



# Фармацевтический рынок России

# 2017

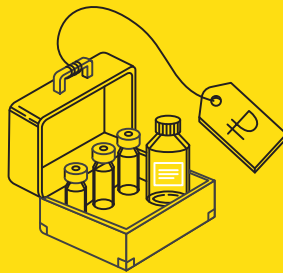


НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ  
РЕЙТИНГ



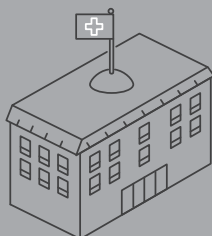
## Маркетинговые исследования

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



## Вступительное слово



*Сергей Шуляк  
Генеральный директор DSM GROUP*

Фармацевтический рынок за 2017 год показал стабильность в нестабильных условиях. Ситуация напоминает спящий вулкан, должно рвануть, но, когда – никто не знает. Отсутствие роста доходов населения, законодательные инициативы – все это неблагоприятно сказывалось на рынке.

Разрушились иллюзии незыблемости столпов фармацевтического рынка как в России, так и за рубежом. Привычные нам участники рынка покинули не только рейтинги, но и фармацевтический рынок. Такая ситуация на рынке демонстрирует нам, насколько быстро меняется среда и нужно постоянно изменяться, соответствовать современным условиям рынка.

Главной задачей как было, так и остается обеспечение населения доступными и современными лекарственными препаратами. И это входит в противоречие с развитием фармацевтической промышленности. На производстве дешевых дженериков сложно развиваться и инвестировать. Поэтому продолжается поиск баланса, чтобы и у пациента лекарства были, и промышленность развивалась.

## Содержание

Резюме	3
1. Объём фармацевтического рынка России	5
2. Коммерческий сегмент ЛП	11
3. Льготное лекарственное обеспечение	33
4. Объём закупок лекарств ЛПУ	49
5. Биологически активные добавки	60
6. Косметика	71
7. Импорт ЛП	79
8. Аптечные сети	89
9. Дистрибуторский сектор фармацевтического рынка	96
10. Производство лекарственных средств	100

### DSM Group

**Генеральный директор**  
Сергей Шуляк

**Директор отдела  
стратегических исследований**  
Юлия Нечаева

**Аналитик**  
Ирина Олипа

**PR-менеджер**  
Дмитрий Матюк

Аналитический отчет  
Фармацевтический рынок РОССИИ  
Итоги 2017 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)

## Резюме

Большинство нововведений в системе здравоохранения связаны с развитием информационных технологий. Причем, законодательные инициативы могут затронуть все сегменты рынка и всех участников.

В первую очередь, речь идет о законе по маркировке ЛП, которая должна стать обязательной с 1 января 2020 года. Пилотный проект стартовал 1 февраля 2017 года в шести регионах России и продлится до конца 2018 г. В проект вовлечены производители, дистрибуторы и аптечные сети.

С 2018 года введена новая система контроля за ценами на госзакупках лекарств для льготников. Данная система разработана, чтобы автоматически блокировать заключение госконтрактов на закупку лекарств по завышенным ценам.

Электронный рецепт, электронный больничный, электронная карта и единая государственная информационная система в сфере здравоохранения должны стать обязательными в повседневной работе врача.

Для крупного и среднего аптечного ретейла с 1 июля 2017 года стали обязательными онлайн-кассы, с 1 июля 2018 года на онлайн-контрольно кассовую технику должна перейти и малая торговля.

С постоянной регулярностью поднимается вопрос о разрешении продажи лекарственных препаратов онлайн. Правда, с той же постоянностью пока принятие

данного закона откладывается, сейчас до 1 января 2019 года.

Главным вопросом 2017 года на фармацевтическом рынке стало «выживание» его участников в посткризисных условиях. Несмотря на то, что рынок в 2017 году показывает положительную тенденцию, среди дистрибуторов и аптечных сетей есть «потери».

**Объем фармацевтического рынка России в 2017 году достиг 1 629 млрд. рублей**, что на 8% выше, чем годом ранее. Объемы продаж лекарств в натуральном выражении выросли на 6% и составили 6,3 млрд. упаковок. Положительная динамика в упаковках в 2017 году свидетельствует об улучшении покупательской способности населения и о снижении влияния финансово-экономических факторов на фармацевтический рынок.

Основной вклад в рост рынка внес коммерческий сегмент лекарств. Динамика розничного рынка продолжила положительную тенденцию 2016 года в упаковках. Прирост рынка в рублях ниже, чем в 2016 году. На это повлиял, в том числе и низкий уровень заболеваемости гриппом и ОРВИ, который не привёл к росту спроса на «сезонные» препараты.

Основные две тенденции в потреблении лекарств – это рост доли отечественных препаратов и переключение потребителя на генерики. Но если потребитель переключается в основном на брендированные

генерики, то в госзакупках растут объёмы и генериков, реализуемых по МНН.

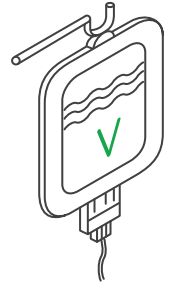
Доля лекарств импортного производства в целом на рынке по итогам 2017 года составила 70% в деньгах и 38% в упаковках. «Импортозамещение» в большей мере работает в сегменте госзакупок +2% к доле 2016 года. В коммерческом сегменте доля отечественных препаратов растёт более медленными темпами +0,5%. Поэтому первые места в рейтинге производителей занимают иностранные компании: Sanofi, Novartis, Bayer.

Процесс «консолидации и объединения» на аптечном рынке набирает все большую скорость, что приводит к укрупнению игроков рынка и увеличивает их рыночную долю. Доля ТОП-20 с 2014 года возросла в 2 раза и составила 51%. Наилучших результатов в объединении аптек и аптечных сетей добилась Ассоци-

ация независимых аптек «АСНА», заняв 13,8% рынка и представляя интересы 8 365 точек продаж. Среди «традиционных» сетей максимальную долю занимает аптечная сеть «36,6» - 4,8%. С небольшим отрывом тройку лидеров замыкает «Ригла» с долей 4,7%.

В 2017 году положительной тренд концентрации в дистрибуторском сегменте сменился на отрицательный. ТОП-10 компаний заняли порядка 72% (-8% к показателю 2016 году). Диверсификация и расширение сферы бизнеса дистрибуторов, бурный рост компаний из «второго десятка», финансовые трудности лидеров рынка – все это заметно перекроило рейтинг фармацевтических «оптовиков». В 2017 году первое место сохранил дистрибутор «Протек», заняв 18,1%. Второе место у дистрибутора «Катрен» с долей 17,6%. ТОП-3 в 2017 году замыкает дистрибутор «Пульс» с долей 12,4%.

# 1. Объём фармацевтического рынка России



Официально расходы бюджетной системы на здравоохранение в процентах к ВВП составляют 3,6% (по данным за 2016 год). Причём динамика данного показателя положительная: с 2013 года он вырос на 0,4%. А вот если смотреть планы финансирования до 2020 года, то наблюдается уже обратная картина. Расходы консолидированного бюджета РФ по отрасли здравоохранение составят: в 2017 году – 2,877 трлн. рублей, в 2018 году – 3,106 трлн. рублей, в 2019 году – 3,259 трлн. рублей, что составляет 3,3% к объёмам ВВП. Эти прогнозные цифры идут в разрез с Посланием Президента Федеральному Собранию: увеличить финансирование здравоохранения до 4-5% от ВВП.

Дополнительное финансирование должно пойти, в том числе, на развитие и модернизацию системы медпомощи пожилым людям, онкологической службы, диспансеризации, телемедицины, а также повысить доступность медуслуг в отдалённых районах и уровень зарплат врачей. Главной же задачей является увеличение продолжительности жизни – задача, которая войдёт в проект президентского указа, утверждающего национальные цели и стратегические задачи России до 2024 года. По данным Минздрава, продолжительность жизни россиян в 2017 году достигла 72,6 лет. В перечне поручений Президента говорится о достижении показателя в 78 лет к 2024 году и в 80 лет к 2030-му.

Большинство нововведений в системе здравоохранения связаны с развитием информационных технологий в медицине.

К концу 2018 г. все поликлиники и больницы должны быть подключены к скоростному Интернету и создана единая государственная информационная система в сфере здравоохранения (ЕГИСЗ). Благодаря этой системе, доступ к медицинским документам – картам, выпискам, назначениям – можно будет получить из любой поликлиники. Также в рамках ЕГИСЗ врачи смогут выписывать больничные и рецепты на лекарства в электронном виде.

Электронный рецепт удобен тем, что его не надо оформлять на бумаге и нести в аптеку, он сразу после выписки попадает к аптечному провизору по Интернету. Обычные электронные рецепты можно будет выписывать уже с января 2018 г., электронные рецепты на наркотические, сильнодействующие и ядовитые средства будут действовать с 1 января 2019 г.

Электронный больничный введён на всей территории России с 1 июля 2017 года. В соответствии с Федеральным законом №86-ФЗ по желанию застрахованного лица (работника) при обращении в медицинскую организацию ему может быть оформлен листок нетрудоспособности (больничный) в электронном формате. К началу марта 2018 года число выданных в России электронных листов нетрудоспособности достигло более 500 000.

С 2018 года по закону официально можно оказывать медицинскую помощь удалённо. Основные положения закона о телемедицине вступят в силу с 1 января 2018 года. В ходе первичного онлайн-приёма врач

может лишь принимать решение, нужен ли пациенту очный визит. Также в рамках телемедицины врачи, уже видевшие пациента, смогут корректировать ранее назначенное лечение, дистанционно наблюдать за состоянием хронических пациентов.

С 2018 г. вводится новая система контроля за ценами на госзакупках лекарств для льготников. Минздрав и госкорпорация «Ростех» разработали информационно-аналитическую программу (ИАС), которая будет отслеживать закупки лекарств. Причём, система сама будет формировать перечень референтных или сравнительных цен (по анализу стоимости подобных препаратов у разных поставщиков в разных регионах). Данная система разработана, чтобы автоматически блокировать заключение госконтрактов на закупку лекарств по завышенным ценам. Чаще всего, манипуляция с ценами возможна или за счёт описания предмета тендера таким образом, что под него подходит только препарат конкретного производителя; или для начальной минимальной цены контракта берут предельную зарегистрированную стоимость. Высвободив бюджетные средства, можно будет закупить дорогие лекарства для большего числа пациентов.

Ещё одним проектом, связанным с информационными технологиями, является

закон по маркировке ЛП. Маркировка позволит отслеживать перемещение каждой упаковки лекарственного препарата от производителя до покупателя. Основная цель закона – предотвращение появления фальсификата и повторного сброса в систему уже закупленных на госаукционах лекарственных средств. Пилотный проект стартовал 1 февраля 2017 года в шести регионах России. Его участниками стали крупнейшие фармацевтические дистрибьюторы, ряд производителей и аптечных сетей. Эксперимент продлится до конца 2018 г. С 1 января 2020 г. система должна начать работать в полном объёме по всей стране.

Информатизация коснулась и аптечных учреждений. Ещё в июле 2016 новая версия 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники» (КТТ) была подписана Президентом РФ. С 1 июля 2017 года на онлайн-кассы перешёл крупный и средний аптечный ритейл. Представители аптечного бизнеса сообщают, что для аптек в целом этот процесс прошёл безболезненно. Хотя в отдельных регионах страны пришлось столкнуться с трудностями.

В связи с этим встает вопрос о сопряженности двух автоматизированных систем: новых моделей онлайн-касс, на которые бизнес переходил в течение 2017 года, и оборудования, которое будет сканировать упаковку лекарств. Главное, чтобы не получилось, что к 2020 году аптекам придётся приобретать новое оборудование.

В реестре контрольно-кассовой техники зарегистрировано 84 модели касс от 29 производителей, три производителя включили в реестр четыре модели фискального накопителя, в том числе сроком действия до трёх лет. Выдано 12 разрешений на обработку фискальных данных, семь экспертных организаций занесено в реестр.

” Электронный рецепт удобен тем, что его не надо оформлять на бумаге и нести в аптеку, он сразу после выписки попадает к аптечному провизору по Интернету.

“



Заметим, что с 1 июля 2018 года на онлайн-ККТ должна перейти сфера услуг и малая торговля. Таким образом, весь аптечный сегмент будет охвачен онлайн-кассами.

Трендом последних лет является рост популярности покупок онлайн. По данным Минпромторга, в 2017 году сегмент интернет-торговли составлял в России всего 3–4% от всего объёма розничного товарооборота. Вместе с тем прогнозируется, что к 2025 году доля интернет-торговли в России достигнет 20% в общем объёме. Такая цель заложена в проекте «Стратегии развития электронной торговли в РФ до 2025 года». Ожидается, что к 2025 году не менее 70% розничных магазинов будут использовать для продаж интернет-канал. Количество интернет-продавцов, занятых в сфере электронной торговли РФ, составит не менее 100 тыс. человек. При этом 80% населения РФ старше 12 лет станут использовать интернет для осуществления покупок.

Поэтому не удивительно, что с периодической регулярностью поднимается вопрос о разрешении продажи лекарственных препаратов онлайн. С 2015 года активно обсуждался вопрос о легализации дистанционной торговли ЛП. Правительство одобрило законопроект

Минздрава, который разрешает аптекам торговать в интернете безрецептурными препаратами и осуществлять их доставку конечному потребителю. Предполагается, что онлайн-торговлю смогут вести только существующие аптечные организации на своём официальном сайте. Планировалось, что данный законопроект вступит в силу уже в 2018 году. Теперь срок отложен до начала 2019 года.

Ассоциация компаний интернет-торговли выступила с более широким предложением разрешить продажу и рецептурных лекарственных препаратов в интернете. Россияне чаще всего ищут в интернете лекарства, которые продаются в аптеках по рецептам. Для контроля их продаж в некоторых регионах уже вводят электронные рецепты, их предлагают сделать обязательным условием онлайн-покупки медикаментов. В ассоциации говорят, что контролировать продажу лекарств в интернете можно и через онлайн-кассы, которые стали обязательными с 2017 года. Отслеживать лекарства поможет и система обязательной маркировки медикаментов, которая начнёт действовать с января 2020 года.

Все инновации, реализуемые и обсуждаемые, в результате приведут к прозрачности работы всех его участников.

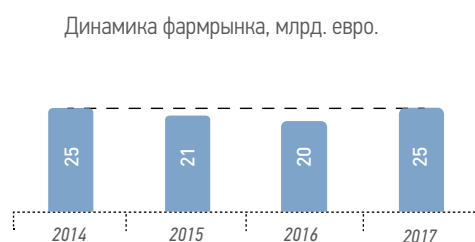
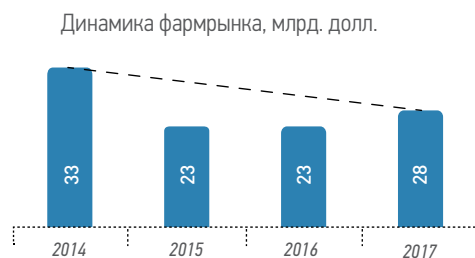


Рисунок 1

Динамика фармрынка

И итоги года можно будет подводить быстрее и легче.

По итогам года объём рынка составил 1 629 млрд. руб., что на 8% выше показателя 2016 года. При этом в долларах и евро также наблюдается рост, впервые за три года. Девальвация рубля 2014-2016 годов приводила к тому, что динамика в иностранных валютах была отрицательная. Наиболее заметное снижение было отмечено в 2015 году, когда курс рубля по отношению к иностранным валютам существенно упал.

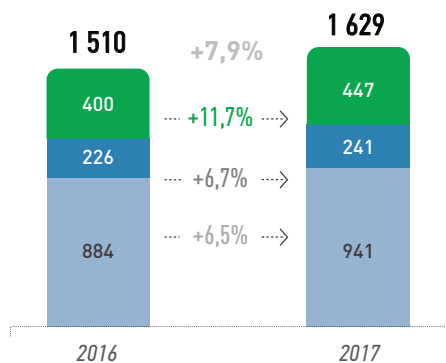
На рисунке 2 представлена динамика объёма фармацевтического рынка России в 2016-2017 годах в разрезе сегментов.

Из положительных тенденций отметим прирост рынка в натуральном выражении, причём он сравним с динамикой в стоимостном выражении. Таким образом, фактор роста цен в увеличении объёма рынка практически отсутствует. На первый план в 2017 году вышло повышение фактического потребления лекарственных средств, то есть рост в упаковках. На долю «государства» (объём рынка,

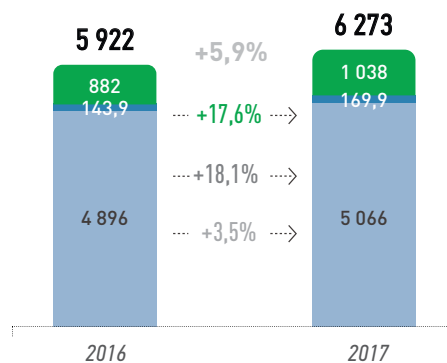
обеспеченный государственными деньгами, – льготное лекарственное обеспечение и госпитальные закупки) приходится около 32% объёма рынка лекарств (с учётом парафармацевтики доля чуть ниже – 27%). В 2017 году доля государственных затрат в потреблении ЛП выросла на 1%. В 2016 году она составляла 31,2%. Сильнее всего на 17% выросли закупки лекарственных препаратов для лечебно-профилактических учреждений до 260 млрд. руб. На 7% была увеличена закупка лекарств для льготных категорий за счёт федеральных средств до 115 млрд. руб. Объём финансирования региональных льготников составил 72 млрд. руб., что на 2% выше показателя 2016 года.

Динамика коммерческого сегмента ЛП в последние несколько лет уже не превышает 10%. За 2017 год через аптечную сеть было реализовано 5 066 млн. упаковок лекарств на сумму 941 млрд. рублей (в розничных ценах). Это на 6,5% выше, чем в 2016 году в стоимостном выражении, и на 3,5% в натуральном. Положительная динамика в упаковках в 2017 году свидетельствует об улучшении покупательской способности населения и о

Ёмкость фармрынка  
млрд. руб. в ценах конечного потребления



Ёмкость фармрынка  
млн. упак.



- Государственный сектор ЛП
- Коммерческий сектор парафармацевтики
- Коммерческий сектор ЛП
- Госпитальные закупки
- Льготное государственное обеспечение
- Коммерческий сектор ЛП

Рисунок 2

Ёмкость  
фармацевтического  
рынка

снижении влияния финансово-экономических факторов на фармацевтический рынок. Прирост рынка в рублях ниже, чем в 2016 году (8,3% к показателю 2015 года). На это повлиял, в том числе и низкий уровень заболеваемости гриппом и ОРВИ, который не привёл к росту спроса на «сезонные» препараты.

За 2017 год доля оригинальных препаратов составила 36% в стоимостном выражении и 12% в натуральном. При этом относительно 2016 года доля продолжает сокращаться по обоим показателям. Сильнее всего переключение отмечено в госсегменте – около 3% в денежном выражении. В аптечных продажах аналогичный показатель составляет около 1%. Но если потребитель переключается в основном на брендовые генерики, то в госзакупках растут объёмы и генерики, реализуемых по МНН.

Доля лекарств импортного производства в целом на рынке по итогам 2017 года составила 70% в деньгах и 38% в упаковках. Заметим, что доля импортных препаратов сокращается, тогда как отечественные лекарства увеличивают свой вес на рынке.

” На долю «государства» приходится около 32% объёма рынка лекарств. В 2017 году доля государственных затрат в потреблении ЛП выросла на 1%. В 2016 году она составляла 31,2%.

«Импортозамещение» в большей мере заработало в сегменте госзакупок +2% к доле 2016 года. В коммерческом сегменте доля отечественных препаратов растёт более медленными темпами +0,5%.

Практически 50% рынка как в деньгах, так и в упаковках, находится под ценовым регулированием, то есть препараты входят в список Жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов. В госсегменте лекарства из данного списка преобладают – около 80%. В аптеках реализуются больше позиций, не входящих в ЖНВЛП – около 65% в стоимостном выражении.

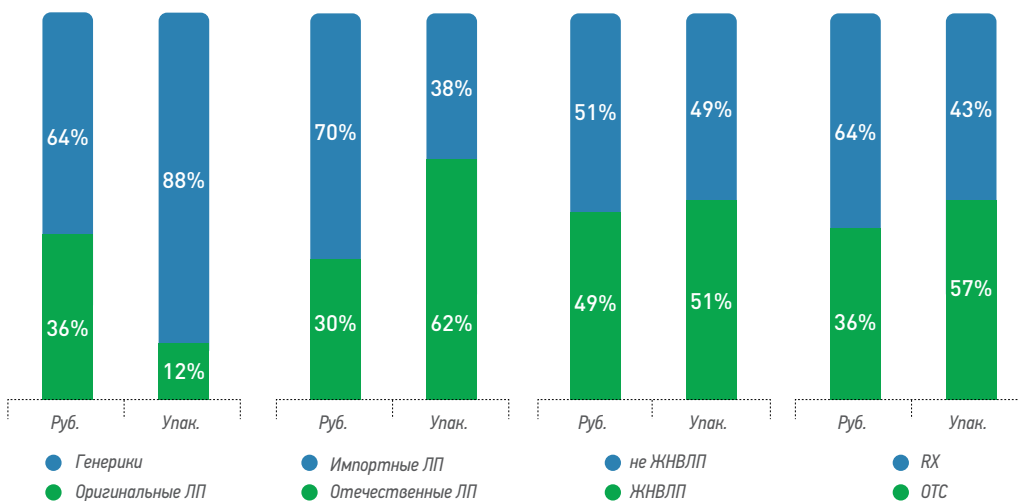


Рисунок 3

Структура рынка в различных разрезах, 2017 год

На структуру рынка лекарств по типу отпуска влияет интенсивность «сезонных» заболеваний и продажа соответствующих препаратов. В году с высоким уровнем заболеваемости доля безрецептурных препаратов выше. В 2017 году этот показатель снизился, что также подтверждает отсутствие «эпидемий» простудных и вирусных болезней. Около 64% в денежном выражении составляют

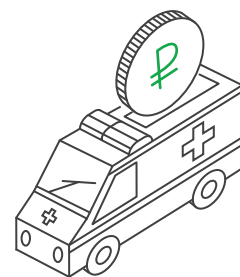
рецептурные препараты. Однако, за счёт более низкой цены ОТС-препараты преобладают в упаковках, но их доля снизилась с 58% до 57%. Заметим, что основной объём продаж безрецептурных препаратов реализуется через аптеки (около 95% в рублях от объёма ОТС-препаратов). В государственном сегменте реализуются в основном RX-препараты – они занимают более 94% от объёма тендерных закупок.

**Таблица 1**

Структура продаж  
ЛП по АТС-группам,  
2017 год

АТС-группы I-го уровня	Доля группы в стоимостном объеме, %	Доля группы в натуральном объеме, %
А: Пищеварительный тракт и обмен веществ	16,4%	15,6%
Ж: Противомикробные препараты для системного использования	12,5%	9,9%
Л: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	10,7%	1,3%
Н: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	10,2%	15,0%
С: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	10,1%	11,2%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	9,4%	12,7%
В: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	7,6%	8,1%
М: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	6,2%	6,7%
Г: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	5,8%	1,9%
Д: Препараты для лечения заболеваний кожи	4,6%	10,7%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,1%	2,2%
Без АТС	1,8%	2,8%
V: Прочие препараты	1,4%	0,7%
Н: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,9%	0,8%
Р: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,2%	0,4%

## 2. Коммерческий сегмент ЛП



Продажу лекарств регламентирует множество законов и стандартов. С 22 сентября вступили в силу новые правила отпуска лекарств – приказ Минздрава РФ от 11.07.2017 г. № 403н «Об утверждении правил отпуска лекарственных препаратов». Основными изменениями можно назвать несколько пунктов:

- нарушение вторичной упаковки и отпуск лекарственного препарата в первичной упаковке допускается в случаях, когда количество препарата, указанное в рецепте или необходимое потребителю (при безрецептурном отпуске), меньше количества препарата, содержащегося во вторичной упаковке;
- теперь на всех рецептах ставится печать, что «лекарственный препарат отпущен». Таким образом, повторно использовать их уже не получится.

Также приказ регламентирует отпуск рецептурных препаратов строго по рецепту. Штрафы за отпуск рецептурных препаратов в аптеках без рецепта выросли. С 1 января 2017 года, согласно поправкам в КОАП, за нарушение правил розничной продажи лекарств фармацевта или провизора могут оштрафовать на 5–10 тыс. руб., должностное лицо – на 20–30 тыс. руб., юридическое лицо – на 100–150 тыс. руб. или приостановить деятельность аптеки на срок до 90 суток.

13 декабря Госдума приняла в первом чтении законопроект о дистанционной продаже лекарственных препаратов. Разработанный Минздравом документ был внесен

в Госдуму в октябре 2017 года и должен разрешить продавать в интернете безрецептурные лекарственные препараты.

Заметим, что данной инициативе уже не первый год. Это уже второй вариант документа о разрешении онлайн-торговли лекарствами, разработанный Минздравом. Первый был опубликован еще в 2015 году и должен был вступить в силу с 1 января 2017 года

Торговать в розницу через интернет смогут только аптечные организации с лицензией на фармацевтическую деятельность, которая предусматривает определенные условия приема и хранения лекарств. Помимо этого, при онлайн-продаже лекарственных препаратов их доставкой должны заниматься специалисты со средним фармацевтическим или медицинским образованием, чтобы сразу проконсультировать покупателя.

Изначально предполагалось, что данный законопроект вступит в силу уже в 2018 году. Теперь срок отложен до начала 2019 года. Также в октябре 2017 года Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ)

” **За 2017 год через аптечную сеть было реализовано 5 065,8 млн. упаковок лекарств на сумму 940,7 млрд. рублей в розничных ценах или 752 млрд. рублей в ценах закупки аптек.** “

предложила легализовать онлайн-торговлю и рецептурных препаратов, но только после введения маркировки и появления электронных рецептов – то есть тоже в 2019 году.

Таким образом, в настоящее время аптечные учреждения остаются единственным легальным каналом продажи лекарственных препаратов.

Главный показатель, который отражает ситуацию на аптечном рынке, – это прирост объемов реализации к аналогичному периоду прошлого года и накопительно. Производители, дистрибьюторы, аптечные сети строят относительно этого показателя свои прогнозы, планы, корректируя их в зависимости от промежуточных результатов. И основное влияние все-таки на прирост рынка оказывают не макрофакторы, а погода и «масштабность» сезонных заболеваний.

За 2017 год через аптечную сеть было реализовано 5 065,8 млн. упаковок лекарств на сумму 940,7 млрд. рублей в розничных ценах или 752 млрд. рублей в ценах закупки аптек. Это на 6,5% выше, чем в 2016 году в стоимостном выражении, и на 3,5% выше в натуральном выражении. Положительная

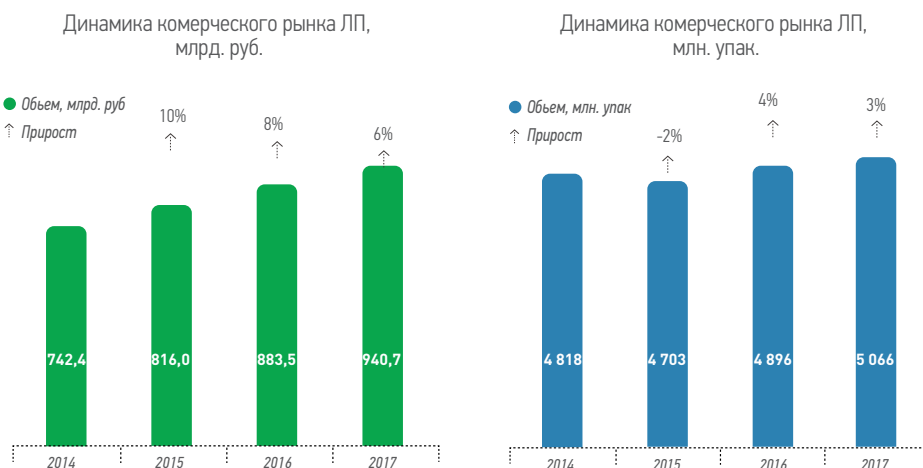
динамика в упаковках в 2017 году свидетельствует об улучшении покупательской способности населения и о снижении влияния финансово-экономических факторов на фармацевтический рынок.

В 2016 году фармацевтический рынок начал расти в августе из-за раннего начала сезона простудных и вирусных заболеваний. Высокие темпы роста сохранялись и в первом полугодии 2017 года. Но, начиная с августа, прирост аптечного рынка ЛП заметно снизился. «Виновником» такой динамики стали теплая погода осенью и зимой, низкий уровень заболеваемости гриппом и ОРВИ, которые не привели к росту спроса на «сезонные» препараты. В упаковках же рынок показал даже отрицательные значения. Таким образом, годовой прирост рынка определился также в 4 квартале – в 2017 году 4 квартал сыграл на понижение, в результате прогнозные значения роста рынка не были достигнуты.

Объемы продаж относительно периодов прошлого года росли в стоимостном выражении на протяжении всего 2017 года. Продажи в натуральном выражении также росли, однако, начиная с сентября 2017 года, они стали падать относительно 2016 г. Это также подтверждает факт, что

Рисунок 4

Динамика коммерческих продаж ЛП



«простудный и вирусный период» не совпадает с сезонностью и интенсивностью прошлого года.

### Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ЛП

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

Несмотря на то, что в целом на рынке количество российских и иностранных производителей практически одинаковое (около 600 и 700 компаний соответственно), в аптеках больше представлено брендов импортных лекарственных средств (около 3 950, что составляет 10 860 SKU). Аналогичный показатель для отечественных препаратов составляет на 75% меньше – 2 270 брендов (7 590 SKU). Таким образом, видно, что иностранные компании больше реализуют «уникальные» позиции – оригинальные препараты и брендированные генерики. Российские лекарства в большом объеме выпускаются в виде небрендированных генериков сразу несколькими предприятиями.

Но при этом в стоимостном выражении доля отечественных ЛП в последние годы

увеличивается. В 2017 году российские лекарственные средства заняли 28,5% рынка, при этом они преобладают в аптечных продажах в натуральном выражении – 58,7%. Заметим, что в 2017 году доля отечественных лекарств увеличилась в рублях на 0,5%. Это произошло за счет увеличения продаж таких популярных и относительно дорогих отечественных брендов, как «Мирамистин» (+23,0% в стоимостном выражении и 23,1% в натуральном), «Пенталгин» (+16,5% в рублях и 12,6% в упаковках), «Венарус» (33,8% и 24,9% соответственно) и др.

В 2017 году прирост продаж отечественных препаратов был заметно выше прироста продаж импортных лекарств в стоимостном объеме: +7,4% по российским ЛП, +6,1% по зарубежным ЛП. В натуральном выражении продажи отечественных лекарств увеличились на 4,3%, при этом для препаратов импортного производства рост составил только 2,3%.

Средняя стоимость упаковки отечественного препарата в розничных ценах за 2017 год составила 90 руб., что приблизительно в 3,6 раз ниже стоимости упаковки импортного лекарственного средства (стоимость средства зарубежного производства в ценах закупки аптек составила порядка 321 рубля).



Рисунок 5

Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ЛП розничного коммерческого рынка России

Примечание: объемы продаж приведены в розничных ценах аптек с НДС

## Соотношение объемов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска

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

По итогам 2017 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 период повышенного уровня заболеваемости ОРВИ и гриппом, наоборот, возрастают объемы реализации безрецептурных лекарств. В 2017 г. в отсутствие всплеска таких заболеваний ОТС-препараты выросли менее значительно (+5,3%), чем Rx (7,7%). В упаковках разница в приростах почти в два раза (5,4% для рецептурных против 2,6% для ОТС-препаратов). В результате доля безрецептурных препаратов сократилась на 0,6%.

Доля препаратов рецептурного отпуска в рублях составила 50,4%, а в натуральном выражении наибольшая доля приходится на ОТС-препараты (67,6%).

Средняя стоимость упаковки рецептурного препарата была на уровне 283 руб., безрецептурный препарат стоил в розничных ценах аптек в среднем 139 руб. Колебания в цене по сравнению с 2016 годом были в пределах 2%.

## Соотношение продаж оригинальных и генериковых ЛП

В 2017 году доля оригинальных препаратов составила 34,6% в стоимостном выражении и 13,8% в натуральном. При этом относительно 2016 года доля продолжает сокращаться по обоим показателям. Генерические препараты в целом выросли в стоимостном объеме на 8,3%, в упаковках на 4,1%, тогда как темп прироста оригинальных препаратов составил только 3,2%, а в натуральном выражении остался на уровне 2016 года.

Таким образом, потребитель переключается на генерические препараты, чаще на брендированные генерики. Так, в упаковках брендированные генерики выросли на 6,9%, а препараты, продающиеся по МНН, только на 0,7%. Средняя стоимость упаковки оригинального препарата составила 646 руб. (+3,5% к показателю 2016 года), генерик закупался в среднем по 141 руб. (+4%).

Рисунок 6

Соотношение объемов продаж ОТС и Rx препаратов розничного коммерческого рынка России

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.

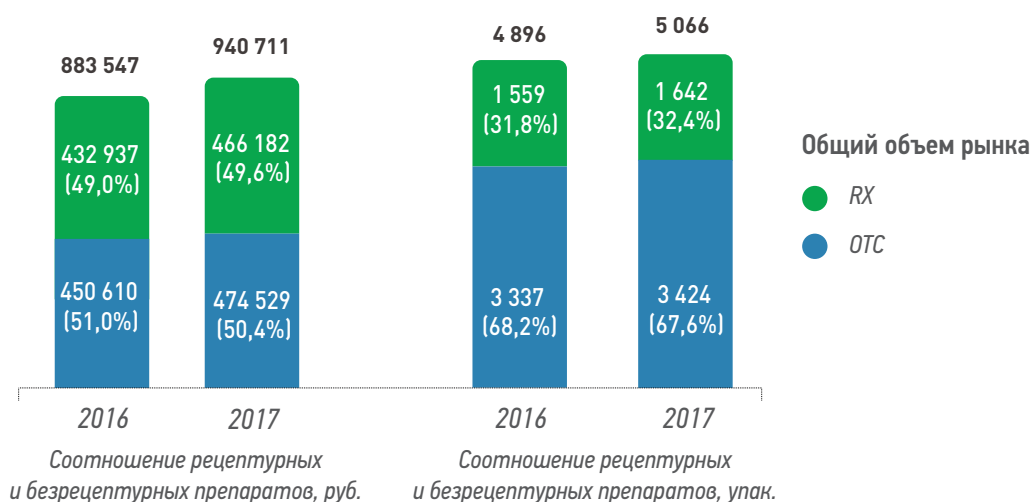




Таблица 2

Структура продаж  
ЛП розничного  
коммерческого рынка  
России  
по АТС-группам

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

АТС-группы I-го уровня	Стоимостной объем, млрд. руб.	Доля группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн. упак.	Доля группы в натуральном объеме, %
[A]: Пищеварительный тракт и обмен веществ	178,4	8,1%	845	16,7%
[C]: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	126,6	10,0%	602	11,9%
[R]: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	114,4	6,7%	748	14,8%
[N]: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	108,4	6,5%	806	15,9%
[M]: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	78,7	13,1%	109	2,1%
[G]: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	76,4	9,1%	391	7,7%
[J]: Противомикробные препараты для системного использования	71,6	-5,1%	343	6,8%
[D]: Препараты для лечения заболеваний кожи	60,1	8,8%	596	11,8%
[B]: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	41,7	13,5%	175	3,5%
[L]: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	27,0	-7,6%	63	1,2%
[S]: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	26,0	5,3%	128	2,5%
Без АТС	18,7	-10,2%	175	3,4%
[H]: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	5,3	4,5%	30	0,6%
[V]: Прочие препараты	4,9	-3,9%	31	0,6%
[P]: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	2,4	2,5%	23	0,5%

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

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

Структура аптечного рынка по АТС-группам 1-го уровня в 2017 году незначительно изменилась относительно 2016 года:

- [J] «Противомикробные препараты для системного использования» опустились на 2 строчки вниз из-за снижения объема реализации на 5,1%, что позволило группе [M] «Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы» улучшить свою позицию, благодаря росту продаж на 13,1%.
- Поменялись местами группы [H] «Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)» и [V] «Прочие препараты» за счет разнонаправленной динамики.

В 2017 году лидирующую позицию, как и в предыдущие периоды, сохранили препараты из АТС-группы [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (19,0%). По сравнению с 2016 годом в данной группе

отмечается прирост продаж в денежном выражении на 8,1%. По количеству проданных упаковок в данном сегменте отмечается менее значительный рост продаж, составивший 2,8%. Таким образом, можно сделать вывод, что наблюдаемый рост продаж в рублях по данной группе обусловлен как увеличением объема продаж в натуральном выражении, так и повышением средних цен на препараты. Лидерами в данной АТС остаются «Эссенциале», «Линекс», на третье место вышел препарат «Гептрал». Существенный рост в данной группе демонстрирует бренд «Тантум Верде» (+27%) и «Фосфогив» (62%).

Порядка 16,1% стоимостного объема продаж АТС-группы [A] приходится на подгруппу [A07] «Противодиарейные препараты». На первом месте по объему продаж в группе [A07] оказался бренд «Линекс» с долей в рублях, соответствующей 14,5%. «Энтеросгель» и «Энтерофурил» занимают в стоимостном рейтинге 2-е и 3-е места с долями 10,2% и 8,1% соответственно. По количеству проданных упаковок лидирует недорогой преимущественно отечественный препарат «Уголь активированный» (почти 44,8% продаж [A07]).

Подгруппа [A11] «Витамины» в 2017 году опустилась на вторую строчку в своем АТС – объем реализации снизился на 2% в ру-

Рисунок 7

Соотношение объемов продаж оригинальных и генерических препаратов розничного коммерческого рынка России



блях и на 8% в упаковках. Одной из причин является переключение потребителя на покупку препаратов, зарегистрированных как БАД.

На втором месте по объему располагается АТС-группа [С] «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы». В данной группе произошла смена лидера: «Конкор» уступил первую строчку бренду «Детрадекс». Максимальный вклад в увеличение объемов продаж внесли такие бренды, как «Детралекс» (+22%), «Венарус» (+34%) и «Флебодиа» (39%). Отметим прирост в данной АТС-группе небрендируемых генериков МНН Аторвастатин (+40%) и МНН Бисопролол (+74%).

АТС-группа [G] «Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны», поднявшаяся на пятую строчку в рейтинге вместо группы [J], показала прирост продаж в размере 9,1% к 2016 году, это в том числе помогло ей укрепить свои позиции.

В группе [G] лидирует подгруппа [G03] «Половые гормоны» - 43,4% стоимостных продаж приходится на эту подгруппу. При этом основной объем продаж в подгруппе составляют бренды «Джес» и «Дюфастон». Аптечные продажи «Джес» выросли за год на 15,0%. Бренд «Дюфастон» же продемон-

стрировал незначительное рост продаж (+1,6%) по сравнению с 2016 годом.

Структура коммерческого рынка по АТС-группам из года в год довольно стабильна. Прирост емкости и средней стоимости упаковки в АТС-группах представлен на рисунке 8.

По итогам 2017 г. только у 4-х групп среди всех АТС-групп был отмечен отрицательный прирост стоимостного объема продаж.

Как уже отмечалось выше, группа [J] «Противомикробные препараты для системного использования» снизилась на 5,1%. Из ТОП-20 в данной подгруппе 10 препаратов показывают падение продаж: сильнее всего упали «Арбидол» (-23%) и «Амиксин» (-29%). Несмотря на сохранение лидирующих позиций, отмечено сокращение объемов реализации у таких брендов, как «Кагоцел» (-9,3%), «Ингавирин» (-10,0%), «Эргоферон» (-8,9%).

Наибольшая доля стоимостного объема продаж в группе [J] приходится на подгруппу [J01] «Антибактериальные препараты для системного использования» (49,1% от объема продаж по группе [J]). Лидером в подгруппе является «Амоксиклав», на долю которого приходится порядка 9,6% стоимостного объема продаж за 2017 г.

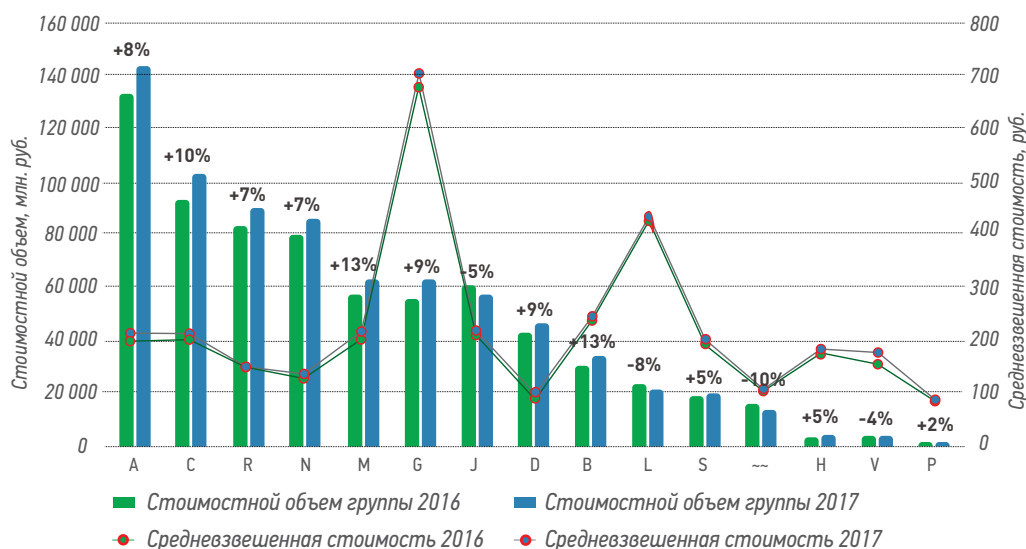


Рисунок 8

Структура коммерческого рынка ЛП в 2016-2017 гг.

На 7,6% упали продажи группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы». В большей мере такая динамика обеспечена снижением объемов подгруппы [L03] «Иммуномодуляторы»: популярные бренды демонстрировали снижение более чем на 20% - «Анаферон» (-32%), «Гриппферон» (-26%), «Вобэнзим» (-20%).

Отрицательная динамика была отмечена у препаратов, которые не относятся ни к одному АТС (-10,2%). В объеме данной группы около 50% приходится на гомеопатические препараты. Именно они демонстрируют снижение продаж на 10%, а такие бренды, как «Оциллококцинум», «Траумель», «Афлубин», падают порядка на 15-30%.

Таким образом, видно, что, когда АТС-группа демонстрирует снижение продаж, она в своем составе имеет «сезонные» препараты, что дополнительно подтверждает высокую зависимость роста рынка в целом от этих групп. АТС-группы, занимающие высокую долю, в целом растут сравнимыми темпами.

Наибольший темп прироста был отмечен у препаратов двух групп [M] и [B] – 13%.

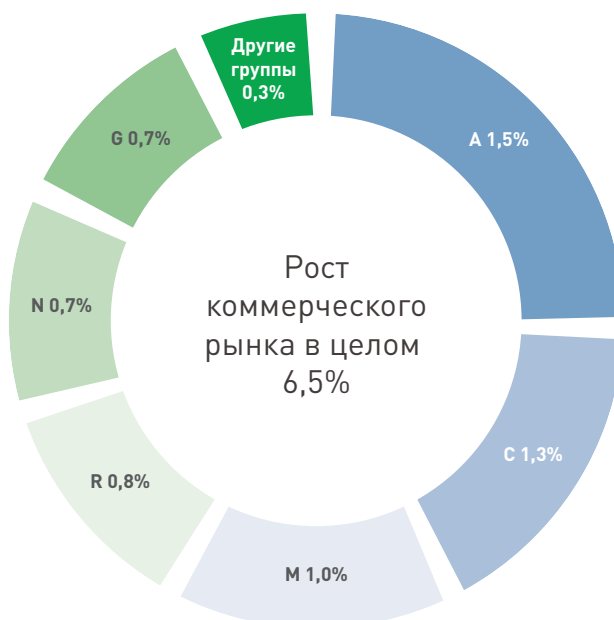
Рост продаж препаратов группы [M] «Препараты для лечения заболеваний кост-

но-мышечной системы» произошел за счет высокой положительной динамики брендов «Вольтарен», «Нурофен» и «Артра». У АТС [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» увеличению объема реализации способствовали повышенные продажи «Ксарелто» (продажи выросли на 44%), «Эликвис» (+168%) и лидера группы «Кардиомагнил» (+14%). В натуральном выражении лидерами по увеличению потребления также стали данные группы. Сокращение аптечных продаж в упаковках было зафиксировано только среди 3 групп: «Без АТС» (-11,9%), [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (-7,0%) и [J] «Противомикробные препараты для системного использования» (-4,9%).

Наибольшая стоимость средневзвешенной упаковки по итогам 2017 г. составила 703 руб. для препаратов группы [G] «Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны». Такая высокая цена объясняется тем, что стоимость упаковки некоторых ЛП этой группы достигает 10 тыс. руб. и выше. В целом же из ТОП-100 препаратов АТС у [G] минимальная цена – 300 рублей. Также высокая цена средневзвешенной упаковки отмечается в группах [L] «Противоопухолевые препараты и имму-

Рисунок 9

Взвешенный прирост ЛП розничного коммерческого рынка по АТС-группам



номодуляторы» – порядка 428 рублей, [В] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» – около 240 рублей.

Вклад различных АТС-групп в общий прирост коммерческого рынка оценивался с помощью средневзвешенного прироста – показателя, учитывающего долю АТС-группы, умноженную на темп ее роста (рисунок 9).

Наибольший вклад в увеличение стоимостной емкости коммерческого рынка ЛП в 2017 году внесли группы [А] «Пищеварительный тракт и обмен веществ», [С] «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» и [М] «Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы», прирост которых суммарно составил 3,8% или около 60% от роста рынка в целом.

Рейтинг 2017 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млрд. руб. 2017 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	1	BAYER	42,9	12,9%	4,6%
2	1	NOVARTIS	38,7	3,1%	4,1%
3	-2	SANOFI	38,0	-0,9%	4,0%
4	1	TAKEDA	32,7	13,4%	3,5%
5	-1	SERVIER	31,2	6,3%	3,3%
6	-	ОТИСИФАРМ	29,6	5,4%	3,1%
7	-	GLAXOSMITHKLINE	26,8	3,4%	2,9%
8	1	BERLIN-CHEMIE	26,0	8,9%	2,8%
9	-1	TEVA	25,7	-0,7%	2,7%
10	-	STADA	24,4	6,2%	2,6%
11	-	GEDEON RICHTER	24,2	5,6%	2,6%
12	-	JOHNSON & JOHNSON	23,4	4,8%	2,5%
13	-	ABBOTT	21,8	11,1%	2,3%
14	-	KRKA	21,5	11,3%	2,3%
15	1	ФАРМСТАНДАРТ	18,3	9,9%	1,9%
16	-1	ASTELLAS	16,7	-2,2%	1,8%
17	-	ALLERGAN	16,4	4,3%	1,7%
18	-	ВАЛЕНТА	15,1	1,5%	1,6%
19	-	PFIZER	13,8	-4,3%	1,5%
20	1	DR.REDDY'S	13,6	9,9%	1,4%

Таблица 3

ТОП-20 фирм-производителей ЛП по объему аптечных продаж розничного коммерческого рынка России по итогам 2017 г.

## Производители ЛП розничного коммерческого рынка

В таблице 3 приведены ТОП-20 фирм-производителей, лидирующих по объему продаж в коммерческом рынке России в 2017 году.

В 2017 году на российском фармацевтическом рынке присутствовало свыше 1 150 игроков. Суммарно на ТОП-20 фирм-производителей приходится 53,2% стоимостного объема продаж ЛП. По сравнению с 2016 годом общая доля двадцатки уменьшилась на 0,5%.

Лидером коммерческого рынка ЛП по итогам 2017 года является компания Bayer с долей в рублях 4,6%. Портфель компании Bayer довольно большой (79 брендов, реализуемых в аптеках). Максимальный объем продаж компании приходится на препарат «Ксарелто» – его доля в продажах компании по итогам 2017 года составила 11,1% в денежном выражении, а продажи за год увеличились на 43,5%, что стало наибольшим увеличением продаж среди ключевых препаратов. На втором месте по приросту объема реализации (из ТОП-10 портфеля Bayer) находится бренд «Супрадин»: +30,0% к уровню продаж 2016 года. В натуральном выражении по объему продаж лидируют такие известные бренды, как «Аспирин», «Ренни», «Релиф». На эти три позиции приходится свыше 32% проданных упаковок, что почти в три раза превышает суммарную долю этих препаратов в стоимостном объеме продаж компании.

На втором месте расположилась фирма-производитель Novartis с долей 4,1%. Темп прироста продаж компании по итогам 2017 года был положительным (+3,1%). Ряд ключевых препаратов компании отметились заметным увеличением продаж – «Кетонал» (+11,5% к уровню продаж

2016 г.), «Амоксиклав» (+10,9%), «Линекс» (+10,0%). Наибольший рост среди самых востребованных препаратов компании показал бренд «Эриспирус» (+62%). Но также стоит отметить, что в портфеле Novartis была и «падающая» группа препаратов: «АЦЦ» (-4,1% по сравнению с уровнем продаж 2016 года), «Персен» (-2,6%) и др.

Компания Sanofi, опустившаяся на третью позицию в рейтинге, уступила новому лидеру всего лишь 0,1% по доле в рублях. Объем продаж компании в 2017 году снизился на 0,9% по отношению к предыдущему году. Лидирующий «Эссенциале» по итогам 2017 года занимает 15,5% от совокупного объема продаж Sanofi, а удельный вес «Лозап» и «Магне», занимающих вторую и третью строчку, составил 11,9% и 7,1%.

По итогам 2017 года улучшили свои позиции из ТОП-20 производителей коммерческого рынка лекарств следующие компании: отечественная компания «Фармстандарт» (аптечные продажи препаратов выросли на 9,9% благодаря стабильному росту спроса на такие ЛП, как «Фосфоглив», «Феррогематоген», «Комбилипен» и др.); Takeda (темп прироста которой оказался максимальным среди компаний ТОП-20 – 13,4% к уровню продаж 2016 г. – за счет увеличения реализации ряда брендов, в частности «Ксимелина», «Цераксона» и «Кардиомагнила»). Dr.Reddy's и Berlin-Chemie удалось подняться на одну позицию в рейтинге.

Следует отметить, что 10 компаний-участниц ТОП-20 фирм-производителей ЛП сохранили свои позиции в 2017 г. При этом у большей части компаний был зафиксирован рост продаж.

4 компании из ТОП-20 показали отрицательную динамику. Сильнее всего упали продажи производителя Pfizer за счет сни-

Таблица 4

ТОП-20 фирм-производителей ЛП по упаковкам по итогам 2017 г.

Рейтинг 2017 г.	Изменение	Фирма-производитель	Натуральный объем, млн.упак. 2017 г.	Прирост натурального объема	Доля
1	0	ФАРМСТАНДАРТ	384,1	9,0%	7,6%
2	1	ВЕРОФАРМ	177,1	14,5%	3,5%
3	-1	STADA	171,8	2,4%	3,4%
4	0	ОТИСИФАРМ	155,3	6,1%	3,1%
5	0	ТУЛЬСКАЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ ФАБРИКА	145,8	10,2%	2,9%
6	1	ОБНОВЛЕНИЕ ПФК	139,1	23,1%	2,7%
7	-1	TEVA	117,9	-4,6%	2,3%
8	0	NOVARTIS	109,9	0,6%	2,2%
9	1	TAKEDA	109,9	11,2%	2,2%
10	1	ОЗОН	100,2	1,6%	2,0%
11	1	ПХ "Фарм-центр"	95,9	-2,8%	1,9%
12	-3	ТАТХИМФАРМПРЕПАРАТЫ	95,9	-3,1%	1,9%
13	0	JOHNSON & JOHNSON	94,7	0,0%	1,9%
14	1	DR.REDDY'S	93,7	7,3%	1,8%
15	1	BERLIN-CHEMIE	91,9	7,1%	1,8%
16	-2	SANOFI	90,9	0,6%	1,8%
17	0	GLAXOSMITHKLINE	84,8	-0,3%	1,7%
18	0	GEDEON RICHTER	79,7	0,8%	1,6%
19	3	POLPHARMA	76,2	13,6%	1,5%
20	-1	SERVIER	76,0	2,1%	1,5%

жения объемов реализации витаминов «Мульти-табс». Также снизились объемы компании Astellas – это связано с продажей части своих препаратов компании Leo Pharma.

Рейтинг производителей в большей мере представлен иностранными компаниями: по итогам 2017 года только 3 компании относятся к российским. Максимальную долю занимает «Отисифарм» с долей 5,4%, располагаясь на 6 строчке.

В натуральном выражении лидерами аптечного спроса по большей мере являются отечественные производители. Максимальная доля у «Фармстандарт» (7,6%). «Верофарм» занимает порядка 3,5% в упаковках от аптечных продаж. Тройку лидеров замыкает Stada – 3,4%. Концентрация по данному показателю ниже, чем аналогичный показатель в стоимостном выражении: на ТОП-20 производителей приходится 49,2% реализации лекарств в натуральном выражении.

### Препараты розничного коммерческого рынка

В таблице 5 приведены ТОП-20 брендов, лидирующих по объему продаж на коммерческом рынке России в 2017 году.

Суммарно ТОП-20 ведущих брендов занимают 10,9% стоимостного объема коммерческого сегмента ЛП. Тройка хитов продаж полностью изменилась: «Нурофен» значительно улучшил свое положение, поднявшись на первую строчку рейтинга, благодаря приросту стоимостного объема продаж на 14,9% (доля рынка составила 0,8%). На первое место вышел «Нурофен», обогнав «Кагоцел». Третье место, поднявшись на 5 строчек вверх, занял «Детралекс».

Один из лидеров прошлых периодов «Ингавирин» по итогам продаж 2017 года оказался только на 7 месте, продемонстрировав максимальное снижение (-10%).

Из существенных положительных изменений можно отметить +9 мест и вхождение в ТОП-20 препарата «Канефрон», +6 мест «Ксарелто», +5 мест «Детралекс». Покинул рейтинг только препарат «Дюфастон» (27 строчка).

В натуральном выражении продолжают лидировать «традиционные» дешевые препараты «Бактерицидный пластырь», «Цитрамон» и «Уголь активированный». Шесть препаратов, входящих в ТОП-20 по упаковкам, показали отрицательную динамику, причем большая часть из них относится к успокаивающим: «Валериана», «Корвалол», «Пустырник». Наибольшие темпы роста демонстрируют «Хлоргексидин», «Омепразол» и «Феррогематоген». Отметим, что ТОП-20 брендов по натуральному выражению занимают около 21% аптечных продаж, то есть концентрация выше, чем в стоимостном объеме. Средневзвешенная цена ТОП-20 в упаковках составляет около 28 рублей.

### ЖНВЛП

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

Перечень ЖНВЛП на 2017 год остался без значительных изменений. В отчетном году в него входило 646 международных непатентованных наименований лекарственных препаратов. С 2017 года перечень ЖНВЛП



Рейтинг 2017 г.	Изменение	Бренд	Стоимостной, млрд. руб. 2017 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	2	НУРОФЕН	7,1	14,9%	0,8%
2	-1	КАГОЦЕЛ	6,2	-9,3%	0,7%
3	5	ДЕТРАЛЕКС	6,1	21,9%	0,7%
4	1	КОНКОР	6,1	6,2%	0,6%
5	2	КАРДИОМАГНИЛ	6,0	13,7%	0,6%
6	-2	ЭССЕНЦИАЛЕ	5,9	-0,8%	0,6%
7	-5	ИНГАВИРИН	5,7	-10,0%	0,6%
8	-2	АКТОВЕГИН	5,7	4,5%	0,6%
9	1	МИРАМИСТИН	5,6	23,0%	0,6%
10	1	МЕКСИДОЛ	5,3	19,3%	0,6%
11	-2	ТЕРАФЛЮ	5,1	5,6%	0,5%
12	1	ПЕНТАЛГИН	5,1	16,5%	0,5%
13	6	КСАРЕЛТО	4,8	43,5%	0,5%
14	-2	ЛОЗАП	4,5	1,4%	0,5%
15	-1	НАЙЗ	4,3	2,8%	0,5%
16	-	ЛИНЕКС	4,2	10,0%	0,4%
17	-	ВОЛЬТАРЕН	4,1	16,8%	0,4%
18	-	ЛОРИСТА	3,8	13,9%	0,4%
19	-4	ЭРГОФЕРОН	3,8	-8,9%	0,4%
20	9	КАНЕФРОН	3,7	17,6%	0,4%

Таблица 5

ТОП-20 брендов по объему продаж в стоимостном выражении на коммерческом рынке России в 2016-2017 гг.

будет обновляться 1 раз в год, но при этом заявки на включение препарата будут рассматриваться с января по октябрь текущего года.

В 2018 году перечень ЖНВЛП пополнился 60 новыми препаратами. В списке 2018 года химическое структурное название действующего вещества N-карбамоилметил-4-фенил-2-пирролидон заменили на назывное МНН Фонтурacetам. Лекарственные формы остались без изменений. Среди новых препаратов в перечне ЖНВЛП 2018 года большую часть составляют противоопухолевые препараты – 22 МНН.

Цены на ЖНВЛП находятся под жестким государственным контролем. В декабре 2016 года Министерство здравоохранения опубликовало законопроект, в котором предлагается изменить правила регистрации и методику расчета предельных отпускных цен на ЖНВЛП. Многие представители фармотрасли называют проект новой методики ценообразования на ЖНВЛП «шоковой терапией». Данный документ стал предметом дискуссий в 2017 году, и, по всей видимости, не менее активно тема будет обсуждаться и в следующем году. Новый порядок регистрации цен на лекарства должен был быть утвержден осенью 2017

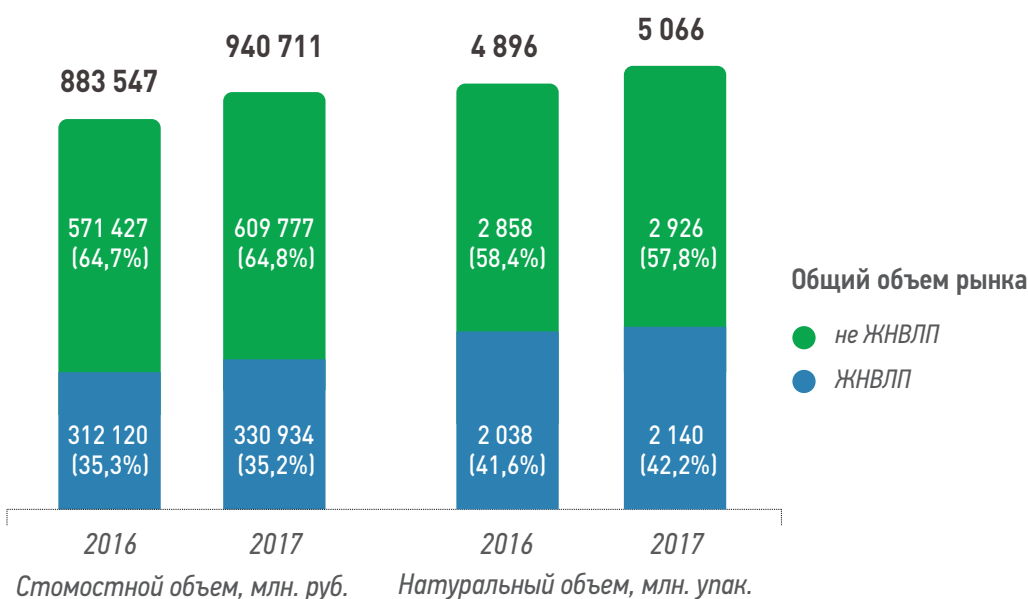
года, однако срок перенесли. Согласия на рынке по-прежнему нет, что несомненно устраивает многих производителей. В 2017 году розничные цены на ЖНВЛП впервые снизились.

Правительство также предложило внести изменения в ст. 219 второй части Налогового кодекса, благодаря которым пациенты, потратившие собственные деньги на лекарства из перечня ЖНВЛП, смогут получить налоговый вычет. Согласно Налоговому кодексу, на текущий момент гражданин России может вернуть 13% от 120 тыс. рублей, потраченных на лекарственные препараты, перечень которых утвержден специальным постановлением Правительства. Однако список лекарств не обновлялся с 2007 года, и в нем нет новых современных лекарств, зарегистрированных за последние 10 лет. Поэтому предлагается вместо «специального перечня» включить в Налоговый кодекс указание на перечень ЖНВЛП.

По итогам 2017 года в продажах аптек было зафиксировано 588 МНН, относящихся к перечню ЖНВЛП (что соответствует 2 021 бренду). Объем продаж препаратов перечня ЖНВЛП составил почти 331 млрд. рублей или 2 140 млн. упаковок (рисунок 10).

Рисунок 10

Соотношение продаж препаратов перечня ЖНВЛП и не ЖНВЛП



Отметим, что в стоимостном выражении объем продаж ЖНВЛП вырос чуть менее существенно, чем по остальному перечню препаратов (6,0% - ЖНВЛП, 6,7% - не-ЖНВЛП). В натуральном выражении картина несколько иная: в упаковках препараты ЖНВЛП увеличились на 5,0%, тогда как объем реализации препаратов, не включенных в список, поднялся на 2,4%.

Доля отечественных жизненно необходимых лекарственных препаратов в натуральном выражении составила 52,8%, в деньгах их доля составляет 28,6%.

Средневзвешенная цена на ЖНВЛП по итогам 2017 г. оказалась равна 186 руб., причем цена одной упаковки отечественного препарата составила около 84 руб., а импортного почти в 2,8 раза выше (234 руб.).

Средняя стоимость препаратов ЖНВЛП не превысила средневзвешенную цену на остальные препараты (208 руб.). Это свидетельствует о том, что в сегменте ЖНВЛП смещение продаж в сторону дорогих менее очевидно, чем в целом по рынку, что объясняется жестким регулированием цен на лекарства из перечня ЖНВЛП.

На рисунке 11 приведен индекс цен по различным группам лекарств.

” Средняя стоимость препаратов ЖНВЛП не превысила средневзвешенную цену на остальные препараты (208 руб.). Это свидетельствует о том, что в сегменте ЖНВЛП смещение продаж в сторону дорогих менее очевидно, чем в целом по рынку, что объясняется жестким регулированием цен на лекарства из перечня ЖНВЛП. “

Инфляция на лекарства в 2017 году оказалась практически нулевой – по итогам декабря 2017 года цены выросли только на 0,3% относительно декабря 2016 года. Низкий рост цен и раньше наблюдался, но на ограниченный список ЛП – в данном случае речь идет о препаратах списка ЖНВЛП. В 2017 году такие препараты выросли на 0,06%. В отчетном году низкая инфляция была и на остальные лекарственные позиции, продающиеся в аптеках – 0,4%.

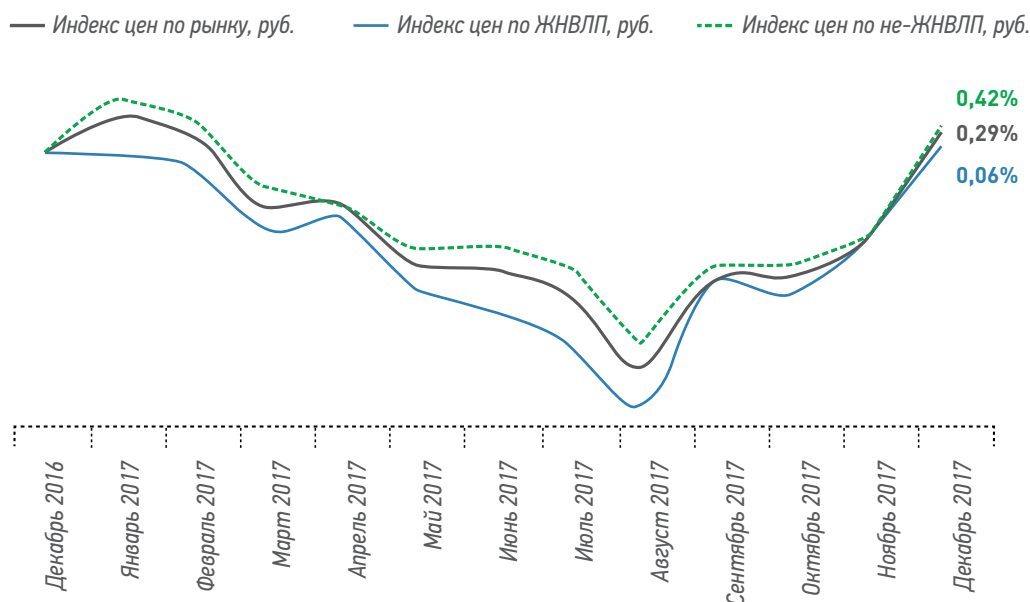


Рисунок 11

Динамика индекса цен на коммерческом рынке в 2017 году

Таблица 6

 Рейтинг продаж МНН,  
включенных в ЖНВЛП

Рейтинг 2017 г.	Изменение	МНН	% от продаж ЖНВЛП, руб.	Объем, млрд. руб.	Лидер среди брен- дов внутри МНН
1	-	КСИЛОМЕТАЗОЛИН	4,7%	15,59	ТИЗИН
2	-	ИБУПРОФЕН	3,1%	10,37	НУРОФЕН
3	-	ПАНКРЕАТИН	2,8%	9,19	КРЕОН
4	-	БИСОПРОЛОЛ	2,6%	8,53	КОНКОР
5	2	ЭТИЛМЕТИЛГИДРО- КСИПИРИДИНА СУКЦИНАТ	1,9%	6,17	МЕКСИДОЛ
6	-1	ИМИДАЗОЛИЛЭТАНАМИД ПЕНТАНДИОВОЙ КИСЛОТЫ	1,7%	5,70	ИНГАВИРИН
7	-1	АМОКСИЦИЛЛИН+ КЛАВУЛАНОВАЯ КИСЛОТА	1,7%	5,64	АМОКСИКЛАВ
8	1	АТОРВАСТАТИН	1,7%	5,47	АТОРВАСТАТИН
9	3	ОМЕПРАЗОЛ	1,6%	5,18	ОМЕЗ
10	1	ЛОЗАРТАН	1,5%	5,11	ЛОРИСТА
11	15	РИВАРОКСАБАН	1,4%	4,76	КСАРЕЛТО
12	-2	АЗИТРОМИЦИН	1,3%	4,43	СУМАМЕД
13	-5	ИНТЕРФЕРОН АЛЬФА-2В	1,3%	4,38	ВИФЕРОН
14	6	МЕТФОРМИН	1,3%	4,33	СИОФОР
15	4	УРСОДЕЗОКСИХОЛЕВАЯ КИСЛОТА	1,3%	4,24	УРСОСАН
16	-	ТАМСУЛОЗИН	1,3%	4,19	ОМНИК
17	5	ЦЕТИРИЗИН	1,2%	3,99	ЦЕТРИН
18	6	АДЕМЕТИОНИН	1,2%	3,89	ГЕПТРАЛ
19	-1	АМОКСИЦИЛЛИН	1,2%	3,83	ФЛЕМОКСИН
20	1	ПЕРИНДОПРИЛ	1,2%	3,82	ПРЕСТАРИУМ А

В 2017 году многие рыночные показатели продемонстрировали несвойственные ранее тенденции. На протяжении практически всего года инфляция на ЛП была отрицательной. Осенью традиционно возобновился рост цен на лекарства в преддверии увеличения продаж «сезонных» препаратов. И только в декабре инфляция преодолела нулевую отметку.

Рейтинг продаж ЛП по МНН, включенным в перечень ЖНВЛП, представлен в таблице 6. Возглавляет рейтинг ЖНВЛП по МНН – КСИЛОМЕТАЗОЛИН, объемы продаж которого выросли в 2017 году на 16,0% относительно прошлого года. Отметим, что в 2016 г. лидером также был КСИЛОМЕТАЗОЛИН. Расстановка сил в верхней части рейтинга в целом незначительно изменилась: усилило свои позиции МНН ЭТИЛМЕТИЛГИДРОКСИПИРИДИНА СУКЦИНАТ, поднявшись на 2 строчки вверх благодаря, приросту объема продаж на 18,8%. Данное увеличение объема реализации было обеспечено ростом популярности таких брендов, как «Мексидол» (+19,3%), «Мексиприм» (+13,1%) и др. В целом продажи всех МНН рейтинге ЖНВЛП в 2017 г. выросли относительно предыдущего года. Максимальный прирост объема продаж показало МНН РИ-

ВАРОКСАБАН (43,5%), благодаря которому данный МНН вошел в первую десятку (+15 мест). Ключевым брендом внутри данного МНН является «Ксарелто». 3 МНН отметились снижением продаж – максимальное у МНН ИНТЕРФЕРОН АЛЬФА-2В (-13,5%).

### Ценовая сегментация препаратов розничного коммерческого рынка

Средняя стоимость упаковки ЛП на коммерческом рынке в 2017 году выросла на 2,9% и составила 185,7 руб. Рассмотрим, из чего же складывается эта величина.

На рисунке 12 представлена структура коммерческого рынка и средняя стоимость упаковки в ценовых сегментах в 2016–2017 годах.

Как видно из рисунка 12, доля препаратов стоимостью ниже 50 рублей за последний год уменьшилась на 0,4%. Стоит отметить, что доля данных препаратов в списке ЖНВЛП также сократилась на 0,2%. Тенденция смещения спроса в сторону более дорогих и эффективных лекарственных препаратов свойственна отечественному фармацевтическому рынку в последние

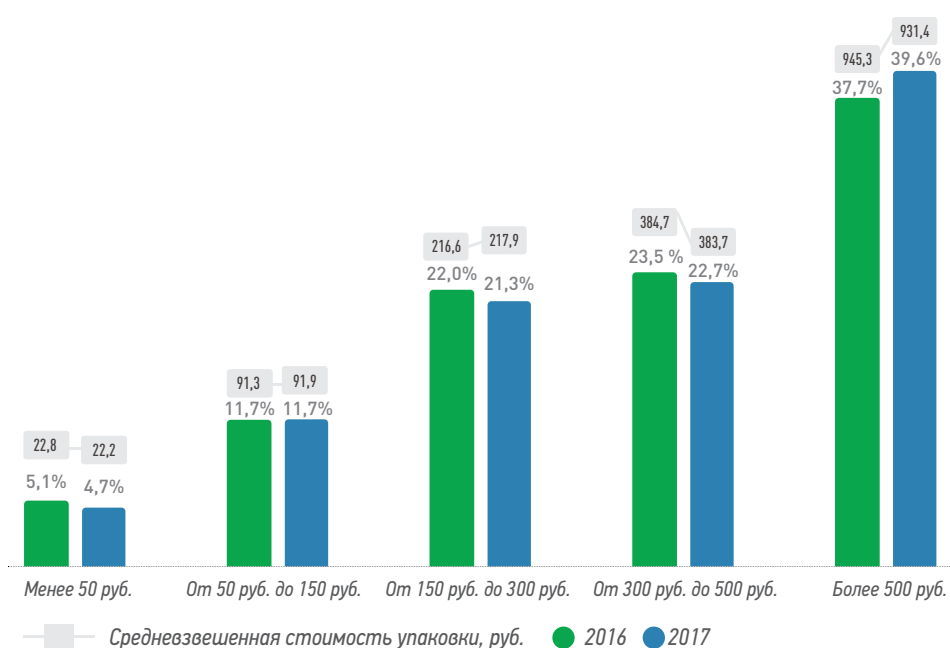


Рисунок 12

Структура стоимостных продаж ЛП розничного коммерческого рынка по ценовым сегментам

несколько лет.

При этом если «закрепить» потребительскую корзину на уровне 2016 года (то есть вне зависимости от того, какая цена у препарата в 2017 году, он попадет в тот же сегмент, в котором оказывается по итогам 2016 года), то доля препаратов с ценой менее 50 руб. в 2017 году составит 4,7%, то есть на 0,4% меньше, чем в 2016 году. Это свидетельствует о том, что смещение спроса в сторону более дорогих препаратов происходит за счет уменьшения потребления «дешевых» препаратов, а не за счет роста цен. Этот фактор подтверждается тем, что доля остальных сегментов остается на уровне 2016 года. И только сегмент с ценой свыше 500 рублей вырастет в доле на 0,3%. Таким образом, происходит фокусирование потребителя на более дорогостоящих ЛП.

Сегмент препаратов с ценой до 50 руб. остается самым емким в натуральном выражении и составляет 39,4%. Однако по сравнению с 2016 годом было отмечено снижение доли данной ценовой категории на 0,7%.

Наиболее быстро растущая ценовая группа как в стоимостном (+11,7%), так и в натуральном выражении (+13,4%) – группа препаратов стоимостью от 500 рублей, ее доля увеличилась на 1,9% и составила 39,6% в рублях. В упаковках доля этой группы не столь высока – 7,9%.

Объем продаж остальных ценовых сегментов увеличивался более низкими темпами и вырос в пределах 3–4%.

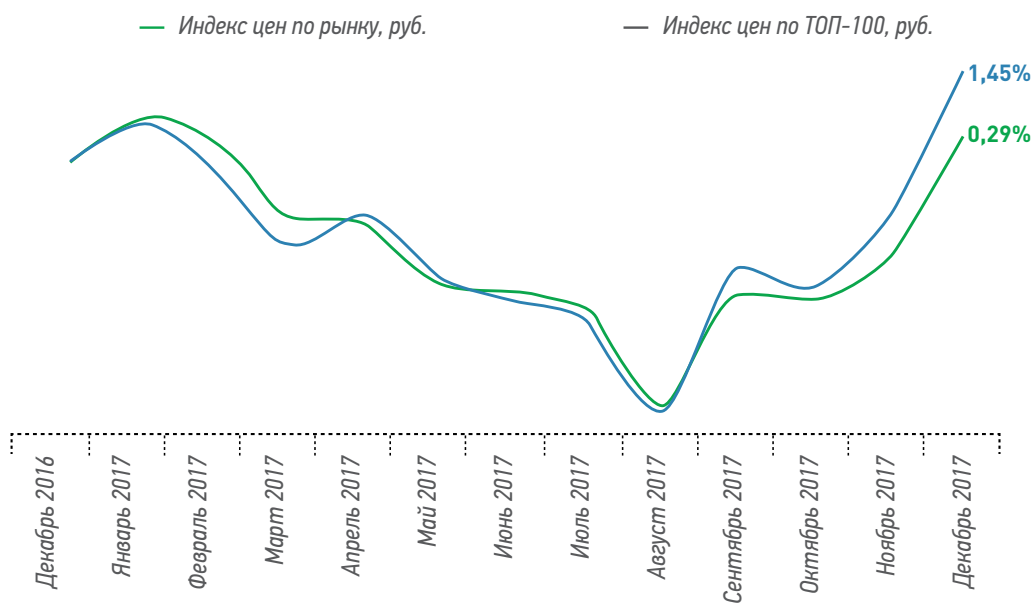
### Индекс цен препаратов розничного коммерческого рынка

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

Несмотря на рост рынка в упаковках, ценовой фактор также внес свой вклад в рост аптечного рынка. В большей мере это было связано с изменением структуры продаж в пользу более дорогих лекарственных средств. Инфляция же на лекар-

Рисунок 13

Изменение цен на ЛП на коммерческом рынке России в 2017 г.



ства в 2017 году оказалась практически нулевая – по итогам декабря 2017 года цены выросли только на 0,3% относительно декабря 2016 года.

В 2017 году инфляция на лекарства (0,3%) была ниже, чем в целом индекс потребительских цен Госкомстата (2,51%). Таким образом, рост цен на лекарства существенно отставал от роста цен основных товарных групп.

На наиболее востребованные препараты было отмечено более существенное повышение цен: индекс цен на ТОП-100 торговых наименований по обороту в 2017 году составил 1,45% (рис. 13).

Индекс цен на импортные и отечественные препараты в 2017 г. показан на рисунке 14.

Низкий рост цен на препараты отмечается во всех подгруппах: импортные увеличились в цене на 0,6%, российские лекарства упали на 0,5%. Рецептурные препараты в среднем потребителю стали обходиться на 0,1% дороже, безрецептурные – на 0,4%.

” В 2017 году инфляция на лекарства (0,3%) была ниже, чем в целом индекс потребительских цен Госкомстата (2,51%). Таким образом, рост цен на лекарства существенно отставал от роста цен основных товарных групп. “

Согласно данным Госкомстата, в 2017 г. лекарственные препараты заняли долю около 2,13% в базовой структуре потребительских расходов населения России, данный показатель вырос на 0,03%. Таким образом, Госкомстат ежегодно незначительно увеличивает значимость лекарств в потребительских расходах: за пять лет вес стал больше на 0,2%.

На рисунке 15 представлен общий индекс потребительских цен, а также индексы цен на отдельные категории товаров и услуг.

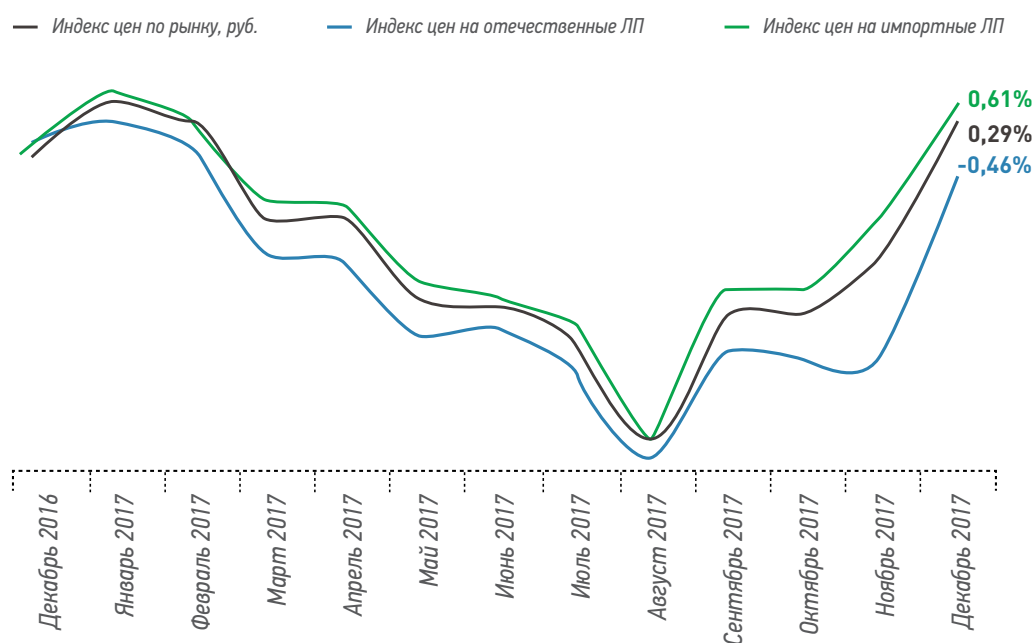


Рисунок 14

Индекс цен на препараты импортных и отечественных производителей на коммерческом рынке России в 2017 г.

**Таблица 7**

ТОП-20 новых брендов 2017 года на коммерческом рынке РФ

№	Бренд	Фирма	Объем, млн. руб.	Дата появления в аптеке
1	Экзостат	Вертекс	164,3	фев.17
2	Вивайра	Belupo	141,5	мар.17
3	Калмирекс	Сотекс	139,5	мар.17
4	Экзоролфинлак	Novartis	108,6	июн.17
5	Местамидин-Сенс	Цитера	74,9	авг.17
6	Трипликсам	Servier	73,8	мар.17
7	Трулисити	Eli Lilly	73,0	мар.17
8	Троксиметацин	Vetprom-Radomir	65,5	январь.17
9	Фазостабил	Атолл	63,4	июн.17
10	Телзап	Sanofi	55,0	фев.17
11	Телмиста	KRKA	42,4	фев.17
12	Спазматон	Борисовский завод медпрепаратов РУП	40,7	сентябрь.17
13	Момат Рино	Glenmark	37,2	фев.17
14	Никсар	Berlin-Chemie	37,0	апрель.17
15	Кофасма	Agio	35,5	фев.17
16	Мелоксикам-Солофарм	Гротекс	34,8	июн.17
17	Пенталгин Экстра-Гель	Отисифарм	31,4	авг.17
18	Юперо	Novartis	29,8	фев.17
19	Солантра	Galderma	28,7	январь.17
20	Гексо Бронхо	Johnson & Johnson	27,7	июль.17



Общий индекс потребительских цен в 2017 году составил 2,51%. При этом самый большой рост цен наблюдался на бензин (7,3%). Менее всего выросли цены на лекарства (0,3%) и продукты питания (1,1%).

### Новые препараты розничного коммерческого рынка

В 2017 году в аптеках появилось более 364 новых брендов лекарственных препаратов. Общий объем продаж новых препаратов в 2017 году превысил 1,3 млрд. руб. и 3,4 млн. упаковок, что составило 0,2% стоимостного и 0,1% натурального объема аптечных продаж всех лекарственных средств розничного коммерческого рынка. Средневзвешенная цена одной условной упаковки нового препарата составила около 380 рублей.

Рассмотрим бренды, вошедшие в рейтинг ТОП-20 новых торговых наименований на коммерческом рынке РФ по итогам 2017. Наиболее высокие продажи в стоимостном и натуральном выражении среди лекарственных препаратов, которые вышли на рынок в 2017 году, пока-

зал бренд «Экзостат» («Вертекс»). Данный бренд относится к группе местных противогрибковых препаратов и применяется в терапии заболеваний кожи в виде крема или раствора для наружного применения. Объем продаж данного препарата составил 164 млн. рублей.

Вторую строчку рейтинга занимает препарат для лечения урологических заболеваний «Вивайра» хорватской фармацевтической компании Veluro в форме таблеток, покрытых оболочкой, с объемом 141,5 млн. руб. «Вивайра» – препарат, предназначенный для мужчин с эректильной дисфункцией, которая характеризуется невозможностью сохранить эрекцию для успешного завершения полового акта. Действующим веществом данного бренда является «Силденафил».

Замыкает тройку лидеров новинка от фирмы «Сотекс» с объемом 139,5 млн. руб. – миорелаксант центрального действия «Калмирекс» в форме раствора для внутримышечного введения. Продажи данного бренда в аптеках были зафиксированы с марта 2017 года, и он является

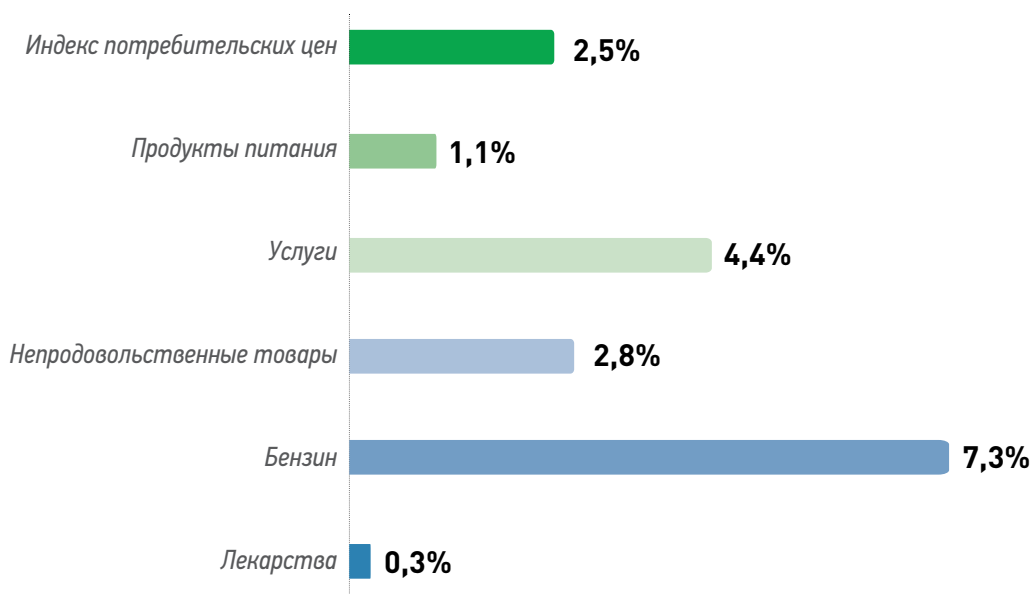


Рисунок 15

Индекс потребительских цен в России (декабрь 2017 г. к декабрю 2016 г.)

дешевым российским аналогом венгерского препарата «Мидокалма». «Калмирекс», имеющий широкий спектр воздействия, считается очень эффективным средством, применяемым для терапии многих органических заболеваний центральной нервной системы, а также мышц и суставов.

Препарат «Экзоролфинлак» (Novartis) с действующим веществом «Аморолфин» выпускается в виде лака для ногтей. Данный противогрибковый препарат также, как и «Экзостат», предназначен для местного применения.

Вышедший на рынок в марте 2017 года новый препарат для лечения сахарного диа-

бета «Трулисити» (Eli Lilly), объем продаж которого составил в рассматриваемом периоде 73 млн. руб., содержит в своем составе действующее вещество «Дулаглутид». Данное средство, которое выпускается в форме раствора для подкожного введения, относится к сегменту дорогостоящих препаратов (свыше 500 руб./упак.).

В заключение необходимо отметить, что большинство новых препаратов произведено зарубежными производителями. Тем не менее, российские компании в 2017 году вывели на рынок 136 новых брендов и 6 из них вошли в ТОП-20 новых торговых наименований в стоимостном выражении за заданный период времени.

## 3. Льготное лекарственное обеспечение



Законодательство Российской Федерации гарантирует льготное обеспечение отдельных категорий граждан лекарственными препаратами за счёт бюджетных средств различных уровней. Существует целый ряд специальных программ, в рамках которых можно получить бесплатные лекарственные препараты. Одной из основополагающих программ ЛЛО является ОНЛС, предусматривающая обеспечение льготников в соответствии со стандартами медицинской помощи необходимыми препаратами.

Набор социальных услуг для льготных категорий граждан регламентируется Федеральным законом от 17.07.1999 г. №178-ФЗ «О государственной социальной помощи». Кроме того, закон устанавливает норматив финансовых затрат в месяц на одного гражданина, получающего государственную социальную помощь в виде социальной услуги по обеспечению лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения, а также специализированными продуктами лечебного питания для детей-инвалидов. В 2017 году норматив вырос на 6,5%: расходы увеличились с 758 до 807,2 рублей. В 2018 году норматив составит 823,4 рубля.

Начиная с 2007 года, льготник вправе самостоятельно определять способ получения льготы: денежное возмещение или лекарства по рецептам. По статистике, в России около 20 млн. человек имеют право на бесплатные, льготные лекарства. Примерно 15,5 млн. из них предпо-

читают лекарствам денежную компенсацию, и лишь 20% льготников пользуются своим правом в полной мере.

В 2017 году правительство несколько раз увеличивало объём субвенций на лекарства, медизделия и спецпитание для отдельных льготных категорий граждан. Это связано с увеличением числа людей, которые имеют право на получение социальной помощи государства. Всего в 2017 году было выделено 34,3 млрд. рублей, а число нуждающихся составило около 3,7 млн. человек. В 2018 году правительство выделило 31,7 млрд. рублей на обеспечение отдельных категорий граждан.

В части программы ОНЛС с 2017 года изменён порядок приобретения лекарств. Так, с января 2017 года закупка антиретровирусных препаратов (препаратов

**” Начиная с 2007 года, льготник вправе самостоятельно определять способ получения льготы: денежное возмещение или лекарства по рецептам. По статистике, в России около 20 млн. человек имеют право на бесплатные, льготные лекарства.**

“

для терапии ВИЧ) стала осуществляться централизованно. Дополнительное финансирование на закупку антиретровирусных препаратов в 2018 году составит 5 млрд. рублей: ранее планировалось выделить 16,93 млрд. рублей на закупку, а в итоге сумма выросла до 21,82 млрд. рублей. В 2017 г. финансирование данной программы составило 17,84 млрд. рублей.

Также с 1 января 2017 года в России действует регистр лиц, инфицированных ВИЧ. Он позволяет заранее прогнозировать необходимое количество медикаментов для конкретного региона. Регистр наполнялся в течение года, сейчас в нём есть сведения о 714,3 тыс. пациентов.

Отдельно регулируется обеспечение лекарственными препаратами лиц, больных особыми категориями заболеваний «7 нозологий» или высокочувствительные нозологии ВЗН (гемофилия, муковисцидоз, гипофизарный нанизм, болезнь Гоше, злокачественные новообразования, рассеянный склероз, после трансплантации органов или тканей). Согласно ФЗ «О федеральном бюджете на 2017 год», финансирование программы ВЗН составило 43 млрд. рублей. Бюджет программы в 2018 году не увеличится, несмотря на предполагаемый рост числа пациентов в регистре (8-15% ежегодно), и составит 43,61 млрд. рублей. Причём, такой же объём предусмотрен на 2019-2020 гг.

С января 2018 года список лекарств, закупаемых по программе ВЗН, пополнился тремя наименованиями – «Терифлуноמיד», «Нонаког Альфа» и «Элиглулат».

Вместе с тем, законом «Об основах охраны здоровья граждан» установлено, что лица, страдающие заболеваниями, включёнными в перечень жизнеугрожающих и хронических прогрессирующих редких (орфанных) заболеваний, также обеспечиваются соответствующими лекарственными препаратами. При этом редкими являются заболевания, которые имеют распространённость не более 10 случаев заболеваний на 100 тыс. человек. По состоянию на начало 2018 года Минздравом РФ в список включены 223 орфанных заболевания. Обеспечение граждан лекарственными препаратами для лечения редких (орфанных) заболеваний осуществляется за счёт средств региональных бюджетов.

Обеспечение орфанными препаратами необходимо узкому кругу лиц, внесённых в соответствующий Федеральный регистр, – это 16,099 тыс. человек. При этом в отдельно взятом регионе может быть только один пациент с редким заболеванием. Каждый регион проводит врачебный консилиум, создает маршрутизацию, связанную с обследованием и лечением, производит процедуру закупки с поиском поставщика и объявлением торгов. Всё это создаёт огромный документооборот и, как следствие, огромные расходы. Общая оценка потребности субъектов в лечении больных орфанными заболеваниями – 40 млрд. рублей.

На текущий момент Министерство финансов прорабатывает вопрос о передаче закупки препаратов для лечения орфанных заболеваний с регионального на федеральный уровень в 2019 году. По оценкам, стоимость одного рецепта по региональной программе в 10 раз выше, чем по федеральной. Таким

образом, при централизации закупок Минздравом цены за счёт увеличения объёма снизятся минимум на 30%.

Помимо федеральной также существует и территориальная программа, реализуемая за счёт региональных бюджетных средств. Данная программа предусматривает получение лекарственных средств бесплатно или с 50%-ной скидкой и регламентируется Постановлением Правительства РФ от 30.07.1994 г. «О государственной поддержке развития медицинской промышленности и улучшении обеспечения населения и учреждений здравоохранения лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения». В некоторой степени программа дублирует и может являться заменой федеральной программе ОНЛС, потому что льготник может быть как федеральным, так и региональным. По оценкам, объём региональной льготы сравним с федеральной программой. В 2017 году было закуплено лекарств на 89,9 млрд. рублей.

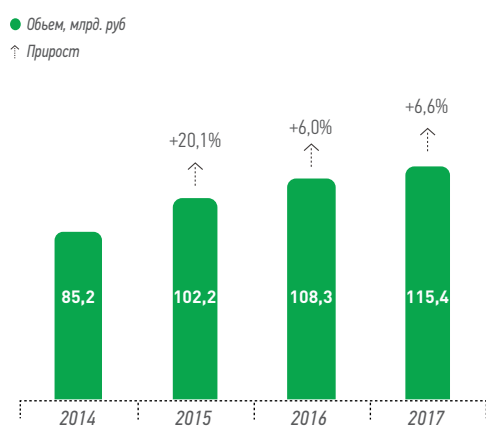
В 2017 году федеральное финансирование лекарств для льготных категорий граждан составило 115,4 млрд. рублей, что на 6,6% больше, чем в прошлом году. В упаковках сохранилась тенденция к сокращению объёмов – в 2017 году было закуплено 80,0 млн. упаковок (-1,0% относительно 2016 г.).

Если рассматривать отдельно две части программы, то можно отметить, что в 2017 году впервые доля высокочрезвычайно затратных нозологий превысила объёмы финансирования программы ОНЛС (51,2% против 47,6% в 2016 году).

В натуральном выражении объём потребления лекарственных препаратов по программе ВЗН также резко вырос: объём составил порядка 4,8 млн. упаковок, что на 33,4% больше, чем в 2016 году.

На программу ОНЛС в 2017 году было потрачено 56,4 млрд. руб., что на 0,6% меньше, чем в 2016 году. При этом доля подпрограммы ОНЛС в общем объёме

Динамика ЛЛО, млрд. руб.



Динамика ЛЛО, млн. упак.

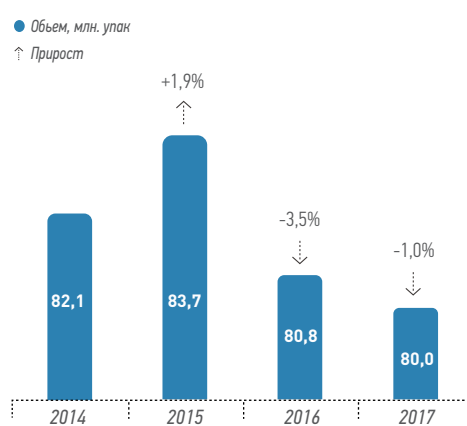


Рисунок 16

Динамика программы ЛЛО

льготного лекарственного обеспечения сократилась на 3,6% и составила 48,8% (рис. 17).

В натуральном выражении сохраняется тенденция к снижению объёмов закупки: было реализовано около 75,2 млн. упаковок, что на 2,6% ниже, чем в 2016 году. В результате средневзвешенная стоимость одного рецепта выросла на 2% и составила 749,3 руб.

### Соотношение импортных и отечественных ЛП в ЛЛО

Импортозамещение дорогостоящих лекарственных препаратов является основной целью программы «Фарма-2020», так как программа ЛЛО в большей мере представлена импортными препаратами, а отечественная продукция занимает небольшое место

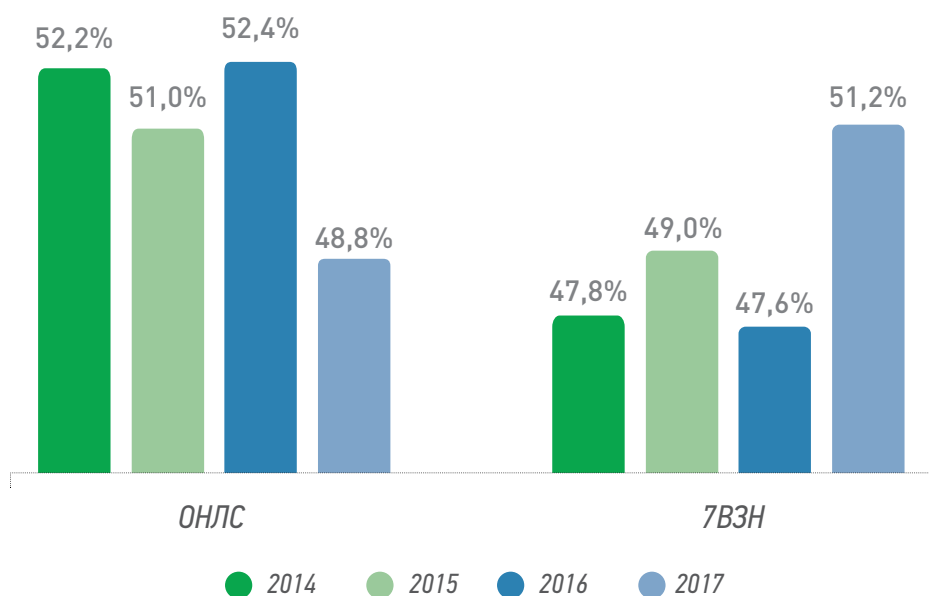
в объёме льготных лекарств. Поэтому на рынке наметилась тенденция к разработке отечественных препаратов, способных заменить импортные аналоги.

Так, по итогам 2017 года доля отечественных препаратов в натуральном выражении увеличилась на 3% (рис. 19). Объём потребления отечественных препаратов увеличился на 5,1%, тогда как объём импортных средств снизился на 5,8%. Прирост затрат в деньгах на закупку отечественных препаратов увеличился на 12,6%, в результате этого доля отечественных лекарств в общей структуре возросла на 1%.

Основной вклад в увеличение объёмов продаж отечественных препаратов внесли препараты: «Октофактор» (МНН «Моректоког Альфа») компании «Генериум», продажи которого за год уве-

Рисунок 17

Соотношение затрат по программам ВЗН и ОНЛС в общем объёме потраченных средств по программе ЛЛО, в рублях



личились более, чем в 2 раза, а также бренд «Гертикад» (МНН «Трастузумаб») компании «Биокад», увеличивший свои продажи почти в 5 раз.

Соотношение отечественных и импортных препаратов в денежном выражении сохранилось в пользу импортных препаратов, однако доля отечественных препаратов увеличилась. В 2017 году 70% стоимостного объема приходится на препараты импортного происхождения, 30% – на отечественные лекарства.

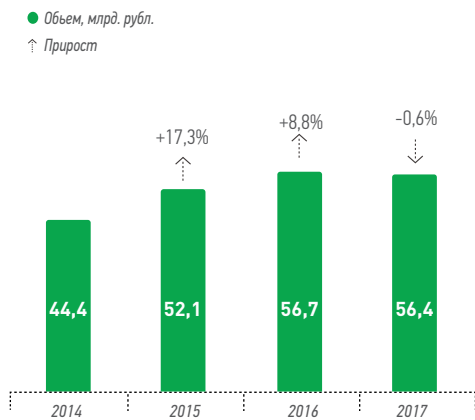
Соотношение продаж импортных и отечественных ЛП по программе «7 нозологий» и ОНЛС представлено на рисунке 20.

В части ЛЛО, соответствующей высокозатратным нозологиям, доля отечественных препаратов в натуральном объеме выросла на 3,4% относительно 2016 года и составила 28,7%. В денежном выражении произошло увеличение на 1,3% до 37,5%.

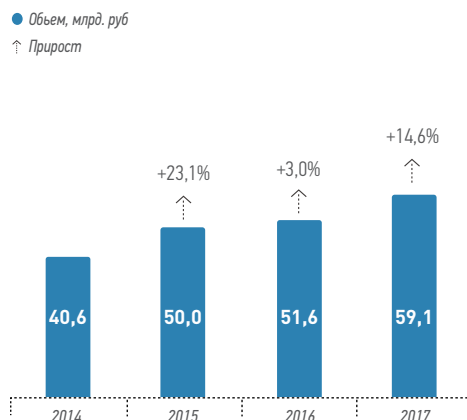
По программе ОНЛС доля российских препаратов также выросла и составила: порядка 23,2% в деньгах (против 22,3% в 2016 году) и около 47,9% в упаковках (в 2016 году на их долю пришлось 44,9%).

Ниже приведена таблица ТОП-10 МНН, по которым произошло заметное «переключение» с импортных препаратов на отечественные.

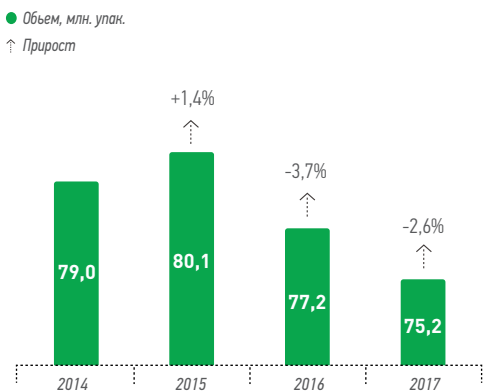
Динамика ОНЛС, млрд. руб.



Динамика ВЗН, млрд. руб.



Динамика ОНЛС, млн. упак.



Динамика ВЗН, млн. упак.

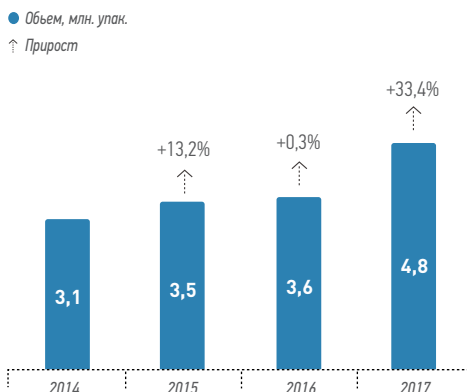


Рисунок 18

Динамика затрат по программам ВЗН и ОНЛС в общем объеме потраченных средств в по программе ЛЛО

### Соотношение ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска в ЛЛО

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

В 2017 году доля лекарственных средств рецептурного отпуска составила в стоимостном объеме 94,5% (-2,4% относительно 2016 г.), в натуральном – 89,3% (-0,7%).

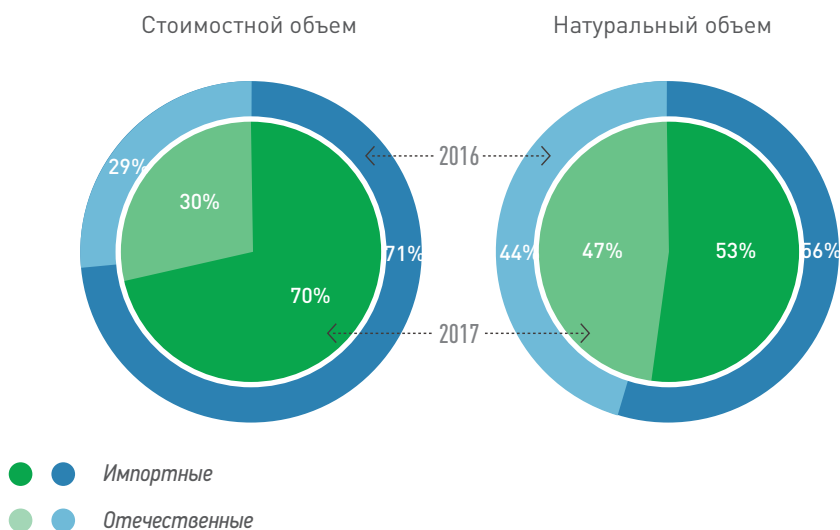
### Структура продаж ЛП по АТС-группам в ЛЛО

Соотношение закупок ЛП по программе ЛЛО по АТС-группам I-уровня в России в 2017 году представлено в таблице 9.

Рейтинг АТС по объемам реализации в соответствии с программой ЛЛО довольно стабилен. В стоимостном объеме рынок достаточно концентрирован – первые три АТС-группы занимают 81,4% рынка.

**Рисунок 19**

Соотношение продаж импортных и отечественных ЛП



**Рисунок 20**

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

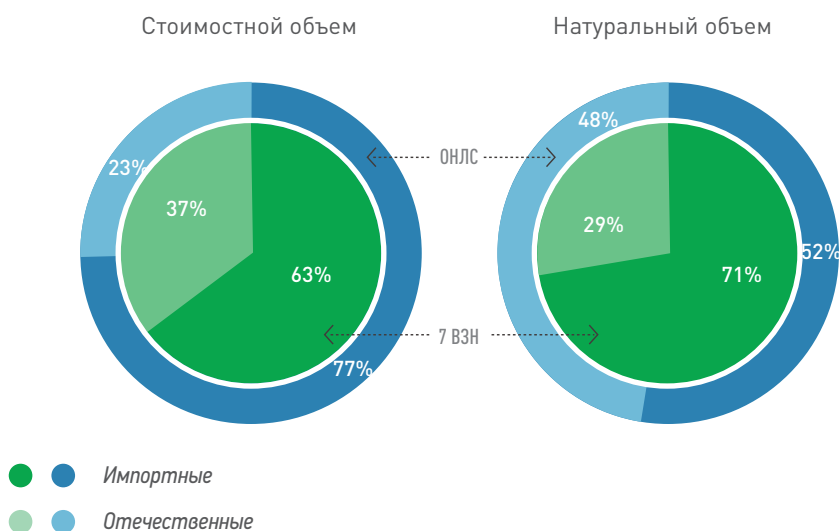




Таблица 8

Топ-10 МНН  
по «импортозамещению»

МНН	Доля отечественных ЛП, руб.		Рост доли	Лидер, 2016 год	Препарат «переключения», 2017 год
	2016 г.	2017 г.			
Флударабин	9%	76%	66%	Флутотера (Laboratory Tuteur)	Флидарин («Натива»)
Бевацизумаб	39%	96%	57%	Авастин (F.Hoffmann-La Roche)	Авегра («Биокад»)
Ипратропия Бромид+Фенотерол	30%	85%	56%	Беродуал (Boehringer Ingelheim)	Ипратерол («Натива»)
Абиратерон	0%	45%	45%	Зитига (Johnson & Johnson)	Абиратерон НВ («Ньювак»)
Глатирамера Ацетат	69%	100%	31%	Копаксон (Teva)	Аксоглатиран («Натива»)
Тиотропия Бромид	1%	32%	31%	Спирива (Boehringer Ingelheim)	Тиотропиум-Натив («Натива»)
Будесонид+Формотерол	4%	34%	31%	Симбикорт (AstraZeneca)	Формисонид («Натива»)
Трастузумаб	38%	67%	29%	Герцептин (F.Hoffmann-La Roche.)	Гертикад («Биокад»)
Финголимод	57%	74%	17%	Гилениа (Novartis)	Несклер («Мираксбиофарма»)
Трипторелин	0%	15%	15%	Диферелин (Ipsen)	Трипторелин («Натива»)

Препараты группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» по-прежнему остаются самой финансируемой статьей программы ЛЛО. В 2017 году на их закупку было потрачено около 47,7% от общего объема государственного финансирования. Это самая дорогостоящая группа препаратов в ЛЛО – средневзвешенная цена за упаковку около 11 305 руб. (однако в 2016 году средневзвешенная цена была значительно выше около 13 479 руб.). Затраты на закупку данных средств в сравнении с 2016 годом увеличились в рублях на 3,2%. В упаковках было отмечен значительный прирост закупок на 23,1%. Противоопухолевые препараты ([L01] и [L02]) последних поколений обладают доказанной эффективностью в лечении больных онкозаболеваниями, повышают качество и продолжительность жизни. В 2017 году лидером группы остался бренд «Ревлимид» (МНН «Леналидомид») производства Celgene, несмотря на снижение объема закупки препаратов на 0,3%. На втором и третьем месте расположились отечественные бренды «Ацеллбия» (МНН «Ритуксимаб») компании «Биокад» и «Аксоглатиран ФС» (МНН «Глатирамера Ацетат») компании «Натива». Препараты занимают примерно 9% и 5% соответственно от стоимостных объемов реализации группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы».

На втором месте в рейтинге находятся [B] «Препараты, влияющие на кровотворение и кровь» (20,1%). В 2017 году данная группа нарастила свои объемы на 33,8% в стоимостном выражении. В упаковках закупки практически не изменились.

Уступая более 6%, замыкает тройку лидеров группа [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ». В сравнении с 2016 годом было отпущено препаратов группы больше на 5,9% в рублях и меньше на 0,3% в упаковках. Порядка 74,1% этой группы приходится на препараты для лечения сахарного диабета ([A10]). В 2017 году лидером данной группы по стоимостным объемам продаж стал препарат «Туджео Солостар» (МНН «Инсулин Гларгин») производства компании Sanofi, благодаря увеличению объема реализации почти в 53 раза. «Лантус» утратил первую позицию и занял вторую строчку по итогам 2017 года, снизив свои продажи на 53,8%. «Новорапид» замыкает тройку лидеров.

В структуре ЛЛО пятерка лидеров по АТС-группам в 2017 году не претерпела изменений по сравнению с предыдущим годом: доля в стоимостных объемах выросла на 2,1% и составила порядка 89,8%. Группа [B], увеличив объем реализации на 33,8%, заняла долю 20,1% (+4,0% относительно 2016 г.). В 2017 году среди остальных АТС практически все группы сократили свои объемы, за исключением группы [H] «Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)» (+2,6%), которая заняла 7 строчку, и препаратов без указания АТС-группы, которые поднялись на 1 позицию вверх, увеличив объем реализации на 43,8%.

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

Таблица 9

Структура продаж  
ЛП по АТС-группам  
на рынке ЛЛО

АТС-группы I-го уровня	Стоимостной объем, млн. руб.	Доля группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн. упак.	Доля группы в натуральном объеме, %
[L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	55 034,4	47,7%	4,9	6,1%
[B] Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	23 250,7	20,1%	6,1	7,7%
[A] Пищеварительный тракт и обмен веществ	15 671,5	13,6%	18,7	23,4%
[R] Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	5 297,6	4,6%	5,0	6,2%
[N] Препараты для лечения заболеваний нервной системы	4 442,4	3,8%	13,2	16,5%
[J] Противомикробные препараты для системного использования	2 768,2	2,4%	0,9	1,1%
[H] Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	2 691,6	2,3%	1,0	1,2%
[C] Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	2 193,9	1,9%	25,7	32,1%
[M] Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	1 433,2	1,2%	2,2	2,7%
[-] ЛП, не имеющие АТС-группы	1 169,2	1,0%	0,1	0,1%
[V] Прочие препараты	1 057,8	0,9%	0,4	0,5%
[G] Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	267,1	0,2%	0,9	1,2%
[S] Препараты для лечения заболеваний органов чувств	148,9	0,1%	0,7	0,9%
[D] Препараты для лечения заболеваний кожи	16,3	0,0%	0,1	0,2%
[P] Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	2,5	0,0%	0,0	0,0%

рейтинг затрат в ЛЛО по заболеваниям (табл. 10).

По итогам 2017 года препараты для лечения заболеваний иммунной системы сохранили лидирующую позицию в рейтинге продаж. Наибольший прирост затрат в данной группе отмечается для препаратов, оказывающих иммуномодулирующее и иммунодепрессивное действие. Тройка лидеров осталась в прежнем составе: первую строчку сохранил бренд «Ревлимид», несмотря на снижение объёма на 0,3%; на второй строчке оказался бренд «Аксоглатиран ФС» (доля рынка составила чуть менее 10%); третье место осталось за «Генфаксоном» (МНН «Интерферон Бета-1А»), продажи которого в 2017 году выросли на 36,4%.

Вторую строчку рейтинга занимают препараты для лечения онкологических заболеваний, на долю которых приходится 21,2% от стоимостного объёма

всего сегмента ЛЛО (около 24,4 млрд. рублей). Наибольший объём закупок приходится на препараты МНН «Ритуксимаб» (25,7%) и МНН «Бортезомиб» (15,3%), включённых в программу ВЗН как средства для лечения больных злокачественными новообразованиями лимфоидной, кроветворной и родственных им тканей.

Министерство здравоохранения России уделяет особое внимание борьбе с онкологией. Вместе с популяризацией здорового образа жизни, который препятствует развитию онкологических заболеваний, на протяжении последних нескольких лет был принят ряд важных мер, направленных на развитие индивидуальной профилактики и онкологической службы в России. Так, в ноябре 2017 года ведущие специалисты отрасли подготовили проект программы национальной стратегии по борьбе с онкологическими заболеваниями до 2030 года, которой предусмотрено

**Рисунок 21**

Соотношение продаж АТС-групп в программе ЛЛО

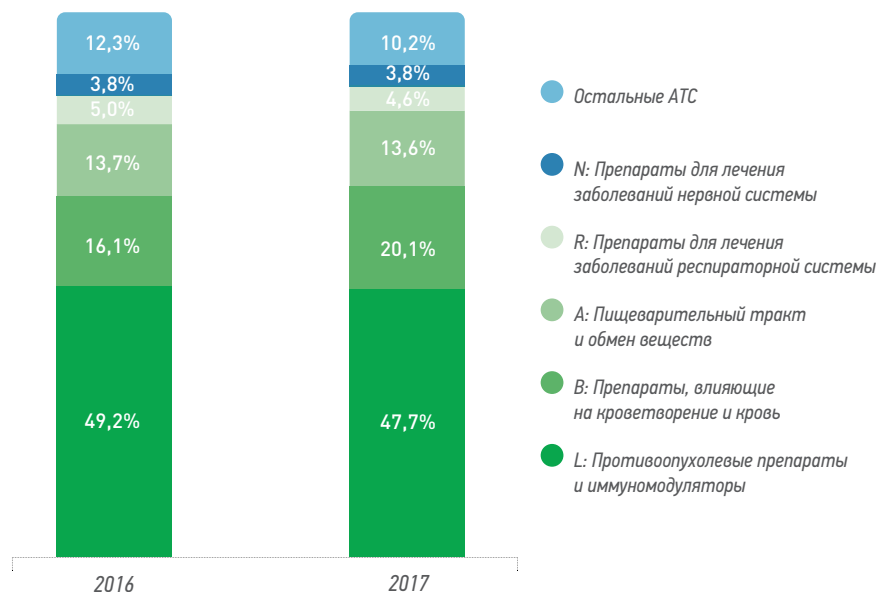


Таблица 10

Рейтинг затрат  
в ЛЛО по заболеваниям,  
2017 г.

Заболевания	Объём, млн руб.	Доля
Заболевания иммунной системы	30 415,5	26,35%
Онкологические заболевания	24 416,4	21,15%
Заболевания крови и органов кроветворения	23 250,2	20,14%
Сахарный диабет	11 938,5	10,34%
Заболевания органов дыхания	5 302,7	4,59%
Заболевания нервной системы	4 436,1	3,84%
Заболевания пищеварительной системы	3 910,3	3,39%
Прочее	2 830,1	2,45%
Заболевания, вызванные различными инфекционными агентами	2 761,4	2,39%
Заболевания, связанные с гормональными нарушениями	2 697,2	2,34%
Заболевания сердечно-сосудистой системы	1 839,2	1,59%
Заболевания костно-мышечной системы	1 433,0	1,24%
Заболевания органов зрения	144,1	0,12%
Заболевания репродуктивной системы мужчин и женщин	61,8	0,05%
Заболевания кожи	8,7	0,01%

формирование системного развития онкологической службы в Российской Федерации. Цель стратегии – реализация комплекса мер государственной политики в области борьбы с онкологическими заболеваниями, направленного на снижение общей смертности от онкологии, а также профилактику и снижение уровня инвалидизации, повышение доступности и качества медицинской помощи.

Согласно данным Минздрава, благодаря активному «онкопоиску», в 2017 году на ранних стадиях (1-ой и 2-ой) было

выявлено около 56% злокачественных новообразований, а при ряде локализаций рака – до 85%. Впервые была сформирована единая система управления качеством медицинской помощи: разработаны 57 клинических рекомендаций по профилям «онкология» и «детская онкология». Объем оказанной высокотехнологичной медицинской помощи (ВТМП) по профилю «онкология» с 2012 года увеличился в 2,5 раза: с 68 тыс. пациентов в 2012 г. до 172,2 тыс. больных в 2017 г. Всё это способствовало снижению одногодичной летальности до 22,1%, повышению 5-годичной

**Таблица 11**

ТОП-20 фирм-производителей ЛП по потреблению ЛЛО в 2017 г.

Рейтинг 2017 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млн. руб. 2017 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	Celgene	9 368,8	0,1%	8,1%
2	0	Натива	9 082,2	5,3%	7,9%
3	0	Биокад	7 890,4	3,5%	6,8%
4	3	Baxter Healthcare	7 620,0	48,0%	6,6%
5	3	Генериум	6 998,7	52,1%	6,1%
6	0	Johnson & Johnson	6 393,1	18,3%	5,5%
7	-2	Sanofi	6 074,4	10,0%	5,3%
8	-4	F.Hoffmann-La Roche	4 484,6	-33,2%	3,9%
9	4	Octapharma	4 023,6	71,3%	3,5%
10	1	Novo Nordisk	3 979,1	3,9%	3,4%
11	-1	AstraZeneca	3 722,6	-4,5%	3,2%
12	0	Novartis	3 576,7	12,6%	3,1%
13	-4	Merck	3 303,4	-21,2%	2,9%
14	0	Laboratory Tuteur	2 778,5	23,5%	2,4%
15	2	CSL Behring	1 647,6	-7,1%	1,4%
16	0	Abbvie	1 631,8	-19,7%	1,4%
17	1	Сотекс	1 498,6	-10,8%	1,3%
18	4	Pfizer	1 418,7	32,3%	1,2%
19	0	Фармстандарт	1 259,7	-16,2%	1,1%
20	0	Eli Lilly	1 243,9	-13,4%	1,1%

выживаемости свыше 53%, снижению смертности от новообразований с 2012 года на 3%: с 203,1 на 100 тыс. населения до 196,9 за 2017 год.

В 2018 году размер средств, выделяемых на медицинскую помощь при онкологических заболеваниях в России будет заметно увеличен, это направление станет приоритетным.

Среди средств для лечения заболеваний крови и органов кроветворения наибольший объём продаж по-прежнему приходится на МНН «Фактор свёртывания крови VIII» (22,8%), МНН «Эптаког Альфа Активированный» (13,1%) и МНН «Октоког Альфа» (12,1%). Все три МНН включены в программу «7 нозологий» и по итогам 2017 года значительно нарастили стоимостные объёмы реализации: МНН «Фактор свертывания крови VIII» – на 6,5%, МНН «Эптаког Альфа Активированный» – на 34,5%, МНН «Октоког Альфа» – на 76,9%.

Таким образом, лидирующие позиции в рейтинге ЛЛО по-прежнему занимают заболевания, которые можно отнести преимущественно к высокзатратным нозологиям. Суммарная доля расходов на закупку препаратов для этих групп заболеваний составляет около 51,2% от всего сегмента ЛЛО или порядка 59,1 млрд. рублей.

### Производители в сегменте ЛЛО

В таблице 11 представлены ТОП-20 производителей, лидирующих по объёму потребления в программе ЛЛО в 2017 году.

В 2017 году по программе льготного лекарственного обеспечения закупались препараты, производимых 380 компаниями.

” С момента введения программы ЛЛО ценовая структура в данном сегменте рынка постоянно трансформировалась в сторону увеличения доли дорогостоящих препаратов. По итогам 2017 года сегмент дорогостоящих лекарственных средств с ценой от 500 руб. и выше занял 93,8% стоимостного объёма, а в прошлом году данный показатель был ниже – 93,2%.

В рейтинге тройка лидеров осталась без изменения. Лидером рейтинга осталась компания Celgene. В 2017 году общий объём бюджетных средств, потраченных на покупку препаратов этой компании, составил более 9,4 млрд. рублей, что на 0,1% больше, чем в 2016 году. Самым затратным стал препарат «Ревлимид» (около 99,5% всех продаж компании в стоимостном выражении), закупки которого упали на 0,3%.

На второй и третьей строчке рейтинга остались отечественные компании «Натива» и «Биокад», объём реализации которых составил 7,9% и 6,8% от всех государственных закупок соответственно.

Лидер прошлых периодов компания F.Hoffmann-La Roche из-за существенного сокращения стоимостных объёмов продаж (-33,2%), упала на 4 строчки в рейтинге. В 2017 году наибольшим приростом продаж отметилась компания Octapharma, который составил +71,3%. Основной вклад в прирост объёма реализации внесли бренды «Октанайн»

(+228,2%) и «Вилате» (+164,2%), предназначенные для терапии заболеваний крови и органов кроветворения.

По итогам 2017 года пять российских производителей вошли в ТОП-20 по стоимостным объемам продаж, благодаря программе импортозамещения.

В таблице 12 приведен рейтинг производителей, участвующих в программе «7 нозологий» и ОНЛС.

Компания Celgene сохранила за собой лидерскую позицию по программе «7 нозологий», в программе ОНЛС лидирует компания Sanofi.

## Препараты сегмента ЛЛО

В таблице 13 представлены ТОП-20 брендов, лидирующих по объему продаж по программе ЛЛО в 2017 году.

Доля продаж ТОП-20 брендов в 2017 году составила 42,8% стоимостного объема, что больше, чем в 2016 году на 3,6%.

Первую строчку рейтинга стоимостных объемов продаж по-прежнему занимает зарубежный бренд «Ревлимид» производства компании Celgene, на второй расположился лекарственный препарат отечественного производителя «Ацеллбия». На третью строчку поднялся бренд

Таблица 12

ТОП-20 фирм-производителей ЛП по объемам продаж в сегменте ЛЛО в соответствии с программами «7 нозологий» и ОНЛС

Рейтинг 2017 г.	7 нозологий		ОНЛС	
	Фирма-производитель	Объем продаж, млн. руб.	Фирма-производитель	Объем продаж, млн. руб.
1	Celgene	9 319,8	Sanofi	4 739,5
2	Baxter Healthcare Corp	7 183,6	Johnson & Johnson	4 356,9
3	Генериум	6 998,7	AstraZeneca	3 722,6
4	Натива	6 542,8	Novo Nordisk	3 665,1
5	Биокад	5 768,8	Натива	2 539,4
6	Octapharma	3 967,6	F.Hoffmann-La Roche	2 527,5
7	Laboratory Tuteur	2 756,2	Novartis	2 492,5
8	Johnson & Johnson	2 036,2	Биокад	2 121,7
9	Merck	2 019,0	AbbVie	1 631,8
10	F.Hoffmann-La Roche	1 957,1	Pfizer	1 418,2
11	CSL Behring	1 552,0	Merck & Co.	1 284,4
12	Sanofi	1 334,9	Eli Lilly	1 243,9
13	Синнаген Ко.	1 195,5	Протек	1 062,3
14	Novartis	1 084,3	GlaxoSmithKline	1 049,0
15	Dr.Reddy's Laboratories	893,7	Фармстандарт	1 041,8
16	Astellas Pharma	655,9	Фарм-Синтез	906,2
17	Talecris Biotherapeutics	580,0	Boehringer Ingelheim	862,2
18	Р-Фарм	511,6	Fresenius	758,2
19	Арсий Синтез	436,5	Bayer	691,0
20	Сотекс	436,3	KRKA	661,1
Итого:		96,9%		71,0%



«Аксоглатиран ФС», нарастивший объёмы реализации на 7,0%.

В 2017 году в рейтинг попало 5 «новичков»: инсулин «Туджео Солостар» компании Sanofi (+277 позиций в рейтинге); селективный иммунодепрессант «Тизабри» компании Johnson & Johnson (+38 позиций в рейтинге); гемостатик «Фейба» производителя Baxter (+11 позиций в рейтинге); ферментный препарат «Церезим» компании Sanofi (+7 позиций в рейтинге), а также бренд «Хумира» производства AbbVie (+5 пунктов).

Средневзвешенная цена для брендов ТОП-20 составила около 40 891 руб./

упак. Из ТОП-20 препаратов в 2017 году самым дорогим средством оказался препарат для лечения множественной миеломы «Ревлимид», средневзвешенная стоимость которого чуть выше 344 тыс. рублей, инсулиновый препарат «Новорапид», как и в прошлом году, оказался самым «дешёвым» (около 1,7 тыс. рублей).

Тройка лидеров, как и большинство препаратов ТОП-20, относятся к группе [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (9 брендов). Второе место по данному показателю разделили две АТС-группы: [B] «Заболевания крови и органов кроветворения» и

Рейтинг 2017 г.	Изменение	Бренд	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млн. руб. 2017 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	Ревлимид	Celgene	9 319,8	-0,3%	8,1%
2	0	Ацеллбия	Биокад	5 079,3	1,7%	4,4%
3	2	Аксоглатиран ФС	Натива	2 975,6	7,0%	2,6%
4	7	Адвейт	Baxter Healthcare	2 860,1	83,8%	2,5%
5	1	Коагил	Генериум	2 734,0	30,7%	2,4%
6	1	Генфаксон	Laboratory Tuteur	2 573,5	36,4%	2,2%
7	13	Октофактор	Генериум	2 419,5	105,3%	2,1%
8	-5	Борамилан	Натива	2 169,3	-35,0%	1,9%
9	-1	Ребиф	Merck	2 018,8	12,0%	1,7%
10	0	Октанат	Octapharma	2 016,4	23,7%	1,7%
11	11	Фейба	Baxter Healthcare	1 995,0	77,8%	1,7%
12	277	Туджео Солостар	Sanofi	1 920,2	5 188,4%	1,7%
13	3	Инфибета	Генериум	1 845,2	38,8%	1,6%
14	0	Пульмозим	F.Hoffmann-La Roche	1 644,9	16,4%	1,4%
15	-11	Лантус	Sanofi	1 369,6	-53,8%	1,2%
16	2	Новорапид	Novo Nordisk	1 347,8	11,2%	1,2%
17	7	Церезим	Sanofi	1 334,9	27,2%	1,2%
18	5	Хумира	AbbVie	1 325,9	18,2%	1,1%
19	0	Левемир	Novo Nordisk	1 257,4	3,8%	1,1%
20	38	Тизабри	Johnson & Johnson	1 248,3	216,5%	1,1%

Таблица 13

ТОП-20 брендов по стоимостному объёму продаж в ЛЛО в 2017 г.

[А] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» – по 5 брендов.

Большинство препаратов рейтинга – это лекарства, отпускаемые по программе ВЗН (15 брендов).

### Ценовая сегментация в ЛЛО

В 2017 году средняя стоимость упаковки по программе ЛЛО выросла на 7,7% и составила около 1 444 рублей.

С момента введения программы ЛЛО ценовая структура в данном сегменте рынка постоянно трансформировалась в сторону увеличения доли дорогостоящих препаратов. По итогам 2017 года сегмент дорогостоящих лекарственных средств с ценой от 500 руб. и выше занял 93,8% стоимостного объема, а в прошлом году данный показатель был ниже – 93,2%.

Структура потребления лекарственных средств по программе ЛЛО представлена на рисунке 22.

Изменения в стоимости упаковки препаратов, закупаемых по программе

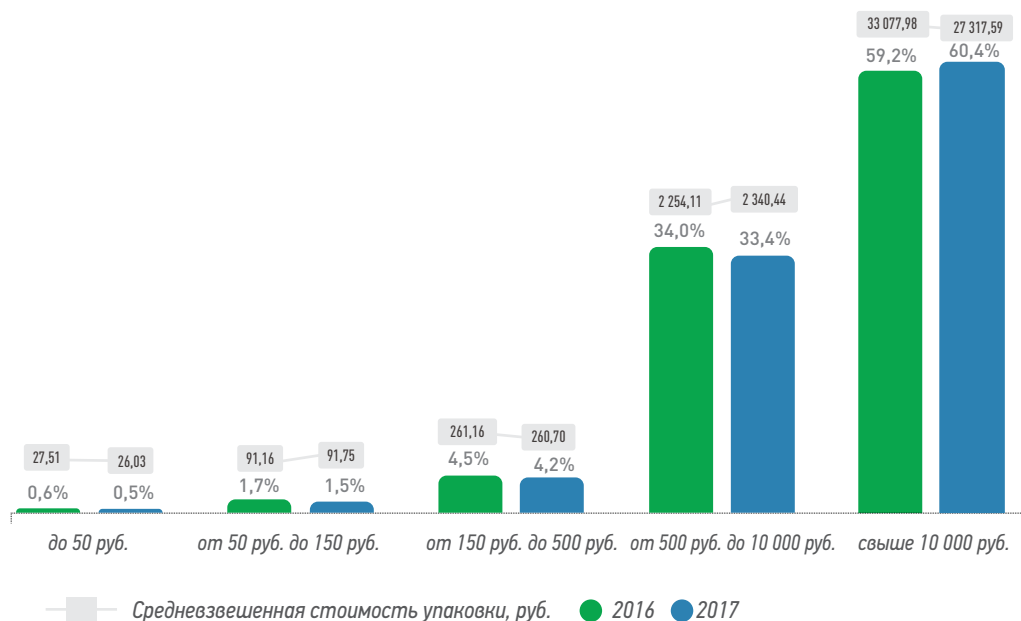
ЛЛО, коснулись всех ценовых сегментов. Из рисунка видно, что средняя стоимость упаковки в сегментах «от 50 до 150 руб.», «от 500 до 10 000 руб.» и «свыше 10 000 руб.» выросла, а в прочих сегментах напротив снизилась. При этом наибольшее увеличение стоимости мы наблюдаем в одном из дорогих сегментов «от 500 до 10 000 руб.» – средняя цена упаковки увеличилась на 3,8%.

В 2017 году препараты, входящие в ВЗН, представлены в сегментах от 50 руб. за упаковку. Причём, как и в прошлые периоды, большая часть стоимостных объемов закупки (76,5%) приходится на препараты с ценой свыше 10 000 рублей.

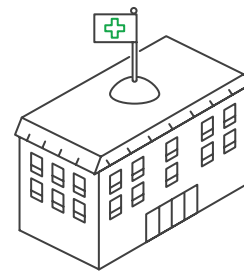
Препараты подпрограммы ОНЛС в большей мере сосредоточены в сегментах с ценой от 500 руб. – порядка 87,3%. В самом популярном сегменте «от 500 руб. до 10 000 руб.» лидером по объёму продаж является инсулин «Туджео Солостар» со средневзвешенной стоимостью упаковки свыше 4 104 рубля. Тогда как в самом дорогостоящем сегменте лидер продаж иммунодепрессант «Хумира» имеет стоимость порядка 74 325 руб. за упаковку.

Рисунок 22

Объём реализации по программе ЛЛО в соответствии с ценовыми сегментами



## 4. Объём закупок лекарств ЛПУ



Российская система здравоохранения представлена порядка 5,4 тыс. больничных организаций и 19,1 тыс. врачебных амбулаторно-поликлинических организаций. Проводимая в последние годы реформа привела к сокращению количества больниц, а также больничных коек. Так, только за 2016 год их количество снизилось на 24,8 тыс. и составило 1 197,2 тыс. коек. При этом, на три с лишним тысячи коек стало меньше в сельской местности. С 2000 по 2010 год в сельских населенных пунктах было закрыто 15 тысяч амбулаторий и фельдшерско-акушерских пунктов (ФАП). Всё это привело к снижению доступности медицинской и лекарственной помощи. В результате начался обратный процесс. В 2016 году построили и открыли более 500 амбулаторий, ФАПов, кабинетов врачей общей практики в сельской местности, в 2017 году – ещё более 450.

В течение 2017 года Министерство здравоохранения проводило мероприятия по оценке доступности медицинской помощи для населения в регионах России. Была проведена работа над геоинформационной системой, которая позволила определить, где в стране не хватает поликлиник и больниц.

Графическое отображение населённых пунктов и объектов здравоохранения в новой системе оформлено на платформе «Яндекс.Карты». Для каждой больницы в базе указан её коечный фонд, для каждой поликлиники – плановая мощность.

С помощью карты можно также оценить доступность скорой помощи.

На портале Минздрава России и органов управления здравоохранением можно оценить шаговую и транспортную доступность медицинских организаций в разрезе регионов, районов и населённых пунктов, соответствие медицинской инфраструктуры критериям доступности медпомощи.

В 2018 году Минздрав ожидает увеличение охвата лекарственной терапией населения России на 7-10%. Расширение охвата произойдёт за счёт средств, сэкономленных от снижения цен на лекарства после введения централизованной автоматизированной системы государственных закупок.

С 1 января 2018 года по утверждённой методике, наряду с анализом ценовых

” В 2018 году Минздрав ожидает увеличение охвата лекарственной терапией населения России на 7-10%. Расширение охвата произойдёт за счёт средств, сэкономленных от снижения цен на лекарства после введения централизованной автоматизированной системы государственных закупок.

“

предложений от потенциальных поставщиков и цен собственных закупок, заказчиком одновременно проводится сравнение сопоставимых рыночных цен, и предельных цен регистрации производителей. Это позволит в условиях конкурентного фармацевтического рынка определить минимально возможное значение цены на лекарства. При этом, методикой предусмотрено право исключения очевидно демпинговых цен.

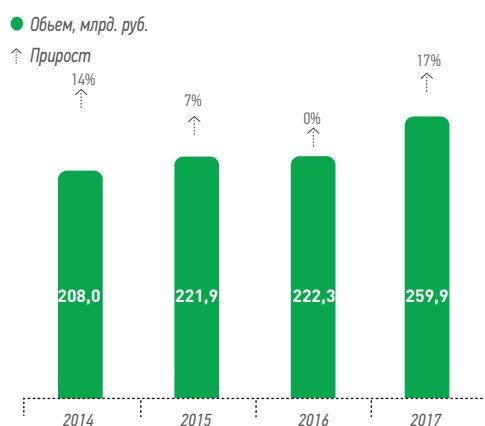
Методика уже несколько лет применяется Минздравом и доказала свою эффективность. Так, за последние пять лет по централизованным закупкам по программе семи высокочувствительных нозологий удалось сэкономить 6 млрд. рублей за счёт снижения стоимости одного курса лечения месячного больного в 2,2 раза. Таким образом, 70 тысяч больных смогли получить более комплексное лечение за фиксированный финансовый ресурс.

Правда, не все законодательные инициативы властей реализуются. Для повышения эффективности расходов бюджетных средств на здравоохранение в

конце 2016 года первый вице-премьер Игорь Шувалов дал поручение Минфину, Минздраву и Минэкономразвития предусмотреть средства в федеральном бюджете на 2017–2019 гг. на пилотный проект по внедрению риск-шеринга. Риск-шеринг (или соглашение о разделении рисков) предусматривает закупку препаратов у фармкомпаний на определённых условиях: если лечение оказывается неэффективным, то фирмы возвращают деньги властям. Существует и второй вариант риск-шеринга, когда оплата производится только по факту успешного лечения.

Пилотный проект должен был стартовать весной 2017 года в трёх регионах России. Правительство приняло решение о проведении пилотных проектов по модернизации системы здравоохранения, Минздрав разработал соглашения для регионов, были утверждены сроки, форма отчётности, выбраны фармкомпании, нозологии, препараты. Однако категорически против выступила Федеральная антимонопольная служба. Проведя анализ документов, устанавливающих условия проведения пилотно-

Динамика госпитальных закупок ЛП, млрд. руб.



Динамика госпитальных закупок ЛП, млн. упак.

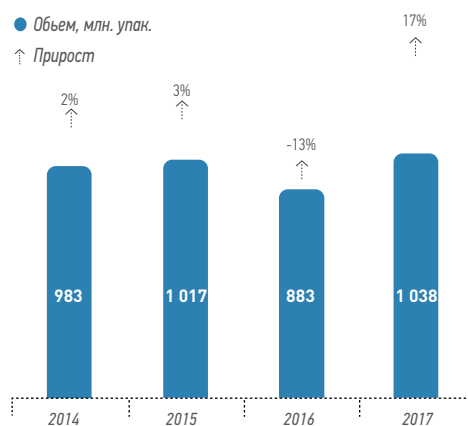


Рисунок 23

Динамика госпитальных закупок

го проекта, ФАС пришла к выводу, что реализация пилота на условиях, предложенных Минздравом, не приведёт к достижению заявленных целей. ФАС не считает правильным включать в пилоты препараты, входящие в Перечень ЖНВЛП.

Всё это делается, в том числе и за счёт выделяемых средств на здравоохранение.

Расходы федерального бюджета на здравоохранении составили в 2017 году 447 млрд. рублей против 506 млрд. в 2016 году. В рамках государственной программы «Развитие здравоохранения» было выделено 264,4 млрд. рублей, основные подпрограммы которой являются:

- «Совершенствование оказания специализированной, включая высокотехнологичную, медицинской помощи» – 85,8 млрд. рублей (в 1,3 раза превосходит расходы 2016 года);
- «Профилактика заболеваний и формирование здорового образа жизни. Развитие первичной медико-санитар-

ной помощи». На её финансирование запланировано выделить 68,8 млрд. рублей;

- На третьей строчке по объёму запланированных средств стоит программа «Развитие и внедрение инновационных методов диагностики, профилактики и лечения, а также основ персонализированной медицины» – 32,2 млрд. рублей;
- В 2017 году было запланировано значительное снижение финансирования подпрограммы «Медико-санитарное обеспечение отдельных категорий граждан» на 45,9% до 24,6 млрд. рублей.

Расходы на программу «Развитие здравоохранения» в федеральном бюджете на 2018 год запланированы в размере 311,1 млрд. рублей, на 2019 год – 275,6 млрд. рублей, на 2020 год – 348,3 млрд. рублей.

В целом на здравоохранение в федеральном бюджете в 2018 году предусмо-

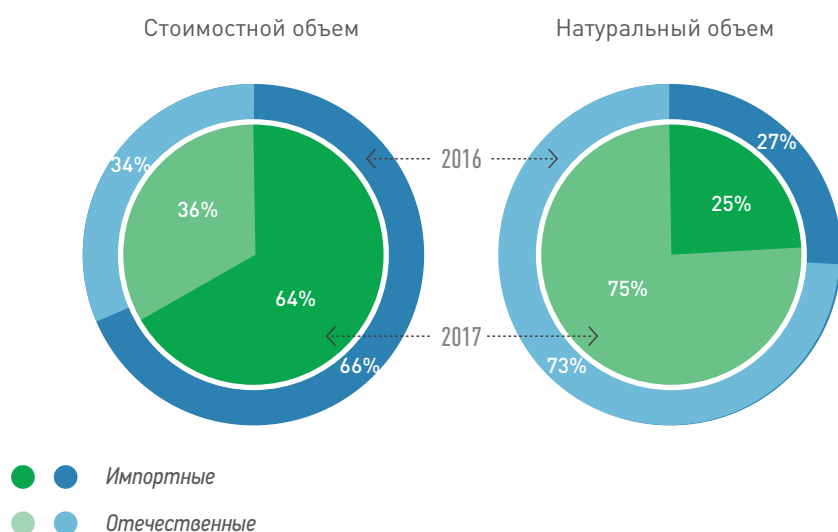


Рисунок 24

Соотношение продаж импортных и отечественных ЛП

тreno 475,8 млрд. рублей, в 2019 году – 443,1 млрд. рублей, в 2020 году – 514,9 млрд. рублей.

Одна из статей в общих расходах на здравоохранение – это закупка лекарственных средств для лечебно-профилактических учреждений (ЛПУ).

По итогам 2017 года объём госпитальных закупок вырос в рублях (по сравнению с 2016 годом) на 17% и составил 259,9 млрд. руб. В натуральном выражении объём закупленных препаратов увеличился на ту же величину до 1 038 млн. упаковок. Заметим, что прирост в упаковках при анализе цифр на более длительном периоде не выглядит чем-то особенным. Скорее, выпадет 2016 год, когда в натуральном выражении в больницы было поставлено менее 890 млн. упаковок. Таким образом, в 2017 году потребление просто вернулось на «обычный» уровень – около 1 млрд. упаковок.

Стоимость одной упаковки ЛП, закупленной ЛПУ, составила в среднем 250 руб. Относительно 2016 года стоимость упаковки по сегменту ЛПУ незначительно снизилась на 0,5%, тогда как годом ранее прирост составлял около 16%.

Госпитальные закупки, как часть общей системы государственных закупок лекарственных средств, также находятся под пристальным вниманием в вопросе «импортозамещения». Действие правила «третий лишний» в последние годы позволяет планомерно увеличивать долю отечественных производителей при поставках препаратов в больницы. При этом, как и в предыдущем году, в сегменте ЛПУ в стоимостном объёме 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 дешёвых, закупается в 3 раза больше, чем импортных. Препараты отечественного производства занимают порядка 36% от объёма в деньгах и 75% в натуральном выражении. Только за 2017 год по обоим показателям доля российских лекарств выросла на 2%. Если сравнивать показатель с 2014 годом, то доля увеличилась на 10% в стоимостном выражении. При этом в упаковках изменение не столь значительно – около 2,5%. Таким образом, видно, что происходит переключение на отечественные препараты по дорогостоящим нозологиям.

Объём закупок импортных лекарств в 2017 году вырос как в рублях, так и в упаковках: 13,5% и 11,4% соответственно. На 2,7 млн. упаковок стали покупать больше МНН МЕТФОРМИН. На втором месте по приросту МНН ЦИПРОФЛОКСАЦИН: +1,9 млн. упак.

Объёмы закупок отечественных препаратов росли более быстрыми темпами: в рублях прирост составил 23,5%, в упаковках – 19,7%. Заметный прирост отечественных производителей в натуральном выражении связан с увеличением объёмов МНН НАТРИЯ ХЛОРИД – в отчётном году было закуплено на 11% больше, а так как это МНН является лидером, то только за счёт него объём вырос на 20 млн. упаковок. На втором месте по абсолютному приросту МНН ВАКЦИНА ДЛЯ ПРОФИЛАКТИКИ ГРИППА ИНАКТИВИРОВАННАЯ (+16 млн. упак.), закупленная по программе «Национальный календарь прививок». Также на 9 млн. упаковок больницы закупили больше отечественного спирта (МНН ЭТАНОЛ).

Ниже приведём ТОП-10 МНН с максимальной долей «переключения» на отечественные препараты из ТОП-100 по объёму закупок (на данные МНН приходится 56% всех госпитальных закупок в деньгах).

По данным за 2017 год, из 2 057 МНН, которые закупались больницами, в 650 МНН доля отечественных препаратов превышает 90%. При этом остаётся ещё около 1 030 МНН, в которых преобладают импортные препараты (их доля в закупках более 90%), причём 44 из них попадают в ТОП-100 по объёму. Наиболее ёмкими МНН, представленными

только импортными ЛП, пока остаются: ЛОПИНАВИР+РИТОНАВИР, РАЛТЕГРАВИР, ЭТРАВИРИН – на эти три МНН приходится 5% госпитальных закупок.

Стоимость одной упаковки импортного лекарственного препарата почти в 5 раз выше, чем стоимость одной закупленной ЛПУ упаковки отечественных препаратов, однако разрыв в средневзвешенной стоимости упаковки продолжает сокращаться в основном за счёт увеличения закупок отечественных препаратов более дорогого сегмента. В 2017 году одна импортная упаковка ЛП в среднем обошлась в 639 руб., отече-

Таблица 14

Топ-10 МНН по «импортозамещению»

МНН	Доля отечественных ЛП, руб.		Рост доли	Лидер, 2016 год	Препарат «переключения», 2017 год
	2016 г.	2017 г.			
БЕВАЦИЗУМАБ	31,7%	78,4%	46,7%	Авастин (F.Hoffmann-La Roche)	Авегра (Биокад)
ТРАСТУЗУМАБ	19,6%	57,1%	37,5%	Герцептин (F.Hoffmann-La Roche)	Гертикад (Биокад)
ИРИНОТЕКАН	51,4%	81,0%	29,6%	Разные	Иритен (Верофарм)
АТАЗАНАВИР	0,0%	28,1%	28,1%	Реатаз (Bristol-Myers Squibb)	Симанод (Фармасинтез (Иркутск))
КАПРЕОМИЦИН	67,9%	93,0%	25,2%	Разные	Капреомицин (Красфарма, Компания Деко)
ЭФАВИРЕНЗ	79,4%	97,4%	18,0%	Разные	Регаст (Фармасинтез (Иркутск)), Эфавиренз (Диалогфарма)
ЛЕВОФЛОКСАЦИН	38,4%	54,8%	16,3%	Разные	Лефлобакт (Синтез АКО)
БУДЕСОНИД+ФОРМОТЕРОЛ	5,7%	19,8%	14,1%	Симбикорт (AstraZeneca)	Формисонид (Натива)
ОКСАЛИПЛАТИН	58,4%	72,4%	14,0%	Разные	Экзорум (Верофарм), Платикад (Биокад)
ВАНКОМИЦИН	37,4%	50,5%	13,1%	Разные	Ванкорус (Синтез АКО)

ственная – в 120 руб. По сравнению с 2016 годом стоимость одной закупленной импортной упаковки препарата выросла на 1,9%, а одна отечественная упаковка в 2017 году обошлась больницам на 3,2% дороже.

Структура закупок ЛПУ по ценовым сегментам представлена на рисунке 25.

В 2017 году произошли незначительные изменения в ценовой структуре закупок. Все ценовые категории, кроме сегмента средств со стоимостью «от 150 до 500 руб.», отметились сокращением доли в объеме закупок лекарственных препаратов для ЛПУ.

В натуральном объеме самым ёмким остаётся сегмент препаратов с ценой до 50 руб. – его доля составляет 62%. Однако, последние несколько лет данный сегмент сокращает объёмы закупок: в 2017 году на 2% в сравнении с 2016 годом. Такое сокращение происходит за счёт перехода части препаратов в более дорогой сегмент. Как и прежде, здесь наиболее покупаемым препаратом остаются препараты МНН НАТРИЯ ХЛОРИД (36% 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. (84%) (рисунок 26). Отечественные препараты практически в равных объёмах сосредоточены в ценовых категориях «менее 50 руб.» (14,5%), «от 150 до 500 руб.» (18,1%) и «от 50 до 150 руб.» (12,2%), а наибольший объём продаж, составивший 55%, – 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: почти в 2 раза.

Соотношение больничных закупок ЛПУ по АТС-группам I-уровня в России по итогам 2017 года представлено в таблице 15.

Рейтинг лекарственных препаратов сегмента ЛПУ по АТС-группам существенно отличается от коммерческого рынка.

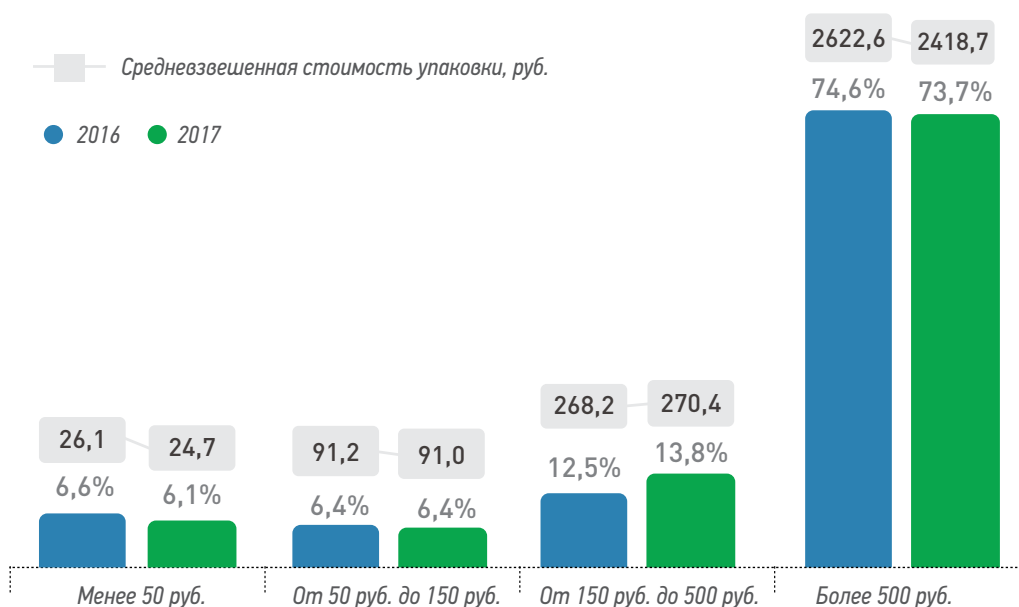


Рисунок 25

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям в 2016 и 2017 гг.



Таблица 15

Структура больничных закупок ЛП по АТС-группам в 2017 г.

АТС-группы I-го уровня	Стоимостной объем, млн. руб.	Доля группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн. упак.	Доля группы в натуральном объеме, %
[J] Противомикробные препараты для системного использования	90 615,5	34,9%	270,6	26,1%
[L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	41 922,1	16,1%	12,4	1,2%
[B] Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	36 217,9	13,9%	321,0	30,9%
[N] Препараты для лечения заболеваний нервной системы	23 481,0	9,0%	106,5	10,3%
[A] Пищеварительный тракт и обмен веществ	17 235,0	6,6%	87,6	8,4%
[V] Прочие препараты	11 903,1	4,6%	11,1	1,1%
[C] Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	9 144,4	3,5%	55,6	5,4%
[R] Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	7 137,6	2,7%	37,8	3,6%
[M] Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	5 484,1	2,1%	27,4	2,6%
[G] Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	4 075,1	1,6%	5,7	0,5%
[S] Препараты для лечения заболеваний органов чувств	3 356,8	1,3%	7,5	0,7%
[H] Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	3 185,6	1,2%	15,3	1,5%
[D] Препараты для лечения заболеваний кожи	3 182,5	1,2%	74,4	7,2%
[-] ЛП, не имеющие АТС-группы	2 865,8	1,1%	3,9	0,4%
[P] Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	61,3	0,0%	0,7	0,1%

Рейтинг АТС-групп по сравнению с 2016 г. незначительно изменился.

В госпитальных закупках бесменным лидером остаётся группа [J] «Противомикробные препараты для системного использования». С 2012 года наблюдается положительная динамика в росте этой группы (+15% в рублях в 2017 году). При этом это один из минимальных приростов из АТС. Он происходил в основном за счёт увеличения объёмов продаж вакцин [J07] (+35,5%). Увеличение закупок в подгруппе [J07] «Вакцины» коснулось таких препаратов, как «Совигрипп», «Превенар», «Пентаксим» и другие.

Неизменный лидер группы [J] – подгруппа [J05] «Противовирусные препараты для системного применения», как и в прошлом году, увеличила свои стоимостные объёмы: +6,9%. В данной подгруппе [J05] среди наиболее ёмких брендов препараты «Исентресс» (+56% в рублях), «Интеленс» (+60% в рублях) и новый препарат «Симанод» обеспечили рост группе.

Наименее ёмкая подгруппа АТС-группы [J] подгруппа «Противогрибковые пре-

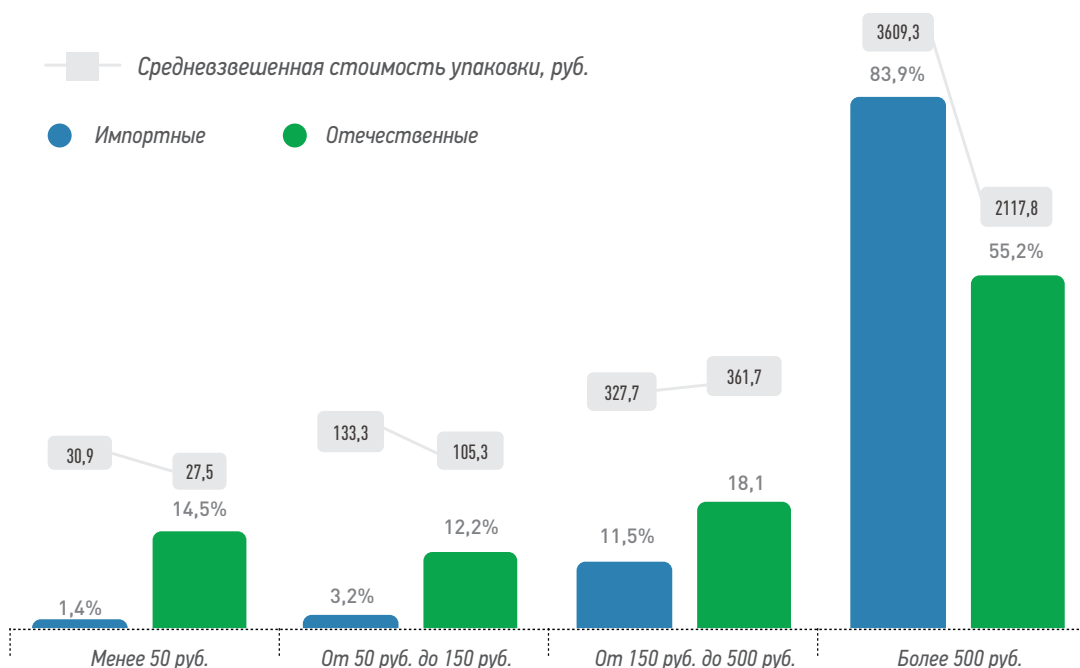
параты для системного применения» [J02] нарастила объём закупок (+23,5% в рублях). Из первой десятки брендов подгруппы «Противогрибковые препараты для системного применения» [J02] свой вклад в увеличение объёмов всей подгруппы внесли такие бренды, как «Вифенд» (+41,2% в рублях), «Микамин» (+12,7%) и «Кансидас» (+19,2%).

Второе место в рейтинге АТС-групп в госпитальном сегменте по итогам 2017 г. заняла группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы». С 2013 года в подгруппе наблюдаются положительные тенденции: стоимостной объём закупок препаратов этой группы увеличивается: в 2017 году на 5% (минимальный прирост среди АТС). В натуральном выражении картина поменялась: после падения в 2016 году объёмов в упаковках, закупленных для ЛПУ, в 2017 году наблюдается прирост +16%.

Увеличение объёмов продаж группы [L] главным образом произошло за счёт увеличения объёмов закупок в самой ёмкой подгруппе [L01] «Противоопухолевые препараты» (хотя прирост самый низкий +4% в рублях). Самым «закупаемым» препаратом данной подгруп-

— Средневзвешенная стоимость упаковки, руб.

● Импортные ● Отечественные



**Рисунок 26**

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям для препаратов импортного и отечественного производства в 2017 г.

пы стал «Гертикад», который в рамках «импортозамещения» вытесняет лидера прошлых лет «Герцептин». Бренды «Таксакад» и «Новотакс» значительно увеличили объёмы продаж в сравнении с 2016 годом и сохранили вторую и третью строчку своего рейтинга.

Группа [B] «Препараты, влияющие на кровь» сохранила за собой третью позицию по объёму госпитальных закупок, увеличившись на 13%. Самой ёмкой

подгруппой остаётся [B05] «Плазмазамещающие и перфузионные растворы», на долю которой приходится 44,5% группы. Как в денежном выражении, так и в натуральном, лидером закупок являются препараты на основе МНН НАТРИЯ ХЛОРИД.

Самый высокий прирост в рублях среди АТС показала группа [D] «Препараты для лечения заболеваний кожи» (+55%). Это произошло за счёт подгруппы [D08]

Рейтинг 2017г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млн. руб. 2017 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	1	Pfizer	13 190,2	22,4%	5,1%
2	-1	Abbvie	10 714,5	-9,5%	4,1%
3	1	Johnson & Johnson	10 321,5	39,3%	4,0%
4	-1	Merck	9 338,6	17,8%	3,6%
5	4	Биокад	8 264,3	32,5%	3,2%
6	10	Микроген НПО	8 229,5	120,3%	3,2%
7	-1	Sanofi	8 082,1	15,0%	3,1%
8	0	Takeda	7 832,7	21,7%	3,0%
9	1	Abbott	7 193,9	15,7%	2,8%
10	1	Novartis	7 172,1	16,2%	2,8%
11	-4	Фармасинтез (Иркутск)	7 046,1	0,9%	2,7%
12	-	Astrazeneca	5 750,1	9,2%	2,2%
13	2	Bayer	5 700,9	40,1%	2,2%
14	-1	Glaxosmithkline	5 058,6	13,8%	1,9%
15	-1	ПХ "Фарм-Центр"	4 775,9	8,0%	1,8%
16	-11	F.Hoffmann-La Roche	4 186,0	-41,7%	1,6%
17	7	Фармстандарт	3 574,6	52,4%	1,4%
18	3	Baxter Healthcare	3 474,6	29,4%	1,3%
19	-1	Boehringer Ingelheim	3 409,9	2,7%	1,3%
20	-3	Bristol-Myers Squibb	3 333,7	-4,7%	1,3%

Таблица 16

Топ-20 производителей в сегменте ЛПУ по итогам 2017 г.

«Антисептики и дезинфицирующие препараты», основными препаратами которой являются «Этиловый спирт» и «Хлоргексидин».

В таблице 16 представлен рейтинг ТОП-20 производителей в сегменте ЛПУ по итогам 2017 года, который существенно поменялся относительно 2016 года.

Лидером 2017 года стал иностранный производитель Pfizer. В 2017 году данная компания показала рост объема закупок в госпитальном сегменте +22%. Причиной тому стало увеличение закупок бренда-лидера «Превенар» на 23,7%. 63% госпитального портфеля Pfizer приходится именно на этот препарат.

Лидер прошлого года Abbvie в 2017 году опустился на вторую строчку. Это сопровождалось сокращением объема закупок на 9,5%. Немалую роль в этом сыграло уменьшение по препарату «Калетра» (-17%).

На третью строчку поднялась компания Johnson & Johnson, которая продемонстрировала увеличения на 39%. Такой высокий прирост обеспечен в основном тремя препаратами: «Интеленс» (+60%), «Совриад» (+392%) и «Эвиплера» (+395%).

Отечественные производители, попадающие в ТОП-20, представлены 5 компаниями. Лидер среди них «Биокад», который занял 5 место, поднявшись на 4 пункта вверх. Такой рост компании обеспечило увеличение продаж препаратов «Гертикад» и «Авегра» (+321% и +1 800% соответственно), которые стали закупаться в рамках «импортозамещения» в своих МНН (ТРАСТУЗУМАБ и БЕВАЦИЗУМАБ). Также в 2017 году в государственных закупках препаратов для ЛПУ участвовало 5 лекарственных

средств, которые не были включены в программу в 2017 году, но их доля пока незначительна.

Наибольшее перемещение вверх (+10 мест) среди отечественных компаний показал производитель «Микроген», объемы закупок которого увеличились на 120%. Рост компании обеспечили различные вакцины, которые входят в её портфель.

Максимальное падение объема закупок по сравнению с 2016 годом отмечено у компании F.Hoffmann-La Roche (-42%), которая потеряла 11 строчек в рейтинге, спустившись на 16 место. Среди первых пяти по объемам закупки препаратов в госпитальном портфеле компании два бренда («Герцептин», «Мабтера») показали существенное падение почти в 2 раза. Отметим, что позиции F.Hoffmann-La Roche в госпитальных закупках теряются уже не один год. Портфель компании представлен оригинальными препаратами, у которых после выхода из-под патентной защиты появились отечественные генерики, выигрывающие тендеры в госзакупках.

В таблице 17 представлен ТОП-20 брендов в сегменте ЛПУ по итогам 2017 г. Доля ТОП-20 брендов в госпитальных закупках составляет 21,4% – меньше на 2%, чем в предыдущий год.

В 2017 году тройка лидеров не изменилась, но произошли перестановки. На первую строчку рейтинга переместилась вакцина «Превенар», объемы закупок выросли на +24%. Увеличились объемы «Натрия Хлорид» на 11%, это позволило препарату занять 2 строчку. Бренд «Калетра» показал снижение объема закупок (-17% в рублях) и опустился на 2 строчки вниз.

В рейтинг попадают как дорогие импортные лекарственные средства, так и дешёвые отечественные препараты («Натрия хлорид», «Цефтриаксон»).

Наибольший прирост показала детская вакцина «Пентаксим», объёмы закупок которой увеличились на 7 009%, что по-

зволило ей подняться с 252 места на 12 позицию.

В 2017 году рейтинг «покинул» ряд препаратов – «Кемерувир», «Герцептин», «Авастин». Последние два были вытеснены из госпитальных закупок отечественными аналогами.

Рейтинг 2017 г.	Изменение	Бренд	Стоимостной объем, млн. руб. 2017 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	1	ПРЕВЕНАР	8 345,4	23,7%	3,2%
2	1	НАТРИЯ ХЛОРИД	6 733,2	11,3%	2,6%
3	-2	КАЛЕТРА	5 819,0	-17,0%	2,2%
4	3	СОВИГРИПП	4 740,3	126,3%	1,8%
5	1	ИСЕНТРЕСС	3 739,8	55,9%	1,4%
6	5	ИНТЕЛЕНС	2 567,9	59,6%	1,0%
7	-2	РЕАТАЗ	2 200,5	-10,5%	0,8%
8	0	КУРОСУРФ	1 855,2	-4,4%	0,7%
9	6	УЛЬТРАВИСТ	1 678,4	8,3%	0,6%
10	3	СЕВОРАН	1 673,6	6,0%	0,6%
11	97	ГЕРТИКАД	1 656,1	321,2%	0,6%
12	240	ПЕНТАКСИМ	1 601,8	709,1%	0,6%
13	8	ТАКСАКАД	1 584,0	36,4%	0,6%
14	4	АКТИЛИЗЕ	1 579,1	11,2%	0,6%
15	-3	КЛЕКСАН	1 477,0	-7,2%	0,6%
16	0	ЛУЦЕНТИС	1 456,7	-4,9%	0,6%
17	3	ФРАКСИПАРИН	1 433,0	17,0%	0,6%
18	-8	ЦЕФТРИАКСОН	1 388,8	-18,0%	0,5%
19	4	УЛЬТРИКС	1 365,5	28,6%	0,5%
20	-6	ВИКЕЙРА ПАК	1 351,0	-13,3%	0,5%

Таблица 17

Топ-20 брендов в сегменте ЛПУ по итогам 2017 г.

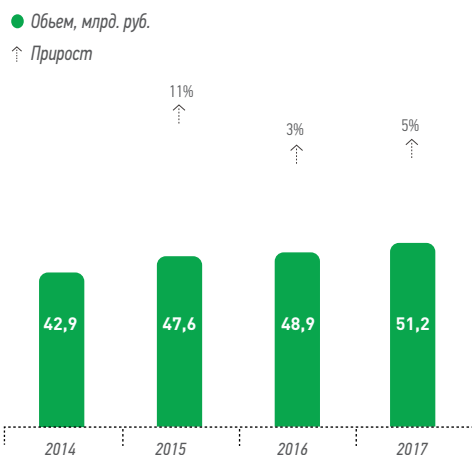


## 5. Биологически активные добавки

Аптечный рынок БАД за последние несколько лет заметно изменился. И, в первую очередь, происходит изменение структуры потребления. Наиболее востребованными становятся БАДы среднего ценового сегмента в «терапевтических» группах: витамины, успокаивающие, слабительные, недорогие чаи. А вот популярные ранее средства для похудения, БАД для мужского здоровья теряют существенно в объемах продаж. Отдельное влияние оказывает и тот фактор, что продавать БАДы теперь могут не только аптеки, но и любые торговые организации, имеющие лицензию на торговлю пищевыми продуктами. Например, БАД можно найти на полках сетей «Ашан», METRO, «Азбука вкуса» и т.д. Продуктовые сети активно развивают отделы по продаже товаров для здоровья, к которым и относятся БАД.

Наиболее значимым из законодательных инициатив в 2017 году стало ужесточение правил, регулирующих рекламу БАД, которая является главным инструментом в продвижении данной категории ассортимента. Несмотря на ужесточение правил, регулирующих рекламу биологически активных добавок в 2016 году, компании продолжают усиливать маркетинговую политику: реклама на ТВ, радио и в интернете. Поскольку немалая доля игроков рынка представлена зарубежными компаниями с крупными профессиональными маркетинговыми отделами, то стоит ожидать положительного тренда роста рынка и в 2018 году. Наиболее активно и результативно маркетинговые программы реализуются в интернете, в частности в социальных сетях. В настоящий момент на рассмотрении Госдумы нахо-

Динамика рынка БАД, млрд. руб.



Динамика рынка БАД, млн. упак.

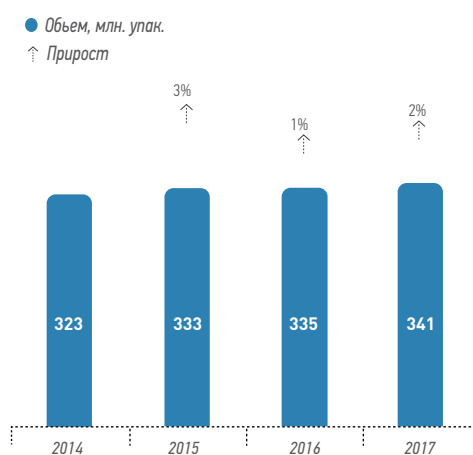


Рисунок 27

Объемы аптечных продаж БАД в России

дится законопроект, разрешающий рекламировать БАДы только в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в специализированных печатных изданиях, предназначенных для медицинских и фармацевтических работников.

Роспотребнадзор в 2016 году завершил разработку метода определения недеklarированных лекарственных препаратов в биологически активных добавках к пище (синтетических ингибиторов фосфодиэстеразы-5: тадалафила, варденафила и силденафила). Это позволило усилить контроль, выявить на потребительском рынке и изъять из обращения несколько партий фальсифицированных БАД.

В мае 2016 года Роспотребнадзор запретил самые популярные БАДы холдинга «РИА Панда» – «Сеалекс Форте» и «Аликапс» – и начал изымать их из оборота. В 2017 году были выявлены еще 4 БАД с запрещенными препаратами: «Либао», «Саймы», «Инфорте» и «Эректогенон». Все это негативно сказывается на динамике аптечных продаж БАД в целом.

Стоит отметить работу саморегулируемой организации (СРО) Некоммерческого партнерства «Объединение производителей БАД к пище», которая 11 июля 2017 года подписала партнерское соглашение с «Агентством по технологическому развитию». Цель взаимодействия АНО «АТР» и ассоциации производителей БАД – совместная экспертиза и проработка перспективных технологических проектов в индустрии здорового долголетия. Агентство намерено выступить консолидатором от-

раслевых технологических инициатив, направленных на повышение уровня локализации продукции рынка БАД, а также внедрить и развивать в РФ прорывные технологии в этой области. В соответствии с достигнутыми договоренностями, партнеры договорились о постоянном обмене информацией о существующих технологиях и сборе данных об агрегированном спросе на технологии.

В 2017 году через аптечную сеть было реализовано 340,7 млн. упаковок БАД на сумму 51,2 млрд. рублей (в розничных ценах) или 37,0 млрд. рублей (в ценах закупки аптек). За 12 месяцев 2017 года рынок БАД увеличился на 4,6% в рублях и на 1,7% в упаковках по сравнению с 2016 годом. При этом заметим, что для поддержания конкурентных цен аптекам приходится снижать наценку на данную группу ассортимента (по итогам 2017 года наценка на БАД составила 38,4%, тогда как в 2016 году аналогичный показатель был на уровне 40,8%).

При рассмотрении динамики продаж по месяцам можно отметить, что пик роста объемов продаж пришелся на начало года, когда обычно наблюдается «всплеск» продаж сезонных средств. Существенный спад объемов реализации по сравнению с прошлым годом наблюдался с сентября 2017 года. В натуральном выражении ситуация аналогичная: осенью продажи БАД демонстрируют даже отрицательную динамику.

В среднем одна упаковка БАД обошлась потребителю в 150,2 рублей (розничная цена). Средневзвешенная цена в 2017 году увеличилась на 4,1 руб. В ценах закупки аптек средневзвешенная цена БАД составляет порядка 108,6 руб.

Наиболее востребованным на рынке ценовым сегментом БАД остается сегмент с ценой до 50 руб. На долю данного сегмента приходится около 47% проданных БАД в натуральном выражении (ценовая структура приведена на основе розничных цен). При этом отметим, что из-за низкой цены доля данного сегмента в стоимостном выражении не превышает 7%. Высокую долю (36%) занимают препараты ценового сегмента свыше 500 рублей. Также отметим, что в упаковках именно этот сегмент растет максимальными темпами. В большей мере это происходит за счет роста цен и перемещения линеек из одной ценовой категории в другую, а не за счет увеличения продаж «дорогостоящих» БАД.

Как и в продажах лекарственных препаратов, наблюдается тенденция сокращения доли «дешевых» БАД как в стоимостном, так и в натуральном выражении. Относительно 2016 года доля БАД с ценой до 50 рублей сократилась с 7,1% до 6,5% в стоимостном выражении и с 47,9% до 47,3% в натуральном.

Динамика цен на БАД была проанализирована с помощью индекса цен Ласпейреса. Несмотря на незначительный прирост средневзвешенных цен, инфляция на БАД в последние годы была довольно высокая. 2017 год сломал этот тренд: в рублях цены снизились на

1,9%. Такая динамика (дефляция) отмечена впервые за много лет.

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 для улучшения зрения). Поэтому специалистами компании DSM был создан свой классификатор БАД, который более четко отражает реалии современного рынка БАД. Классификатор БАД состоит из 17-ти разделов, большинство из которых имеет 2-й подуровень, а некоторые разделы – 3-й.

Как и в прошлые периоды, наиболее востребованными остаются «БАД, действующие на организм в целом». В сравнении с 2016 годом данная группа БАД выросла на 10,7%. Наиболее популярными в данной группе остаются бренды «Фемибион» компании Merk Selbstmedikation и «Витамишки» компании PharmaMed.

На втором месте расположилась группа «БАД, действующих на пищеварительную систему» (+12,1%). В данной группе наиболее популярны бренды «Фитолакс» отечественного производителя «Эвалар» и «Максилак» компании Genexo.

На третьей строчке группа «БАД, влияющих на репродуктивную систему», которая показала снижение объема реализации на 15,2%. Несмотря на падение продаж в 2 раза, пока рейтинг возглавляют препараты, влияющие на мужскую репродуктивную систему – «Сеалекс Форте Плюс» и «Али Капс Плюс». Препарат, влияющий на женскую репродуктивную систему, с максимальным

” **Наиболее востребованным на рынке ценовым сегментом БАД остается сегмент с ценой до 50 руб. На долю данного сегмента приходится около 47% проданных БАД в натуральном выражении.** “



объемом расположен только на 4 строчке – «Индинол».

Большая часть подгрупп демонстрирует положительную динамику. Продажи сокращаются у БАД, влияющих на репродуктивную систему, в связи с существенным снижением продукции «Риа Панда», а также у БАД для похудения за счет падения лидера группы линейки «Турбослим». В 2017 году наблюдается сокращение продаж группы «БАД, действующих на кровяную систему» - гематоген в различных вариантах уже не так востребован у покупателя.

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

Для аптеки биологически активные добавки остаются наиболее важной ка-

тегорией аптечного нелекарственного ассортимента. За 2017 год на полках было представлено более 2 570 различных брендов БАД, которые производят около 950 производителей. Но если раньше на рынок БАД постоянно выводились новые позиции, которые за счет высокой промоции могли занять сразу высокие места в рейтинге, то в настоящий момент этот процесс замедлился, и привести «интересные» новинки очень сложно. Популярной темой сейчас является «жевательный мармелад» в виде мишек или других зверей. Но если до этого такие БАД продвигались в качестве витаминов, то в 2017 году производители пошли дальше. Во втором квартале 2017 года появился препарат «ДюфаМишки» (Abbott), применяемый для поддержания микрофлоры кишечника у детей, и смог войти в ТОП-150 брендов.

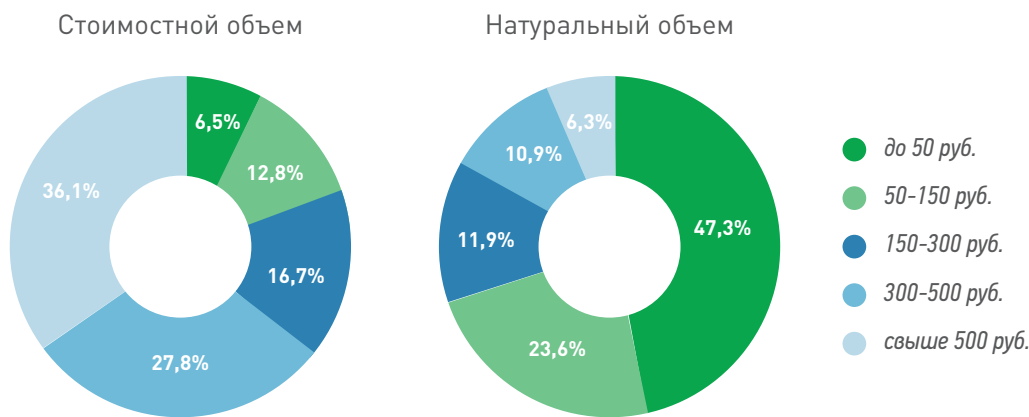


Рисунок 28

Соотношение продаж БАД по ценовым сегментам

### Инфляция на БАД

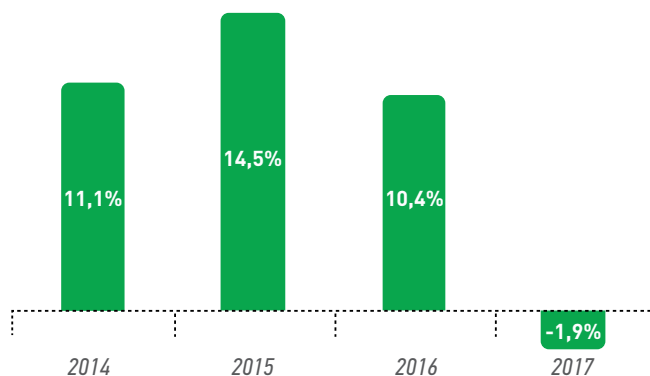


Рисунок 29

Изменение цен БАД на аптечном рынке России

В списке ТОП-20 брендов, лидирующих по стоимостным объемам продаж, можно отметить ряд существенных изменений. Лидером рынка осталась линейка витаминных комплексов Solgar, действующих на организм в целом и на отдельные системы. Второе место в рейтинге 2017 года занял бренд «Доппельгерц» (+21,3%). Бренд «Витамишки», занимавший третью строчку в 2016 году, потерял 2 позиции в рейтинге, сократив объемы реализации почти на 8%. Его место в рейтинге 2017 года занял бренд «Фитолак» (+18,9%). Также благодаря этому вверх «подтянулся» «Фемибион» (+3 позиции).

Из существенных положительных изменений можно отметить бренд «Юнивит» (+58%) и «Бак-Сет» (141%), отрицательных – «Сеалекс Форте» (-46,6%).

Из брендов, расположенных ниже ТОП-20, стоит отметить «Супрадин» (одноименная с лекарственными средствами линейка витаминов для детей, которая в 2017 год была расширена) и «Бифистим Форте» (отечественная БАД производителя «В-Мин», способствующая нормализации микрофлоры кишечника).

### **ТОП-20 фирм-производителей БАД, лидирующих по объему продаж на рынке России**

В отличие от рынка лекарственных препаратов, на котором доминирует продукция иностранных производителей, на рынке БАД ситуация обратная – БАД отечественного производства занимают 58% стоимостного и 81% натурального объемов продаж. Стоит отметить, что в 2017 году в сравнении с 2016 годом объемы продаж БАД отечественных производителей выросли меньше, чем продажи БАД импортных производителей: 1,6% против 9,9%. В натуральном выражении ситуация схожа: 0,2% и 9,1% соответственно. В

результате доля отечественных производителей снизилась.

Средняя стоимость упаковки отечественного препарата за 2017 год составила 107 руб. (+1,4% к 2016 году), что приблизительно в 3,1 раза ниже стоимости упаковки импортного лекарственного средства. В этот же период стоимость импортной упаковки в среднем составила 336 руб. – средневзвешенная цена сократилась на -0,1%.

Среди иностранных производителей лидируют БАД производства Германии (28,1%), США (19,8 %) и Польши (12,1%). Список немецких производителей возглавляет Queisser Pharma (серия БАД «Доппельгерц») и Merk Selbstmedikation (бренд «Фемибион»). Среди американских БАД наиболее популярна продукция компании Solgar Vitamin and Herb (серия БАД Solgar). Среди польских производителей лидирует компания Genexo (БАД «Максилак») и Polpharma («Нормобакт»).

Концентрация на аптечном рынке производителей довольно высокая – ТОП-20 занимают 63% рынка. В рейтинге производителей также присутствуют заметные изменения. Только производители первого и второго места сохранили за собой позиции 2016 года.

Лидером рынка на протяжении уже многих лет остается компания «Эвалар» (при этом рост объемов реализации невысокий на 1,5%). Такая динамика обусловлена потерей популярности линейки «Турбослим». По данным за 2017 год, лидером продаж данного производителя является БАД «Фитолак». Высокий вклад в увеличение объемов производителя внесли такие бренды, как «Глицин Форте» и «Овесол». Также отметим высокую динамику бренда «Атероклефит» (+61%), новой детской линейки «Бэби Формула» (+94%), которая вы-

пускается в виде жевательного мармелада. В настоящий момент в портфеле «Эвалар» находится порядка 360 раз-

личных наименований БАД, объединенных в 150 линеек с одним торговым наименованием. Ежегодно на рынке

Рейтинг 2017 г.	Изменение	Группа	Стоимостной объем, млн. руб. 2017 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	V БАД, действующие на организм в целом	15 453,3	10,7%	30,2%
2	0	A БАД, действующие на пищеварительную систему	10 997,1	12,1%	21,5%
3	0	G БАД, влияющие на репродуктивную систему	6 222,0	-15,2%	12,2%
4	0	N БАД, влияющие на функции центральной нервной системы	4 612,3	10,8%	9,0%
5	1	C БАД для поддержания функций сердечно-сосудистой системы	2 558,1	13,8%	5,0%
6	-1	W БАД для похудения и очищения организма	2 314,5	-9,2%	4,5%
7	0	S БАД, действующие на органы чувств	1 494,3	-1,5%	2,9%
8	0	M БАД, применяемые при заболеваниях костной системы	1 474,0	-2,4%	2,9%
9	0	B БАД, действующие на кроветворную систему	1 454,5	-3,2%	2,8%
10	0	D БАД, применяемые для устранения различных проблем с кожей и волосами	1 421,9	0,8%	2,8%
11	0	R БАД, применяемые при заболеваниях дыхательной системы	1 091,0	0,8%	2,1%
12	0	U БАД, действующие на мочевыделительную систему	619,9	17,2%	1,2%
13	1	T БАД, применяемые при отравлениях и интоксикациях	506,6	32,7%	1,0%
14	-1	H БАД, влияющие на функцию желез внутренней секреции	464,6	1,1%	0,9%
15	0	I БАД, поддерживающие функцию иммунной системы	321,5	0,7%	0,6%
16	0	O БАД, применяемые для лечения и профилактики онкологических заболеваний (кроме опухолевых заболеваний репродуктивной системы)	91,9	5,8%	0,2%
17	0	J БАД, применяемые при вирусных, бактериальных и грибковых заболеваниях	84,8	7,2%	0,2%

Таблица 18

Рейтинг продаж по разделам классификатора БАД

Объемы продаж приведены в розничных ценах аптек с НДС

появляются новые продукты компании, так, в 2017 году на прилавках аптек появилось порядка 30 новых БАД с учетом дозировки, назначения и формы выпуска. Наиболее успешная новинка «ОМЕГА 3-6-9 КАПСУЛЫ №45» - сбалансированный комплекс трех жирных кислот - продажи составили около 3,5 млн. руб.

Для реализации своей продукции производитель использует и другие каналы сбыта (не аптеки): открывает «Фитомар-

кеты», развивает собственную аптечную сеть (по итогам 2017 года 153 аптеки), расширяет продажи через интернет-канал (по данным самого производителя прирост – около 50% - продаж через Интернет-канал). Компания также существенно интенсифицировала работу с аптечными сетями, где новым направлением в 2017 году стал выпуск СТМ для ряда крупных сетей, а также развитие совместных рекламных проектов. Помимо этого, «Эвалар» к июлю-августу 2018

Таблица 19

ТОП-20 продаж брендов БАД в России за 2017 год

Рейтинг 2017г.	Изменение	Бренд	Стоимостной объем, млн. руб. 2017 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	SOLGAR	1 961,0	15,5%	3,8%
2	0	ДОППЕЛЬГЕРЦ	1 754,6	21,3%	3,4%
3	1	ФИТОЛАКС	1 432,9	7,3%	2,8%
4	3	ФЕМИБИОН	1 351,7	15,5%	2,6%
5	-2	ВИТАМИШКИ	1 295,5	-7,6%	2,5%
6	2	МАКСИЛАК	1 243,8	13,2%	2,4%
7	-2	ГЕМАТОГЕН	1 211,8	-2,7%	2,4%
8	-2	ТУРБОСЛИМ	1 024,6	-14,4%	2,0%
9	2	НОРМОБАКТ	986,2	25,1%	1,9%
10	0	ПУСТЫРНИК	835,2	4,5%	1,6%
11	2	АЛФАВИТ	788,7	1,7%	1,5%
12	4	ЮНИВИТ	786,9	58,2%	1,5%
13	1	ГЛИЦИН ФОРТЕ "ЭВАЛАР"	739,5	16,6%	1,4%
14	6	КОМПЛИВИТ	621,6	48,7%	1,2%
15	2	ОВЕСОЛ	588,0	25,4%	1,1%
16	-7	СЕАЛЕКС ФОРТЕ	524,3	-46,6%	1,0%
17	29	БАК-СЕТ	523,9	140,8%	1,0%
18	-3	ЛИНЕКС ДЛЯ ДЕТЕЙ	505,0	0,1%	1,0%
19	-1	НАТУРИНО	463,0	1,7%	0,9%
20	-1	АСКОРБИНОВАЯ КИСЛОТА	458,6	7,5%	0,9%

года рассчитывает запустить новый участок второго корпуса производственного комплекса в Бийске, там будут производиться лекарственные препараты из синтетических субстанций.

Второе место занимает компания PharmaMed, основные бренды которой – «Витамишки», «Бак-сет» и «Фитомуцил». На рынке детских витаминов, ярким представителем которых являлся жевательный мармелад «Витамишки», в настоящий момент высокая конкуренция. Поэтому данная БАД упала в объеме реализации на 8%, уступая рынок позициям других производителей. А вот продажи «Бак-сет» выросли за год в 2,5 раза.

Из-за существенного сокращения объемов реализации «Риа Панда» (-41%) на третью позицию поднялась компания «Отисифарм», продвигающая на рынок витамины «Юнивит» и «Комливит». В портфеле БАД они занимают 67% и демонстрируют прирост в 1,5 раза к объемам 2016 года.

«РИА Панда» – фармацевтический холдинг, специализирующийся на производстве и реализации биологически активных добавок. В мае 2016 года Роспотребнадзор запретил самые популярные БАДы компании – «Сеалекс Форте» и «Аликапс» – и начал изымать их из оборота. Кроме того, в 2017 г. в

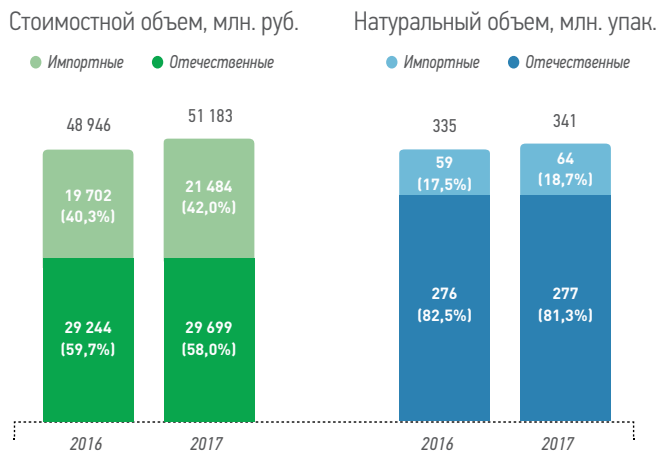


Рисунок 30

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного

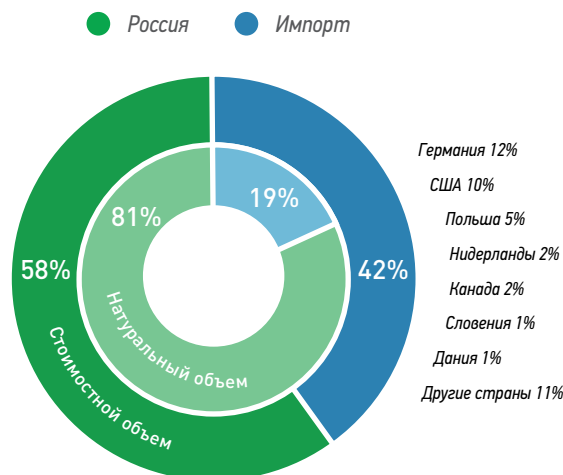


Рисунок 31

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства по странам

Арбитражный суд поступило заявление от ФНС о признании холдинга банкротом.

Высокие темпы роста демонстрирует производитель «В-Мин» (+69%), наиболее известным брендом компании является «Модельформ», также в три раза выросли продажи «Бифистим Форте».

На втором месте по темпам прироста производитель «Аквион» (+52%). Портфель компании довольно широкий - около 40 брендов. Положительная

динамика обеспечена препаратами «Калий Магний», «Суперум».

«Новичком» рейтинга является производитель Takeda. В БАДах данная компания представлена двумя брендами «Риофлора» и «Келтикан Комплекс». Последний препарат вырос в 4 раза, что и позволило Takeda войти в рейтинг на 18 строчку.

Таблица 20

ТОП-20 фирм-производителей БАД в России за 2017 год

Рейтинг 2017 г.	Изменение	Компания	Стоимостной объем, млн. руб. 2017 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	ЭВАЛАР	8 537,0	1,5%	16,7%
2	0	PHARMAMED	2 972,4	2,5%	5,8%
3	3	ОТИСИФАРМ	2 113,8	35,2%	4,1%
4	1	SOLGAR VITAMIN AND HERB	1 973,3	15,4%	3,9%
5	2	QUEISSER PHARMA	1 754,6	21,3%	3,4%
6	-2	VALEANT	1 680,3	-2,0%	3,3%
7	-4	РИА ПАНДА	1 523,6	-40,5%	3,0%
8	4	АКВИОН	1 390,6	51,6%	2,7%
9	0	MERK SELBSTMEDIKATION	1 351,7	15,5%	2,6%
10	1	GENEXO	1 243,8	13,2%	2,4%
11	-3	RECORDATI	1 221,2	-2,9%	2,4%
12	1	POLPHARMA	1 071,0	22,5%	2,1%
13	-3	ФАРМ-ПРО ПК	1 011,0	-10,9%	2,0%
14	1	STADA	841,1	27,6%	1,6%
15	5	В-МИН	799,1	69,3%	1,6%
16	-2	ДИОД	754,5	0,9%	1,5%
17	-1	БИОКОР	590,5	-6,3%	1,2%
18	3	TAKEDA	568,2	30,4%	1,1%
19	0	NOVARTIS	507,5	-1,6%	1,0%
20	-2	ИЛЬМИКСГРУПП	480,9	-8,3%	0,9%

# Фармрегата - 2018

Хорватия  
22-28 сентября



[WWW.PHARMREGATA.RU](http://WWW.PHARMREGATA.RU)

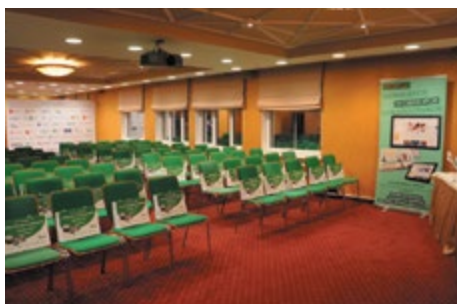
# ФОРУМ



ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ  
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА

# ИНДУСТРИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ+2018

СЕРИЯ ФОРУМОВ ФЕДЕРАЛЬНОГО МАСШТАБА



Приглашаем к сотрудничеству и участию!  
Подробная информация на сайтах и по телефону

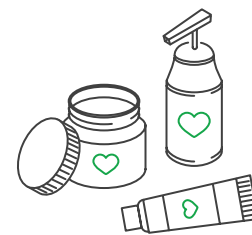
[www.inzdravforum.ru](http://www.inzdravforum.ru)  
[www.crimeahealth.ru](http://www.crimeahealth.ru)

| +7 495 780-72-64 |

[info@inzdravforum.ru](mailto:info@inzdravforum.ru)  
[forum@crimeahealth.ru](mailto:forum@crimeahealth.ru)



## 6. Косметика (аптечные продажи)



На протяжении последних нескольких лет косметика стала неотъемлемой частью аптечного ассортимента. Несмотря на то, что в аптечной сети может продаваться любая косметика, производители позиционируют свою продукцию, как уникальную, благодаря ряду таких отличительных особенностей: надежность, эффективность, лечебные свойства и др. И данная позиция оправдана, так как обязательным условием присутствия косметики на аптечной полке является наличие сертификата безопасности и прохождение процедуры регистрации.

Как и на рынке БАД, основой продвижения товара на рынке считается грамотная маркетинговая политика. Потребители становятся все более требовательными к составу и качеству продукции. При этом, аптека выступает гарантом качества, доверяя к рекомендациям.

Аптека в настоящее время является одним из популярных мест приобретения косметических средств. Сегодня в аптеке можно найти косметические средства, которые не только обладают лечебным эффектом, но и отвечают за уход и красоту. Косметика может быть для лица, волос, рук и т.д., делиться по возрастам. Сетям и одиночным точкам систематически необходимо изучать косметические бренды, появляющиеся на рынке, чтобы удовлетворять потребительский спрос и следить за новинками. В 2017 году в российских аптечных сетях было представлено 1 690 различных брендов косметики, более 15 тыс. полных наименований. Ассортимент аптек

пополнился новинками – порядка 113 брендов были предложены потребителю. Лидерами продаж оказались две новые марки: Dr.Stern (линейка кремов и гелей с различным лечебным спектром действия) и «Кря-Кря» (косметические средства для детского и младшего детского возраста). Данные бренды сумели войти в ТОП-250 по объему реализации в стоимостном выражении, поскольку их продажи в первый год превысили 74 млн. рублей.

Аптечная косметика остается одним из направлений, стойко переносящим нестабильные финансовые условия и кризисные явления последних лет. Объемы продаж ежегодно увеличиваются.

По итогам 2017 г. в аптеках России было продано 182,6 млн. упак. косметических средств. Это на 2,6% больше, чем за аналогичный период предыдущего года. В рублевом эквиваленте (в розничных ценах) российский рынок аптечной косметики за двенадцать месяцев 2017 года составил 44,5 млрд. руб., что на 6,3% выше, чем в 2016 году.

” Аптечная косметика остается одним из направлений, стойко переносящим нестабильные финансовые условия и кризисные явления последних лет. Объемы продаж ежегодно увеличиваются. “

Если анализировать месячную динамику продаж аптечной косметики, то можно увидеть стабильный рост в рублях относительно 2016 г. Наиболее удачными месяцами стали апрель, июль и декабрь: продажи в стоимостном выражении увеличились более чем на 10%. Причина такой динамики - сезонность косметики. Так, летом растет потребление солнцезащитных средств. В декабре рост происходит благодаря праздничным покупкам – люди дарят косметические средства.

Косметические средства отличаются – по цене, по назначению, форме выпуска. Компания DSM Group провела анализ позиций и предлагает классификацию косметических товаров. Косметика, которая продается в аптечных сетях, разделяется на 3 группы:

**Косметика mass market** – доступная по цене косметика, предназначенная для ухода за кожей, волосами и ногтями и реализуемая как в аптечных учреждениях, так и в других торговых точках (Garnier, Nivea и др.).

**Активная (лечебная) косметика** применяется для лечения и профилактики определенных заболеваний, содержит различные биологически активные вещества («Софья» (крема и бальзамы), крема «Боро Плюс» и др.).

**Селективная (премиум и люкс класс) косметика** характеризуется наличием узкоспециализированных линеек, четко разделенных между собой и предназначенных для определенных состояний кожи или волос, как правило, такой вид косметики реализуется преимущественно через аптечные учреждения (Vichy, Avene, Uriage и др.).

Основной прирост косметики в стоимостном выражении обеспечен увеличением продаж селективной косметики, которая в 2017 году растет сильнее всего (+7,9%). Это привело к увеличению удельного веса марок данной категории в рублях с 36,7% до 37,2%. В упаковках вес данной группы заметно ниже – около 11% (но прирост тоже наблюдается - +2% за 2 года). Такая динамика обеспечена в большей мере брендом Librederm, который появился несколько лет назад и конкурирует со «старожилами» аптечной селективной косметики Vichy и La Roche-Posay. Агрессивная рекламная политика компании «Зелдис» помогает продавать собственный бренд, и привлекает потребителя в аптеку, что развивает сегмент аптечной косметики.

А вот в натуральном выражении прирост продаж связан в большей степени с увеличением категории активной («лечебной») косметики. Данная группа

Динамика аптечной косметики

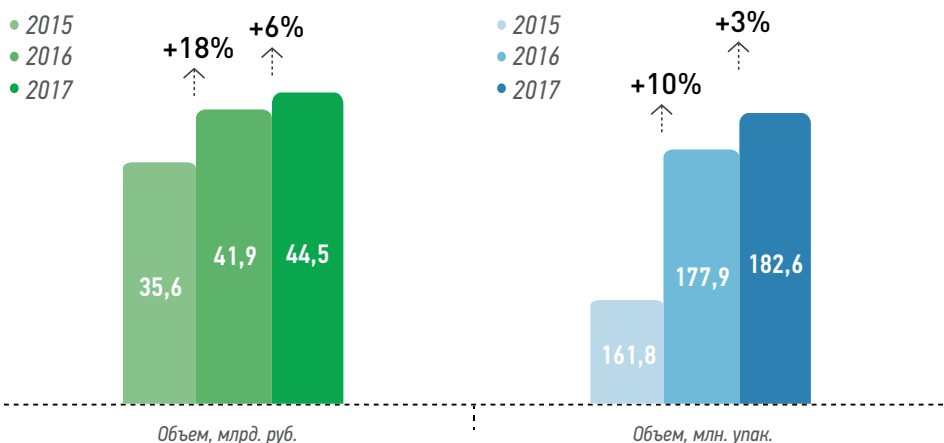


Рисунок 32

Объемы продаж косметики в России

занимаем более 56% всех косметических средств, реализуемых в аптеке.

Косметика mass-market отстает по темпам развития от других групп. Здесь главной причиной является то, что аптека для данного подсегмента не является основным каналом продвижения. При этом аптеки постоянно оптимизируют ассортимент, и позиции, относящиеся к mass-market, в первую очередь попадают под выведение. Так, в 2017 году через аптечную сеть можно было купить 850 различных брендов косметики mass-market, что на 3,5% ниже, чем в 2016 году.

Средняя стоимость упаковки косметического средства в розничных ценах аптек в 2017 году была равна 244 руб./упак. Относительно 2016 года она выросла на 3,5%. При рассмотрении рынка по сегментам можно увидеть, что селективные средства выросли в цене на 3,6%, стоимость одной упаковки лечебной косметики стала дороже на 2,7%, а вот цены на средства из масс-маркет сегмента увеличились менее всего: на 2,5%.

Аптека предлагает потребителю обширный выбор косметических средств, разнообразием отличаются как марки косметики, так и формы выпуска и назначения такой продукции. Наиболее популярной косметикой у потребителя являются универсальные косметические

средства – на их долю приходится 36,2% в натуральном выражении.

А вот больше всего денег покупатель оставляет в аптеке, приобретая средства для лица – 26%. Это не удивительно, так как в структуре представленных для лица средств лидируют марки селективной косметики, средняя цена на которые около 800 рублей. Причем, производители выпускают сразу целые линейки продукции, которые могут увлажнять и питать кожу, иметь лифтинг-эффект и т.д. Данная группа косметических средств показывает один из максимальных приростов в натуральном выражении (+5,4%), что привело к увеличению доли косметики для лица в общем объеме на 0,7%.

Снижение продаж продемонстрировал только один сегмент рынка – средства для волос и кожи головы (-2,1% в рублях и -4,7% в упаковках).

Наибольшую долю в структуре косметики по возрастному фактору занимает «универсальная» косметика, рассчитанная для всех возрастных категорий (77,9% стоимостного объема продаж и 80,2% натурального объема). На второй строчке расположилась косметика для детей от 0 до 14 лет: 8,3% стоимостного и 14,0% натурального объема. Третье место заняла косметика для людей

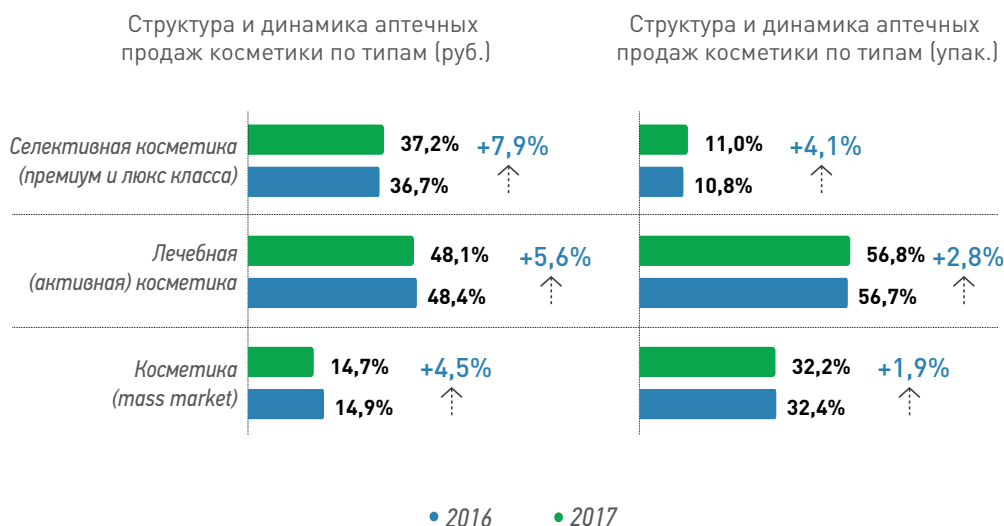


Рисунок 33

Соотношение аптечных продаж косметики в зависимости от типа косметического товара

среднего возраста (после 25 лет) с долей рынка 6,2% в стоимостном выражении. В этой категории наблюдается перевес в сторону премиальной и люксовой косметики – 80,9% объема данной категории приходится на селективную косметику. Самый большой перевес в сторону дорогой косметики наблюдается у сегмента для пожилого возраста (после 60 лет), в данной категории селективная косметика занимает 92,8% стоимостного объема продаж. В результате сегмент косметики для пожилого возраста демонстрирует максимальный прирост в деньгах (+20,0%). А вот категория потребителей молодого и юношеского возраста предпочитают другие каналы сбыта, поэтому продажи косметики в данном сегменте упали на 13,1%.

Косметика от российских производителей более востребована на рынке потребителем, чем зарубежная, отечественная косметика занимает более 71% натурального объема продаж. При рассмотрении стоимостного объема продаж можно отметить, что рынок практически поделен пополам, однако наблюдается перевес в сторону импортной косметики (около 54% продаж).

Внутри сегментов наблюдается различное соотношение отечественной и зарубежной косметики.

В 2017 году премиальная и люксовая косметика представлена импортными косметическими средствами, которые занимают 75% рынка в рублях и 52% в упаковках. Единственный отечественный бренд Librederm, который частично производится на территории нашей страны, продается в том же объеме, что и остальная отечественная селективная косметика (9,8 млн. упак.).

Сегмент лечебной косметики, наоборот, преимущественно представлен отечественными брендами, которые лидируют как по стоимостному (61%), так и по натуральному (76%) показателям.

В сегменте mass market доля отечественной косметики возросла относительно прошлого года в стоимостном выражении и составила 54%. Основными отечественными брендами являются «Детский крем» и «Мое солнышко», которые совокупно занимают около 20% рынка в рублях.

### Селективная косметика

За 2017 год в аптеках было реализовано 20,1 млн. упаковок селективных средств на сумму 16,6 млрд. рублей (в розничных ценах). В 2017 году темпы прироста продаж премиальной косметики были значительно ниже, чем в 2016 году –

Средняя цена за упаковку косметического средства

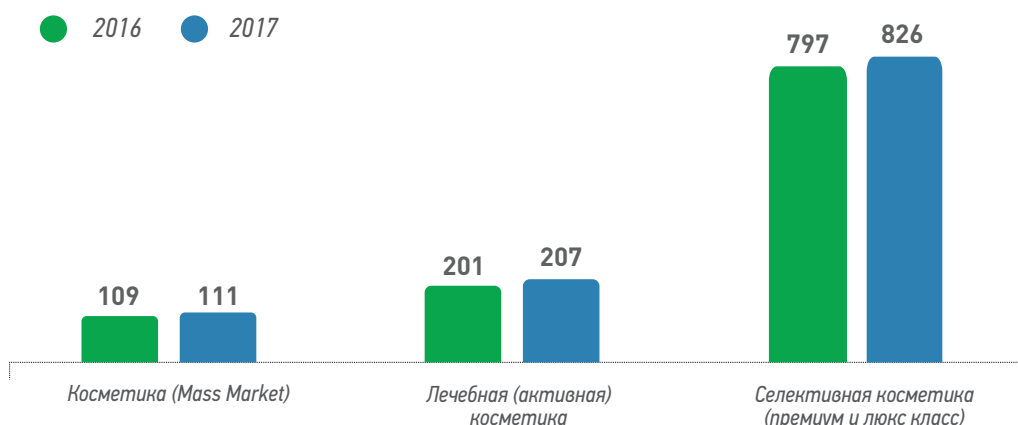


Рисунок 34

Средневзвешенная цена косметических средств

Примечание: проанализированы розничные цены аптек с НДС

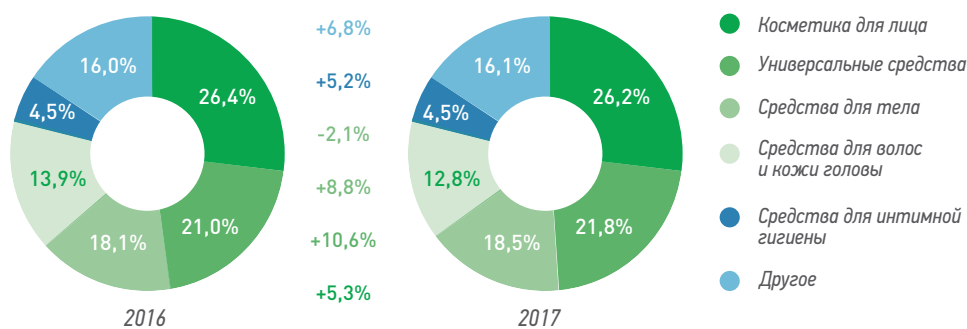
7,9% в рублях и 4,1% в упаковках против 34,6% и 32,2% в прошлом году. При этом динамика уровня спроса на входящие в данную категорию марки была довольно неоднородной.

Данный сегмент заметно изменился за последние несколько лет. Брендообразующей маркой на протяжении многих лет являлся бренд Vichy. По итогам 2017 года объем продаж продукции под этой маркой снизился на 16% в рублях и сместился на второе место, несмотря на постоянное пополнение ассортиментных линеек. Всего в аптеках представлено около 250 различных наименований бренда Vichy, средняя цена которых составляет 1 500 рублей.

Позицию лидера в сегменте селективной косметики завоевал бренд Librederm, который в 2017 году занял около 25% стоимостного объема сегмента. При этом продажи марки увеличились на 10% относительно 2016 года. Заметим, что в упаковках на линейку Librederm приходится 48% натурального объема. Таким образом, Librederm в настоящий момент можно назвать самой популярной маркой селективной косметики. В линейку входит около 150 различных наименований, но большую долю занимают средства для лица.

Бренд La Roche-Posay, занимающий третью строчку ТОП-10 марок селективной косметики, продемонстрировал

Структура аптечных продаж косметики по типам средств (руб.)



Структура аптечных продаж косметики по типам средств (упак.)

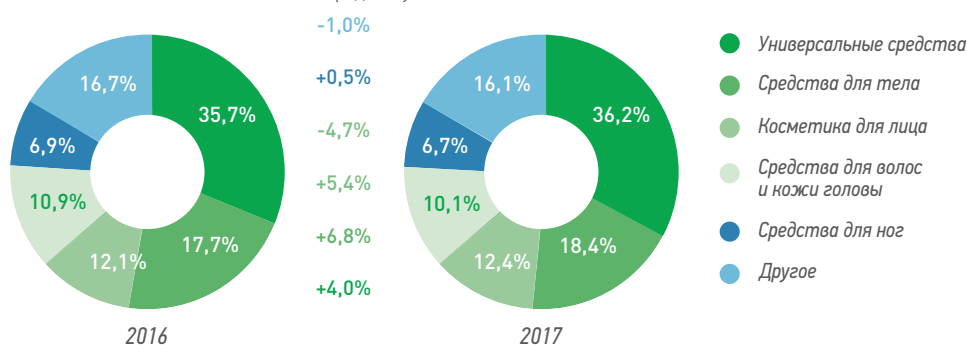


Рисунок 35

Структура косметики по месту применения

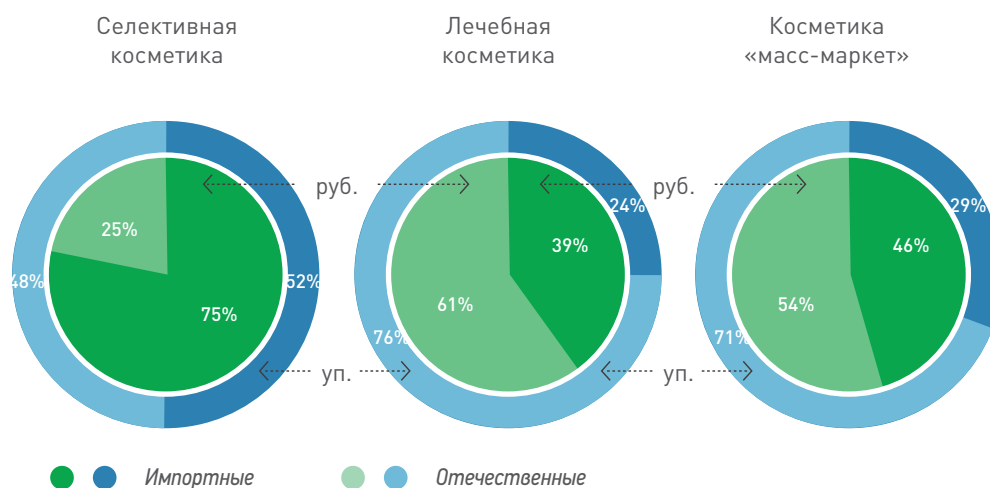
15%-ный прирост продаж в 2017 году. Это косметика на основе термальной воды La Roche-Posay разрабатывается специально для проблемной кожи, поэтому основную долю в продажах бренда занимают линейка Effaclar (специальная серия от прыщей, угрей и акне) и средства Lipikar (для лица против раздражений и зуда).

Почти все ведущие бренды селективной косметики отметились в 2017 году ростом продаж в рублях, исключением стали вышеназванный бренд Vichy и

Lierac. Разнонаправленная динамика пока не сказалась на составе лидеров рынка. Высокие темпы роста демонстрирует бренд Mustela (косметика для кожи малышей и будущих мам) – +50%. На втором месте по приростам марка Bioderma. Объем продаж данной косметики вырос на 31% за счет увеличения линейки Sensibio, предназначенной для пациентов с чувствительной кожей с такими заболеваниями, как себорейный дерматит и розацеа. Средняя цена одного средства начинается от 1 100 рублей.

**Рисунок 36**

Соотношение аптечных продаж косметики в зависимости от типа косметического товара, 2017 год


**Таблица 21**

ТОП-10 брендов селективной косметики

Номер в рейтинге	Изменение	Бренд	Доля, 2017 г.	Прирост 2017 г. / 2016 г.
1	1	Librederm	24,7%	9,8%
2	-1	Vichy	20,8%	-16,2%
3	-	La Roche-Posay	19,6%	14,6%
4	-	Avene	7,7%	25,0%
5	-	Bioderma	6,7%	31,0%
6	-	Uriage	4,7%	26,6%
7	2	Mustela	3,0%	50,0%
8	-	Filorga	2,5%	13,7%
9	-2	Lierac	2,2%	-12,2%
10	-	Klorane	1,6%	20,2%

### «Лечебная» косметика

Активная косметика не случайно имеет одно из альтернативных названий «лечебная». В отличие от селективных марок, которые больше направлены на решение эстетических задач, «лечебная» косметика позиционируется, в том числе, и как вспомогательное средство для помощи при некоторых заболеваниях. Поэтому основную долю в продажах данной группы ассортимента занимают позиции, используемые при растяжениях, ушибах, воспалительных заболеваниях суставов (14%), различных повреждениях и заболеваниях кожи (10%), выпадении волос и облысении (7%).

Концентрация в сегменте активной косметики заметно ниже, чем в сегменте селективных марок. Так, на ТОП-10 брендов приходится 35% продаж категории (против аналогичного показателя в селективной косметике в 94%). При этом в аптеках реализуется свыше 860 различных брендов «лечебной» косметики.

Первое место среди марок лечебной

косметики сохранил бренд «Лошадиная Сила». Продажи бренда значительно сократились за 2017 год: -17%. Основной объем продаж продукции под данной маркой приходится на средства для тела, а также для волос и кожи головы.

Бренд «Алерана», специализирующийся в основном на средствах для волос, занимает 2-ю строчку рейтинга. Удержать данную позицию позволил прирост, превышающий рост группы в целом (+21%). На третьем месте располагается бренд Lactacyd, который представлен в аптеках средствами для интимной гигиены, прирост марки составил +11%.

На 2 позиции вверх поднялись марки «Микостоп» и «Спасатель». Это позволило им войти в ТОП-10 брендов «лечебной» косметики. Из отрицательных изменений отметим снижение на 1 позицию вниз марки «Софья». Продажи данного средства сократились на 5% в стоимостном выражении. Также на 2 позиции вниз переместился бренд Dry Dry (динамика продаж также отрицательная -6%).

Таблица 22

ТОП-10 брендов активной (лечебной) косметики

Номер в рейтинге	Изменение	Бренд	Доля, 2017 г.	Прирост 2017 г. / 2016 г.
1	-	Лошадиная Сила	7,4%	-16,8%
2	-	Алерана	4,3%	20,5%
3	-	Lactacyd	3,7%	11,2%
4	-	Emolium	3,1%	-1,0%
5	2	911	3,1%	9,6%
6	-1	Софья	3,0%	-4,8%
7	2	Боро Плюс	2,9%	18,9%
8	-2	Dry Dry	2,9%	-6,3%
9	2	Микостоп	2,4%	18,7%
10	2	Спасатель	2,2%	13,4%

Кроме того, рейтинг покинули такие марки, как «Микозан», средство от грибка ногтей (-6 позиций вниз), и «Паранит», лечебный шампунь (-1 строчка).

### Масс-маркет косметика

Масс-маркет косметика на 40% в аптечных продажах состоит из универсальных средств и в большей мере предназначена для очищения.

Изменения в рейтинге масс-маркет косметике заметно меньше, чем в остальных двух группах. Лидеры сохранили свои позиции. Johnsons Baby с детской косметикой, несмотря на снижение продаж на 4%, существенно опережает в два раза по объемам реализации конкурентов и сохраняет первую строчку.

Бренды, занимающие верхние позиции рейтинга, в целом за год показали отрицательную динамику. Так, бренд

«Кора» продемонстрировал в отчетном периоде в рублях снижение на 8%. Третья строчка сохраняется за средствами для ногтей под маркой «Умная эмаль».

Максимальный прирост продаж (+14%) из ТОП-10 продемонстрировал бренд «Детский крем», основные производители «Аванта» и «Свобода».

Из отрицательных приростов отметим снижение продаж косметических средств Nivea на 15%. Аптека не является основным каналом продаж для данной марки, и это приводит к тому, что конкурентоспособность аптеки падает. Аналогичная ситуация складывается и у таких брендов, как Natura Siberica, «Neutrogena Норвежская Формула», доля их продаж снижается. Максимальное падение продаж у марки «Диадерм», которая в аптеках представлена несколькими позициями кремов для рук и ног (-18%).

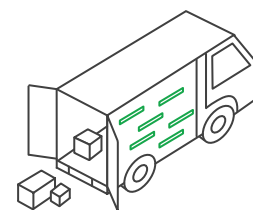
Таблица 23

ТОП-10 брендов масс-маркет косметики

Номер в рейтинге	Изменение	Бренд	Доля, 2017 г.	Прирост 2017 г./ 2016 г.
1	-	Johnsons Baby	12,4%	-3,9%
2	-	Кора	5,6%	-8,1%
3	-	Умная Эмаль	5,2%	-2,8%
4	-	Nivea	4,5%	-15,3%
5	-	Флоресан	4,2%	3,4%
6	-	Детский Крем	4,0%	13,7%
7	1	Мое Солнышко	3,6%	6,9%
8	-1	Neutrogena Норвежская Формула	3,3%	-6,8%
9	-	Natura Siberica	2,9%	-11,4%
10	-	Диадерм	2,4%	-18,3%



# 7 • Импорт лекарственных препаратов



В настоящий момент законодательные инициативы в плане ввоза лекарственных средств в Россию в большей мере сосредоточены в сфере решения задач по «импортозамещению» и борьбе с некачественными лекарственными препаратами.

В конце декабря 2017 года на рассмотрение был внесен Законопроект, предлагающий упростить законодательство для ввоза на территорию РФ активных веществ для создания лекарств. По действующим сегодня нормам, в госреестр лекарственных средств вносятся не данные о конечном препарате, а данные об активном веществе (субстанции), из которого это лекарство производится. Поэтому при ввозе лекарств на территорию России компании вынуждены проводить несколько экспертиз: вначале проверять качество вещества в составе лекарства, а затем проверять саму активную субстанцию. При этом такие требования не распространяются на иностранных производителей: им достаточно зарегистрировать в госреестре готовый препарат. В связи с этим, предлагается определить, что активная фармацевтическая субстанция считается включенной в госреестр лекарственных средств с момента включения в него лекарств, в состав которых она входит.

Еще одной инициативой стал новый список документов на импорт лекарств. Росздравнадзор предлагает ужесточить проверку импортных лекарств при их ввозе на территорию страны. Новые правила оборота фармакологической продукции иностранного производства будут зафиксированы в федеральном законе «О внесении изменений в некоторые за-

конодательные акты Российской Федерации по вопросу ввоза в гражданский оборот лекарственных препаратов для медицинского применения». В частности, импортёрам необходимо будет предоставить сертификат производителя на каждый вид импортного лекарства. Помимо этого, нужно приложить и документы, подтверждающие соответствие импортных препаратов требованиям, установленным при их госрегистрации. Процедура импорта лекарств будет упрощена для препаратов, имеющих аналоги в России.

В последние годы остро стоит вопрос о ввозе лекарств, которые не зарегистрированы в России, но в которых остро нуждаются пациенты. В январе 2015 г. вступил в силу Федеральный закон от 31.12.2014 №532-ФЗ, значительно ограничивший возможности пациентов на лечение медицинскими препаратами, не прошедшими регистрацию в России. В соответствии с законом, ввоз и сбыт стали незаконным деянием, подлежащим уголовной или административной ответственности. Исключение составляли препараты, ввезенные в соответствии с официально оформленным разрешением. Закон «Об обращении лекарственных средств» подразумевал возможность ввозить незарегистрированные медикаменты лично для себя, однако для пациентов с тяжелыми формами заболеваний летать за рубеж для покупки лекарства – немыслимая трата сил и средств. С одними из предложений, решающим данную проблему, выступили сами производители: ввозить для пациентов незарегистрированные препараты на безвозмездной основе.

Помимо этого, решением может стать «принудительное лицензирование». Федеральная антимонопольная служба (ФАС) внесла на рассмотрение правительства законопроект, разрешающий выпускать аналоги импортных лекарственных препаратов без согласования с патентообладателем при крупных угрозах здоровью граждан. Данная поправка позволит избегать ситуаций с необоснованно высокими ценами от компаний с доминирующим положением, а также случаев отказа от производства или поставки в РФ необходимых лекарств при крупных угрозах жизни и здоровью граждан.

Также необходимо сказать несколько слов о функционировании Евразийского экономического союза (Армения, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан и Россия). Предполагается, что с его полным запуском вырастет ассортимент лекарственных средств и выбор у потребителя, так как в странах-участниках у дорогих препаратов есть дешевые аналоги. Качественные лекарства из Армении, Беларуси, Казахстана и Кыргызстана могут

выдавить с российского рынка часть импортных препаратов. При этом высокая конкуренция между производителями остановит рост цен.

Единый рынок лекарств начал действовать с мая 2017 года на территории ЕАЭС. Теперь медикаменты можно зарегистрировать сразу во всех странах ЕАЭС.

Предусмотрен переходный период, обеспечивающий плавный переход от национального к единому регулированию. В частности, до 31 декабря 2020 года заявитель имеет право выбирать, по каким правилам (национальным или единым) он будет осуществлять регистрацию лекарств. Все препараты, которые были зарегистрированы по национальным правилам до 31 декабря 2020 года, должны будут пройти перерегистрацию по правилам единого рынка до 31 декабря 2025 года. При подаче досье на регистрацию лекарства до 31 декабря 2018 года производитель вправе предоставлять вместо сертификата GMP ЕАЭС национальные документы, выданные государствами - членами Союза и под-

Рисунок 37

Объем импорта ЛП

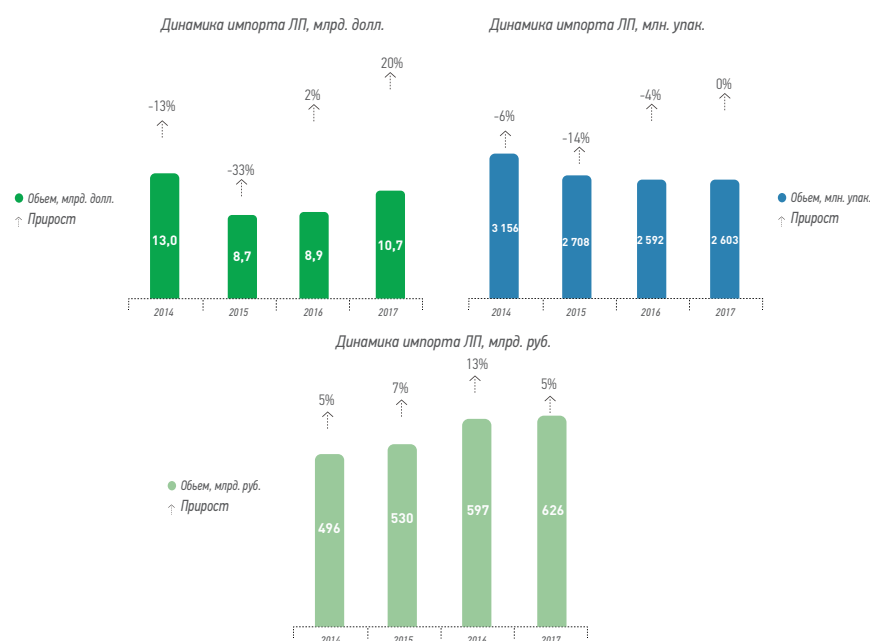


Таблица 24

Доля различных групп импортеров ЛП в Россию в объеме импорта ЛП

Импортёры	Доля к объёму импорта, %				Прирост, долл. 2017 / 2016
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017/2016
Дистрибуторские компании	18,7%	15,7%	13,9%	10,1%	-14,7%
Представительства иностранных компаний	72,9%	72,7%	74,1%	77,5%	22,9%
Компании, специализирующиеся на прямом импорте	4,3%	5,4%	5,1%	6,0%	36,9%
Отечественные производители ЛП	4,1%	6,1%	6,9%	6,5%	9,6%

тверждающие соответствие его производства требованиям национальных правил GMP.

В первом квартале 2018 года должна заработать информационная система единого рынка, позволяющая фармкомпаниям подавать досье на регистрацию лекарств по правилам ЕАЭС. Единая информационная система учета лекарственных средств является центральной системой единого фармрынка, содержащей ключевые процессы общего рынка и базовые реестры ЕАЭС. Среди них - реестры зарегистрированных лекарственных средств, фармацевтических инспекторов и уполномоченных лиц производителей лекарств. Выпуск в обращение и реализация лекарственного препарата на рынке Союза станут возможны только при условии, если этот препарат включен в единый реестр ЕАЭС.

### Импорт ЛП

Инновации и изменения в работе фармрынка России, которые обсуждаются и будут введены в ближайшие годы, мо-

гут привести в краткосрочной перспективе к существенному росту объемов ввозимых лекарственных средств, а в более длительном периоде наоборот — к сокращению.

Динамика импорта последние несколько лет демонстрирует отрицательные тренды в натуральном выражении. Так, в 2016 году было завезено 2,6 млрд. упаковок лекарственных препаратов. Это на 18% ниже, чем аналогичный показатель 2014 года. Основное снижение пришлось на 2015 год: из-за валютных колебаний импортеры боялись ввозить большие партии лекарств и пользовались сформированными запасами. В 2017 году объем

” Единый рынок лекарств начал действовать с мая 2017 года на территории ЕАЭС. Теперь медикаменты можно зарегистрировать сразу во всех странах ЕАЭС.

“

**Таблица 25**

ТОП-10  
представительств  
иностранных  
производителей  
по объему импорта

Представительство иностранных производителей		Доля в объеме импорта группы, %		Прирост к 2016 г., долл.
		2016 г.	2017 г.	
1	Новартис	8,5%	8,8%	27,5%
2	Санофи	7,2%	6,6%	13,2%
3	Байер	5,3%	5,3%	22,5%
4	Пфайзер	5,4%	5,2%	18,2%
5	Тева	5,0%	5,1%	25,4%
6	Джонсон & Джонсон	4,3%	5,0%	42,0%
7	Берлин-Хеми	4,3%	4,6%	29,8%
8	Эбботт	4,0%	4,4%	36,6%
9	Такеда	4,1%	3,9%	18,1%
10	Глаксосмиткляйн	2,8%	3,7%	62,8%
Итого:		50,8%	52,6%	

импорта в натуральном выражении остался на уровне 2016 года. В долларах объем ввезенных лекарственных препаратов в 2017 году составил 10,7 млрд. долл. и вырос на 20% относительно показателя 2016 года. Причем, отметим, что прирост произошел за счет увеличения объемов импорта более дорогих препаратов, а не за счет увеличения цен. Стоимостные объемы завезенных лекарств в пересчете на рубли показывают положительную динамику от года к году - в 2017 году прирост 5%. Это связано с более низким курсом доллара в среднем за 2017 год, чем в 2016 году.

В таблице №24 представлены доли различных групп импортёров ЛП в Россию.

Как видно из таблицы №24, в 2017 г. около 88% объёма импорта лекарств приходится

на две группы импортёров – дистрибуторские компании и представительства иностранных производителей. В структуре импорта продолжается рост доли сегмента «Представительства иностранных производителей». Доля импорта дистрибуторскими компаниями продолжает сокращаться также, как и объёмы ввоза данной группой импортёров.

Максимальная доля импорта приходится на представительства иностранных производителей – 77,5%.

Сегмент «Компании, специализирующиеся на прямом импорте» в 2017 году показал высокую динамику, и доля составила 6,0% (в структуре импорта). Прирост обусловлен увеличением объемов лидера группы на 51%. Основным игроком в данном сегменте является компания

Таблица 26

ТОП-10  
дистрибуторов по  
объёму импорта ЛП

Дистрибутор	Доля в объеме импорта группы, %		Прирост к 2016 г., долл.
	2016 г.	2017 г.	
1 Протек	24,1%	25,0%	-11,3%
2 Пульс	12,6%	16,2%	9,6%
3 Катрен	16,8%	15,6%	-20,7%
4 Р-Фарм	22,5%	13,4%	-49,0%
5 Биотэк	0,0%	4,0%	
6 Евросервис	4,4%	3,2%	-38,3%
7 СИА	2,2%	3,2%	23,3%
8 Фармкомплект	1,8%	3,1%	44,6%
9 Доминанта-Сервис	1,5%	2,3%	28,8%
10 Гранд Капитал	1,3%	2,2%	46,7%
Итого:	87,2%	88,3%	

«Фармацевтический импорт, экспорт» - её доля составляет 63%. Далее идет компания «Орфе» с долей 10%.

Главным импортёром среди отечественных производителей лекарств является «Нижфарм» - его доля по итогам 2017 года составила 18%. Лидер прошлых лет «Фармстандарт-Лексредства» показал отрицательную динамику, сократив ввоз на 35%, и занял вторую строчку с долей 15%. Третье место у «Уфимский витаминный завод», который занял долю 11%.

В таблице №25 представлены ТОП-10 представительств иностранных производителей по объёму импорта в 2017 году.

Группа «Представительства иностранных компаний» выросла в долларовом выражении в 2017 году на 23%. Концентрация

в группе импортеров «Представительства иностранных компаний» немного увеличилась по сравнению с 2016 годом. Заметим, что все компании из ТОП-10 демонстрируют положительную динамику.

Лидером группы импортеров «Представительства иностранных компаний», как и в прошлые годы, остается «Новартис» с долей 8,8%. На втором месте традиционно уже представительство компании «Санофи». В 2017 году объем ввозимых лекарств данного производителя вырос на 13%, ниже чем у группы в целом. За счет этого произошло снижение доли на 0,6%. Третье место в отчетном году заняло представительство компании «Байер», его рост составил 23%.

Из компаний, показавших высокий рост, стоит отметить представительства

**Таблица 27**

ТОП-20 фирм-производителей по объёму импорта ЛП в Россию по всем группам импортеров

Рейтинг		Фирма-производитель	Доля стоимостного объема импорта, %		Прирост к 2016 г., долл.
2016 г.	2017 г.		2016 г.	2017 г.	
1	1	Novartis	5,7%	5,7%	17,9%
2	2	Sanofi	4,8%	4,5%	12,2%
4	3	Bayer	3,6%	3,8%	23,4%
11	4	Glaxosmithkline	3,0%	3,5%	37,9%
5	5	Johnson & Johnson	3,6%	3,4%	14,1%
3	6	Celgene	4,0%	3,4%	0,3%
7	7	Takeda	3,6%	3,3%	12,3%
8	8	Abbott	3,4%	3,3%	16,6%
10	9	Berlin-Chemie	3,3%	3,3%	21,1%
6	10	Merck	3,6%	2,9%	-4,1%
9	11	Pfizer	3,3%	2,7%	-3,6%
12	12	Teva	3,0%	2,6%	4,1%
13	13	Gedeon Richter	2,8%	2,6%	9,4%
15	14	Astrazeneca	2,5%	2,5%	16,6%
14	15	Boehringer Ingelheim	2,7%	2,2%	-2,4%
17	16	Astellas Pharma	2,3%	2,1%	11,5%
18	17	Krka	1,9%	1,9%	20,3%
19	18	Abbvie	1,6%	1,7%	24,3%
20	19	Dr.Reddy's Laboratories	1,6%	1,7%	27,2%
16	20	F.Hoffmann-La Roche	2,4%	1,6%	-20,9%
Итого:			62,7%	58,6%	

«Глаксомигкляйн» (+63%) и «Джонсон & Джонсон» (+42%). Падение на 6% продемонстрировала компания «Берингер», что отбросило ее на 3 позиции вниз с 8 места в 2016 году, по итогам 2017 года представительство не попало в ведущую десятку.

Из компаний, не вошедших в ТОП-10, отметим представительства производителей «Сервье» и «Мерц», оборот ввозимых ЛП которых вырос существенно (в 4 и 8 раз соответственно). Таким образом, компании более активно стали завозить лекарства через свои представительства.

В таблице №26 представлен ТОП-10 дистрибуторов по объёму импорта ЛП в Россию.

Доля десяти крупнейших дистрибуторов-импортёров от всего объёма импорта группы «Дистрибуторские компании» в 2017 году составила 88%.

Как видно из таблицы №26, крупнейшим дистрибутором по объёму импорта

в группе «Дистрибуторские компании» в 2017 году является компания «Протек» с долей 25%. Далее можно выделить три компании — «Пульс», «Катрен» и «Р-Фарм», которые примерно находятся на одно уровне 13-16%. Из перечисленных компаний только «Пульс» показывает прирост объёма ввозимых лекарств, причем, такая динамика сохраняется на протяжении последних лет и соответствует развитию компании на фармрынке в целом.

В составе и положении остальных дистрибуторов произошли существенные изменения. Из рейтинга 2016 года в ТОП-10 не попала компания «Роста» (объём ввоза сократился в 10 раз). «Биотэк» вернулся в рейтинг и в компании-импортеры, в 2016 году поставок не было отмечено. По итогам 2017 года дистрибутор занял 5 место. Высокую динамику демонстрируют компании «Фармкомплект» и «Гранд-Капитал».

В 2016 году самостоятельно начал осуществлять поставки лекарств в Россию



Рисунок 38

Объем импорта субстанций

дистрибутор «Годовалов», головной офис которого расположен в Перми. Объем ввоза лекарств в 2017 году вырос в 3 раза и составил 9,6 млн. долл. Также в 2017 году из региональных дистрибуторов в импорте лекарств была отмечена воронежская компания «Норман»: за первый год работы по данному направлению было ввезено лекарственных средств на сумму 8,2 млн. долл.

В таблице №27 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 2017 г. составила 59%. Крупнейшими производителями по объёму импорта ЛП в Россию являются Novartis, Sanofi. На третью строчку с четвертого места

**Таблица 28**

ТОП-10 стран происхождения субстанций

Рейтинг	Страна	Доля, долл. 2017	Прирост, 2017/2016
1	Китай	22,1%	5,2%
2	Франция	19,3%	21,7%
3	Индия	10,6%	5,7%
4	Словения	9,8%	57,5%
5	Италия	8,1%	22,3%
6	Германия	8,0%	23,1%
7	Швейцария	5,8%	148,2%
8	Нидерланды	2,7%	2015,3%
9	Ирландия	2,7%	7670,9%
10	Венгрия	2,4%	108,0%
		<b>91,5%</b>	

Рейтинг	Страна	Доля, кг, 2017	Прирост, 2017/2016
1	Китай	56,7%	-5,1%
2	Индия	11,7%	46,8%
3	Франция	8,6%	16,0%
4	Австрия	5,1%	65,6%
5	Германия	3,9%	-41,6%
6	Словения	3,9%	-29,3%
7	Польша	2,9%	128,1%
8	США	2,3%	-1,3%
9	Италия	0,9%	-15,4%
10	Нидерланды	0,7%	81,5%
		<b>96,7%</b>	



поднялась компания Bayer. 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»), и Servier, завод которой был запущен в 2007 году на территории Новой Москвы.

### Импорт субстанций

Главным в вопросе лекарственной безопасности остается проблема малого производства субстанций на территории России. В большей мере производимые на территории страны лекарства делаются из импортной субстанции.

В настоящий момент объем импорта субстанций составляет около 14,7 млн.

Рейтинг	Страна	Доля, долл. 2017	Прирост, 2017/2016
1	Периндоприл	10,0%	23,6%
2	Инсулин	6,1%	63,3%
3	Ралтегравир	6,0%	1221,8%
4	Лозартан	5,0%	-5,4%
5	Арбидол	4,5%	37,5%
6	Гесперидин+Диосмин	4,2%	-
7	Индапамид	3,8%	38,6%
8	Клопидогрель	3,6%	85,4%
9	Тамсулозин	2,8%	12104,5%
10	Висмута Трикалия Дицитрат	2,7%	27,5%
		48,6%	

Рейтинг	Наименование	Доля, кг 2017	Прирост, 2017/2016
1	Парацетамол	14,4%	8,3%
2	Ацетилсалициловая Кислота	11,7%	-11,0%
3	Метформин	9,1%	67,5%
4	Кармолис	6,3%	65,7%
5	Плантекс	4,3%	-34,0%
6	Метамизол Натрия	4,2%	-27,8%
7	Глицин	3,9%	54,1%
8	Кальция Глюконат	3,7%	125,9%
9	Сорбитол	3,7%	-18,5%
10	Аскорбиновая Кислота	3,5%	-40,8%
		64,8%	

Таблица 29

ТОП-10 наименование субстанций, импортируемых в Россию

кг. В стоимостном выражении этот показатель около 965 млн. долл. или 56 млрд. руб. Если в 2016 году мы наблюдали увеличение ввоза субстанций в тоннаже, при этом в стоимостном выражении было даже падение, то в 2017 году – картина прямо противоположная. На фоне слабой положительной динамики в натуральном объеме, в стоимостном выражении объем завозимых субстанций показал беспрецедентный рост в 2017 году: практически на четверть относительно показателей прошлых лет. Такая динамика объясняется ввозом более дорогих активных фармацевтических субстанций. Например, субстанцию с действующим веществом «Паклитаксел» поставили в 5 раз больше в натуральном выражении, чем в 2016 году; ее средняя цена за килограмм составляет около 50 тыс. долл. Стала поставляться субстанция с МНН «Глатирамер Ацетат», цена на которую превышает 38 тыс. долл. Объем поставки составил 93 килограмма, основной получатель – «Р-Фарм».

В 2017 году осуществлялись поставки из 41 страны.

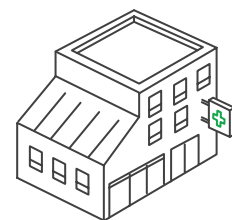
В стоимостном и натуральном выражении преобладают субстанции китайского производства (22% и 57% соответственно). Отметим, что динамика импорта субстанций из Китая замедлилась, а в

тоннаже имеет даже отрицательные значения. Совокупно из европейских стран завозится наибольший объем импорта – около 63% в денежном выражении. Франция занимает первую строчку среди европейских стран-импортеров и вторую в рейтинге в целом.

В 2017 году заметно вырос импорт субстанций из Нидерландов и Ирландии. В Россию было завезено в 4 раза больше МНН «Сульфациламид Натрий» голландского происхождения, используемого для производства препарата «Сульфацил», основными производителями которого являются отечественные заводы, например «Обновление», «МЭЗ», «Синтез АКО» и т.д. Из Ирландии в 2017 году осуществлялись поставки субстанции с МНН «Тамсулозин», которые осуществлял производитель Astellas для локализации своего препарата «Омник» на заводе «ЗиО-Здоровье».

В отчетном году завозилось свыше 700 различных наименований субстанций. Тройка лидеров субстанций в стоимостном выражении выглядит следующим образом: «Периндоприл» (10%), «Инсулин» (6%), «Ралтегравир» (6%). По тоннажу больше всего завозится «Парацетамол» (14%), «Ацетилсалициловая кислота» (12%), «Метформин» (9%).

## 8. Аптечные сети



Аптечный рынок последние годы стал выглядеть иначе. Процесс «консолидации и объединения» набирает всё большую скорость, что приводит к укрупнению игроков рынка и увеличивает их рыночную долю. Конечно, это одна из значимых тенденций 2017 года. Но кардинально может измениться и сама среда, в которой работают аптеки и аптечные сети. Речь идёт о законодательных инициативах, которые на протяжении всего года активно обсуждались: это легализация дистанционной торговли лекарственными средствами и разрешение их продажи в торговых сетях. Принятие любого из этих законов повлечёт за собой структурное изменение рынка. Во-первых, возрастёт количество точек продаж лекарственных препаратов, следовательно, увеличится конкуренция. Во-вторых, из-за снижения продаж в аптечных точках возможно закрытие аптек, что приведёт к уменьшению лекарственной доступности для потребителя, так как речь пока идёт только о безрецептурных препаратах.

Дискуссии о допуске безрецептурных лекарств в магазины идут с 2012 года. В 2017 году Минпромторг разработал проект федерального закона с инициативой наделить магазины правом свободной реализации лекарств, отпускаемых без рецепта. При этом свободная продажа безрецептурных препаратов будет возможна только после получения лицензии на осуществление фармацевтической деятельности. Торговые точки будут обязаны закупать лекарства

у тех же поставщиков, что и аптечные организации, чтобы предотвратить рост фальсификатов. Предполагается, что Росздравнадзор начнёт контролировать соблюдение требуемых условий хранения и реализации лекарств в магазинах. По мнению ФАС, появление лекарств в магазинах увеличило бы конкуренцию на рынке и снизило цены на препараты – это повысило бы доступность лекарственных препаратов.

Пока законодательная инициатива находится в стадии обсуждения, продуктовые ритейлеры находят другие пути взаимодействия с аптечным рынком. В течение 2017 года лидеры продуктовой розницы России объявили о своём участии в аптечных проектах.

Так, X5 Retail Group имеет богатый опыт сотрудничества с аптечными сетями в рамках открытия аптек в околорозничной зоне своих магазинов и в торговых за-

” Дискуссии о допуске безрецептурных лекарств в магазины идут с 2012 года. В 2017 году Минпромторг разработал проект федерального закона с инициативой наделить магазины правом свободной реализации лекарств, отпускаемых без рецепта.

“

лах универсамов в формате shop-in-shop. В 2016 году X5 Retail Group заключила соглашение с дистрибутором «СИА Интернейшнл», который развивает собственную аптечную сеть под брендами «А-Мега» и «Да здоров». За 2017 год было открыто 828 аптек в рамках сотрудничества с X5 Retail Group. В связи с этим, от X5 «ушли» другие аптечные сети.

Торговая сеть «Азбука вкуса» в 2017 году заключила партнерское соглашение также с дистрибутором «СИА», которое гарантирует аптечной сети «Мега Фарм» преимущественное право аренды площадей на территориях супермаркетов. «Мега Фарм» будет развивать аптеки под эксклюзивным брендом «Азбука Life» в течение 10 лет. В прошедшем году было открыто 26 точек в прикассовых зонах магазинов «Азбука Вкуса».

Розничная сеть «Магнит» ещё в 2016 году решила пойти по пути развития собственной аптечной сети. За второе полугодие 2017 года «Магнит» запустил аптеки в Краснодарском крае, Ростовской области и Республике Адыгея на базе магазинов «у дома» и гипермаркетов. Большинство объектов появилось на Кубани – 34 точки. На конец года насчитывалась 51 аптека. Правда стоит отметить, что развитие этого направления «Магнит» приостановил для оценки эффективности открытых аптек.

Ещё один крупный игрок розницы «Дикси» не собирается развивать собственную аптечную сеть. Ритейлер размещает в магазинах сети аптечные пункты. В рамках данной программы «Дикси» в 2015 году заключили бессрочное соглашение с «Аптечной сетью 36,6» о приоритетном праве размещения на арендуемых площадях.

Развитие онлайн-каналов взаимодействия с конечным потребителем – тренд

современного рынка. Поэтому не удивительно, что этот вопрос стал актуальным и для аптечного сегмента. Детали законопроекта ещё прорабатываются, остаётся много нерешённых вопросов – какие группы лекарственных средств разрешить к продаже, кто и как будет доставлять препараты конечному потребителю. Но активность, с которой обсуждался вопрос в 2017 году, делает высокой вероятность его принятия.

Аптечные сети готовятся к разрешению онлайн продажи лекарств. У многих уже на данный момент функционируют собственные сайты с системой бронирования лекарств в конкретной выбранной потребителем аптеке.

Одна из крупнейших российских интернет-компаний в сегменте электронной коммерции «Юлмарт» и группа компаний «Эркафарм» подписали соглашение о сотрудничестве в области онлайн-продаж. Предполагается создание специального раздела на основном сайте «Юлмарта», объединяющего более 10 тыс. наименований лекарственных препаратов. Покупатели смогут оформить заказ в привычном формате, а оплатить и получить покупку – в любой аптеке сети «Озерки», где оборудуют специальные окна выдачи.

В начале октября 2017 года начал работать сайт дискаунтера «Живика» [www.aptekazhivika.ru](http://www.aptekazhivika.ru) (аптечная сеть «Ригла», ГК «Протек»), через который пользователи могут забронировать товар и забрать заказ в ближайшей аптеке без очереди. Кроме того, сайт аптечной сети также адаптирован для работы на всех мобильных устройствах. В перспективе аптечная сеть будет ориентирована на персонализацию услуг всех своих форматов. В рамках этой концепции будет разработано и мобильное приложение.

В начале 2017 года «Аптечная сеть 36,6» запустила совместный проект с онлайн-магазином Ozon.ru по продаже лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения через интернет. Покупатели могут забронировать товар на сайтах аптечной группы или площадке Ozon.ru. Оплата и выдача заказа производится в любой из аптек, находящихся под управлением «Аптечной сети 36,6». Также в 2017 году интернет-ритейлер Ozon.ru начал осуществлять проект по развитию сети постаматов. Среди первых партнеров ритейлера – аптеки «36,6». В планах Ozon установка 1,5 тыс. постаматов по всей России до конца 2018 года, общий объем инвестиций в развитие такой сети составит до 1 млрд. руб. в ближайшие три года. Ozon Vox – собственный постамат, который от программного обеспечения до размеров ячеек кастомизирован под доставку заказов Ozon.ru. Заказ может храниться в устройстве до 3 дней, его вес не должен превышать 24 кг.

Аналогичные сервисы по заказу лекарственных препаратов предоставляют и крупные фармдистрибьюторы – «Катрен» (Apteka.ru) и «Протек» («Здравсити»). Количество ассоциированных с Apteka.ru аптечных учреждений по всей стране

превышает 15 000.оборот, купленных через сайт препаратов, в 2017 году составил 7 957 млн. руб., что на 43,5% выше, чем в 2016 году.

Аптечные игроки сами стимулируют потребителя делать заказ через интернет. Например, «АСНА» запустила в пилотном режиме в Москве, Московской области, Нижегородской области и Красноярском крае сервис «дискаунтер внутри аптеки» – «АСНА Экономия». Данный сервис позволяет получить значительную скидку на лекарственные препараты, а если препарата нет в наличии, то сделать на него предзаказ.

Также аптечные сети «встраиваются» в медицинские онлайн ресурсы. Компания «Новая медицина», оператор сервиса вызова врачей на дом Doc+, запустила сервис заказа лекарств онлайн. Заказанные лекарства потом можно забрать в аптеках сетей-партнеров («Доктор Столетов», «36,6» и в аптеках, подключённых к сервису «Здравсити» группы «Протек»).

Консолидация и рост аптечных сетей продолжают. Сделки 2017 года привели к тому, что суммарно ТОП-20 сетей выросли в 2017 году на 35% к аналогичному периоду 2016 года. Доля ТОП-20 соста-

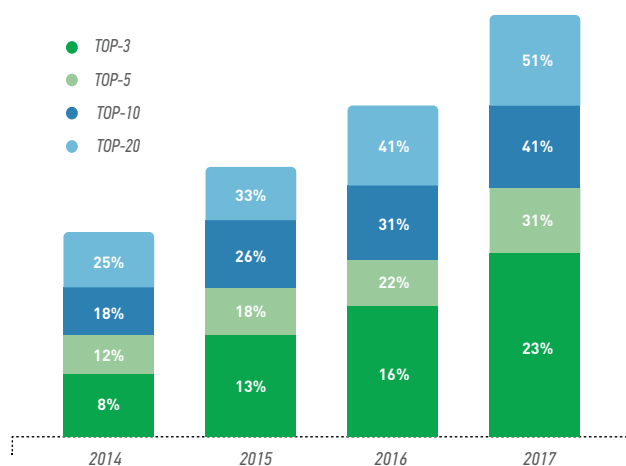


Рисунок 39

Концентрация ТОП-10 аптечных сетей

вила 51%, что на 10% выше показателя 2016 года. Из рисунка видно, что процессы объединений, слияний и поглощений в последние 3 года коснулись в большей мере ТОП-3, что привело к росту концентрации на 15% в этом сегменте. А в ТОП-20 с 2014 года доля сетей возросла в 2 раза.

На рисунке 40 представлены рост оборота и количества точек ТОП-20 аптечных сетей в 2014–2017 годах. Последние три года наблюдается существенный прирост по показателю количества точек, так как сети начали активно расти за счёт открытия новых точек и объединения. Прирост в количественном составе ТОП-20 сетей составляет 156% к уровню показателя 2014 года. В рейтинге 2017 года уже 7 сетей имеют в своем количественном составе более 1 000 точек, а по итогам 2018 года их количество может увеличиться до 15. А совокупно ТОП-20 игроков управляют более 40% всех аптечных точек России.

В таблице приведён рейтинг аптечных сетей в коммерческом секторе с количественными и стоимостными показателями развития в 2017 году.

Самой значимой сделкой на рынке в 2017 году является покупка группой «Эркафарм» (бренды «Доктор Столетов»

и «Озерки») аптечной сети «Радуга - Первая помощь - Ладушка». Сделка позволила «Эркафарму» выйти в новые регионы – Урал, Западную Сибирь и Дальний Восток, консолидированная доля рынка по итогам года составила 3,6%. Кроме того, за 2017 год компания открыла 53 собственные точки: Нижний Новгород и область (29 аптек), Санкт-Петербург и область (9 аптек), Новосибирск (7 аптек), Москва и область (5 аптек), Саратов (2 аптеки) и Орёл (1 аптека). В сентябре 2017 года «Эркафарм» приобрела пензенскую аптечную сеть «Аптечный дом», которая представлена 9 аптечными точками. Таким образом, количество аптек, находящихся под управлением «Эркафарм», достигло 1 240 точек во всех федеральных округах России. Для оптимизации логистической и закупочной деятельности компания приняла решение открыть собственный логистический центр в Санкт-Петербурге, где группа компаний «Эркафарм» занимает 40% рынка. Также аптечная сеть активно развивает товары под собственной торговой марки и начала работать по прямым договорам с производителями лекарственных средств.

В состав сети «Имплозия» в 2017 году вошла аптечная сеть «Классика», аптеки которой располагались в Челябинской и Свердловской областях – около 170 точек.

Динамика ТОП-20 аптечных сетей (коммерция)

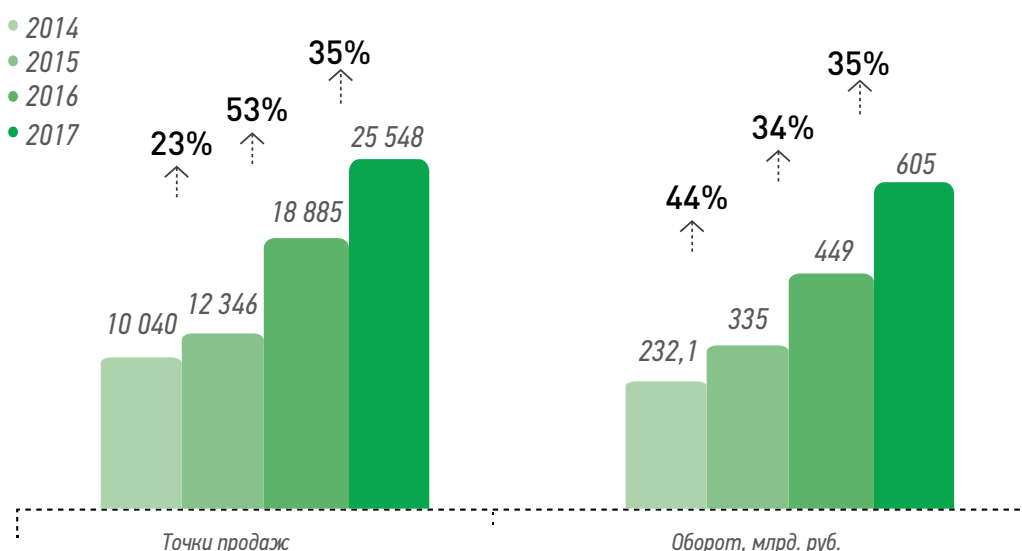


Рисунок 40

Динамика роста оборота и количества точек ТОП-20 аптечных сетей

Таким образом, только эти сделки «перекрыли» рейтинг аптечных сетей, и три компании «исчезли» как из рейтинга, так и с аптечного рынка.

Аптечная сеть «Фармленд» продолжает укреплять свои позиции. В 2017 году сеть приобрела казанскую «Республиканскую сеть 36,6» (99 точек в 3 регионах), аптеки «Ортикон» в Салавате (49 точек), Челябинскую сеть «Фармикон» (25 точек). Компания продолжает активно выходить в соседние регионы, сохраняя централизованное управление.

Владельцы Санкт-Петербургской сети «Родник здоровья & ЛекОптТорг» договорились об объединении с Мурманской

«Аптекой для бережливых». По итогам года сеть стала насчитывать порядка 178 точек в Санкт-Петербурге, Ленинградской, Псковской, Московской, Калининградской, Мурманской и Новгородской областях, расширив регион присутствия. Объединённая сеть планирует увеличить своё присутствие на московском рынке.

Аптечная сеть «Ригла» в 2017 году приобрела сеть «ДОМфарма» (30 аптек и 1 ортопедический салон) в городе Коломна, «Панацея» (31 точка) в Костроме и «003» (29 аптек) в Пскове. Также «Ригла» планирует в 2018 году расширить своё региональное представительство, заключив порядка 100 договоров франшизы в регио-

Рейтинг	Аптечные сети	Объём, млрд. руб.	Доля на коммерческом сегменте, 2017	Прирост оборота по сравнению с 2016	Количество точек продаж
1	АСНА	158,4	13,4%	100%	8 365
2	Аптечная сеть 36,6 <sup>1</sup>	56,5	4,8%	18%	1 601
3	Ригла	56,0	4,7%	25%	2 031
4	Имплозия	48,8	4,1%	9%	2 626
5	ГК Эркафарм <sup>2</sup>	42,0	3,6%	17%	1 240
6	Планета здоровья	31,3	2,7%	29%	1 286
7	Нео-фарм	25,5	2,2%	50%	446
8	Апрель	21,7	1,8%	105%	870
9	Фармленд	20,0	1,7%	26%	950
10	Вита	20,0	1,7%	38%	950
11	Фармакопейка – Твой доктор	18,4	1,6%	10%	892
12	Фармаимпекс	16,9	1,4%	21%	737
13	Мелодия здоровья	16,9	1,4%	38%	1 262
14	Максавит (включая 36,7С)	13,8	1,2%	43%	396
15	Аптека-Таймер	13,4	1,1%	25%	675
16	Самсон-фарма	10,3	0,9%	-12%	68
17	Фармацевт+	10,1	0,9%	7%	338
18	Новая аптека	9,1	0,8%	19%	158
19	Невис	8,3	0,7%	16%	407
20	Губернские аптеки	7,0	0,6%	18%	250
	ТОП-20	604,6	51%	37,5%	25 548

Таблица 30

Рейтинг сетей по обороту в 2017 г. на аптечном коммерческом рынке

<sup>1</sup> «Аптечная сеть 36,6», не включая данные «Фармакор» с 4 квартала 2017 года

<sup>2</sup> «ГК Эркафарм», включая «Озерки», «Доктор Столетов»; АС «Радуга-Первая помощь-Ладушка» с учётом оборота в 2016 и 2017 годах существующих точек на момент сделки

нах, где компания ещё не представлена собственными аптеками, и региональной фармрознице не придётся конкурировать с федеральной сетью. В первую очередь, компания намерена развивать проект на Дальнем Востоке, Сахалине, в Республике Саха (Якутия), Республике Удмуртии, Хакасии, Амурской области и Камчатском крае. «Ригла» рассчитывает на партнёрство уже существующих независимых аптек. Так, в декабре 2017 года аптечная сеть заключила договор франчайзинга с дистрибьюторской компанией «Пuls» на срок до 2023 года. Согласно условиям, франчайзи участвуют в маркетинговых контрактах сети «Ригла», получают доступ к ассортименту СТМ и программному обеспечению «еФарма». В 2017 году сеть открыла 360 аптек, и на данный момент насчитывает чуть более 2 тыс. точек в 47 регионах России под брендами «Ригла», «Будь здоров!» и «Живика» (дискаунтер).

Осенью 2017 года «Мелодия здоровья» закрыла две сделки по покупке региональных аптечных сетей. Таким образом, «Мелодии здоровья» достались тюменский «Добрый лекарь» (16 аптек) и курский «Целитель» (39 аптек). В январе 2018 года аптечная сеть «Мелодия здоровья» закрыла ещё одну сделку по покупке подмосковной сети «Столетник», которая насчитывает 57 аптек в Московской области.

” Таким образом, только эти сделки «перекроили» рейтинг аптечных сетей, и три компании «исчезли» как из рейтинга, так и с аптечного рынка. “

Значительную динамику показывает аптечная сеть «Апрель»: в 2017 г. количество аптек в сети выросло на 68%, а выручка – более чем на 100%. Планы сети ещё грандиознее: 2018 г. – 1,5 тыс. аптек с товарооборотом 35–40 млрд. руб.; 2019 г. – 2,5 тыс. аптек с товарооборотом 60–70 млрд. руб. Развитие запланировано, в основном, органическое, с покупкой мелких и средних региональных игроков.

Если бы мы подводили итоги по номинации «Прорыв года», то её однозначно получила бы аптечная сеть «Мега Фарм». Хотя сеть пока не попала в рейтинг ТОП-20, но с учётом динамики 2017 года и планов компании на 2018 год в ближайшем отчётном периоде это может уже произойти. В 2016 году «Мега Фарм» (входит в состав Marathon Group вместе с дистрибутором «СИА») управляла 172 аптеками. 2017 год – первый полный календарный год своей работы – «Мега Фарм» завершила уже с 870 аптеками. Аптеки «Мега Фарм» представлены сегодня в 32 регионах России. Выручка аптечной сети составила 4,4 млрд. рублей.

Различные ассоциации и объединения на аптечном рынке за последние годы стали довольно популярным явлением. Основные задачи маркетинговых альянсов лежат в области повышения эффективности бизнеса каждого из партнёров за счёт объединения усилий по тем или иным направлениям бизнеса. В результате такие структуры выступают единой организацией при работе с производителем, что позволяет добиться дополнительных предпочтений и большей эффективности.

Одной из крупнейших маркетинговых ассоциаций на фармацевтическом рынке является Ассоциация независимых аптек (АСНА), которая по итогам года насчитывает 8 365 точек продаж. Ассоциация



активно пополняется новыми членами, так, за год количественный состав АСНА увеличился в 2 раза (по итогам 2016 года в состав входило 4 215 аптек). АСНА развивает дополнительные услуги для своих участников. Сервис «АСНА Логистика» начал работать в мае 2017 года, он предполагает заключение долгосрочных договоров непосредственно с производителями продукции и, минуя дистрибуторское звено, осуществление поставок непосредственно в аптечные организации, входящие в ассоциацию. Таким образом, АСНА решает проблемы ценовых скачков и дефектуры в дистрибуторском секторе рынка по приоритетному и маркетинговому ассортименту. По прогнозам АСНА, доля прямых контрактов на поставку продукции, минуя дистрибуторов, в течение двух-четырех лет увеличится до 30%.

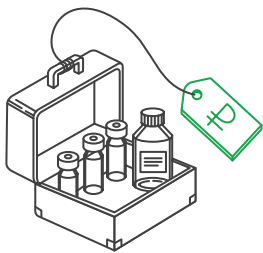
В 2017 году была создана новая аптечная ассоциация IRIS (Integrated Retail Investment Strategies) под управлением компанией «Ирис», в которую вошли аптечные сети: «Ставропольские городские аптеки», «Фармакопейка» («Медэкспорт-Северная звезда»), «Твой Доктор» и «Нижегородская аптечная сеть». По федеральному охвату новый игрок присутствует в 17 регионах, охватывая всю Западную Сибирь, Центральный, Приволжский, Уральский и Южный федеральные округа. Количественный состав ассоциации в 1 315 аптечных точек при небольшом количестве участников ассоциации создаёт условия для выработки единой стратегии развития.

Ассоциация IRIS также запускает свой логистический центр в Москве. Распределительный центр должен повысить эффективность прямых контрактов с производителями. Объединение планирует увеличить валовую прибыль своих участников за счёт управления ассор-

тиментом, продвижением и внедрением собственной торговой марки (СТМ), работой с производителями и оптимизацией маркетинговых контрактов.

Маркетинговый союз независимых аптек «ПроАптека» продемонстрировал стремительный рост – количество аптек значительно увеличилось с начала 2017 года и достигло 3 928 точек. Совокупный оборот точек составил 44,7 млрд. руб., что соответствует рыночной доле 3,8%. Союз работает над повышением эффективности аптек, участникам предоставлен функционал для автоматизации деятельности – возможность в онлайн-режиме контролировать выполнение маркетинговых мероприятий в отношении конкретных товарных позиций производственных фармкомпаний, сотрудничающих с союзом. В июле открылась первая собственная аптека «ПроАптека». Планируется, что в дальнейшем такие аптеки будут действовать во всех регионах присутствия ЦВ «Протек» и станут партнёрами сервиса онлайн-заказа «ЗдравСити». В ноябре 2017 года «ПроАптека» выиграла аукцион на размещение аптечных пунктов под вывеской «ЗдравСити» на шести станциях МЦК.

Консолидация и объединение – это уже стабильная тенденция в аптечном звене. Начало 2018 года только подтверждает данный тренд. Уже состоялся ряд сделок, какие-то только обсуждаются. Нам остается только наблюдать, какую из форм интеграции выберут участники.



## 9. Дистрибуторский сектор фармацевтического рынка

Вслед за аптечным сегментом рынка существенные изменения коснулись оптового звена реализации лекарственных средств. Диверсификация и расширение сферы бизнеса дистрибуторов, бурный рост компаний из «второго десятка», финансовые трудности лидеров рынка – все это заметно перекроило рейтинг фармацевтических «оптовиков». При этом положительный тренд концентрации сменился на отрицательный.

Объем фармацевтического рынка России в ценах дистрибуторов составил 1 357 млрд. руб., что на 8,4% выше, чем в 2016 году. ТОП-10 компаний заняли порядка 72%. При этом концентрация существенно уменьшилась. Аналогичные «низкие» показатели совокупной доли «десятки» были в 2008-2009 годах.

Такая динамика связана с несколькими факторами. За последние несколько лет из рейтинга и с рынка исчезло уже три игрока: «Империя-Фарма», «Ориола», Alliance Healthcare.

В 2017 году с серьезными финансовыми трудностями столкнулась компания «РОСТА», занимавшая четвертое место по итогам 2016 года. В 2017 году компания не попала в рейтинг. В 2016-2017 годах к ней были предъявлены иски на общую сумму около 10 млрд. рублей; в октябре к компании был предъявлен иск о банкротстве, который был принят к производству. Арбитражный суд Московской области посчитал обосно-

ванным заявление о признании ЗАО «РОСТА» банкротом и ввел в отношении должника процедуру наблюдения сроком на шесть месяцев, до 23 июля 2018 года. Для решения проблем группа «РОСТА» летом 2017 года договорилась о продаже входящей в холдинг объединенной аптечной сети «Радуга – Первая помощь – Ладушка» группе «Эркафарм» (бренды «Доктор Столетов» и «Озерки»). Речь шла о покупке 1 148 аптек в 24 регионах. В ноябре 2017 года сделка была закрыта. В конце 2017 года Арбитражный суд Нижегородской области определил наложить арест на часть движимого имущества петербургского завода «Радуга Продакшн», который также входит в группу «РОСТА».

Дистрибутору «РОСТА» принадлежало в 2016 году около 8% рынка. Заметим, что пока никто из крупных игроков не был готов существенно нарастить долю, заняв освободившееся место.

Первое место по итогам 2017 года сохранила компания «Протек», её оборот составил 241,9 млрд. руб. Доля дистрибутора упала с 18,6% до 18,1%. Такая же динамика наблюдается и у компании «Катрен», которая в 2017 году заняла вторую строчку рейтинга с объемом продаж в 235,1 млрд. руб. Доля «оптовика» сократилась с 18,4% до 17,6%.

Таким образом, несмотря на положительную динамику оборота двух крупнейших игроков, совокупно они стали занимать на рынке на 1,2% меньше. Замедление темпов роста дистрибуторов

связано с низким приростом рынка в целом, а также с возможными барьерами (логистическими, складскими, финансовыми), которые не дают развиваться с той же интенсивностью, что и в предыдущие годы. При этом компании активно занимаются диверсификацией бизнеса и развитием входящих в их состав предприятий.

В апреле 2017 года «Протек» приобрел липецкий комплекс по производству антибиотиков и противоопухолевых препаратов АО «Рафарма» для расширения производственного сегмента, основой которого выступает ЗАО «Фармфирма «Сотекс». АО «Рафарма» осуществляет полный цикл производства лекарственных средств в про-

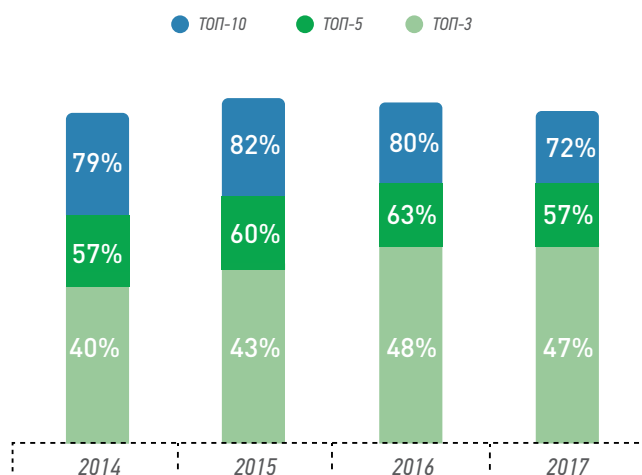


Рисунок 41

Концентрация в дистрибуторском сегменте

мышленном масштабе, запуск завода состоялся в 2014 году. Продуктовый портфель компании за два года составил три десятка наименований лекарственных средств.

Также «Протек» развивает и аптечное звено. При этом дистрибутор развивает несколько направлений:

- Программа франчайзинга: компания планирует заключить порядка 100

Рейтинг 2017 г.	Дистрибутор	Объем, млрд. руб.	Прирост стоимостного объема	Доля	Аптечная сеть
1	Протек	241,9	3,7%	18,1%	Ригла
2	Катрен	235,1	2,2%	17,6%	Мелодия здоровья
3	Пульс	165,8	16,7%	12,4%	Аптека Форте
4	Фармкомплект	68,9	25,0%	5,2%	Farmani
5	СИА	66,3	41,9%	5,0%	Да Здоров, Мега-Фарм
6	Р-Фарм	64,9	-12,8%	4,9%	-
7	БСС	46,3	4,3%	3,5%	Алоэ
8	Гранд Капитал	37,1	73,0%	2,8%	Сердце России
9	Профит-мед	32,5	6,0%	2,4%	ПАРНАС
10	Евросервис	20,0	-14,0%	1,5%	Омнифарм

Таблица 31

ТОП-10 дистрибуторов на фармацевтическом рынке

договоров франшизы в регионах, где компания еще не представлена собственными аптеками. В первую очередь компания намерена развивать проект на Дальнем Востоке, Сахалине, в Республике Саха (Якутия), Республике Удмуртии, Хакасии, Амурской области и Камчатском крае. В декабре 2017 года аптечная сеть «Ригла», принадлежащая «Протеку», заключила договор франчайзинга с дистрибуторской компанией «Пульс» на срок до 2023 г.

- Маркетинговый союз независимых аптек «ПроАптека», который также принадлежит «Протек», к концу 2017 года насчитывал уже около 4000 точек.
- Вслед за дистрибутором «Катрен» «Протек» запустил интернет-портал заказа лекарств и товаров для красоты и здоровья «ЗдравСити» (в настоящий момент проект объединяет 14 тыс. аптек в 78 регионах РФ).
- В начале сентября 2017 года «Протек» в партнерстве с крупнейшими производителями запустил программу «Мое здоровье», направленную на повышение доступности лекарственного лечения. В ассортиментную линейку включены дорогостоящие и требующие длительного приема лекарственные препараты, которые в аптеках-партнерах программы пациент может приобрести со скидкой не менее 15% от розничной цены препарата.

Помимо этого, дистрибутор «Протек» теперь представлен и на международном рынке. В марте 2017 года решением Совета директоров Международной федерации фармацевтических оптовых поставщиков (IFPW) ЦВ «Протек» вошел в состав федерации. IFPW объединяет оптовых игроков из 26 стран,

составляющих 40% мирового рынка дистрибуции. В состав IFPW входят крупнейшие международные дистрибуторы: Walgreens Boots Alliance (США), AmerisourceBergen Corporation (США), Oriola KD (Финляндия), McKesson Corporation (США) и ряд других.

В 2017 году дистрибутор «Катрен» продолжил развивать собственную логистику и внедрять глубокую автоматизацию на региональных складах – компания завершила реконструкцию Хабаровского склада, мощность которого увеличилась в 2,5 раза, летом начались отгрузки с нового склада в Тюмени.

«Катрен» в 2017 году реализовывал активную стратегию развития собственной сети «Мелодия здоровья». В 2016 году компания приобрела шесть аптечных сетей, а в минувшем году стала собственником тюменской сети «Добрый лекарь» (16 точек) и курского ритейлера «Целитель» (39 точек). В начале 2018 года «Мелодия здоровья» выкупила сеть аптек «Столетник», которому принадлежат 57 торговых точек в столичном регионе.

Интернет-проекту «Аптека.ру», принадлежащему «Катрен», – сервису по поиску и заказу лекарств с доставкой в удобную для покупателя аптеку по всей России – исполнилось 5 лет. Количество ассоциированных с Аптека.ру аптечных учреждений по всей стране превышает 15 000. Оборот, купленных через сайт препаратов, составил 7 957 млн. руб., что на 43,5% выше, чем в 2016 году. При этом Аптека.ру вошла в ТОП-15 крупнейших интернет-магазинов России в 2016 году по данным Российской Ассоциации компаний интернет-торговли.

Третье место в рейтинге дистрибуторов занимает компания «Пульс». Отрыв ее от первых двух мест пока еще большой, но темпы роста компании заметно выше рыночных показателей. Дистрибутор продолжает наращивать свои мощности на складских региональных комплексах, что позволит в дальнейшем сохранять такой прирост. Развивая тему «альянсов», «Пульс» представил свой проект – маркетинговый союз участников фармрынка «Созвездие», который планируется развернуть по всем регионам присутствия дистрибутора. В данном проекте планируется объединить аптеки, производителей, дистрибуторов и интегратора программного продукта.

Заметно улучшила свои позиции компания «Фармкомплект», занявшая по итогам 2017 года четвертую строчку рейтинга (+3 места). Рост дистрибутора происходит, в том числе и за счет увеличения географии присутствия. В ноябре 2017 года «Фармкомплект» открыл первый склад в Московской области. Помимо этого, он владеет девятью складами в других регионах. Три из них находятся в Нижегородской области.

Лидером рейтинга по приросту стала компания «Гранд Капитал» (+73%), что позволило компании войти в ТОП-10 и нарастить на 1,5% свою долю на рынке. «Гранд Капитал» тоже строит свою розничную сеть «Сердце России», в 2017 году компания купила брянскую аптечную сеть «Мэтр».

Об активном развитии собственной аптечной сети заявил фармдистрибутор «СИА Интернейшнл». В 2017 году СИА заключила партнерское соглашение с торговой сетью «Азбука вкуса», которое гарантирует аптечной сети «Мега Фарм»

преимущественное право аренды площадей на территориях супермаркетов. «Мега Фарм» будет развивать аптеки под эксклюзивным брендом «Азбука Life» в течение 10 лет. Ранее дистрибутор СИА уже заключал подобное соглашение с X5 Retail Group.

Компания «Р-Фарм» – единственная из ТОП-10 дистрибуторов, которая сосредоточила свое развитие только в производственной сфере и не имеет входящей в холдинг аптечной розницы. «Р-Фарм» продолжает стратегию российско-японского сотрудничества. В октябре 2017 года состоялось закрытие сделки по приобретению японской корпорацией Mitsui & Co., Ltd. 10% акций российской фармацевтической компании «Р-Фарм». Otsuka Pharmaceutical Co. Ltd. (Otsuka) и «Р-Фарм» подписали лицензионное соглашение о производстве препарата для лечения легочного туберкулеза с множественной лекарственной устойчивостью. На ярославском заводе готовых лекарственных форм и биотехнологических субстанций, входящего в группу компания, реализован проект по локализации полного цикла производства препарата «Глатират» («глатирамера ацетат») в преднаполненных шприцах, предназначенного для лечения рассеянного склероза.

В качестве конкурентов дистрибуторским компаниям активно начинают выступать сами аптечные сети, которые развивают прямые контракты с производителями. Поэтому дистрибуторы продолжают развитие собственных розничных проектов, что мы и видим по итогам 2017 года.



# 10. Производство лекарственных средств

Вектор 2017 года – борьба с контрафактной продукцией. Документ, ставший первым общеевропейским соглашением в сфере борьбы с фальсификацией медицинской продукции, был разработан по инициативе и при активном участии России. Основной целью соглашения является установление уголовной ответственности за фальсификацию медицинской продукции и за сходные преступления, в том числе за производство, хранение, реализацию и подделку документации и упаковки. Одним из решений по противодействию оборота контрафактной продукции стал проект маркировки.

Разрабатывать проект, отслеживающий движение лекарственных препаратов, начали еще два года назад по поручению Президента РФ. 24 января 2017 года было подписано Постановление Правительства РФ № 62 «О проведении эксперимента маркировки...». Пилотный проект стартовал 1 февраля 2017 года в шести регионах России. Его участниками стали крупнейшие фармацевтические дистрибьюторы, ряд производителей и несколько аптечных сетей. Сейчас в эксперименте принимают участие свыше тысячи представителей фармацевтической отрасли, промаркировано более 3,5 млн. упаковок ЛС. Росздравнадзор планирует открыть центры по обучению системе маркировки лекарственных средств по всей стране. В Москве уже организованы

2 центра по обучению в больнице – Кончаловского и организации «Неофарм».

Пока готовность к введению обязательной маркировки для всех лекарств довольно низкая, при этом есть как сторонники данного проекта, так и те, кто категорически против: особенно это касается производителей дешевых лекарств. Для них затраты на переоборудование производственных линий высокие, и стоит ожидать либо рост цен на лекарства, либо уход препаратов с рынка. Поэтому не случайно, что сроки по маркировке сдвигаются. Так, 10 ноября Госдума приняла в первом чтении поправки в ФЗ № 61 «Об обращении лекарственных средств», которые делают обязательной маркировку всех ЛП с 1 января 2019 года. Закон предусматривал введение 100% маркировки ЛП из программы «Семь нозологий» в I квартале 2018 года, ЖНВЛП дороже 500 руб. – во II квартале, ЖНВЛП дешевле 500 руб. – в III квартале. Но уже 22 декабря сроки продлили отдельным голосованием, а вскоре был пролонгирован и пилотный проект. Согласно итоговому варианту документа, обязательная маркировка для всех лекарств должна вступить в силу с 1 января 2020 года.

Откладывать и переносить сроки – стандартная процедура при реализации проектов на фармрынке. С 2017 года наличие сертификата соответствия производственных площадок нормам GMP должно было стать обя-

зательным условием для реализации лекарственных препаратов на территории РФ для российских и иностранных компаний. Фактически GMP-инспекции начались только в апреле 2016 года. В ходе проведения проверок на первый план встала проблема низкой пропускной способности уполномоченного органа. При этом руководство инспекции заявляло о массовых нарушениях норм GMP. С весны 2016 года по сентябрь 2017 года было зафиксировано 1 623 несоответствия, что составляет почти 30% от общего числа.

С 6 мая 2017 года заработал единый рынок Евразийского экономического союза, одним из условий которого будет наличие евразийского сертификата GMP при регистрации препаратов. Так как готовность инспектората стран, входящих в ЕАЭС, была неполной, Европейская экономическая комиссия (ЕЭК) приняла решение перенести дату переходного периода, в течение которого заявитель имеет право предоставлять национальный сертификат GMP, на два года: с 31 декабря 2018 года на 31 декабря 2020 года. Вместе с тем, министерство подготовило проект поправок, который предусматривает параллельное проведение процедуры регистрации лекарственного препарата и проведения инспекции производственной площадки, что весьма актуально для иностранных производителей.

В развитие своей стратегии Государственный институт лекарственных средств и надлежащих практик (ГИЛС и НП) совместно с Минпромторгом РФ в сентябре 2017 года подали заявку на вступление в международную негосударственную организацию, объединяющую инспекторов GMP во всем мире. Еще одной вехой в развитии надлежа-

щих практик фармпроизводства стало открытие в октябре 2017 года Евразийского отделения ISPE (The International Society for Pharmaceutical Engineering).

Импортозамещение является одним из важных индикаторов развития фармацевтической промышленности. На текущий момент органы власти продолжают ужесточать меры в сфере закупок, с одной стороны, и при этом расширять преференции отечественных производителей, с другой.

С 1 января 2017 года лекарственные препараты, в отношении которых на территории ЕАЭС осуществляется исключительно первичная и вторичная упаковка, перестали относиться к локальным продуктам. Ранее же статус отечественных средств получали абсолютно любые лекарственные препараты, которые были зарегистрированы на территории РФ и прошедшие хотя бы одну стадию производственного процесса на территории России. Данный факт является решающим условием допуска к торгам, так как при осуществлении закупок иностранных товаров применяется обязательная скидка 15% к предложенной цене.

Правительство РФ доработало проект постановления, который вносит изменения в действующее постановление о преференциях для российских производителей и компаний из Евразийского экономического союза и предлагает ввести новый вид господдержки – ценовую преференцию в 25% от минимальной цены контракта. Постановление должно вступить в силу 1 января 2019 года. Ценовая преференция будет распространяться только на те компании, которые производят медикаменты в странах ЕАЭС по полному циклу, начиная с синтеза субстанции (действи-

Таблица 32

Ключевые запуски производственных площадок на российском фармрынке в 2017 г.

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объем инвестиций
ООО «Паскаль Медикал»	Московская область, г. Дубна	Производство одноразовых медицинских изделий (шприцы, иглы для инъекций и др.)	450 млн. единиц шприцевого ассортимента в год	2,3 млрд. рублей
ООО «Озон Фарм»	Самарская область, ОЗЗ «Тольятти»	Производство порядка 50 наименований наиболее современных ЖНВЛП для терапии различных заболеваний в форме таблеток, порошков и лиофилизатов	60 млн. упаковок в год. Планируется выйти на мощность 106 млн. упаковок	1,3 млрд. рублей
АО «Фармасинтез»	г. Санкт-Петербург, ОЗЗ «Новоорловская»	Разработка и производство более 30 наименований цитостатических препаратов для лечения онкологических заболеваний в твердых лекарственных формах, лиофильных порошках и в растворах-конcentратах, 5 препаратов из которых включены в перечень стратегически значимых лекарственных средств на территории РФ	200 млн. таблеток, 200 млн. капсул, 22 млн. флаконов растворов и 15 млн. флаконов порошков в год. Планируется увеличить мощность в 5 раз по всем параметрам (1 млрд. таблеток, 1 млрд. капсул и т.д. в год)	2,5 млрд. рублей. Ожидаемый объем дополнительных инвестиций 5 млрд. рублей
АО «Фармасинтез»	Иркутская область, г. Усолье-Сибирское	Малотоннажное производство и разработка АРВ-препаратов, препаратов для лечения онкологических заболеваний, антибиотиков	1 000 тонн субстанций в год	500 млн. рублей. Общая стоимость первой очереди строительства оценивается в 10 млрд. рублей
АО «Фармасинтез»	г. Тюмень	Выпуск около 30 видов гормональных лекарственных средств в твердой лекарственной форме – таблетки и капсулы	12 млн. упаковок в год	3,5 млрд. рублей
АО «Валента Фарм»	Московская область, г. Щелково	Выпуск твердых лекарственных форм (таблетки и капсулы), инъекционных препаратов, размещены лаборатории контроля качества, а также крупный исследовательский центр	2 млрд. таблеток и капсул, 30 млн. ампул в год	2 млрд. рублей
ЗАО «Активный Компонент»	г. Пушкин	Разработка и производство оригинальных активных фармацевтических субстанций	60 тонн в год	300 млн. рублей



ющего вещества любого лекарства) до упаковки.

Несмотря на то, что до сих пор продолжают дискуссии о пользе и вреде механизма «третий лишний», в начале декабря 2017 года вступило в действие постановление Правительства РФ, которое определило ограничения и условия допуска стентов и катетеров (металлических непокрытых стентов для коронарных артерий, стентов для коронарных артерий, выделяющих лекарственное средство, стандартных баллонных катетеров для коронарной ангиопластики, аспирационных катетеров для эмболоэктомии), выпущенных иностранными производителями, для закупок для государственных и муниципальных нужд. В результате этого, в действие вступил механизм «второй лишний», сузив госпитальный сектор рынка для производителей-нерезидентов еще больше.

Еще одной мерой по повышению доли лекарственных препаратов, произведенных в РФ, должен стать Специнвест-контракт (СПИК). Специальный инвестиционный контракт – это соглашение между инвестором и Российской Федерацией (или ее субъектом), в котором фиксируются обязательства инвестора (освоить производство промышленной продукции в предусмотренный срок) и РФ или ее субъекта (гарантировать стабильность налоговых и регуляторных условий и предоставить меры стимулирования и поддержки). К концу 2017 года в Минпромторг поступило семь заявок. Обладателями СПИК стали AstraZeneca, Sanofi, «Герофарм».

– В рамках СПИК планируется модернизация производства «Санofi-Авентис Восток» в Орловской области, дальнейшее углубление локализации производства инновационного инсулина последнего поколения до стадии гото-

вой лекарственной формы в 2019 году.

- Компания «АстраЗенека» инвестирует дополнительно более 1 млрд. рублей в модернизацию своего российского предприятия и обеспечение трансфера технологий для производства лекарственных препаратов для лечения социально-значимых заболеваний. В СПИК включены десять препаратов, шесть из них будут производиться до стадии готовой лекарственной формы к 2020 году.
- «Герофарм» построит в Пушкинском районе Санкт-Петербурга завод по производству субстанций инсулинов. СПИК заключается сроком на семь лет – до 2024 года.

Также в конце 2017 года компания «НоваМедика» (инвестиционный проект РОСНАНО) объявила о получении одобрения на заключение Специального инвестиционного контракта в рамках инвестиционного проекта по созданию в Калужской области фармацевтического завода по производству стерильных инъекционных препаратов. В основу портфеля препаратов вошли жизненно важные препараты, переданные «НоваМедике» в рамках партнерства с компанией Pfizer, а также собственные разработки «НоваМедики». Срок действия СПИК определен до 2026 года.

Еще одним инструментом увеличения доли отечественных лекарств является госпрограмма «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности», в рамках которой государство субсидирует затраты предприятий на разработку лекарственных средств и медицинских изделий, на организацию производства субстанций и проведение клинических исследований. Минпромторг и Минздрав подготовили законопроект о расширении перечня

«биомишеней» для разработки схожих по фармакотерапевтическому действию и улучшенных аналогов инновационных лекарственных препаратов. Согласно документу, размещенному на портале проектов нормативных актов, количество «биомишеней» может вырасти с 96 до 118-ти. Таким образом, планируется увеличить финансирование госпрограммы на 6,38 млн. рублей в 2018-2020 годах. В соответствии с документом, в 2018 году государство может выделить на программу «Развитие фармацевтической промышленности на 2013-2020 годы» 101,22 млн. рублей, в 2019 году – 101,61 млн. рублей, в 2020 – 101,59 млн. рублей.

В 2017 году было запущено или анонсировано ряд производственных площадок, многие из которых позволяют реализовать программу импортозамещения в российской фармацевтической области (таблица 32).

Наиболее активной в 2017 году в этом направлении стала компания «Фармасинтез», которая осуществила несколько проектов строительства заводов: в Санкт-Петербурге, Усолье-Сибирском и Тюмени. Общий объем инвестированных средств по данным проектам составил 6,5 млрд. рублей. Кроме того, в 1 кв. 2018 года компания планирует

завершить строительство и ввести в эксплуатацию завод по производству активных фармацевтических субстанций в Братске – объем инвестиций оценивается в сумму более 1 млрд. рублей.

В последние 3-4 года Минпромторг вел активную политику по реализации программы локализации. Механизм «третий лишний» должен был простимулировать иностранные фармкомпании локализовать производство на территории РФ. Однако только единицы действительно выпускают лекарства по полному циклу на российских заводах. Стоит заметить, что многие из них еще не завершили процесс трансфера. Крупнейшие мировые производители отрасли построили в России 7 заводов, еще 78 иностранных компаний локализовали выпуск продукции на площадках отечественных предприятий.

Таким образом, процесс локализации продолжается:

- Amgen и «Фармстандарт» заключили соглашения о локализации противоопухолевого препарата «Блинатумомаб» в 2017 году на производственной площадке ОАО «Фармстандарт-УфаВИТА».
- Takeda с «Фармстандарт» объявили о начале сотрудничества по локализации производства онкогематологического препарата «Адцетрис». При этом на собственном заводе в Ярославле компания ведет трансфер технологий и подготовку к локализации производства полного цикла препарата «Нинларо» (иксазомиб), применяемого в лечении множественной миеломы.
- Janssen (подразделение Johnson & Johnson) намерена локализовать в России производство ряда инновационных препаратов для лечения злокачественных заболеваний крови, включая препарат «Ибрутиниб». Локализация производства будет осуществ-

” Все процессы, которые происходят на фармрынке, конечно влияют на его структуру. Доля импортных лекарственных средств продолжает уменьшаться. По итогам года она составляет 69,8% в деньгах и 38,5% в упаковках.

“

Таблица 33

ТОП-20 фирм-производителей по объему продаж на фармацевтическом рынке России в 2017 г.

Рейтинг 2017 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млн. руб. 2017 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	SANOFI	52 184	2,5%	4,0%
2	-	NOVARTIS	49 478	5,5%	3,8%
3	-	BAYER	49 317	15,6%	3,7%
4	-	TAKEDA	40 867	15,2%	3,1%
5	-	JOHNSON & JOHNSON	40 065	14,1%	3,0%
6	-	ABBOTT	36 063	13,1%	2,7%
7	-	SERVIER	33 440	6,1%	2,5%
8	-	GLAXOSMITHKLINE	32 925	5,1%	2,5%
9	1	ОТИСИФАРМ	30 276	5,3%	2,3%
10	1	PFIZER	28 378	8,2%	2,2%
11	-2	TEVA	27 957	-4,7%	2,1%
12	-	BERLIN-CHEMIE	27 451	10,3%	2,1%
13	-	STADA	26 583	7,3%	2,0%
14	-	GEDEON RICHTER	25 869	5,4%	2,0%
15	-	MERCK	24 369	3,1%	1,9%
16	-	KRKA	24 051	11,2%	1,8%
17	1	ФАРМСТАНДАРТ	23 157	12,9%	1,8%
18	1	ASTRAZENECA	21 193	4,5%	1,6%
19	-2	ASTELLAS PHARMA	20 856	0,5%	1,6%
20	-	BOEHRINGER INGELHEIM	17 737	0,7%	1,3%

влена на мощностях ОАО «Фармстандарт-УфаВИТА».

- Немецкая компания Bionorica в июле 2017 года приступила к строительству в Воронежской области своего фармзавода по производству лекарственных средств растительного происхождения для лечения респираторных, гинекологических и урологических заболеваний.
- Компании GSK, ViiV Healthcare и Servier заключили соглашение о ло-

кализации на базе производственного комплекса «Сервье», расположенном в Подольском районе г. Москвы, производства препарата «Тивикай» (долутегавир), предназначенного для лечения ВИЧ-инфекции в комбинации с другими антиретровирусными препаратами.

- Индийский фармацевтический концерн Cadila, специализирующийся на выпуске генериковых препаратов, заявил о планах локализации производства в Подмоскowie в г. Пушкино.

- В. Braun рассматривает возможность локализации производства инфузионных растворов на базе предприятия ООО «Гематек» в г. Твери.
- Британская компания KGP Laboratories и ООО «Псков Фарма» намерены организовать под Псковом высокотехнологичное производство широкого спектра сильнодействующих препаратов для лечения онкологических и других заболеваний.

В 2017 году показатель объема мировых M&A-сделок в биотехнологическом и фармацевтическом сегментах сократился на 22,3% по отношению к предыдущему периоду, достигнув минимального уровня за последние несколько лет, и оказался незначительным по сравнению с периодами «бума» 2014 и 2015 годов. За весь 2017 г. была объявлена всего 101 M&A-сделка. Для сравнения в 2016 г. было заключено 130 сделок, в 2015 г. – 166.

Сделкой года на российском рынке можно признать покупку японской корпорацией Mitsui 10% акций российской компании «Р-Фарм». Беспрецедентна стоимость сделки: бизнес «Р-Фарм» оценили в 1,7-2 млрд. долларов США.

Все процессы, которые происходят на фармрынке, конечно влияют на его структуру. Доля импортных лекарственных средств продолжает уменьшаться. По итогам года она составляет 69,8% в деньгах и 38,5% в упаковках. При этом отечественные препараты заняли на 0,75% выше долю в стоимостном выражении, чем в 2016 году. Рост потребления отечественных ЛП наблюдается по всем сегментам, причем, он превышает рост потребления импортных препаратов. В целом импортные препараты выросли на 4% в натуральном выражении, а отечественные – на 6,5%. В рублевом выражении препараты иностранных произ-

водителей выросли – на 7%, тогда как отечественные на 11%.

Рейтинг производителей лекарств в России на 90% представлен импортными производителями. В рейтинге ТОП-20 два отечественных производителя «Отисифарм» и «Фармстандарт».

Состав производителей рейтинга стабилен, перемещения наблюдаются, как правило, в пределах 1-2 позиций. Совокупно доля ТОП-20 производителей в 2017 году составила 48%.

Тройка лидеров в 2017 году не поменялась по сравнению с 2016 годом. Верхнюю позицию занимает корпорация Sanofi с отрывом в 0,2% по доле. Удельный вес продаж в розничном сегменте остается для компании преобладающим (около 73% оборота приходится на аптечные продажи). На втором месте располагается корпорация Novartis. При этом прирост продаж компании также ниже рыночного. Novartis, как и лидер рейтинга, имеет высокую долю за счет продаж в аптеках (78%). На третьем месте остался производитель Bayer, продемонстрировав максимальный прирост продаж из ТОП-20. На государственные закупки у производителя приходится только 13% продаж. Основной объем продаж – это коммерческий сегмент.

Высокую долю в госзакупках из компаний, представленных в ТОП-20, занимают Johnson & Johnson, Pfizer, Merck и AstraZeneca (свыше 40%).

Из производителей, не вошедших в рейтинг, стоит отметить заметные перемещения у отечественных производителей: «Биокад» (+3 места, 21 строчка), «Микроген» (+8 мест, 32 строчка), «Генериум» (+8 мест, 37 строчка). Эти компании улучшили свое положение на рынке за счет увеличения продаж в государственном сегменте фармрынка.



НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ  
РЕЙТИНГ



## Церемония награждения «Национального Фармацевтического Рейтинга» пройдет в декабре в Москве!



Среди номинаций — производители и лучшие бренды в категориях лекарственных препаратов, косметики, БАД и товаров для здоровья.



Рейтинг построен на объективных показателях: объёме продаж фармацевтической продукции в ценах конечного потребления. Лидеров среди компаний и продуктов определяет сам рынок, он отражает потребности и выбор пациентов и врачей, тех, для кого работает вся фармацевтическая отрасль.



«Национальный фармацевтический рейтинг» – формат отраслевого мероприятия, который зарекомендовал себя объединив звёзд фарм-рынка, шоу-бизнеса, деловые и творческие площадки.

По вопросам участия в рейтинге, партнёрства и сотрудничества:  
+7 495 780-72-64  
info@dsm.ru





Информация основана на данных розничного аудита  
фармацевтического рынка РФ DSM Group,  
система менеджмента качества которого  
соответствует требованиям ISO 9001:2008



DSM Group является членом Европейской Ассоциации  
исследователей рынка и общественного мнения ESOMAR

