOUGH	3 324,9	3 666,0	10,3%
16	15	BOEHRINGER INGELHEIM	3 115,4	3 634,4	16,7%
15	16	GLAXOSMITHKLINE	3 259,7	3 499,3	7,3%
21	17	EGIS	2 239,7	3 003,7	34,1%
18	18	DR.REDDY'S LABORATORIES LTD	2 345,3	2 976,2	26,9%
22	19	НИЖФАРМ ОАО	2 143,9	2 855,8	33,2%
19	20	ASTELLAS PHARMA INC	2 333,9	2 711,3	16,2%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2000

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

В 2009 году в российских аптеках была представлена продукция более 1100 производителей лекарственных препаратов (547 – отечественных и 597 – импортных).

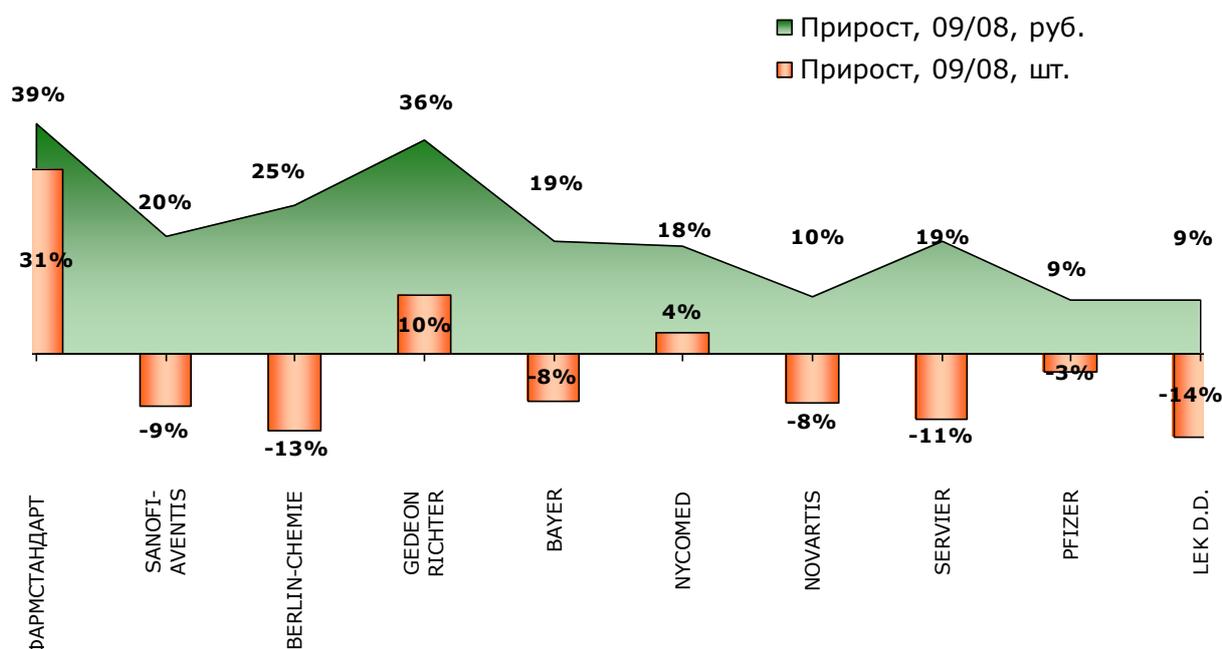
На ТОП-20 фирм приходится 48% коммерческих продаж ГЛС, суммарный объем продаж двадцатки лидеров увеличился на 20,5%, что несколько ниже роста всего аптечного рынка лекарств. По итогам 2009 года количество реализованных через аптечные учреждения упаковок ГЛС уменьшилось на 6%, падение же суммарного натурального объема продаж фирм из ТОП-20 было куда более стремительным (-15%).

В 2009 году лидерские позиции сохранил ФАРМСТАНДАРТ, при этом его отрыв от лидера прошлых лет SANOFI-AVENTIS увеличился и составил в 30%. ФАРМСТАНДАРТ сформировал препаратный портфель, который позволяет компании увеличивать объемы продаж. Ведущий бренд компании АРБИДОЛ, который занимает около 34% в обороте фирмы на коммерческом сегменте, вырос на 64%. Такому росту способствовала рекламная компания СМИ и государства, информирующая об эпидемии

простудных заболеваний, в том числе новым вирусом «свиного» гриппа. Также более 50% в рублях выросли продажи брендов АМИКСИН и КОМПЛИВИТ, входящих в ТОП-5 продаж компании. А вот рост небрендовых дженериков ФАРМСТАНДАРТА более впечатляющий: ЦИТРАМОН – в 3,5 раза, Мукалтин – на 225%, Анальгин – более чем в 5 раз. Причем рост дешевых препаратов был не только за счет роста цен, натуральные объемы продаж также значительно выросли. Именно это позволило компании одной из немногих из ТОП вырасти и по продажам в упаковках.

График 8

Прирост фирм-производителей ГЛС на коммерческом рынке



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2000

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

Еще одной российской компанией, присутствующей в ТОП-20, является производитель НИЖФАРМ. Правда, назвать его отечественным можно с большой натяжкой. В 2008 году завершилось слияние бизнесов НИЖФАРМ и МАКИЗ-ФАРМА, которые теперь входят в международный холдинг STADA. Наверно, это одна из немногих компаний, которая после объединения совокупно не потеряла свою долю на рынке. Показав прирост в 33%, НИЖФАРМ поднялся на 3 строчки вверх и оказался на девятнадцатом месте в рейтинге.

Меньше в этом плане повезло BAYER SCHERING PHARMA, которые приобрел портфель безрецептурных препаратов американской компании Sagmel. После объединения совокупная доля их продаж упала, и компания переместилась на одну строчку вниз, заняв 5 место.

Минимальный прирост из ТОП-20 у компании GLAXOSMITHKLINE, которая заняла 16 место – 7%.

Препараты на коммерческом рынке

В таблице №3 приведены ТОП-20 брендов, лидирующих по объему продаж на коммерческом рынке России в 2009 году.

Таблица 3

ТОП-20 брендов по объему продаж в стоимостном выражении на коммерческом рынке России в 2008-2009 гг.

Рейтинг 2008 г.	Рейтинг 2009 г.	Бренд	Стоимостный объем, млн. руб.		Прирост стоимостного объема
			2008 г.	2009 г.	
1	1	АРБИДОЛ	2 326,3	3 820,3	64,2%
4	2	ЭССЕНЦИАЛЕ	1 472,3	1 862,0	26,5%
2	3	АКТОВЕГИН	1 532,7	1 725,7	12,6%
10	4	ОЦИЛЛОКОКЦИНУМ	1 096,9	1 665,5	51,8%
3	5	ВИАГРА	1 501,1	1 614,8	7,6%
13	6	НУРОФЕН	1 080,2	1 512,8	40,0%
19	7	АНАФЕРОН	934,8	1 464,8	56,7%
6	8	ТЕРАФЛЮ	1 236,0	1 439,0	16,4%
5	9	ЛИНЕКС	1 380,7	1 437,0	4,1%
11	10	КОНКОР	1 091,9	1 428,8	30,9%
7	11	ПЕНТАЛГИН	1 235,1	1 280,2	3,7%
12	12	МЕЗИМ ФОРТЕ	1 091,7	1 275,2	16,8%
8	13	ЭНАП	1 193,3	1 272,2	6,6%
9	14	ВИТРУМ	1 135,4	1 149,2	1,2%
14	15	НО-ШПА	983,9	1 133,3	15,2%
18	16	МОВАЛИС	955,0	1 064,0	11,4%
22	17	СУМАМЕД	865,0	1 040,6	20,3%
26	18	ДЕТРАЛЕКС	840,0	1 019,9	21,4%
23	19	ДИРОТОН	858,6	995,3	15,9%
16	20	ПРЕДУКТАЛ	970,2	981,4	1,2%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2000

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

Суммарно ТОП-20 ведущих брендов занимают 16% стоимостного объема коммерческого сегмента ГЛС. Концентрация увеличилась на 3%.

АРБИДОЛ сохранил лидирующую позицию в рейтинге продаж брендов, показав значительный прирост как стоимостного (+64%), так и натурального (+37%) объемов продаж. В итоге доля препарата превысила 2% на рынке. АРБИДОЛ был рекомендован Министерством Здравоохранения России как один из препаратов, показанных для профилактики и лечения нового вируса «свиного гриппа», поэтому столь стремительный рост продаж этого препарата не удивителен. В сентябре-октябре 2009 года АРБИДОЛ буквально «сметали» с прилавков. Отметим, что «антигриппозная компания» способствовала укреплению позиций в рейтинге и других лекарственных препаратов – ОЦИЛЛОКОКЦИНУМ поднялся с 10 на 4 место, АНАФЕРОН – с 19 на 7 место. Информацию о препаратах большинство потенциальных потребителей

получает из рекламы в СМИ, поэтому рост продаж активно промотируемых препаратов (ЭССЕНЦИАЛЕ, НУРОФЕН, МЕЗИМ ФОРТЕ и др.) совсем не удивителен.

На российском аптечном рынке, как ни странно, существуют еще лекарственные препараты, имеющие очень низкую цену – менее 10 руб. Эти препараты можно назвать «традиционными», так как практически ни в одной другой стране (за исключением стран бывшего СССР) они не продаются - горчичники, ацетилсалициловая кислота и активированный уголь, цитрамон и т.д. В 2009 году цены росли практически на все препараты, однако рост цен в этом сегменте был почти самым значительным. В частности, средневзвешенная цена на парацетамол выросла на 54% (с 1,69 руб. до 2,62 руб.), на анальгин – на 36% (с 2,47 руб. до 3,36 руб.), на цитрамон – на 30% (с 1,67 руб. до 2,20 руб.) и т.д. В отличие от более дорогих сегментов лекарственных препаратов, в которых даже незначительное относительное увеличение цены может вызвать недовольство и раздражение посетителей аптек, производители дешевых препаратов могут чувствовать себя гораздо более свободно – так как даже при большом относительном увеличении цены препарат как был, так и остался доступным и совсем недорогим.

Ценовая сегментация на коммерческом рынке

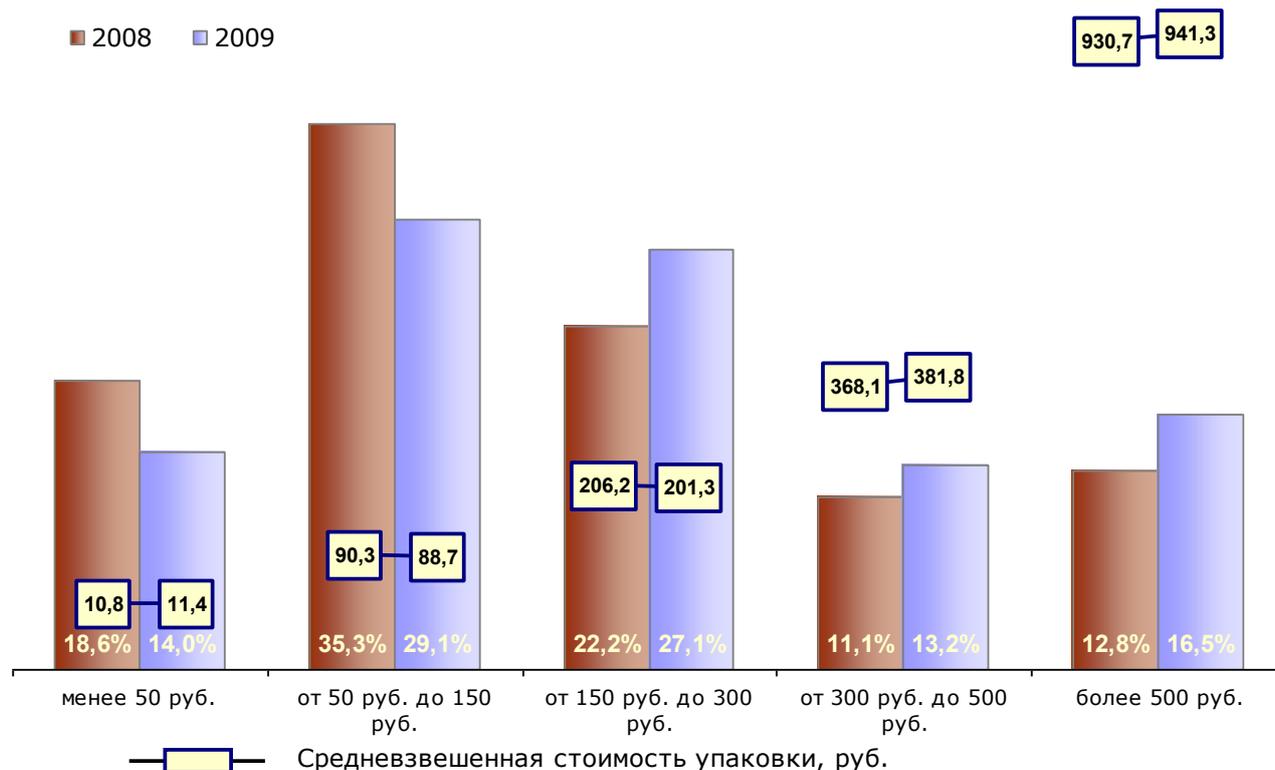
Средняя стоимость упаковки ГЛС на коммерческом рынке в 2009 году выросла на 30% и составила 57,7 руб.

Рассмотрим, из чего же складывается эта величина.

На графике №9 представлена структура коммерческого рынка и средняя стоимость упаковки в ценовых сегментах в 2008-2009 годах.

График 9

Структура коммерческого рынка ГЛС по ценовым сегментам



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2000

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

В 2009 году продолжается тенденция перехода на более дорогие препараты. Если в 2006 году, препараты со стоимостью упаковки менее 50 рублей занимали четверть рынка, в 2009 году – всего 14%. Несмотря на это этот сегмент остается самым емким в натуральном выражении – 70% (в 2006 году – 78%). Также в 2009 году упала группа с ценой от 50 до 150 руб. на 6% в доле. Остальные группы выросли по стоимостному объему. Максимальный прирост по доле на 5% отмечен в группе лекарств с ценой от 150 до 300 руб. Стоит сказать, что перераспределение в потреблении препаратов связано не с изменениями предпочтений потребителя в пользу более дорогих лекарств, а с переходом ГЛС из одной ценовой категории в другую, обусловленным ростом цен. При этом получается, что продажи в натуральном

выражении падают только в самом дешевом сегменте (на 13%), остальные ценовые сегменты растут и довольно сильно (препараты с ценой выше 150 руб. более чем на 50%).

Если посчитать структуру потребления лекарств, закрепив ее на 2008 год, то изменения в доле каждого ценового сегмента будут минимальны. Таким образом, можно сказать, что население более-менее стабильно в своих предпочтениях при лечении тех или иных заболеваний.

Индекс цен на коммерческом рынке

Для объективной оценки изменения цен на препараты на коммерческом рынке был рассмотрен индекс цен, при расчете которого использовался фиксированный список готовых лекарственных средств².

В 2009 году индекс цен на ГЛС составил 16,2% к 2008 году. Высокий рост цен, начавшийся в сентябре-октябре 2008 года, продолжился и в начале 2009 года, когда заметно ослабевал рубль к иностранным валютам – доллару и евро. Только за первые 3 месяца 2009 года инфляция на лекарства составила порядка 14%. Всего, за период с октября 2008 года по март 2009 года цены выросли на 22%. Это беспрецедентный рост на лекарства, в первую очередь, объясняется импортозависимостью российского рынка и растущей динамикой стоимости бивалютной корзины. С апреля 2009 года рост цен на лекарства остановился благодаря «призывам» правительства и стабилизации рыночной ситуации.

На наиболее востребованные препараты рынка повышения цен было чуть выше: индекс цен на ТОП-100 торговых наименований в 2009 году составил 17,4%.

График 10

Изменение цен на ГЛС на коммерческом рынке России в 2005-2009 гг.



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2000

Долларовая инфляция на лекарства в 2009 году была подвержена колебаниям бивалютной корзины и изменялась от -15% в феврале до 13% в декабре.

В 2009 году изменение цен на отечественные и импортные препараты сильно различается. Значение показателей составило 10,0% и 18,4% соответственно. Импортные лекарства выросли в цене в 2 раза больше, чем отечественные. Но это не потому что отечественные фирмы более лояльны к рынку.

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

Российский производитель оперативно сориентировался в ситуации, и основной рост цен пришелся на ноябрь 2008 года. Для импортной продукции сказалась задержка в реализации продукции, связанная с процессами растормаживания товара, поэтому иностранные лекарства выросли в цене в феврале 2009 года.

Индекс цен на импортные и отечественные препараты в 2005-2009 гг. показан на графике 11.

График 11

Индекс цен на препараты импортных и отечественных производителей на коммерческом рынке России в 2005-2009 гг.

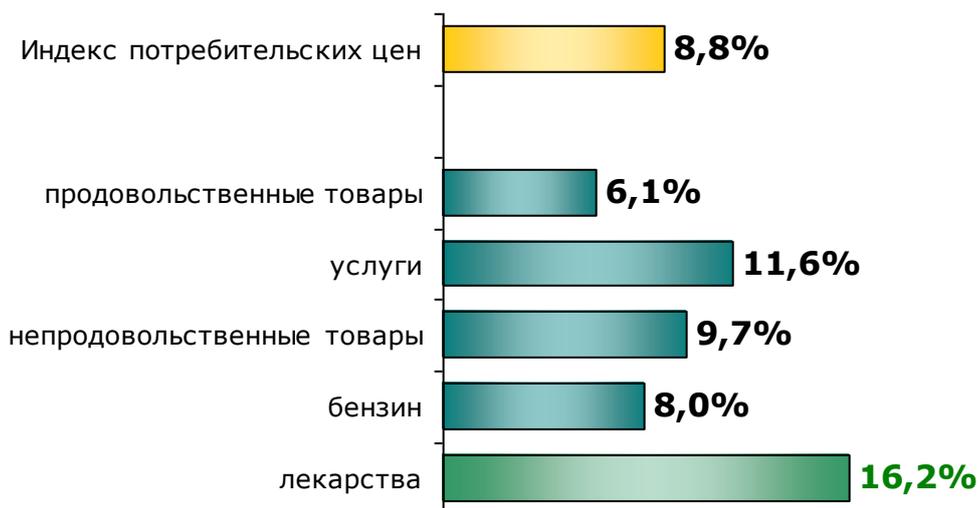


Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2000

Согласно данным Госкомстата лекарственные препараты занимают около 1,6% в базовой структуре потребительских расходов населения России.

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

**Индекс потребительских цен в России
(декабрь 2009 г. к декабрю 2008 г.)**



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2000, Госкомстат

Общий индекс потребительских цен в 2009 году составил 8,8%, при этом самый большой рост цен впервые наблюдался именно на фармацевтическом рынке (16,2%). Менее всего выросли продовольственные товары (6,1%).

Дополнительное лекарственное обеспечение

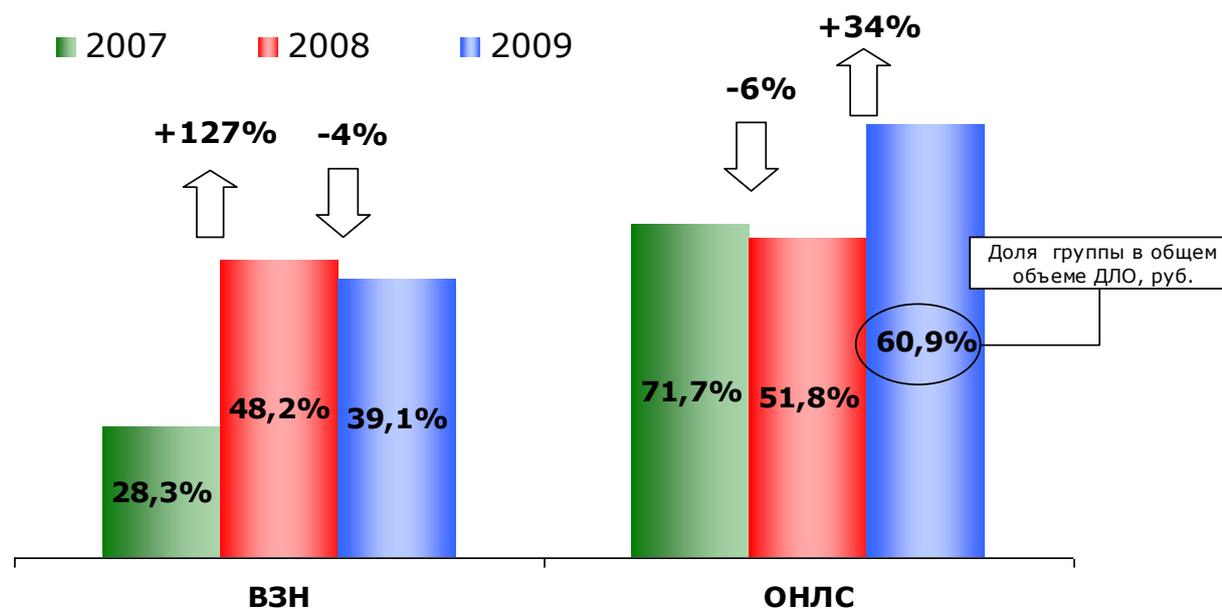
Программа дополнительного лекарственного обеспечения действует в России уже пятый год. Для этого крупномасштабного проекта 2009 год стал юбилейным. И хотя в прошлые годы было достаточно проблем в функционировании ДЛО, нужно констатировать, что период «детских болезней» закончился — «ребенок» твердо стоит на ногах. За пять лет программа претерпела несколько видоизменений. В результате с 2008 года лекарственное обеспечение отдельных категорий граждан условно разделилось на две составляющие:

- льготники наиболее затратных для бюджета семи нозологий (миелолейкоз, гемофилия, рассеянный склероз, болезнь Гоше, гипофизарный нанизм, муковисцидоз, а также пациенты после трансплантации органов и тканей) выведены в отдельную группу — так называемую подпрограмму «Высокозатратные нозологии» (ВЗН). Финансирование закупок ЛС для этих категорий льготников производится из федерального бюджета, а сами закупки осуществляются посредством аукционов;
- полномочия по организации лекарственного обеспечения других категорий льготников были делегированы субъектам Федерации (подпрограмма «Обеспечение необходимыми лекарственными средствами» (ОНЛС)).

Одной из негативных тенденций программы ДЛО является сокращение людей, имеющих право на льготное лекарственное обеспечение. За 5 лет количество участников программы сократилось более чем втрое. В 2005 году льготные лекарства в России получали 14,7 млн. человек. В 2009 году их осталось 5,5 млн. чел. И массовый исход продолжается: в 2010 году только 4,2 млн. человек подтвердило свое желание получать лекарства, а не денежную компенсацию. С другой стороны, можно констатировать, что остались действительно те, ради кого и функционирует российская система льготного обеспечения лекарствами, — больные, для которых получаемые в рамках программы препараты являются жизненно необходимыми и недоступными для приобретения из собственных доходов.

С другой стороны растет финансирование программ ВЗН и ОНЛС. Так за 5 лет объем потребления по ДЛО вырос в 2 раза. Государство в последние годы четко соблюдает свои обязательства и деньги, выделенные на обеспечение льготников лекарствами, расходуются в полном объеме. За 2009 год было освоено 76,7 млрд. руб (прирост к 2008 году 16%). Из них 30 млрд. руб. потратились на «дорогостоящие» заболевания (ВЗН). Именно за счет этой программы удалось так нарастить обороты. Правда, стоит отдать должное и программе ОНЛС. В 2009 году объем реализации препаратов основного списка вырос на 34% по отношению к 2008 году. И в дальнейшем, увеличение и расширение программы в целом планируется за счет этой части.

Соотношение в программе ДЛО по разным спискам



Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

За период действия программы ДЛО значительно повысился уровень доступности для льготников качественного лекарственного обеспечения. Эта выражается в росте средней стоимости реализованной упаковки. Тенденция увеличения этого показателя наблюдалась на протяжении всего действия программы: за пять лет средняя стоимость выросла почти в 5 раз и в 2009 году составила около 750 руб.

На фоне уменьшения льготников, участвующих в программе, и роста выделенных бюджетных денег происходит сокращение натурального потребления лекарственных средств, отпущенных из аптек. Исключением стал только 2008 год, когда наблюдалась положительная динамика. В «юбилейном» году было реализовано 101 млн. упаковок, что на 26% ниже, чем в 2008 году и в 2,5 раза меньше, чем в 2005 году.

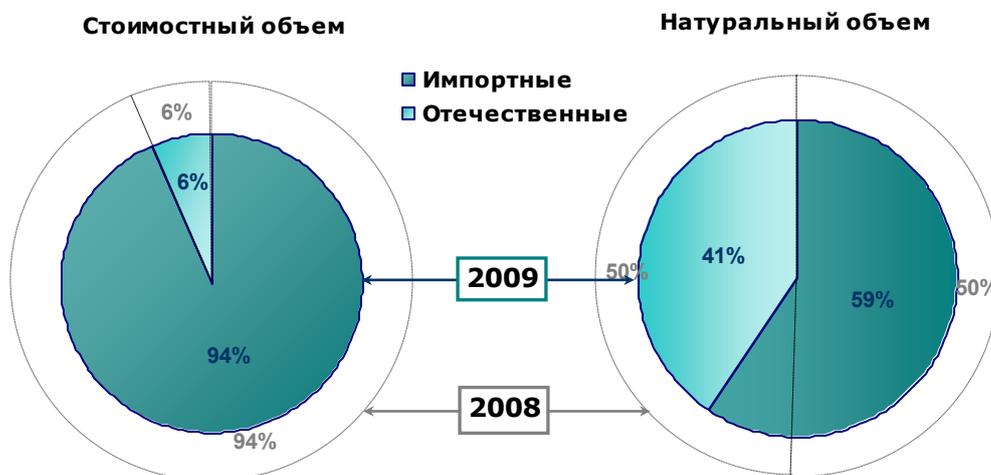
Соотношение импортных и отечественных ЛС в ДЛО

Программа ДЛО в большей мере «импортная» - отечественная продукция занимает небольшое место в объеме льготных лекарств. И с каждым годом доля импортных лекарств только растет.

В 2009 году соотношение сохранилось в пользу импортных препаратов: 94% приходится на препараты импортного происхождения, 6% - отечественного.

График 14

Соотношение продаж импортных и отечественных ГЛС



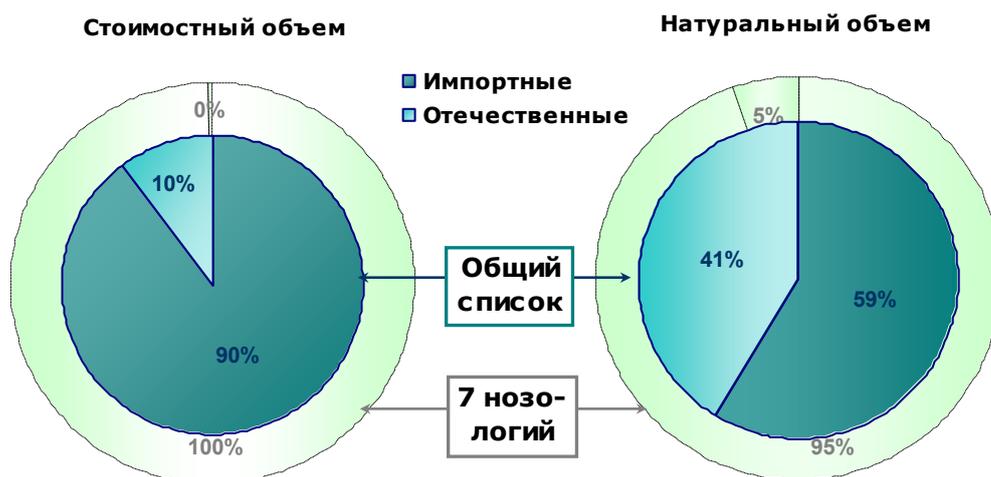
Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС

Отметим, что в натуральном выражении доля отечественных препаратов упала, причем значительно на 9%. Если в 2008 году она составляла 50%, то в 2009 году – 41%. Именно за счет отечественных препаратов сократилось натуральное потребление лекарств по программа ДЛО: падение объемов импортных – 13%, у отечественных в 3 раза больше - 39%. Такое падение вызвано существенным снижением выписки дешевых российских препаратов: ЭНАЛАПРИЛ, АМИНАЗИН, АТЕНОЛОЛ, КОРВАЛОЛ и т.д.

Вообще, это нетипичная для рынка ситуация, когда в натуральном выражении преобладают импортные препараты. Такая ситуация сложилась из-за востребованности льготниками дорогих препаратов, которые в большинстве своем импортного происхождения.

Соотношение продаж импортных и отечественных ГЛС по разным спискам



Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС

В части ДЛО, соответствующей 7 высокозатратным заболеваниям, менее 1% стоимостного объема приходится на отечественные препараты, зато подросла доля в натуральном выражении с 0,5% до 5,2% за счет увеличения в три раза РАСТАНа (ФАРМСТАНДАРТ). Это единственный препарат отечественного производства, участвующий в дорогостоящей части ДЛО.

А вот по остальному списку доля российских препаратов составляет порядка 10% в деньгах и около 41% в упаковках.

Соотношение ЛС рецептурного и безрецептурного отпуска в ДЛО

Неудивительно, что по программе ДЛО значительный перевес как по стоимостному, так и по натуральному объему в пользу препаратов рецептурного отпуска – ведь все эти препараты выписываются у врача строго по специфике болезни.

В России в 2009 г. доля препаратов рецептурного отпуска по программе ДЛО в стоимостном объеме составила 98%. По натуральному показателю доля рецептурных препаратов выросла на 7% и составила 86%.

Структура продаж ЛС по АТС-группам в ДЛО

Соотношение аптечных продаж ГЛС по программе ДЛО по АТС-группам I-уровня в России в 2009 году представлено в таблице №4.

Таблица 4

Структура продаж ГЛС по АТС-группам на рынке ДЛО

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	28 019	36,5%	2,4	2,4%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	13 559	17,7%	4,3	4,3%
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	12 378	16,1%	19,9	19,5%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	5 710	7,4%	39,7	39,0%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	5 137	6,7%	17,3	17,0%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	4 206	5,5%	6,3	6,2%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	2 482	3,2%	1,3	1,3%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	1 989	2,6%	4,9	4,8%
J: Противомикробные препараты для системного использования	1 224	1,6%	1,4	1,4%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	630	0,8%	0,7	0,7%
V: Прочие препараты	538	0,7%	0,2	0,2%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	398	0,5%	2,8	2,7%
[~] ЛП, не имеющие АТС-группы	389	0,5%	0,1	0,1%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	48	0,1%	0,5	0,4%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	4	0,01%	0,01	0,01%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

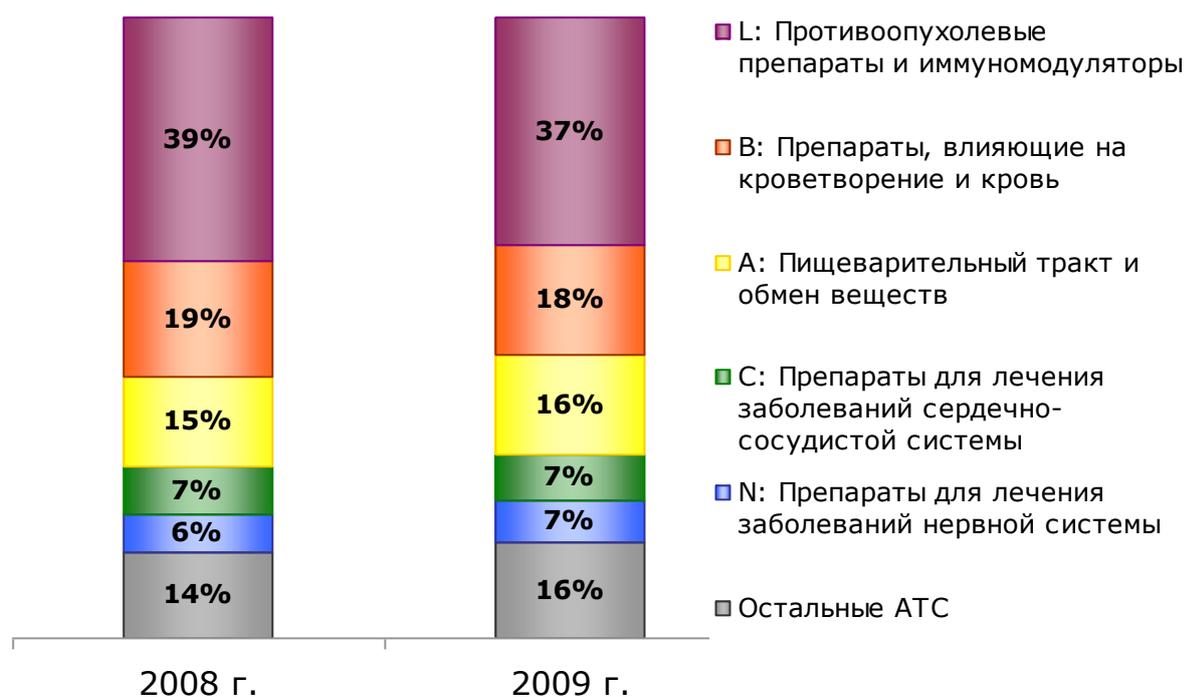
Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС

Как и в предыдущие года, наибольшее количество денежных средств государство затратило на закупку препаратов из группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» - более 36% всех закупок. В эту группу входят противоопухолевые препараты (L01 и L02), а также иммуномодуляторы (L03)

и иммунодепрессанты (L04). В последнее время появилось немало препаратов для лечения тяжелых заболеваний (онкологических, тяжелых заболеваний иммунной системы и т.д.). Однако все они, силу своей очень высокой стоимости (цена за курс лечения может достигать 100 тыс. руб. и более), недоступны большинству россиян. Программа ДЛО для таких пациентов становится практически единственной надеждой и спасением. В 2009 году на закупку дорогостоящих (с ценой свыше 1 000 руб. за упаковку) противоопухолевых препаратов ушло более 19 млрд. руб., а больше всего государство потратило на приобретение препаратов для лечения опухолевых заболеваний крови и лимфатической системы - ВЕЛКЕЙД (миеломная болезнь, лимфомы), ГЛИВЕК (миелолейкозы, лейкозы), МАБТЕРА (лимфома); рака молочной железы – ГЕРЦЕПТИН и др. В целом, несмотря на финансовый кризис, не снизилось количество закупаемых упаковок почти ни у одного дорогостоящего противоопухолевого препарата. Хотя, безусловно, обеспечить всех больных необходимыми медикаментами, к сожалению, не представляется возможным.

Структура ДЛО по АТС-группам в 2009 году существенно не изменилась. Около 85% потребления приходится всего лишь на 5 АТС групп, в их соотношении никаких значительных изменений не произошло (см. График №16).

Соотношение продаж АТС-групп в программе ДЛО



Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

Группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» по-прежнему занимает почти 2/5 объема продаж ДЛО, наблюдается незначительное снижение ее доли в стоимостном объеме (-2%). Эта самая дорогостоящая группа препаратов в ДЛО – средневзвешенная цена за упаковку свыше 5 000 руб. Максимальный прирост в деньгах (+123%) показала группа [V] «Прочие препараты», за счет значительного увеличения затрат на препарат для лечения хронической почечной недостаточности – КЕТОСТЕРИЛ (+124%).

Интересно посмотреть, сколько тратится по данной программе на лечении конкретного заболевания. Мы отнесли весь список препаратов к заболеваниям. В результате получился следующий рейтинг (см. таблицу №5).

Рейтинг затрат в ДЛО по заболеваниям, 2009 г.

Заболевания	Объем, млн. руб.	Доля
ОНКОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАБОЛЕВАНИЯ	19 417	25,3%
ЗАБОЛЕВАНИЯ КРОВИ И ОРГАНОВ КРОВЕТВОРЕНИЯ	13 562	17,7%
САХАРНЫЙ ДИАБЕТ	9 390	12,2%
ЗАБОЛЕВАНИЯ ИММУННОЙ СИСТЕМЫ	9 272	12,1%
ЗАБОЛЕВАНИЯ СЕРДЕЧНО-СОСУДИСТОЙ СИСТЕМЫ	5 712	7,4%
ЗАБОЛЕВАНИЯ НЕРВНОЙ СИСТЕМЫ	4 770	6,2%
ЗАБОЛЕВАНИЯ ОРГАНОВ ДЫХАНИЯ	4 206	5,5%
ЗАБОЛЕВАНИЯ ПИЩЕВАРИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ	2 544	3,3%
ЗАБОЛЕВАНИЯ, СВЯЗАННЫЕ С ГОРОМОНАЛЬНЫМИ НАРУШЕНИЯМИ	2 479	3,2%
ЗАБОЛЕВАНИЯ КОСТНО-МЫШЕЧНОЙ СИСТЕМЫ	1 990	2,6%
ЗАБОЛЕВАНИЯ, ВЫЗВАННЫЕ РАЗЛИЧНЫМИ ИНФЕКЦИОННЫМИ АГЕНТАМИ	1 120	1,5%
ПРОЧЕЕ	1 062	1,4%
ЗАБОЛЕВАНИЯ РЕПРОДУКТИВНОЙ СИСТЕМЫ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН	630	0,8%
ЗАБОЛЕВАНИЯ ОРГАНОВ ЗРЕНИЯ	396	0,5%
СПИД/ВИЧ	108	0,1%
ЗАБОЛЕВАНИЯ КОЖИ	53	0,1%

Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС

Наибольшее количество средств было выделено государством на лечение онкологических заболеваний (более 19 млрд.). В России ежегодно выявляется около полумиллиона различных онкологических заболеваний. Многие из них обнаруживаются на поздней стадии, когда помочь больному (достигнуть ремиссии заболевания) сложно или уже невозможно. С 1-го января 2009 года Минздравсоцразвития запустил программу, направленную на раннее выявление онкологических заболеваний (в 2009 году участвовало 11 территорий, с 2010 года планируется включить в программу еще 10 субъектов РФ). Программа состоит в открытии специальных онкологических кабинетов на всей территории РФ, в которые любой по специальности врач может направлять больного при малейшем подозрении на наличие онкологии. Второй по затратам стала группа [В] «Заболевания крови и органов кроветворения» (13, 5 млрд.). Именно в эту группу входит ряд препаратов для лечения гемофилии (программа «7 нозологий»). По итогам 2009 года стоимостный объем продаж этой группы увеличился на 10%. Высокий прирост у препаратов для лечения заболеваний, вызванных различными инфекционными агентами (+80%), обеспечил лидер продаж группы ОКТАГАМ (+100%) – иммуноглобулиновый препарат, применяемый при тяжелых бактериальных и вирусных инфекциях.

Производители в ДЛО

В таблице №6 приведены ТОП-20 фирм производителей, лидирующих по объему потребления в программе ДЛО в 2009 году.

Таблица 6

ТОП-20 фирм-производителей ГЛС по потребления ДЛО в 2009 г.

Рейтинг 2009 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн. руб. 2009 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	1	F.HOFFMANN-LA ROCHE LTD	8 678	11,3%	32,6%
2	-1	JANSSEN PHARMACEUTICA N.V.	7 953	10,4%	-9,8%
3	0	NOVARTIS	7 301	9,5%	16,1%
4	1	NOVO NORDISK	5 826	7,6%	15,6%
5	-1	OCTAPHARMA AG	5 306	6,9%	5,1%
6	1	TEVA PHARMACEUTICAL INDUSTRIES	3 583	4,7%	20,7%
7	-1	BAYER HEALTHCARE	3 081	4,0%	-13,5%
8	1	SANOFI-AVENTIS	2 959	3,9%	47,7%
9	-1	ASTRAZENECA UK LTD	2 586	3,4%	28,0%
10	4	SCHERING-PLOUGH	2 127	2,8%	88,5%
11	-1	ELI LILLY	1 953	2,5%	7,9%
12	0	GLAXOSMITHKLINE	1 588	2,1%	29,9%
13	-2	BIOTEST PHARMA GMBH	1 366	1,8%	-12,6%
14	2	SERVIER	1 285	1,7%	25,9%
15	2	BOEHRINGER INGELHEIM	1 160	1,5%	21,8%
16	-1	GENZYME CORPORATION	1 063	1,4%	1,9%
17	2	BERLIN-CHEME /A.MENARINI /	964	1,3%	41,6%
18	0	ARES-SERONO GROUP	934	1,2%	1,9%
19	-6	BAXTER HEALTHCARE CORP	892	1,2%	-24,4%
20	3	ASTELLAS PHARMA INC	827	1,1%	60,3%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

В 2009 году в программе ДЛО участвовало более 320 производителей, что немногим больше, чем в 2008 году. Среди новых производителей по стоимостному объему продаж лидирует Shire Human Genetic Therapies Inc., выпускающий препарат ЭЛАПРАЗА, предназначенный для лечения мукополисахаридоза. На втором месте - российский завод МЕДСИНТЕЗ, который вошел в программу ДЛО благодаря производству двух генно-инженерных инсулиновых препаратов – РОИНСУЛИН С и РОИНСУЛИН Р.

Компания F.HOFFMANN-LA ROCHE LTD заняла 1-е место в рейтинге производителей, сместив с лидирующей позиции JANSSEN PHARMACEUTICA N.V. В 2009 году суммарные продажи препаратов F.HOFFMANN-LA ROCHE LTD, проходящих по программе ДЛО, возросли почти на 33%. Данный рост произошел во многом благодаря увеличению продаж дорогостоящих онкологических препаратов – МАБТЕРЫ (+20%) и ГЕРЦЕПТИНа (+62%)

ТОП-20 фирм-производителей ГЛС по потребления ДЛО по конкурсам

7 нозологий			ОНЛС		
Рейтинг 2009 г.	Фирма-производитель	Доля в группе, руб.	Рейтинг 2009 г.	Фирма-производитель	Доля в группе, руб.
1	OCTAPHARMA AG	16,44%	1	F.HOFFMANN-LA ROCHE LTD	10,44%
2	NOVARTIS	15,21%	2	NOVO NORDISK	8,08%
3	JANSSEN PHARMACEUTICA N.V.	15,00%	3	JANSSEN PHARMACEUTICA N.V.	7,39%
4	F.HOFFMANN-LA ROCHE LTD	12,67%	4	SANOFI-AVENTIS	6,34%
5	BAYER HEALTHCARE	9,72%	5	NOVARTIS	5,86%
6	TEVA PHARMACEUTICAL	7,33%	6	ASTRAZENECA UK LTD	5,54%
7	NOVO NORDISK	6,83%	7	SCHERING-PLOUGH	4,56%
8	BIOTEST PHARMA GMBH	4,34%	8	ELI LILLY	4,03%
9	GENZYME CORPORATION	3,21%	9	GLAXOSMITHKLINE	3,40%
10	ARES-SERONO GROUP	3,11%	10	TEVA PHARMACEUTICAL	2,96%
11	BAXTER HEALTHCARE CORP	2,94%	11	SERVIER	2,75%
12	ASTELLAS PHARMA INC	1,28%	12	BOEHRINGER INGELHEIM	2,48%
13	BIOGEN INC	0,87%	13	BERLIN-CHEME /A.MENARINI /	2,06%
14	ФАРМСТАНДАРТ ОАО	0,33%	14	KRKA	1,73%
15	PFIZER	0,25%	15	SOLVAY PHARMACEUTICALS	1,57%
16	ELI LILLY	0,24%	16	NYCOMED	1,42%
17	KEDRION S.P.A	0,16%	17	БЕРОФАРМ ОАО	1,25%
18	PANACEA BIOTEC LTD	0,05%	18	ФАРМ-СИНТЕЗ ЗАО (МОСКВА)	1,21%
19	VETTER PHARMA-FERTIGUNG	0,02%	19	FRESENIUS	1,14%
-			20	GEDEON RICHTER	1,12%
Итого		100%	Итого		75%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

В таблице №7 приведен рейтинг производителей, участвующих в программе «7 нозологий». Это лишь 19 производителей из более чем 320, и всего 5 из них попали в ТОП-20 по обычному списку - F.HOFFMANN-LA ROCHE LTD, JANSSEN PHARMACEUTICA N.V., NOVARTIS, NOVO NORDISK и ELI LILLY. Лидером по программе «7 нозологий» стала компания OCTAPHARMA AG (производит препараты для лечения гемофилии ОКТАНАТ и ОКТАНАЙН Ф, составляющих почти 93% продаж этой компании в ДЛО).

Препараты в ДЛО

В таблице №8 приведены ТОП-20 брендов, лидирующих по объему продаж по программе ДЛО в 2008 году.

Таблица 8

ТОП-20 брендов по стоимостному объему продаж в ДЛО в 2009 г.

Рейтинг 2009 г.	Изменение	Бренд	Стоимостный объем, млн. руб. 2009 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	ВЕЛКЕЙД	4 502	5,9%	-25,3%
2	0	ОКТАНАТ	4 429	5,8%	2,8%
3	0	ГЛИВЕК	3 545	4,6%	-0,5%
4	0	МАБТЕРА	2 984	3,9%	20,1%
5	1	КОПАКСОН-ТЕВА	2 200	2,9%	-3,9%
6	-1	БЕТАФЕРОН	2 137	2,8%	-11,0%
7	2	ЭПРЕКС	2 019	2,6%	58,9%
8	3	ЛАНТУС	1 703	2,2%	43,7%
9	-1	НОВОСЭВЕН	1 638	2,1%	10,3%
10	0	ХУМУЛИН	1 304	1,7%	7,2%
11	-4	ГЕМОКТИН	1 303	1,7%	-15,7%
12	1	СЕРЕТИД	1 292	1,7%	42,2%
13	6	ГЕРЦЕПТИН	1 222	1,6%	62,2%
14	16	РЕМИКЕЙД	1 074	1,4%	125,2%
15	-1	РЕКОРМОН	1 028	1,3%	21,2%
16	-4	ЦЕРЕЗИМ	964	1,3%	-7,7%
17	7	ЗОМЕТА	957	1,2%	62,4%
18	0	РИСПОЛЕПТ	931	1,2%	21,3%
19	-3	ПРОТАФАН	883	1,2%	11,0%
20	9	ТЕМОДАЛ	845	1,1%	64,9%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС

На ТОП-20 брендов приходится около 42% стоимостного объема. В сравнении с 2008 годом наблюдается уменьшение суммарной доли 20-ки лидеров на 10%. Таким образом, концентрация в ДЛО несколько снизилась. Отличия в долях между участниками рейтинга сокращаются. Если в 2008 году доля ВЕЛКЕЙДа была 9%, то в 2009 году - уже 6%. Сократился и отрыв от ближайшего конкурента ОКТАНАТа – в 2008 году он составлял 2,5%, то в 2009 году – всего лишь 0,1%. ОКТАНАТ – участник программы «7 нозологий» (ВЗН), возможно именно этим обусловлено укрепление позиций в рейтинге этого препарата.

Средневзвешенная цена ТОП-20 довольно высокая – более 7 400 руб. за упаковку, что выше средней цены в ДЛО почти в 10 раз. Самый дорогостоящий препарат в рейтинге – лидер рейтинга ВЕЛКЕЙД (более 66 тыс. руб за упаковку). Скорее всего, именно из-за высокой стоимости количество приобретенных в 2009 году упаковок этого препарата уменьшилось более чем на четверть.

В ТОП-20 состоит большей частью из препаратов группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (8 лекарственных средств) и [B] «[B] «Заболевания крови и органов кроветворения» (5 лекарственных средств – участники программы). Преобладание препаратов группы [L] объясняется, прежде всего их высокой ценой, группы [B] – вхождением препаратов в программу «7 нозологий».

Ценовая сегментация в ДЛО

В 2009 году средняя стоимость упаковки по программе ДЛО продолжала расти (как уже писалось выше) и составила около 750 рублей. Заметим, что такого внушительного показателя не наблюдается ни в коммерческом сегменте рынка, ни в госпитальных закупках.

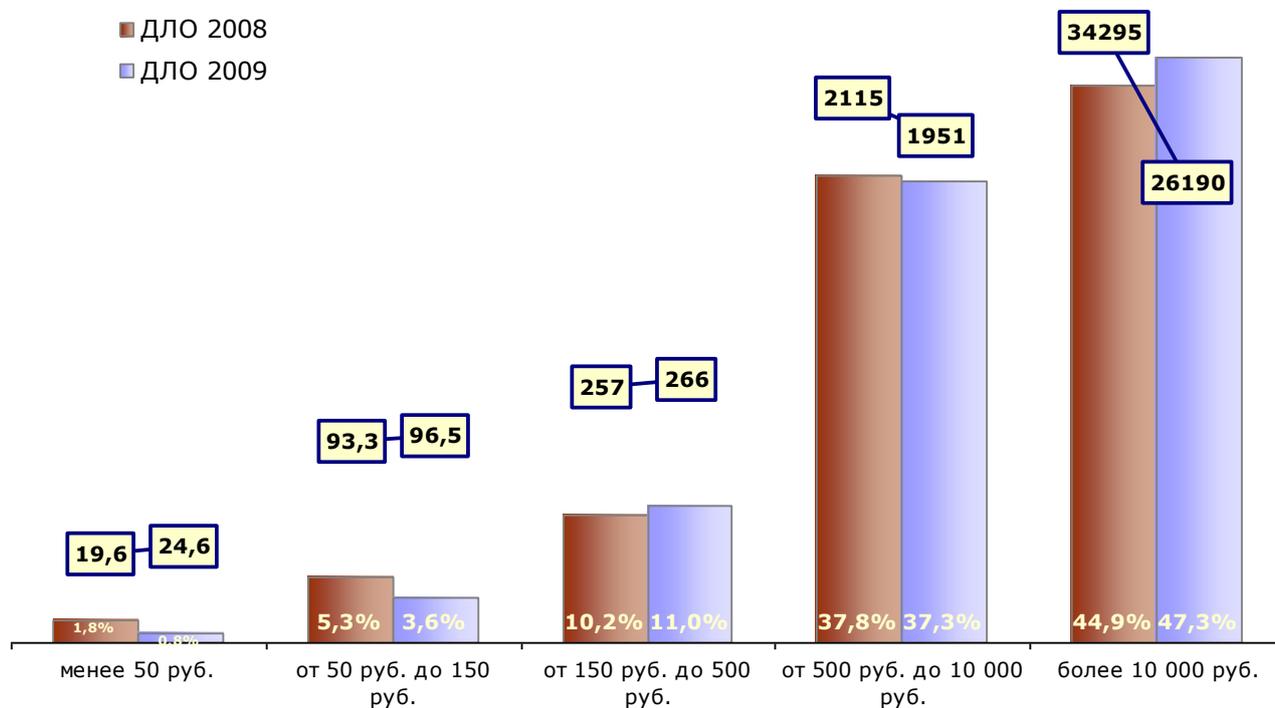
Посмотрим, за счет чего же стоимость в ДЛО на порядок выше, чем на коммерческом рынке.

С момента введения программы ДЛО, ценовая структура потребления в ДЛО рынка постоянно трансформировалась в сторону увеличения доли дорогостоящих препаратов. В начале запуска программы в 2005 году сегменты с ценой свыше 500 руб. занимали менее 40% емкости ДЛО. По итогам 2009 года данный сегмент занимает 85% стоимостного объема.

Структура потребления лекарственных средств по программе ДЛО представлена на графике №17.

График 17

Структура программы ДЛО по ценовым сегментам



Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС

Из графика видно, что средняя стоимость упаковки в сегментах выросла в сегментах с ценой до 500 руб. и упала в дорогостоящих сегментах. Причем в сегменте с ценой свыше 10 000 руб. средняя стоимость упаковки составила 26 тыс. руб., что на 8 тыс. руб. меньше чем в 2008 году. Это произошло за

счет увеличения в 2 раза сегмента от 10 000 рублей, представленного в ОНЛС (обычный список). В него входят такие препараты как ГЕРЦЕПТИН, ЭПРЕКС, РЕМИКЕЙД.

Отметим, что препараты, входящие в ВЗН, представлены только в сегментах от 500 руб. за упаковку. Самое дешевое стоит чуть больше 1000 руб. - РАСТАН ПОР ЛФ Д/И 4 МЕ №1 (ФАРМСТАНДАРТ). Самое дорогое обошлось в 137 тыс. руб. - НОВОСЭВЕН ПОР Д/И 240 КЕД №1 (NOVO NORDISK).

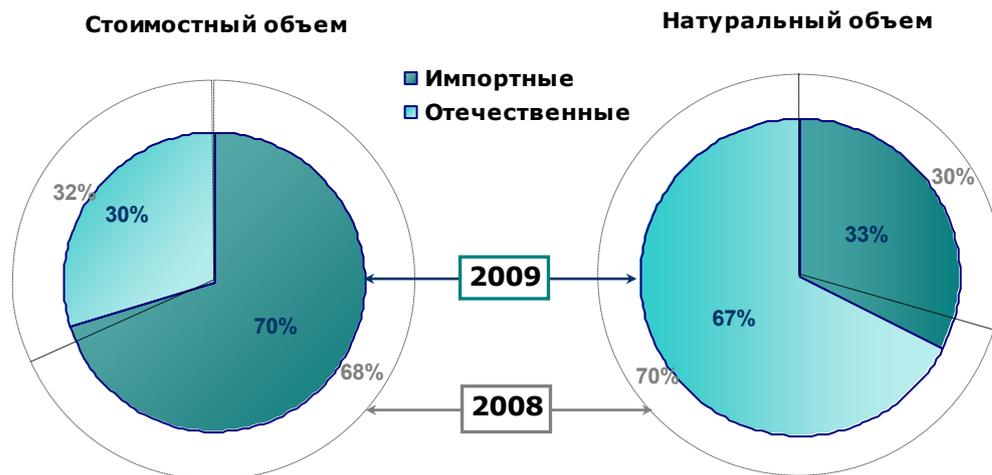
Объемы продаж сегмента ЛПУ

Рынок госпитальных закупок сильно отличается от коммерческого сегмента ГЛС. Лекарства, закупаемые для ЛПУ, по большей части являются небрендируемыми дженериками. Брендированные дженерики играют на госпитальном сегменте рынка меньшую роль, тогда как в рознице именно брендовые препараты являются основной движущей силой развития фармрынка и точкой, куда направлены усилия маркетинговых служб по продвижению. На госпитальном рынке инструменты маркетинга действуют слабо. Тендерная система закупки лекарств больницами сводит всю конкуренцию к конкуренции по цене и заставляет производителей искать иные способы вхождения в ЛПУ. Достойному развитию госпитального рынка также препятствует и его зависимость от бюджетных государственных денег. Финансирование больниц происходит только в рамках заложенного бюджета. Именно этот фактор сыграл в 2009 году важную роль. Прирост данного сегмента минимальный и составляет всего 5%. В рублях емкость сегмента ЛПУ приблизительно составила 56 млрд. руб., в натуральном выражении 470 млн. упаковок.

Одна упаковка ГЛС, закупленная ЛПУ, стоила 120 руб. Это почти в 3 раза выше, чем стоимость упаковки в закупочных ценах на аптечном коммерческом сегменте рынка. Прирост средней стоимости упаковки по сегменту ЛПУ в 2009 году составил около 7%.

Препараты отечественного производства занимают 30% стоимостного объема сегмента ЛПУ (их доля выросла в 2009 году, в 2008 году – она составляла около 22%). В натуральном же выражении преобладание отечественных препаратов – их доля составляет 67% (см. график №19). В большей мере это связано с большим закупом дешевых отечественных препаратов. Стоимость одной упаковки импортного происхождения почти в 8 раз больше, чем стоимость одной закупленной ЛПУ упаковки отечественных производителей: в 2009 году одна импортная упаковка ГЛС в среднем обошлась в 260 руб., отечественная - 52 руб. Интересно, что в 2009 году средняя стоимость одной импортной упаковки упала примерно на 12%, при этом натуральный объем закупки препаратов иностранного происхождения даже вырос. В результате получается, что больницы стали меньше закупать дорогостоящих препаратов, переключившись на более низкие ценовые категории. Средняя стоимость одной отечественной упаковки выросла более чем в 1,5 раза. Именно поэтому доля в стоимостном обороте выросла на 8%.

Соотношение продаж импортных и отечественных ГЛС



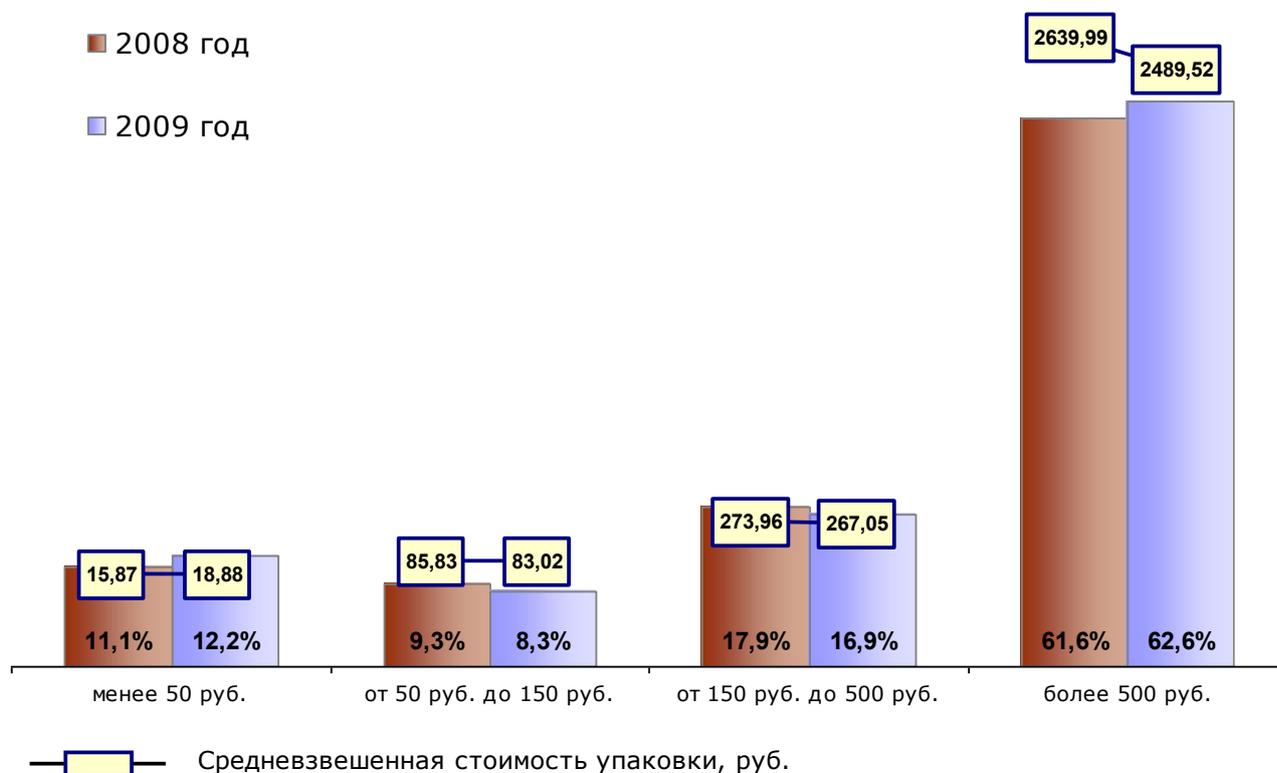
Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям представлена на графике №19.

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям в 2009 г.

График 19



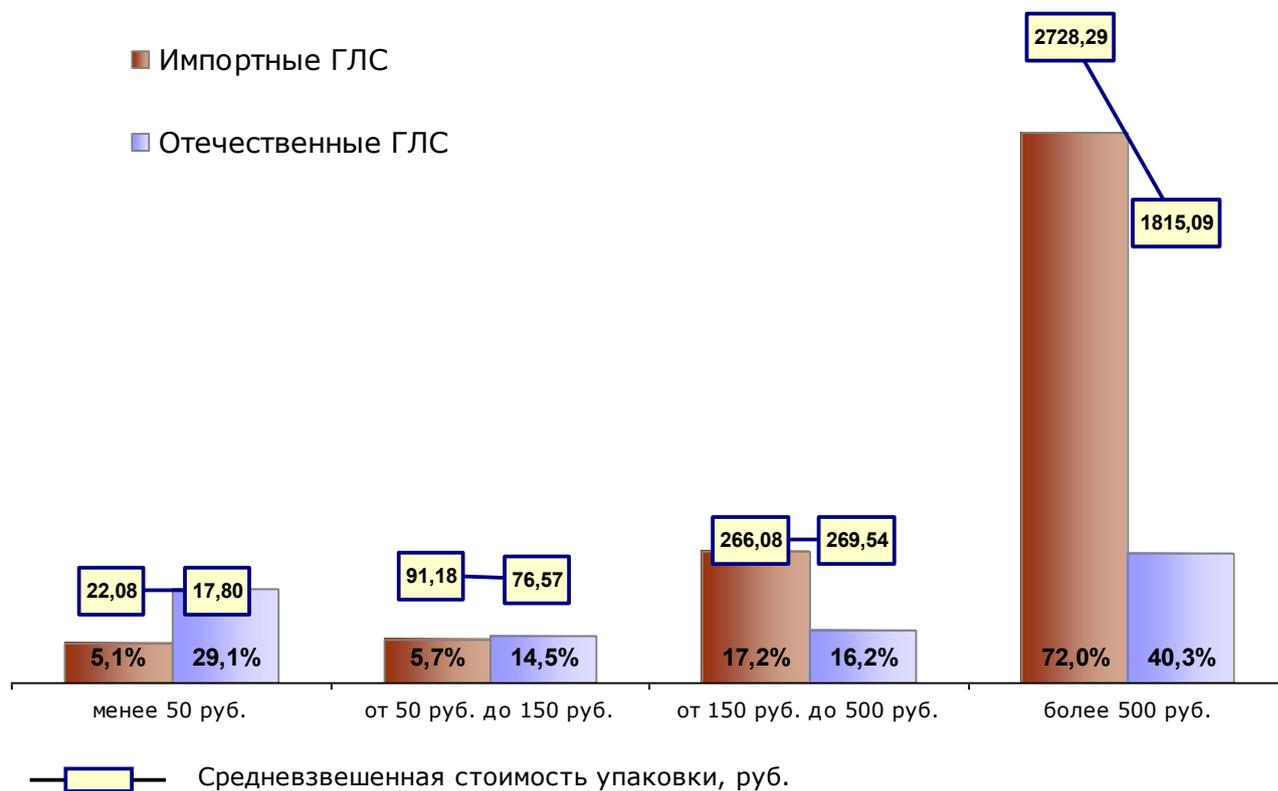
Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС

Самый емкий сегмент остается сегмент с ценой свыше 500 руб. и занимает более 62,6% стоимостного объема сектора ЛПУ, при этом в натуральном выражении он составляет всего 3%. Несмотря на то, что доля его незначительно выросла, средняя стоимость упаковки упала почти на 150 руб. Правда и цена препаратов в данном сегменте довольно высокая - в среднем около 2 500 рублей. В целом же стоит отметить, что структура закупок по ценовым сегментам в 2009 году не сильно претерпела изменения по сравнению с 2008 годом как в деньгах, так и в упаковках.

А вот по стране производителю в структуре продаж в ценовом разрезе изменения более значительны. Если в 2008 году доля отечественных дешевых препаратов превалировала в стоимостном объеме, то в 2009 году лекарств с ценой свыше 500 рублей отечественного производства было закуплено больше (в 2008 году доля таких препаратов – 22%, в 2009 году – 41%).

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям и по происхождению в 2009 г.



Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС

Соотношение больничных закупок ГЛС по АТС-группам I-уровня в России за 3 квартала 2009 году представлено в таблице №9.

Таблица 9

Структура больничных закупок ГЛС по АТС-группам

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	10 570,7	25,3%	106,5	30,5%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	8 230,5	19,7%	96,1	27,5%
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	7 063,6	16,9%	4,9	1,4%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	4 124,0	9,9%	44,7	12,8%
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	3 239,4	7,8%	30,5	8,7%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	1 846,2	4,4%	17,5	5,0%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	1 620,2	3,9%	12,7	3,6%
V: Прочие препараты	1 603,9	3,8%	5,4	1,6%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	1 011,9	2,4%	5,9	1,7%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	936,7	2,2%	13,6	3,9%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	518,4	1,2%	4,6	1,3%
[~] ЛП, не имеющие АТС-группы	472,9	1,1%	2,8	0,8%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	261,6	0,6%	2,3	0,6%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	228,1	0,5%	1,6	0,4%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	15,7	0,04%	0,2	0,1%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

Структура продаж лекарственных препаратов по АТС-группам в ЛПУ существенно отличается от коммерческого рынка. В госпитальном сегменте наибольший объем продаж имеют АТС-группы, включающие в себе препараты, длительное и/или курсовое применение которых возможно, в основном, в условиях стационара - [J] «Противомикробные препараты для системного использования» (25%), [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (20%), [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (17%).

Высокая доля группы [J] обусловлена, прежде всего, продажами антибактериальных препаратов для системного применения ([J01]), на долю которой пришлось 67% стоимостного объема и 95% - натурального. По итогам 2009 года объем госпитальных закупок препаратов этой группы увеличился на 30%. В состав группы [J01] входят антибиотики различной химической структуры ([J01A] «Тетрациклины», [J01B] «Амфениколы», [J01C] «Бета-лактамы антибактериальные препараты – Пенициллины» , [J01F] «Макролиды и линкозамиды» и др., сульфаниламидные препараты ([J01E]), производные хинолона ([J01M]) и т.д. Более 60% продаж группы [J01] приходится на антибиотики из группы [J01D] «Бета-лактамы антибактериальные препараты прочие» (цефалоспориновые антибиотики (ЦЕФОЗОЛИН, КЛАФОРАН, ЦЕФТРИАКСОН и т.д.) карбапенемы (МЕРОПЕНЕМ) и др. В сравнении с 2008 годом объемы продаж этой группы увеличились на 22% в рублях и всего на 1% - в упаковках. Лидером продаж в J01D по итогам 2009 года стал отечественный ЦЕФОПЕРАБОЛ (Аболмед ООО).

Максимальный прирост в группе J (более 33%) показали препараты, предназначенные для лечения туберкулеза ([J04]), однако натуральный объем продаж группы демонстрирует значительное падение (-28%). Самым «популярным» противотуберкулезным препаратом стал РИФАМПИЦИН (более 58% закупленных всеми ЛПУ упаковок и 8% стоимостного объема). Наибольший стоимостный объем продаж у дорогостоящего ПАС ФАТОЛ Н (стоимость закупки одной упаковки более 6 000 руб.)

Группы [B] и [L] по итогам 2009 года поменялись местами в рейтинге

Группа [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь», занявшая второе место (в 2008 году – 3 место) в стоимостном рейтинге, представлена инфузионными, перфузионными, плазмозамещающими препаратами, гемостатиками и т.д., применение большинства из которых возможно только в больничных условиях. Более 41% стоимостного и 90% натурального объемов продаж приходится на группу [B05] «Плазмозамещающие и перфузионные растворы», в которую входит лидер рейтинга брендов НАТРИЯ ХЛОРИД. Максимальный прирост (+107%) продемонстрировали антикоагулянты ([B01]).

Замыкает тройку лидеров продаж среди АТС группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы». В эту группу входят противоопухолевые препараты ([L01], [L02]), иммуномодуляторы ([L03]) и иммунодепрессанты ([L04]). Многие препараты, входящие в эту группу имеют достаточно высокую цену (средневзвешенная цена противоопухолевого препарата 1200 руб., иммуномодулятора – 1600 руб., иммунодепрессанта – 1400 руб.), а самым дорогостоящим стал препарат для лечения миелолейкоза СПРАЙСЕЛ (средневзвешенная цена почти 237 тыс. руб. за упаковку). Больше всего денежных средств (около 600 млн. руб.) было потрачено больницами на закупку ПЕГИНТРОНа (препарат для лечения гепатита С), а приобретено в упаковках – недорогого ЦИКЛОФОСФАНа.

ТОП-20 производителей в сегменте ЛПУ в 2009 году представлен в таблице №10. Его возглавляет компания SANOFI-AVENTIS (7,3%), его ближайшим конкурентом является F.HOFFMANN-LA ROCHE LTD (4,9%). В сравнении с 2008 годом разрыв между этими компаниями значительно увеличился. Если по итогам 2008 года он составлял 0,6%, то в 2009 году – почти 2,5%. Третье место заняла отечественная компания ВЕРОФАРМ.

Топ-20 производителей в сегменте ЛПУ

Рейтинг 2009 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн. руб. 3 кв. 2009 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	SANOFI-AVENTIS	3 041,7	23%	7,29%
2	0	F.HOFFMANN-LA ROCHE LTD	2 033,1	-12%	4,87%
3	15	ВЕРОФАРМ ОАО	1 166,8	80%	2,80%
4	7	GEDEON RICHTER	1 128,7	14%	2,70%
5	1	ASTRAZENECA UK LTD	1 116,5	-14%	2,67%
6	-1	GLAXOSMITHKLINE	1 098,0	-24%	2,63%
7	-3	BAYER HEALTHCARE	1 014,7	-38%	2,43%
8	-1	SCHERING-PLOUGH	977,7	-16%	2,34%
9	1	NOVARTIS	964,7	-9%	2,31%
10	10	АБОЛМЕД ООО	958,8	65%	2,30%
11	1	NYCOMED	726,6	-11%	1,74%
12	12	NOVO NORDISK	721,0	58%	1,73%
13	6	PFIZER	717,8	11%	1,72%
14	8	ELI LILLY	707,6	35%	1,70%
15	10	BOEHRINGER INGELHEIM	637,0	41%	1,53%
16	-7	TEVA PHARMACEUTICAL INDUSTRIES LTD	636,6	-42%	1,53%
17	-9	LEK D.D.	628,8	-44%	1,51%
18	34	ДАЛЬХИМФАРМ ОАО	606,3	237%	1,45%
19	12	ОСТАРФАРМА AG	602,5	59%	1,44%
20	-7	JANSSEN PHARMACEUTICA N.V.	595,1	-26%	1,43%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

Существенный прирост в госпитальных закупках демонстрируют:

- ВЕРОФАРМ – за счет значительного увеличения объемов закупок больницами ОНДАНСЕТРОНа, применяемого при проведении известной своими серьезными побочными химиотерапии в качестве противорвотного средства. Рост объемов реализации позволил компании ВЕРОФАРМ существенно укрепить свои позиции в рейтинге.
- NOVO NORDISK за счет увеличения продаж дорогостоящего НОВОСЭВЕН (+107%), на который пришлось более 70% стоимостного объема госпитальных продаж компании.
- АБОЛМЕД за счет увеличения продаж антибиотика ЦЕФОПЕРАБОЛА.

В связи с тем что в стационарном лечении часто требуются различные инъекции и внутривенные вливания различных препаратов, в ТОП-20 на госпитальном рынке первые места заняли такие препараты, как НАТРИЙ ХЛОРИД (применяемый как «основа» для внутривенного введения многих инфузионных растворов), ПЕГИНТРОН (дорогостоящий препарат для лечения гепатита С), ТАКСОТЕР (препарат для лечения рака молочной железы, яичников, предстательной железы).

Топ-20 торговых наименований в сегменте ЛПУ

Рейтинг 2009 г.	Изменение	Бренд	Стоимостный объем, млн. руб. 3 кв.2009 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	НАТРИЯ ХЛОРИД	1 235,8	48%	2,96%
2	1	ПЕГИНТРОН	600,2	-5%	1,44%
3	15	ТАКСОТЕР	574,0	95%	1,38%
4	312	ЦЕФОПЕРАБОЛ	572,6	1942%	1,37%
5	10	ГОРДОКС	540,9	68%	1,30%
6	4	ГЛЮКОЗА	532,7	35%	1,28%
7	41	КСОЛАР	521,3	219%	1,25%
8	-2	МЕРОНЕМ	517,6	-7%	1,24%
9	46	УЛЬТРАВИСТ	510,7	235%	1,22%
10	15	НОВОСЭВЕН	506,2	107%	1,21%
11	83	ГЕПАРИН	486,5	391%	1,17%
12	269	ДИМЕДРОЛ	467,5	1338%	1,12%
13	24	КЛЕКСАН	464,3	121%	1,11%
14	5	ГЕМЗАР	414,9	43%	0,99%
15	73	АВАСТИН	412,2	297%	0,99%
16	-11	ТИЕНАМ	411,4	-26%	0,99%
17	463	НИКОТИНОВАЯ КИСЛОТА	403,3	2557%	0,97%
18	21	АКТИЛИЗЕ	392,0	98%	0,94%
19	203	ПАС-ФАТОЛ Н	363,0	719%	0,87%
20	-18	ПЕГАСИС	357,6	-44%	0,86%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2000

Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

Отметим существенное увеличение затрат больниц на закупку недорогих отечественных препаратов – ЦЕФОПЕРАБОЛА, НИКОТИНОВОЙ КИСЛОТЫ, ДИМЕДРОЛА и др. Ни для кого не секрет, что во многих случаях оплачивать дорогостоящее лечение серьезных заболеваний больным приходится собственными денежными средствами, поэтому данный рейтинг отражает скорее не потребности больниц в тех или иных медикаментах, а их финансовые возможности. Также можно проследить корреляцию между госпитальными закупками и закупками по программе ДЛО. Например, за три квартала 2009 года на закупку ПЕГИНТРОНА было потрачено на 5% меньше денежных средств, чем в 2008 году. В то же время, благодаря программе ДЛО расходы на этот препарат возросли на 80%, а количество закупаемых упаковок увеличилось на 60%.