



ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ
РЫНОК
РОССИИ **2019**

Вступительное слово



Компания DSM Group с 1999 года занимается маркетинговыми исследованиями и аналитикой фармацевтической отрасли России и стран СНГ. Опыт и компетенции, накопленные специалистами DSM Group, снискали признание всего отраслевого сообщества. Представляем вашему вниманию итоги работы фармацевтического рынка России в 2019 году.

Дорогие друзья!

Фармацевтический рынок последние несколько лет жил в ожидании кризиса. Кризиса, который мог наступить как от принятия некоторых государственных инициатив, так и под воздействием общеэкономических факторов.

И всё произошло сразу. События 2020 года — пандемия коронавируса, высокая волатильность валют, законодательные инициативы, включая вопросы маркировки и online-торговли OTC- и Rx-препаратами — меняют инфраструктуру нашего рынка.

На фоне этих перемен итоги 2019 года видятся уже более позитивными. По

крайней мере, мы знали, в каких условиях нам предстояло работать.

Фармацевтический рынок ждут серьезные вызовы и перемены. Давайте вместе оценивать их влияния. Наши продукты, в том числе, смогут помочь эффективно использовать возможности так быстро меняющегося мира. Главное, оставайтесь здоровыми!

Сергей Шуляк,
основатель и генеральный директор DSM Group.
Один из наиболее часто цитируемых в СМИ экспертов фармацевтического рынка России и стран СНГ. Входит в состав координационного совета Российской ассоциации фармацевтического маркетинга.

Содержание

Резюме	3
1. Объём фармацевтического рынка России	5
2. Коммерческий сегмент ЛП	13
3. Льготное лекарственное обеспечение	37
4. Объём закупок лекарств ЛПУ	55
5. Биологически активные добавки	69
6. Косметика	81
7. Импорт ЛП	91
8. Аптечные сети	104
9. Дистрибьюторский сектор фармацевтического рынка	113
10. Производство лекарственных средств	119

DSM Group

Генеральный директор
Сергей Шуляк

**Директор отдела
стратегических исследований**
Юлия Нечаева

Аналитик
Ирина Шарапова

PR-директор
Лидия Малкова

Аналитический отчет
Фармацевтический рынок РОССИИ
Итоги 2019 г.

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

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

www.dsm.ru

Резюме

Отчет о состоянии фармрынка России в 2019 году пишется в условиях, когда каждый день приносит что-то новое. И в данном случае речь идет не о планомерной работе, которая приведет к улучшению функционирования процессов. Ситуация меняется как под действием выходящих из-под контроля внешних факторов, так и потребительских реакций, непривычных для информационного мира. Поэтому знания тенденций, сложившихся на фармацевтическом рынке в прошлом году, уже недостаточно для принятия эффективных решений. Сегодня как никогда важно оперативно оценивать последствия текущих событий.

Ситуация с распространением коронавирусной инфекции пока (по состоянию на март) не привела к существенному росту продаж лекарственных препаратов в аптеках. Зато в дефиците медицинские маски и антисептические средства. При этом одной из мер по противодействию коронавирусу является закрытие границ, причем она применяется многими странами. А вот это уже может негативно сказаться на доступности как импортных, так и отечественных лекарственных средств.

Конечно, на фоне этих событий позитивным является то, что производители создали определенные запасы своей продукции — в конце года заметно выросли объемы ввоза как готовых лекарственных средств, так и фармацевтических субстанций. Компании, понятно, готовились не к масштабной пандемии, а всего лишь к введению маркировки, но обеспечили повышенные запасы для бесперебойной работы.

Коронавирус уже повлиял на ускорение принятия закона о дистанционной

” Сегодня как никогда важно оперативно оценивать последствия текущих событий “

торговле лекарственными средствами. Общественные аптечные организации с 2017 года ведут работу по защите интересов участников рынка. А решение, вроде бы позиционирующееся как одна из мер противодействия для распространения инфекции, может существенно перекрыть рынок и повлиять на его структуру после завершения «всеобщего» карантина.

Любая инновация, обсуждаемая на фармацевтическом рынке, прежде всего оценивается с точки зрения улучшения или ухудшения доступности лекарственного обеспечения, в том числе и в ценовом разрезе. В 2020 году рост цен точно будет. На фоне неблагоприятной эпидемиологической обстановки еще и набирает обороты экономический кризис. Рост курса доллара и евро приведет к подорожанию лекарственных препаратов. Причем инфляция на лекарства уже будет оце-

” Рост курса доллара и евро приведет к подорожанию лекарственных препаратов. Причем инфляция на лекарства уже будет оцениваться не в пределах 2-5%, а достигнет двузначных показателей “

” Впервые за много лет драйвером роста стал государственный сегмент “

ниваться не в пределах 2–5%, а достигнет двузначных показателей. При этом не стоит забывать, что дополнительный рост цен прогнозировался и с июля 2020 года как одно из последствий введения маркировки. В результате в текущем году объем фармацевтического рынка точно вырастет в стоимостном выражении, но главным фактором может стать ценовой.

Объем фармацевтического рынка России в 2019 году превысил 1 843 млрд рублей, что на 9,5% выше, чем показатель 2018 года. Объем продаж лекарств в натуральном выражении упал на 2,4%, и составил 6,17 млрд упаковок.

Впервые за много лет драйвером роста стал государственный сегмент — произошло дополнительное вливание денежных средств на закупку лекарственных препаратов по национальным проектам. Основной прирост обеспечила программа «Борьба с онкологическими заболеваниями»: объем выделенных денежных средств в 2019 году был на уровне 70 млрд руб.

Коммерческий сегмент остается наиболее емким сегментом фармацевтического рынка — 65%. При этом темп прироста от года к году сокращается даже в стоимостном выражении. Так, если пять лет назад рынок вырос на 11%, то в 2019 году — всего лишь на 3%. Такой низкий показатель был связан в первую очередь с невысоким уровнем заболеваемости гриппом и ОРВИ в отчетном году, который не привёл к росту спроса на сезонные препараты.

Доля импортных лекарственных средств продолжает уменьшаться. По итогам 2019 года она составила 70,0% в деньгах и 39,5% в упаковках. В свою очередь растет доля локализованных препаратов. По итогам 2019 года иностранные компании реализовали порядка 21% в деньгах. Совокупно доля отечественных и локализованных лекарств составила 51,4%. В упаковках данный показатель достиг 67%.

Первые места в рейтинге производителей сохранили за собой иностранные компании: Sanofi, Novartis, Bayer. В рейтинге ТОП-20 три отечественных производителя: «Отисифарм», «Биокад» и «Фармстандарт».

Никакие внешние факторы не мешают пока процессам консолидации на аптечном рынке: доля ТОП-20 игроков в 2019 году выросла до 63%. Наилучших результатов в объединении аптек и аптечных сетей добилась АСНА, заняв 14%. Среди «традиционных» сетей максимальную долю занимает аптечная сеть «Ригла» — 6,3%. Третью строчку сохранила за собой компания «ГК Эркафарм» с долей 5,1%. Маркетинговые объединения в 2019 году развивались более высокими темпами, чем аптечные сети.

В дистрибьюторском звене, наоборот, последние пять лет идут процессы деконцентрации. ТОП-10 компаний заняли порядка 71% в 2019 году. Основным фактором снижения доли ведущих игроков стал более сильный рост государственного сегмента, в котором лидеры представлены незначительно. Поэтому оптовые компании, которые сфокусированы на госзакупках, росли более быстрыми темпами.

В 2019 году первое место сохранил дистрибьютор «Протек», заняв 14,8%. На второе место поднялся дистрибьютор «Пульс» — доля 14,3%. ТОП-3 в 2019 году замыкает дистрибьютор «Катрен» с долей 13,3%.

” В дистрибьюторском звене последние пять лет идут процессы деконцентрации “

1. Объём фармацевтического рынка России

2019 год для всех участников фармацевтического рынка был годом ожиданий. Причем ожиданий как со знаком плюс, так и со знаком минус.

Одним из положительных процессов, который был начат в отчетном году, является актуализация всех нормативно-правовых актов и законов, регламентирующих рынок. Механизм «регуляторной гильотины» предусматривает масштабный анализ и пересмотр действующих документов, исключение дублирующих норм, а также отсечение всех устаревших норм, начиная с советских актов и заканчивая более современными. Для реализации этого подхода была утверждена дорожная карта ревизии нормативных документов, которая должна завершиться к 2021 году. Она затрагивает и область обращения лекарств, содержащую большое количество обязательных требований к участникам фармрынка.

Одной из основных проблем регулирования обращения лекарств является разрыв регуляторной цепочки и вывод регулирования части ее неотъемлемых элементов (например, производства) из сферы ответственности органов здравоохранения. Это ведет к фрагментарности регулирования системы и снижает эффективность принимаемых регуляторных решений.

Механизм «регуляторной гильотины» необходим в том числе и для того чтобы в полной мере мог заработать единый рынок лекарственных средств ЕАЭС, так как в его регуляторную модель заложен принцип обеспечения преемственности и скоординированности регуляторных

решений в интересах общественного здравоохранения.

В соответствии с Соглашением о единых принципах и правилах обращения лекарственных средств в рамках ЕАЭС, с 2016 года функционирует единый рынок лекарственных средств стран-участниц, требования к отдельным этапам обращения которых урегулированы правом Союза. В 2019 году Минздрав России начал работу по приему заявлений на регистрационные процедуры в соответствии с правом Союза. Им, согласно статистике ЕЭК, на сентябрь 2019 года было принято к рассмотрению около 50 регистрационных досье, представленных заявителями. Аналогичная работа проводится и в других государствах-членах ЕАЭС. Так, Республика Казахстан приняла к рассмотрению более 40 регистрационных досье по правилам ЕАЭС, Республика Беларусь — более 50 заявлений на проведение фармацевтических инспекций GMP в соответствии с актами ЕЭК.

Но сейчас действует переходный период по допуску препаратов на рынок ЕАЭС. С 1 января 2021 года процедура регистрации лекарственных препаратов в странах ЕАЭС может быть осуществлена только

” Одним из положительных процессов, который был начат в отчетном году, является актуализация всех нормативно-правовых актов и законов, регламентирующих рынок “

по правилам ЕАЭС и с использованием сертификата GMP ЕАЭС, выданного национальным уполномоченным органом. При этом национальные правила регистрации утратят силу. До 1 января 2025 года все препараты, зарегистрированные на территории ЕАЭС по национальным требованиям, должны быть приведены в соответствие с требованиями Союза согласно установленной ЕЭК процедуре.

Таким образом, сейчас в Российской Федерации фактически функционируют две параллельные системы регулирования обращения лекарств — одна по национальным правилам, другая — по правилам ЕАЭС. Это создает дополнительную административную нагрузку как на бизнес, так и на регуляторные органы.

В 2020 году будут подводиться итоги развития фармацевтической отрасли согласно «Стратегии-2020». Но при этом последние два года активно формировалась новая программа «Стратегии развития фармацевтической промышленности до 2030 года» («Фарма-2030»). Но если «Фарма-2020» рассчитана на запуск отечественной фармпромышленности и снижение зависимости от импортных лекарств, то новая стратегия ставит более масштабные задачи.

Согласно документу, планируется создание в отрасли высокопроизводительного экспортно ориентированного сектора и

увеличение объема экспорта российских фармпрепаратов в 5–6 раз, а медицинских изделий — в 8–10 раз.

Также стратегия «Фарма-2030» предполагает:

- внедрить в производство современные технологические компетенции;
- обеспечить соответствующий материально-технический уровень и кооперационные связи между производством, учебными заведениями и наукой;
- обеспечить отрасль сырьем и материалами, фармацевтическими субстанциями, растворителями и катализаторами высокой степени очистки, необходимыми в высокотехнологичных отраслях;
- развивать междисциплинарные отраслевые компетенции.

Основная концепция стратегии «Фарма-2030» заключается в эффективном совершенствовании фармотрасли, а также в выводе российской лекарственной продукции на зарубежные рынки.

Также есть ряд законодательных инициатив, обсуждение которых продолжается уже длительное время, но их принятие может сильно изменить конъюнктуру рынка.

В первую очередь речь идет о разрешении онлайн-торговли лекарственными препаратами. Законопроект находится на рассмотрении в Государственной Думе с 2017 года. И его принятие ожидается каждый год. По последним поправкам в отношении лекарственных средств, отпускаемых без рецепта, закон о торговле дистанционным способом должен

” Сейчас в Российской Федерации фактически функционируют две параллельные системы регулирования обращения лекарств — одна по национальным правилам, другая — по правилам ЕАЭС “

вступить в силу с 1 июля 2020 года, для рецептурных лекарств — с 1 января 2022 года. При этом запретят дистанционную торговлю наркотическими и психотропными препаратами, а также спиртосодержащими лекарственными средствами с объемной долей этилового спирта свыше 25%.

Законопроект об интернет-торговле лекарствами предоставляет право осуществлять торговлю только аптечным учреждениям, имеющим соответствующую лицензию на розничную торговлю. Дистрибьюторам и оптовым предприятиям, не имеющим такую лицензию, запрещается продавать лекарства напрямую гражданам.

Принятие закона об интернет-торговле лекарственными средствами приведет к тому, что на рынке появятся новые игроки, в том числе и маркетплейсы, которые занимаются продажей широкого круга товаров, например *ozon.ru*, *wildberries.ru* и т. д. В результате конкуренция в аптечном звене усилится. Также камнем преткновения в онлайн-торговле является процесс доставки лекарственного препарата, которая должна вестись «по правилам надлежащей аптечной практики». Курьер, передающий лекарственный препарат, должен обеспечить покупателю консультацию квалифицированного специалиста по использованию лекарства. Если это будет делать человек без соответствующего образования, аптека будет в неравных условиях с интернет-магазинами.

Ускорить принятие закона об онлайн-торговле может распространение коронавирусной инфекции в мире и в России, которое началось в конце января 2020 года. Легализация торговли лекарствами в интернете может стать одной из

мер противодействия распространению коронавируса, причем Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ) надеется, что разрешение будет для всех групп препаратов, в том числе и для рецептурных.

Ну и, конечно, главная тема 2019 года — это введение маркировки и готовность отрасли с 1 января 2020 года приступить к реализации маркированных препаратов. Впервые о необходимости введения маркировки лекарственных препаратов, производимых или реализуемых на территории РФ, заговорили еще в 2015 году. Пилотный проект стартовал 1 февраля 2017 года. Поэтому у участников было предусмотрено время на реализацию необходимых мероприятий для перехода. Но большой объем технической и административной работы на всех этапах товаропроводящей цепочки, необходимость внесения массы изменений в регистрационные удостоверения привели к тому, что фармацевтический рынок оказался не готов к своевременному внедрению маркировки согласно закону.

Об этом свидетельствовали и результаты мониторинга, проведенного в конце 2019 года:

- в системе зарегистрированы 15% компаний;
- ассортимент зарегистрированных лекарств — 8% от общего количества;
- готовность производства — около 45% (не все производственные линии оснащены необходимым для маркировки оборудованием);
- готовность аптек — от 11 до 40% (в зависимости от региона).

” В упаковках потребление лекарственных препаратов опять ушло в отрицательную зону после пятилетней положительной динамики “

В результате было принято решение о переносе срока введения маркировки лекарственных препаратов на 1 июля 2020 года. Конечно, после этого возможно обращение немаркированных лекарств, но только тех, которые были произведены до указанного срока. Поэтому отечественные производители по возможности увеличивают объемы производства лекарственных средств, а у иностранных компаний возросли поставки в Россию.

Конечно, нельзя оценивать фармацевтический рынок без учета влияния внешних факторов. Нестабильность экономики (снижение темпов прироста ВВП); замедление темпов роста покупательной

способности населения за счет стагнации реально располагаемых денежных доходов, изменение в сторону уменьшения населения, а также численности рабочей силы — это то, что оказывает негативное воздействие и на потребление лекарственных препаратов, особенно в части покупки за счет собственных средств.

Но в целом на общих итогах 2019 года макроэкономические факторы сказались не сильно. В цифрах фармацевтический рынок выглядит более позитивно, чем годом ранее. Его объём составил 1 843 млрд руб., что на 9,5% выше показателя 2018 года. Динамика роста рынка заметно выросла по сравнению с 2017 годом. Правда, впервые за много лет драйвером роста стал государственный сегмент — произошло дополнительное вливание денежных средств на закупку лекарственных препаратов по национальным проектам.

В долларах и евро в 2019 году также наблюдается увеличение емкости фармацевтического рынка. И это несмотря на то, что девальвация рубля приводит к

Динамика рынка, млрд руб.

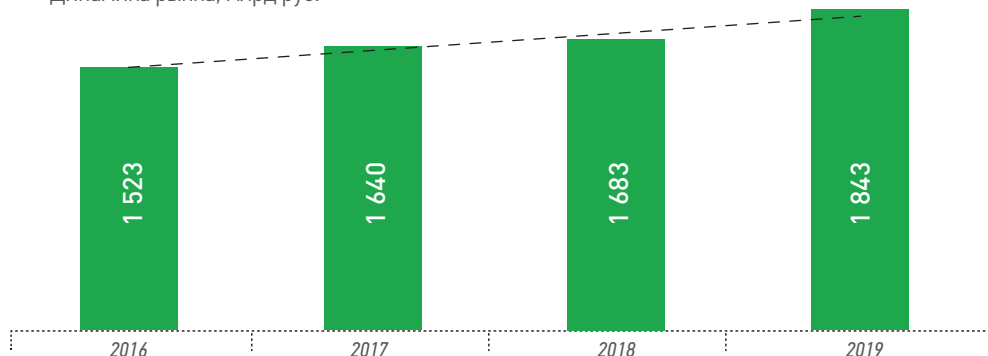
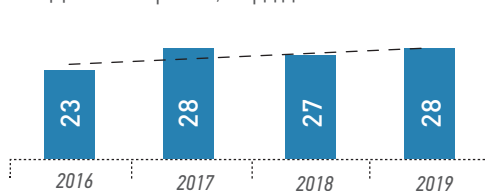


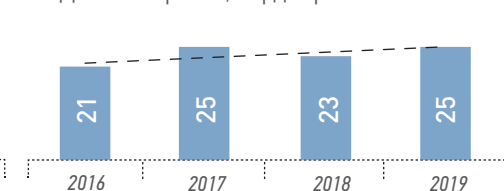
Рисунок 1

Динамика
фармрынка

Динамика рынка, млрд долл.



Динамика рынка, млрд евро



тому, что динамика курса иностранных валют отрицательная. Так, доллар в 2019 году стал стоить на 5% дороже, чем за год до этого. Но за счет того, что прирост рынка в рублях был почти в 2 раза выше, в этой валюте объем рынка вырос на 3%. В евро картина еще более выражена: валюта стала стоить на 1% меньше, а потребление выросло на 10%.

В упаковках потребление лекарственных препаратов опять ушло в отрицательную зону после пятилетней положительной динамики. Причем сокращение было не только по коммерческому сегменту, но и по госпитальным закупкам, несмотря на ощутимый прирост в деньгах. В 2019 году объём продаж лекарств в натуральном выражении упал на 2,4%, и составил 6,17 млрд упаковок.

На рисунке 2 представлена динамика объёма фармацевтического рынка России в 2018-2019 годах в разрезе сегментов.

Государственный сектор — объём рынка, обеспеченный государственными деньгами: госпитальные закупки, льготное лекарственное обеспечение (вклю-

чая программы ВЗН, ОНЛС) и региональная льгота — занимает около 35,4% объёма рынка лекарств. В 2018 году доля государственных затрат в потреблении ЛП была 31%, таким образом, показатель увеличился на 4%. Такая высокая доля наблюдалась последний раз в 2011 году.

Сильнее всего продолжают расти закупки лекарственных препаратов по региональной льготе — до 123 млрд руб. (+39%). Такая динамика связана в том числе с увеличением нагрузки на регионы по обеспечению льготных категорий граждан орфанными препаратами. На федеральную льготу было потрачено на 18% больше, чем в 2018 году (127 млрд руб.) — государство выделило дополнительные средства на расширение программы высокочастотных нозологий. Объём финансирования лекарств для нужд ЛПУ составил 309,8 млрд руб., что на 21% выше показателя предыдущего года. Основной прирост обеспечила программа «Борьба с онкологическими заболеваниями», объем выделенных денежных средств в 2019 году был на уровне 70 млрд руб.

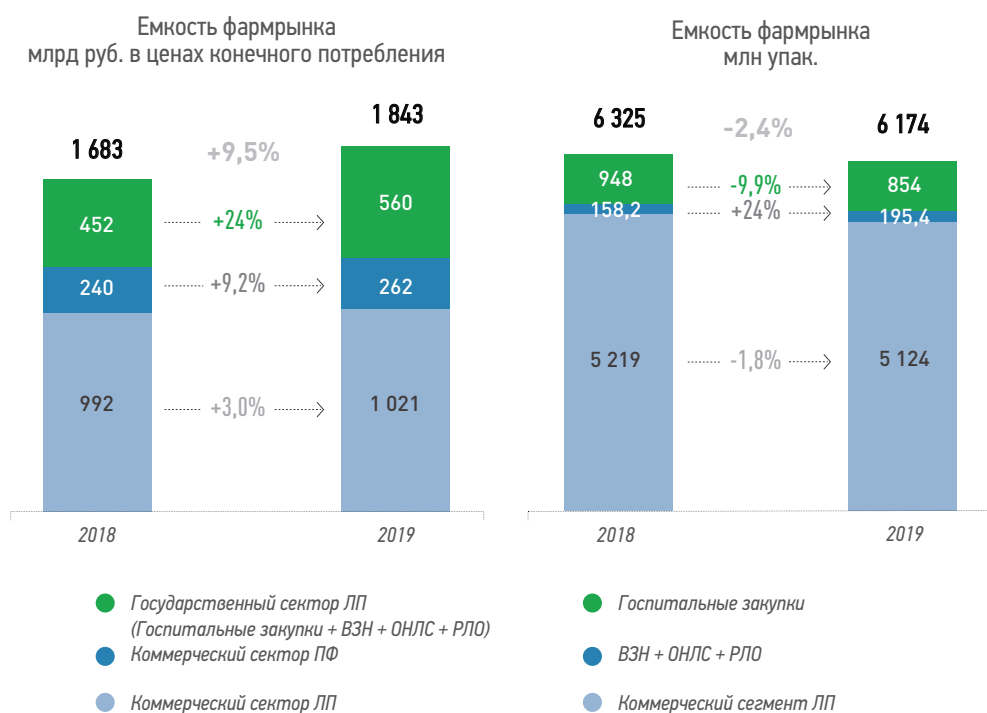


Рисунок 2

Ёмкость
фармацевтического
рынка

” Если пять лет назад рынок вырос на 11%, то в 2019 году — всего лишь на 3% “

Коммерческий сегмент ЛП является наиболее емким сегментом фармацевтического рынка, который уже на протяжении многих лет занимает существенную долю и показывает положительную динамику. При этом темп прироста от года к году сокращается. Так, если пять лет назад рынок вырос на 11%, то в 2019 году — всего лишь на 3%. Такой низкий показатель связан в первую очередь с невысоким уровнем заболеваемости гриппом и ОРВИ в отчетном году, который не привёл к росту спроса на сезонные препараты. Уже второй год подряд сезон гриппа практически отсутствует, благодаря в том числе и широкому охвату населения вакцинацией. Также в 2019 году продолжилась тенденция диверсификации покупателей по доходам: происходило реальное увеличение продаж дорогих препаратов (с ценой свыше 500 руб.) и дешевых (до 50 руб.), несмотря на высокую инфляцию в этом ценовом сегменте.

За 2019 год через аптечную сеть было реализовано 5 124 млн упаковок лекарств на сумму 1 021 млрд рублей (в розничных ценах). Таким образом, потребление лекарственных препаратов за счет населения перевалило планку в 1 трлн руб.

Аптечные продажи парафармацевтического ассортимента в 2019 году опять росли быстрее реализации лекарств.

Объем сегмента вырос на 9,2%, и составил 262 млрд руб. Драйвером роста стали такие типы товаров как биологически активные добавки, диагностические приборы и средства, а также категория предметов ухода за больными. При этом ряд групп даже сократились в объемах, например, перевязочные средства и средства гигиены.

Рынок в цифрах

Доля лекарств импортного производства в целом на рынке по итогам 2019 года составила 70% в рублях и 39,5% в упаковках. Рост рынка в натуральном выражении был отрицательный и у отечественных препаратов (-2%), и у препаратов иностранного производства (-3%). В рублёвом выражении отечественные препараты выросли на 11%, тогда как импортные средства — на 9%.

Структура рынка лекарств по типу отпуска заметно выросла в пользу рецептурных препаратов (+3% в доле по итогам года). Около 67% в денежном эквиваленте приходится на RX-препараты. Но за счёт более низкой цены ОТС-препараты преобладают в упаковках, и их доля составляет 55,6%.

Заметим, что основной объём продаж безрецептурных препаратов реализуется через аптеки (около 97% в рублях от объёма ОТС-препаратов). В государственном сегменте реализуются в основном Rx-препараты — они занимают более 90% от объёма потребления в тендерных закупках.

Жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты (ЖНВЛП) — перечень лекарственных препаратов, утверждаемый Правительством РФ в целях

” Аптечные продажи парафармацевтического ассортимента в 2019 году опять росли быстрее реализации лекарств “

государственного регулирования цен на лекарственные средства. Препараты списка ЖНВЛП занимают порядка 50% как в натуральном, так и в стоимостном объёме от общего объёма рынка лекарств.

За 2019 год доля оригинальных препаратов составила 40,2% в стоимостном выражении и 14,5% в натуральном. При этом относительно 2018 года доля увеличилась, особенно это видно в стоимостном выражении (на 1%). Такой динамике способствовало увеличение финансирования в госсегменте на закупку дорогостоящих лекарственных средств. В аптечных продажах, наоборот, продолжается переключение на дженериковые препараты (+1,1% в доле).

Рейтинг АТС возглавляет группа [А] «Пищеварительный тракт и обмен веществ», её доля составляет 15,5%. Основным каналом, через который реализуются лекарства данной группы, является аптечный сегмент — 76% в рублях приходится на приобретение лекарственных препаратов за счет средств населения.

А вот АТС, которые по объёму занимают вторую и третью строчку, в большей мере реализуются за счет государственного финансирования.

Группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» включает в

” Структура рынка лекарств по типу отпуска заметно выросла в пользу рецептурных препаратов (+3% в доле по итогам года) “

себя дорогостоящие препараты. За счет увеличения финансирования в госсегменте объем потребления лекарственных средств данной группы заметно вырос — +49%. Это позволило переместиться АТС [L] на вторую строчку, и в стоимостном выражении практически сравняться с лидером. Основным каналом, за счет которого финансируется отпуск противоопухолевых препаратов, являются программы льготного лекарственного обеспечения (федеральная и региональная льготы) — 45% и госпитальные закупки — 44%. За счет собственных средств потребители закупают только более дешевые иммуномодуляторы.

Группа [J] «Противомикробные препараты для системного использования» закупается для нужд больниц (53%), а также отпускается в аптеках по льготным рецептам (10,5%).

Рисунок 3

Структура рынка в различных разрезах, 2019 год

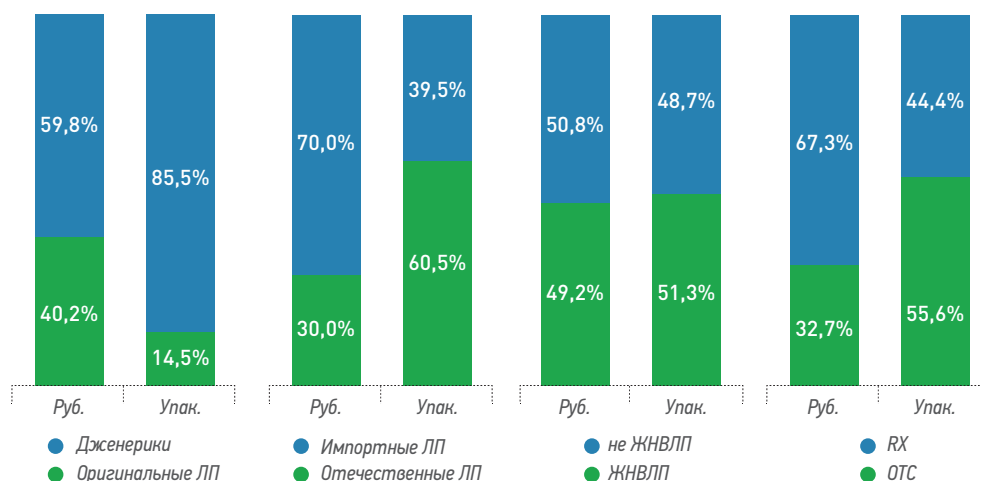


Таблица 1

Структура продаж
ЛП по АТС-группам,
2019 год

АТС-группы I уровня	Доля группы в стоимостном объёме, %	Доля группы в натуральном объёме, %
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	15,5%	15,6%
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	15,1%	1,3%
J: Противомикробные препараты для системного использования	12,5%	9,4%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	10,2%	12,3%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	9,1%	14,8%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	8,9%	13,1%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	7,4%	7,6%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	5,9%	6,7%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	5,3%	1,8%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	4,1%	10,8%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,2%	2,3%
V: Прочие препараты	1,6%	0,9%
Без АТС	1,2%	2,3%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,9%	0,8%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,2%	0,4%

2. Коммерческий сегмент ЛП

Впервые с 2016 года на розничном фармацевтическом рынке потребление лекарственных препаратов в упаковках упало. Вернуться в плюсовую зону рынку не позволила низкая заболеваемость ОРВИ и гриппом, что вновь подтверждает высокую зависимость рынка лекарств от продаж сезонных препаратов.

В 2019 году только в конце января - начале февраля были превышены эпидемиологические пороги по заболеваемости ОРВИ (такую статистику приводит НИИ гриппа им. А. А. Смородинцева). Негативное влияние на реализацию данной группы также оказывает широкая вакцинация населения. За последние годы уровень охвата прививочной кампанией заметно вырос. Так, если в 2015 году процент вакцинированного населения составлял 31,4%, то уже в 2019 году достиг показателя в 50,5% (более 73,95 млн человек). Прививки делали преимущественно трёхвалентными вакцинами. Таким образом, половина жителей России участвует в данной программе. Что же в результате?

Аптека зависима от реализации препаратов против ОРВИ и гриппа. Традиционно доля таких препаратов в обороте аптеки составляет около 20%. В 2019 году только 16% денежных средств было получено от продажи сезонных лекарственных средств. В итоге они не только не дали дополнительного прироста в емкость коммерческого сегмента рынка, но и внесли отрицательный вклад в рост рынка (такая картина наблюдается первый раз за много лет). Без учета препаратов для лечения ОРВИ и гриппа рынок

вырос бы на 3,6% в деньгах, совокупно динамика составила 3,0%.

В начале 2020 года паника вокруг коронавируса для ряда потребителей может оказаться импульсом к покупке, но в целом глобальное влияние на результаты продаж за год возможно только при масштабном распространении заболевания на территории России.

В лидирующую группу по увеличению потребления входят лекарственные средства для лечения сердечно-сосудистой системы, которые в 2019 году продемонстрировали максимальную динамику. Сердечно-сосудистые заболевания (ССЗ) являются главной причиной смертности в России (49,3% приходится на эту категорию), по этому показателю Россия сравнялась с европейскими странами. По данным Росстата, за первые восемь месяцев 2019 года по сравнению с аналогичным периодом 2018 года в 42 регионах РФ значительно выросла смертность от ССЗ. Около 587 человек на 100 тыс. населения умирают в России по причине этого диагноза. Поэтому одной из задач, поставленных Президентом России в национальных проектах, является снижение данного показателя до

” Аптека зависима от реализации препаратов против ОРВИ и гриппа. Традиционно доля таких препаратов в обороте аптеки составляет около 20% “

450 к 2024 году. Правда, стоит отметить, что в 2019 году объем закупаемых препаратов для сердечно-сосудистой системы за счет государственных средств сократился (на 3,4% в рублях и на 9% в упаковках). Да и в целом эта группа занимает всего лишь 2% финансирования. Возможно, и из-за этого продажи препаратов данной группы в аптеках растут.

В 2020 году рынок ждут глобальные перемены: внедрение системы маркировки, отмена ЕНВД, перерегистрация отпускных цен на лекарства из перечня ЖНВЛП и разрешение онлайн-торговли препаратами. Игроки «прожили» 2019 год за активным обсуждением всех этих инициатив и их влиянии на каждое звено товаропроводящей цепочки в будущем. Причем в основном ожидаемая реакция и последствия нововведений — это рост цен на лекарственные препараты. Хотя существенной инфляции на данную категорию мы не видели с 2014 года, когда индекс цен был выше 12% за счет увеличения курса доллара и евро к рублю.

Одним из называемых последствий новой системы регистрации цен на ЖНВЛП может стать сокращение ассортимента, который представлен в аптеках. В рамках методологии производители оригина-

льного препарата должны перерегистрировать цену с учетом того, сколько стоит аналогичная позиция в референтных странах (регистрируемая стоимость должна быть не выше). На дженерики цена будет рассчитываться исходя из цен на оригинальный препарат путем снижения на определенный коэффициент. Наверно, актуальной данная проблема является для категорий, которые представлены малым количеством препаратов. Для лекарственных средств, которые имеют на рынке множество аналогов, глобально изменения будут не заметны. А вот в нишевых категориях уход препаратов с рынка отрицательно скажется на потребителе.

Конечно, ротация аптечного ассортимента происходит ежегодно. Так, в 2019 году в аптеках продавалось препаратов из 2 066 МНН, при этом «новых» добавилось 75 МНН, а «ушло» с рынка 74 МНН. То есть, по количеству цифра осталась та же, что и в 2018 году. В брендах цифры выглядят следующим образом: «пришло» — 411, «ушло» — 331. Заметим, что в обороте аптек совокупно «ушедшие» позиции занимали всего 0,03% от емкости аптечного рынка лекарств в 2018 году. Поэтому чаще всего такая ротация связана с низкой востребованностью и снижением потребления того или иного препарата.

Совокупно за 2019 год аптеки реализовали 5,13 млрд упаковок лекарственных препаратов на сумму 1 021,2 млрд рублей (в розничных ценах). Прирост рынка в рублях составил 3%, тогда как в упаковках перешел в отрицательную зону (-2%).

Только 3 месяца из всего года имеют положительную динамику в натуральном выражении по отношению к аналогичному периоду 2018 года. В январе такая

” В 2020 году рынок ждут глобальные перемены: внедрение системы маркировки, отмена ЕНВД, перерегистрация отпускных цен на лекарства из перечня ЖНВЛП и разрешение онлайн-торговли препаратами “

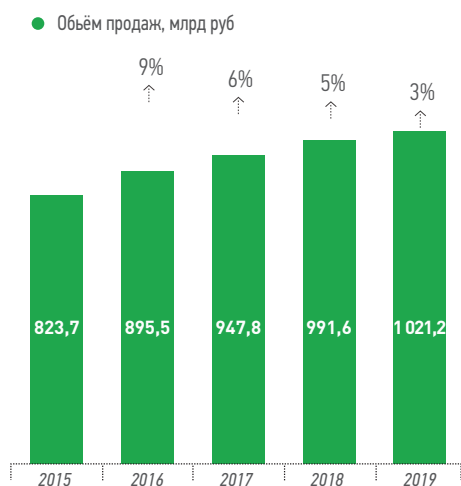
динамика обусловлена высоким уровнем сезонной заболеваемости. Холодный июль 2019 года позволил аптекам выйти «в плюс» по продажам лекарственных препаратов в упаковках. В дождливом сентябре ожидание простуды и гриппа привело к повышенному спросу опять же на сезонные препараты на 5,7% в рублёвом и 4,7% в натуральном эквиваленте. В остальное время рынок сокращался в упаковках, а иногда за счёт этого падал и в деньгах. Наибольшее падение реализации пришлось на начало весны – в марте аптечные продажи сократились на 4,9% в стоимостном выражении и на 10,3% в натуральном. В четвёртом квартале в рублях рынок лекарств стабильно рос приблизительно на 6% в рублёвом эквиваленте, при этом в упаковках реализация продолжала падать.

Заметное влияние на структуру потребления лекарственных препаратов оказывают и макроэкономические факторы, а именно — стагнация доходов населения (0,8% по оценке Минэкономразвития России), изменения расходов населения в пользу обязательных платежей и сбережений, уровень инфляции в целом (+3,0%), который выше индекса цен на лекарства.

” По итогам 2019 года среднедушевое потребление лекарственных препаратов за счёт средств населения составило 6,97 тыс. руб. Это на 3,2% выше, чем в 2018 году. При этом в среднем каждый житель нашей страны приобретает в аптеках 35 упаковок ЛП ежегодно “

В результате в 2019 году наблюдалась разнонаправленная динамика продаж по ценовым сегментам: дешевые препараты падали и в доле, и в объемах, рост рынка происходил в основном только за счет дорогостоящих лекарственных средств. Таким образом, расслоение населения по доходам нашло свое отражение и в аптечном сегменте. Более осознанное использование денежных средств отражается в динамике и структуре рецептурных

Динамика коммерческого рынка ЛП



Динамика коммерческого рынка ЛП

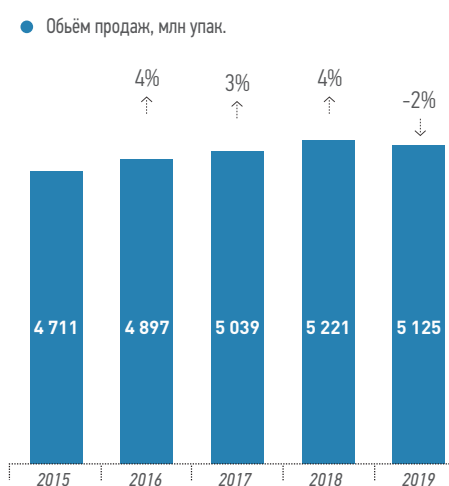


Рисунок 4

Динамика розничных продаж ЛП, 2015-2019 годы

и безрецептурных средств. Уменьшается потребление ОТС-препаратов. Это происходит по нескольким причинам: покупка «впрок» становится менее популярной, спрос на препараты для самолечения, к которым часто относятся сезонные препараты, падает, в том числе и из-за изменения уровня заболеваемости.

По итогам 2019 года среднедушевое потребление лекарственных препаратов за счет средств населения составило 6,97 тыс. руб. Это на 3,2% выше, чем в 2018 году. При этом в среднем каждый житель нашей страны приобретает в аптеках 35 упаковок ЛП ежегодно. При этом часть затраченных средств потребитель может вернуть за счет оформления налогового вычета. С 2019 года доходы, которые облагаются НДФЛ по ставке 13%, можно уменьшать на стоимость любых лекарств по назначению врача. До изменений расходы на покупку лекарств можно было принять к вычету только в том случае, если препараты или действующие вещества упоминались в перечне из Постановления Правительства № 201. Условиями для налогового вычета при покупке лекарств являются наличие бланка рецепта и документов, которые подтверждают оплату. Если есть подтверждение расходов на лекарства,

можно вернуть 13% от затраченной суммы — максимум 15 600 рублей.

Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ЛП

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

По итогам 2019 года доля российских препаратов выросла на 1,2% — до 28,5% в рублях и на 0,4% — до 57,8% в упаковках. При рассмотрении абсолютных показателей реализация отечественных препаратов в деньгах возросла на 7,5%, тогда как объем продаж импортных лекарств увеличился только на 1,3%.

Это произошло за счёт увеличения продаж таких отечественных брендов как «Аторвастатин» (+85,4% в стоимостном выражении и +35,9% в натуральном), «Бисопролол» (+66,7% в рублях и +32,9% в упаковках) и др.

Несмотря на то, что в целом на рынке количество российских и иностранных производителей практически одинаковое (около 520 и 570 компаний соответственно), в аптеках больше пред-

Рисунок 5

Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ЛП розничного рынка России, 2018–2019 годы



ставлены бренды лекарственных средств импортного производства (около 3 378, что составляет 9 060 SKU). Аналогичный показатель для отечественных препаратов на 41% меньше — 2 394 бренда (7 975 SKU). Таким образом, видно, что иностранные компании больше реализуют «уникальные» позиции — оригинальные препараты и брендовые дженерики. Российские лекарства в большом объеме выпускаются в виде небрендовых дженериков сразу несколькими предприятиями.

Средняя стоимость упаковки отечественного препарата в розничных ценах в 2019 году составила 98 рублей, что приблизительно в 3,4 раза ниже стоимости упаковки импортного лекарственного средства (стоимость препарата зарубежного производства составила 337 рублей). Вместе с тем, средневзвешенная стоимость российского препарата выросла на 8,7%, импортного — на 4,2%.

Рост доли российских лекарств — уже устоявшийся тренд для рынка лекарств. С 2012 года этот показатель вырос с 23,8% до 28,5%. В упаковках динамика менее заметна: за 7 лет доля выросла всего на 2,4%.

” Рост доли российских лекарств — уже устоявшийся тренд для рынка лекарств “

Несмотря на то, что локализация более присуща препаратам, реализуемым по средствам государственных закупок, в аптеках последовательно тоже наблюдается рост реализации лекарственных средств, произведенных на территории России.

Доля локализованных препаратов в обороте аптек составляет 13,0% в стоимостном выражении и 6,3% в упаковках. В результате потребители приобретают 42% лекарственных средств, произведенных в России, в упаковках доля таких препаратов увеличивается до 64%.

Соотношение объемов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска

Соотношение объемов аптечных продаж рецептурных и безрецептурных препаратов показано на рисунке 7.

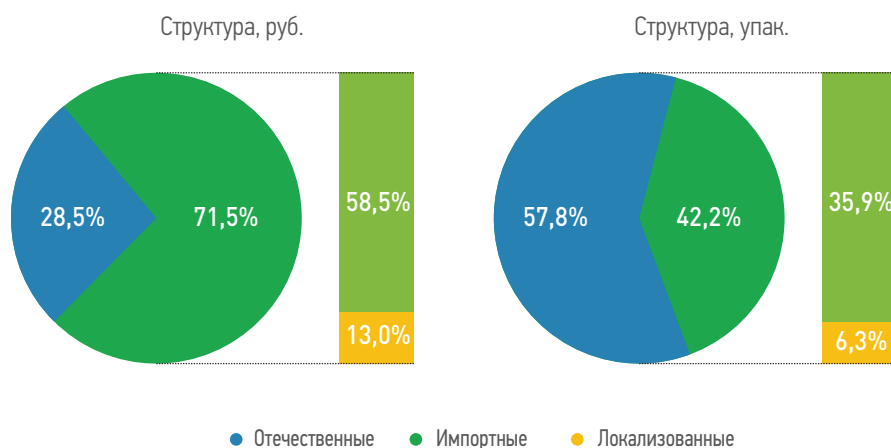


Рисунок 6

Структура коммерческого сегмента по происхождению с учетом локализации, 2019 год

В 2019 году безрецептурные препараты заняли 48,6% рынка в стоимостном и 65,0% в натуральном выражении. В результате более значительной динамики Rx-препараты (+5,8% против +0,1% у ОТС-средств) смогли увеличить свою долю на рынке, и стали превалировать в рублёвом эквиваленте. В итоге удельный вес рецептурных средств вырос с 50,0% до 51,4%. Увеличение доли происходит несмотря на изменения в процедуре получения рецептов.

В 2019 году были введены новые правила оформления, учёта и хранения рецептурных бланков, их формы. Теперь оформлять электронные рецепты необходимо по единым требованиям Министерства здравоохранения. Выдать электронный рецепт может только медицинское учреждение, сведения о котором находятся в федеральном реестре медорганизаций ЕГИСЗ, а также ЛПУ должно быть подключено к региональной информационной системе в сфере здравоохранения. Рецепты заверяются квалифицированной электронной подписью медработника, а рецепты на наркотические и психотропные препараты — ещё и квалифицированной электронной подписью медорганизации. Бумажный

рецепт можно получать не только пациенту или законному представителю, но и по доверенности.

В упаковках структура рынка лекарств также изменилась в пользу препаратов, отпускаемых по рецепту врача, так как объём реализации Rx-препаратов вырос на 2,0%. При этом ёмкость рынка ОТС-средств сократилась на 3,8%. Несомненно, отсутствие всплеска простудных заболеваний сыграло заметную роль в расстановке «сил».

Средняя стоимость упаковки рецептурного препарата составила 293 рубля, безрецептурный препарат стоил в розничных ценах аптек в среднем 149 рублей. Цены на обе категории препаратов выросли относительно аналогичного периода прошлого года на 3,8% и 4,1% соответственно.

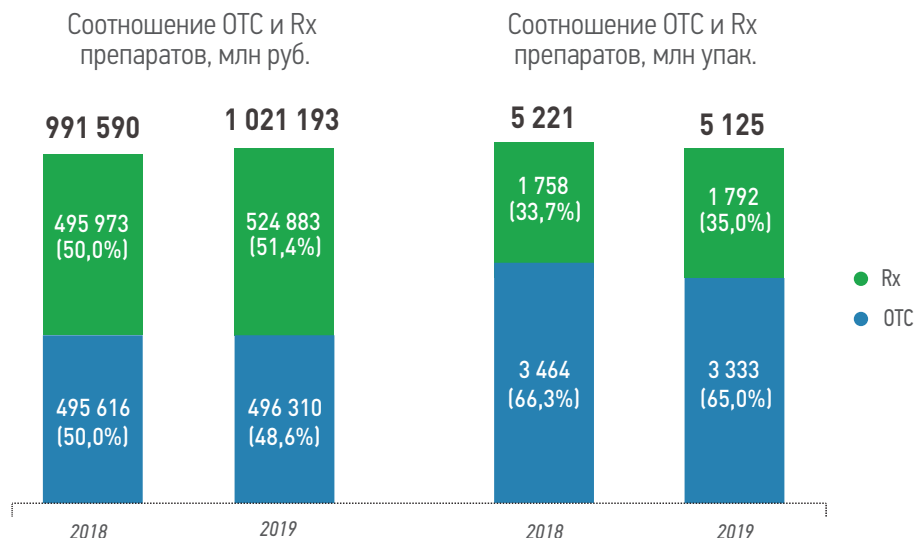
Соотношение продаж оригинальных и дженериковых ЛП

Сложившиеся в 2019 году рыночные условия способствовали продолжению основных тенденций прошлых лет. Вес

Рисунок 7

Соотношение объёмов продаж ОТС и Rx-препаратов розничного рынка России, 2018–2019 годы

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



дженериковых препаратов в общем объёме рынка по-прежнему растёт: с 2014 года доля воспроизведённых лекарств возросла на 6,7% в рублях и на 2,4% в упаковках.

В рублях продажи дженериков выросли на 4,9%, в результате чего они смогли занять в 2019 году 62,5% рынка, увеличив свою долю на 1,1%. Несмотря на то, что в упаковках реализация дженериков сократилась на 1,5%, при этом их доля возросла с 83,6% до 83,9%. Средняя стоимость оригинального препарата составила 463 руб./упак. (+3,7% к показателю 2018 года), дженерик продавался в среднем по 148 рублей (+6,5%).

Структура продаж ЛП розничного рынка по АТС-группам

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

Группа [А] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» с долей 18,3% возглавила рейтинг АТС, что существенно выше, чем ёмкость других групп. По сравнению с 2018 годом в данной группе от-

мечается незначительный прирост продаж в денежном эквиваленте – на 0,4%. Лидерами в данной АТС стали зубиотик «Линекс» (2,3%) и гепатопротектор «Эссенциале» (доля 2,2%). На 3-ю строчку поднялся ферментный препарат «Креон» (2,1%), который показал существенный прирост объёма реализации на 15,7%. При этом максимальное падение отмечено также у одного из лидеров продаж – бренда «Эссенциале» (-13,1%).

Порядка 15,7% стоимостного объёма продаж АТС-группы [А] приходится на подгруппу [А07] «Противодиарейные препараты». На первом месте по объёму продаж в группе [А07] оказался бренд «Линекс» с долей в рублях, соответствующей 14,6%. «Энтеросгель» и «Энтерофурил» занимают в стоимостном рейтинге 2 и 3-е места с долями 10,5% и 7,4% соответственно. По количеству проданных упаковок лидирует недорогой и преимущественно отечественный препарат «Уголь активированный» (почти 38,5% продаж [А07]).

Подгруппа [А11] «Витамины» в 2019 году продемонстрировала самую низкую динамику в своём АТС — объём реализации снизился на 8,0% в рублях и на 4,7%



Рисунок 8

Соотношение объёмов продаж оригинальных и дженериковых препаратов розничного рынка России, 2018-2019 годы

Таблица 2

Структура продаж
ЛП розничного рынка
России по АТС-группам
в 2019 году

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

АТС-группы I уровня	Стоимостной объем, млрд руб.	Прирост группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн упак.	Прирост группы в натуральном объеме, %
Пищеварительный тракт и обмен веществ [A]	187,4	0,4%	844,3	-3,0%
Препараты для лечения заболеваний сердечно- сосудистой системы [C]	151,0	8,1%	679,9	2,4%
Препараты для лечения заболеваний респираторной системы [R]	126,9	2,3%	777,9	-2,7%
Препараты для лечения заболеваний нервной системы [N]	117,1	4,1%	807,4	-2,6%
Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы [M]	86,0	5,4%	388,8	-0,7%
Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны [G]	81,0	1,1%	109,3	-2,1%
Противомикробные препараты для системного использования [J]	72,3	-1,4%	330,1	-5,3%
Препараты для лечения заболеваний кожи [D]	62,3	1,0%	605,9	0,7%
Препараты, влияющие на кровообразование и кровь [B]	51,0	6,6%	158,6	-6,5%
Препараты для лечения заболеваний органов чувств [S]	30,0	6,9%	134,6	-0,9%
Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы [L]	25,9	-4,2%	54,8	-10,5%
Препараты без указания АТС- группы	13,8	0,7%	137,5	-4,1%
Прочие препараты [V]	8,1	8,7%	40,8	3,2%
Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны) [H]	6,0	6,8%	32,2	-0,9%
Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты [P]	2,4	0,9%	23,3	-0,4%

в упаковках. Одной из причин является переключение потребителей на покупку препаратов, зарегистрированных как биодобавки к пище.

На втором месте по стоимостному объёму расположилась АТС [С] «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» (доля 14,8%). В группе [С] лидируют бренды «Детралекс» (доля 4,6%), «Конкор» (4,0%) и «Лориста» (3,2%). Максимальный вклад в увеличение продаж группы на 8,1% внесли гипотензивное средство «Вальсакор» (+92,6%) и гиполипидемический препарат «Аторвастатин» (+62,2%). Наибольшим падением отметились ангиопротектор «Троксевазин» и препарат, влияющий на систему ренин-ангиотензин — «Престариум А», реализация которых сократилась на 6,1% и на 3,5% соответственно.

Структура коммерческого рынка по АТС-группам из года в год довольно стабильна. Прирост ёмкости и средней стоимости упаковки в АТС-группах представлен на рисунке 9.

По итогам 2019 года 13 АТС-групп отметились положительным приростом стоимостного объёма продаж. Наибольший темп прироста был отмечен у препаратов двух групп [V] и [С].

На 8,7% выросли продажи группы [V] «Прочие препараты». В большей мере такая динамика обеспечена увеличением объёма реализации одних из самых востребованных брендов группы, которые продемонстрировали прирост свыше 20% — аллерген «Сталораль» (+60,5%), ферментное средство «Лонгидаза» (+35,0%), средство лечения почечной недостаточности «Кетостерил» (+24,4%).

Продажи группы [С] «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» увеличились на 8,1%. Из ТОП-10 в данной подгруппе 6 препаратов показывают прирост: сильнее всего выросла реализация у марок «Вальсакор» (+92,6%) и «Аторвастатин» (+62,2%). Лидер продаж — венотонизирующий препарат «Детралекс» — также отметился увеличением продаж на 2%.

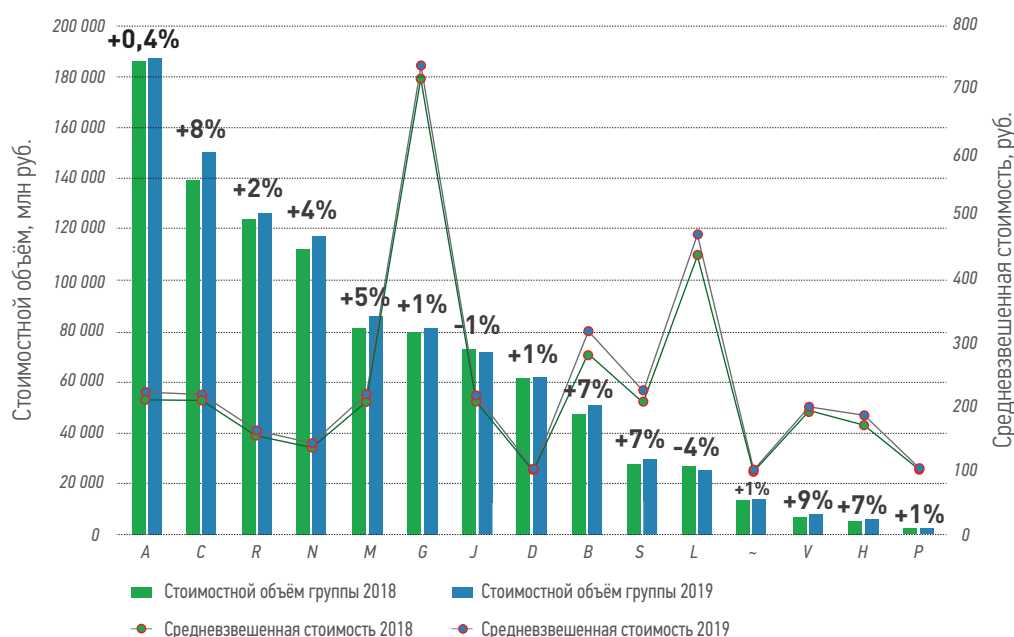


Рисунок 9

Структура розничного рынка ЛП, 2018-2019 годы

Наибольшая доля стоимостного объёма продаж в группе [С] приходится на подгруппу [С09] «Препараты, влияющие на систему ренин-ангиотензин» (33,5% от объёма продаж по группе [С]). Лидером в подгруппе является препарат «Лориста», на долю которого приходится порядка 9,6% стоимостного объёма продаж подгруппы [С09] за 2019 год.

В натуральном выражении лидерами по снижению потребления стали группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (-10,5%) и [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (-6,5%). Увеличение аптечных продаж в упаковках было зафиксировано только у трех групп: «Прочих препаратов» (+3,2%), «Препаратов для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» (+2,4%), а также «Препаратов для лечения заболеваний кожи» (+0,7%).

Наибольшая стоимость средневзвешенной упаковки по итогам 2019 года составила 741 рубль для препаратов группы [G] «Препараты для лечения за-

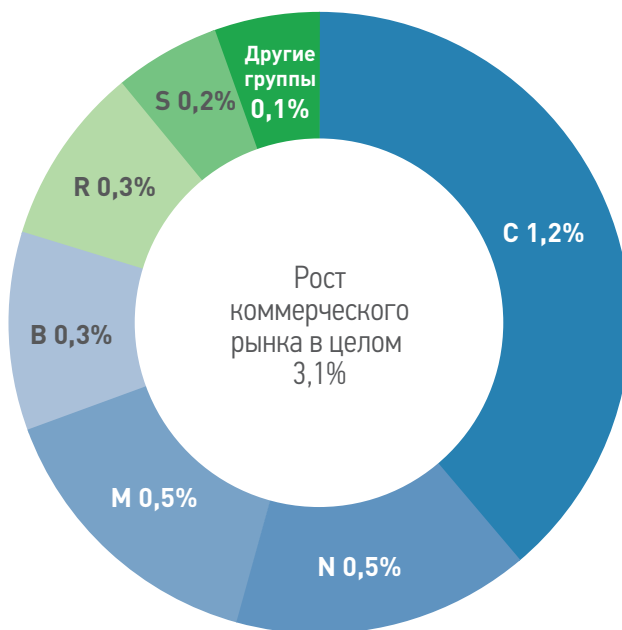
болеваний урогенитальных органов и половые гормоны». Такая высокая цена объясняется тем, что стоимость упаковки некоторых ЛП этой группы достигает 10 тыс. рублей и выше. Также высокая средневзвешенная цена отмечается в группах [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» — порядка 473 рублей, [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» — около 322 рублей.

Вклад различных АТС-групп в общий прирост коммерческого рынка оценивался с помощью средневзвешенного прироста — показателя, учитывающего долю АТС-группы, умноженную на темп её прироста (рисунок 10).

Наибольший вклад в увеличение ёмкости коммерческого рынка ЛП в рублях в 2019 году внесли группы [С] «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы», [N] «Препараты для лечения заболеваний нервной системы» и [M] «Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы», что

Рисунок 10

Взвешенный прирост
ЛП розничного рынка
по АТС-группам
в 2019 году



суммарно составило 2,1%, или около 69% от роста рынка в целом.

Производители ЛП розничного рынка

В таблице 3 приведены ТОП-20 производителей, лидирующих по объёму продаж на коммерческом рынке России в 2019 году.

В 2019 году на российском фармацевтическом рынке присутствовало около 1090 игроков. Суммарно на ТОП-20 фирм приходится 52,5% стоимостного объёма продаж ЛП. По сравнению с 2018 годом общая доля двадцатки уменьшилась на 1,3%. Рейтинг производителей за год изменился менее заметно, нежели ТОП-20 брендов.

Уже традиционно лидером рынка по итогам года в аптечном сегменте становится компания Bayer (доля 4,4% в рублях), объём продаж которой в аптечном сегменте снизился на 0,5%. Портфель компании Bayer довольно большой (71 бренд, реализуемый в аптеках). Максимальный объём продаж компании приходится на антикоагулянтное средство прямого действия «Ксарелто» — его доля в продажах компании по итогам 2019 года составила 19,9% в рублёвом эквиваленте, а объём реализации за год увеличился на 23,7%, что стало наибольшим приростом продаж среди ключевых препаратов фирмы. На втором месте по приросту объёма реализации (из ТОП-10 портфеля Bayer) находится комбинированное контрацептивное средство «Клайра»: +13,3% к уровню продаж 2018 года. В натуральном выражении по объёму продаж лидируют такие известные бренды как «Релиф», «Ренни», «Бепантен». На эти три позиции приходится

31,0% проданных упаковок, что почти в два раза превышает суммарную долю этих препаратов в стоимостном объёме продаж компании.

Компания Sanofi заняла вторую позицию в рейтинге, уступив лидеру всего лишь 0,6% по доле в рублях. Объём продаж компании в 2019 году сократился на 7,6% по отношению к предыдущему году. Лидирующий гипотензивный препарат «Лозап» по итогам 2019 года занимает 12,3% от совокупного объёма продаж Sanofi, а удельный вес гепатопротектора «Эссенциале» и препарата магния «Магне В6», занимающих вторую и третью строчку, составил 10,8% и 6,7%.

На третьем месте расположилась корпорация Novartis с долей 3,6%. Темп прироста продаж компании по итогам 2019 года был положительным (+2,2%). Ряд ключевых препаратов компании отметился заметным увеличением продаж — «Бронхо-Мунал» (+18,2% к уровню продаж 2018 года), «Банеоцин» (+13,3%), «Феррум» (+13,1%). Но также стоит отметить, что в портфеле Novartis была и «падающая» группа препаратов: «Галвус Мет» (-5,8% по сравнению с уровнем продаж 2018 года), «Кетонал» (-2,3%), «Линекс» (-1,1%) и др.

11 компаний ТОП-20 показали положительную динамику. Наибольший темп прироста демонстрирует словенская компания KRKA (+15,5%): увеличение спроса на гипотензивные средства «Вальсакор» (+92,6%) и «Вамлосет» (+43,6%) позволило фирме подняться на 7-е место в рейтинге производителей (+4 строчки). Остальные перемещения в рейтинге происходили в рамках ± 2 -х мест. Также заметно вырос объём реализации компании GlaxoSmithKline (+7,7%), что обусловлено увеличением продаж НПВП

Таблица 3

ТОП-20
производителей ЛП
по стоимостному
объёму в 2019 году

Рейтинг 2019 г.	Изменение к 2018	Производитель	Объём продаж, млрд руб. 2019	Прирост, % 2019/2018	Доля, % 2019
1	-	Bayer	44,8	-0,5%	4,4%
2	-	Sanofi	38,9	-7,6%	3,8%
3	+1	Novartis	37,2	2,2%	3,6%
4	-1	Teva	35,2	-5,0%	3,4%
5	-	Отисифарм	34,6	0,6%	3,4%
6	-	Servier	33,4	-2,5%	3,3%
7	+4	KRKA	29,1	15,5%	2,8%
8	-	GlaxoSmithKline	28,8	7,7%	2,8%
9	-2	Berlin-Chemie	27,5	2,0%	2,7%
10	-1	Gedeon Richter	26,2	-1,8%	2,6%
11	-1	Stada	25,2	-1,3%	2,5%
12	-	Abbott	24,2	3,3%	2,4%
13	-	Takeda	23,9	2,1%	2,3%
14	-	Johnson & Johnson	21,4	-2,7%	2,1%
15	-	Фармстандарт	20,1	3,3%	2,0%
16	+1	Polpharma	18,4	5,8%	1,8%
17	-1	Dr.Reddy's	18,0	0,5%	1,8%
18	+1	Pfizer	17,8	6,7%	1,7%
19	-1	Astellas	17,2	-0,4%	1,7%
20	-	Валента Фарм	14,4	-8,6%	1,4%

Таблица 4

ТОП-20
производителей ЛП
по натуральному
объёму в 2019 году

Рейтинг 2019	Изменение к 2018	Производитель	Объём продаж, млн упак. 2019	Прирост, % 2019/2018	Доля, % 2019
1	-	Фармстандарт	365,1	-7,9%	7,1%
2	+1	Озон	198,8	15,0%	3,9%
3	-1	Отисифарм	189,0	-0,2%	3,7%
4	-	Верофарм	168,3	-1,4%	3,3%
5	-	Stada	157,9	-3,9%	3,1%
6	+2	Тульская Фармацевтическая Фабрика	148,3	1,1%	2,9%
7	-	Teva	139,4	-5,9%	2,7%
8	-2	Обновление	136,9	-14,5%	2,7%
9	-	Polpharma	118,5	2,6%	2,3%
10	-	Dr.Reddy's	109,9	-4,2%	2,1%
11	+1	Novartis	100,6	-1,0%	2,0%
12	-1	Sanofi	100,3	-7,6%	2,0%
13	-	Татхимфармпрепараты	90,2	-3,1%	1,8%
14	-	Berlin-Chemie	88,3	-3,4%	1,7%
15	+5	Синтез (вкл. Биоком)	87,5	13,4%	1,7%
16	+1	GlaxoSmithKline	83,1	1,8%	1,6%
17	-1	Gedeon Richter	82,3	-2,6%	1,6%
18	+1	KRKA	81,1	2,1%	1,6%
19	+2	Гиппократ	80,3	16,3%	1,6%
20	-5	Johnson & Johnson	79,9	-6,3%	1,6%

«Вольтарен» на 23,6% и противовоспалительного средства «Отривин» на 14,9%.

Следует отметить, что половина компаний-участниц ТОП-20 сохранили свои позиции в 2019 году. При этом у большей части производителей был зафиксирован прирост продаж.

Девять компании из ТОП-20 показали отрицательную динамику. Сильнее всего упали продажи у отечественного производителя «Валента Фарм» (-8,6%): отрицательную динамику компании обеспечили противовирусный препарат «Ингавирин» (-14,6%) и ноотропное средство «Пантокальцин» (-13,4%).

Рейтинг производителей в большей мере представлен иностранными компаниями: в 2019 году в рейтинг вошли только три отечественные компании: 5-я строчка – «Отисифарм» (доля 3,4% в руб.), 15-я строчка – «Фармстандарт» (2,0%), 20-я строчка – «Валента Фарм» (1,4%).

В упаковках преимущество остаётся за российскими компаниями и зарубежными с высокой долей дженериков в своём ассортименте. Максимальная доля у «Фармстандарта» (7,1%). «Озон» занимает порядка 3,9% в упаковках от аптечных продаж. Тройку лидеров замыкает «Отисифарм» – 3,7%. ТОП-20 производителей натурального рейтинга занимают более половины аптечного рынка ЛП (50,8%), что сопоставимо с концентрацией в стоимостном выражении (на ТОП-20 корпораций приходится 52,5%).

Препараты розничного коммерческого рынка

В таблице 5 приведен ТОП-20 брендов, лидирующих по объёму продаж на коммерческом рынке России в 2019 году.

В 2019 году через коммерческий сегмент было реализовано свыше 5 300 брендов лекарственных препаратов. На ТОП-20 брендов лекарств пришлось 11,1% рынка в рублях. В рейтинге брендов, лидирующих по стоимостному объёму на розничном рынке, можно отметить ряд существенных изменений. Антикоагулянт «Ксарелто» вытеснил с первой строчки анальгетик «Нурофен», показав заметный темп прироста — на 23,7%. Только один препарат смог сохранить позиции прошлого года — венотонизирующее средство «Детралекс» (3-я строчка).

Противовирусное средство «Ингавирин» по итогам продаж 2019 года оказалось на 12 месте (-5 строчек), продемонстрировав максимальное снижение продаж (-14,6%).

Из существенных положительных изменений можно отметить +42 места у антикоагулянтного средства прямого действия «Эликвис» (+64,4%) компании Pfizer. Рейтинг покинули нестероидный противовоспалительный препарат «Найз» (21-я строчка) от компании Dr.Reddy's и комбинированный контрацептив «Джес» (25-е место) производства фирмы Bayer.

В упаковках по-прежнему лидируют «традиционные» дешёвые препараты «Бактерицидный пластырь» (доля 2,2% в упак.), «Цитрамон» (1,9%) и «Ацетилсалициловая кислота» (1,6%). Большинство препаратов (12 брендов), входящих в ТОП-20 в натуральном эквиваленте, показали отрицательную динамику. Наибольший темп снижения продемонстрировали отхаркивающее средство растительного происхождения «Мукалтин» (-14,5%), энтеросорбирующий препарат «Уголь активированный» (-14,1%) и анальгетик «Цитрамон» (-6,6%). Максимальная положительная динамика

Таблица 5

ТОП-20 брендов
по стоимостному
объёму в 2019 году

Рейтинг 2019	Изменение к 2018	Бренд	Объём продаж, млрд руб. 2019	Прирост, % 2019/2018	Доля, % 2019
1	+1	Ксарелто	8,9	23,7%	0,9%
2	-1	Нурофен	7,8	1,5%	0,8%
3	-	Детралекс	6,9	1,9%	0,7%
4	+6	Мексидол	6,5	12,4%	0,6%
5	+4	Мирамистин	6,4	9,0%	0,6%
6	+5	Пенталгин	6,3	12,0%	0,6%
7	-2	Конкор	6,1	-3,4%	0,6%
8	-4	Кагоцел	6,0	-10,2%	0,6%
9	+3	Терафлю	5,9	13,7%	0,6%
10	-4	Кардиомагнил	5,8	-5,9%	0,6%
11	-3	Актовегин	5,8	-3,2%	0,6%
12	-5	Ингавирин	5,2	-14,6%	0,5%
13	+5	Лориста	4,8	15,6%	0,5%
14	+1	Канефрон	4,8	7,8%	0,5%
15	-1	Лозап	4,8	-0,4%	0,5%
16	+3	Вольтарен	4,7	19,1%	0,5%
17	+42	Эликвис	4,4	64,4%	0,4%
18	-2	Линекс	4,3	-1,1%	0,4%
19	-6	Эссенциале	4,2	-13,1%	0,4%
20	+1	Мидокалм	4,1	8,3%	0,4%

отмечена у средства, понижающего секрецию желёз желудка — «Омепразола» (+17,4%), гипотензивного препарата «Эналаприл» (+14,1%) и антибиотика-цефалоспорины «Цефтриаксон» (+12,2%). ТОП-20 брендов в натуральном эквиваленте занимает 20,8% розничных продаж, то есть их концентрация выше, чем в стоимостном объеме. Средневзвешенная цена ТОП-20 в упаковках составляет около 36 рублей.

ЖНВЛП

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

В 2019 году в перечень ЖНВЛП вошло 735 международных непатентованных наименований лекарственных препаратов. 12 октября премьер-министр подписал Распоряжение Правительства РФ № 2406-р, согласно которому список ЖНВЛП расширился на 23 новых МНН и 2

новые лекарственные формы. Таким образом, с 2020 года перечень будет включать 758 наименований.

По итогам 2019 года в продажах аптек было зафиксировано 622 МНН, относящихся к перечню ЖНВЛП (что соответствует 2 146 брендам). Объем продаж препаратов перечня ЖНВЛП составил 364,6 млрд рублей, или 2 225 млн упаковок (рисунок 11).

Отметим, что в стоимостном выражении объем продаж ЖНВЛП вырос менее заметно, чем по остальному перечню препаратов (+2,0% — ЖНВЛП, +3,6% — не-ЖНВЛП). В натуральном выражении продажи ЖНВЛП упали менее значительно — на 1,5%, тогда как объем реализации препаратов, не включённых в список, снизился на 2,1%.

Доля отечественных жизненно необходимых лекарственных препаратов в натуральном выражении составила 56,0%, в деньгах их доля составляет 32,2%.

Средневзвешенная цена на ЖНВЛП по итогам 2019 года оказалась равна 164

Рисунок 11

Соотношение продаж препаратов из перечня ЖНВЛП и не-ЖНВЛП, 2018-2019 годы



рублям, причём цена одной упаковки отечественного препарата составила около 94 рублей, а импортного — почти в 2,7 раза выше (252 рубля).

Средняя стоимость препаратов ЖНВЛП не превысила средневзвешенную цену на остальные препараты (226 рублей). Это свидетельствует о том, что в сегменте ЖНВЛП смещение продаж в сторону дорогих лекарств произошло менее заметно, чем в целом по рынку.

На рисунке 12 приведён индекс цен по различным группам лекарств.

В 2019 году инфляция на лекарства была довольно низкая, особенно на фоне показателя прошлого года (6,1%) — по итогам декабря 2019 года цены выросли только на 1,8% относительно декабря 2018 года. Увеличение цен на препараты списка ЖНВЛП было заметно ниже: в 2019 году такие препараты стали стоить на 0,6% дешевле. На остальные лекарственные позиции, продающиеся в аптеках, инфляция составила 3,1%.

Рейтинг продаж ЛП по МНН, включён-

” Средневзвешенная цена на ЖНВЛП по итогам 2019 года оказалась равна 164 рублям, причём цена одной упаковки отечественного препарата составила около 94 рублей, а импортного — почти в 2,7 раза выше (252 рубля) “

ным в перечень ЖНВЛП, представлен в таблице 6. Возглавляет рейтинг МНН, включённых в перечень ЖНВЛП, «Ксилонметазолин», объём продаж которого вырос в 2019 году на 6,7% относительно предыдущего года. Отметим, что в 2016–2018 гг. лидером также был «Ксилонметазолин».

Расстановка сил в нижней части рейтинга заметно изменилась: укрепило свои позиции МНН «Апиксабан», поднявшись на 27 строчек вверх благодаря приросту

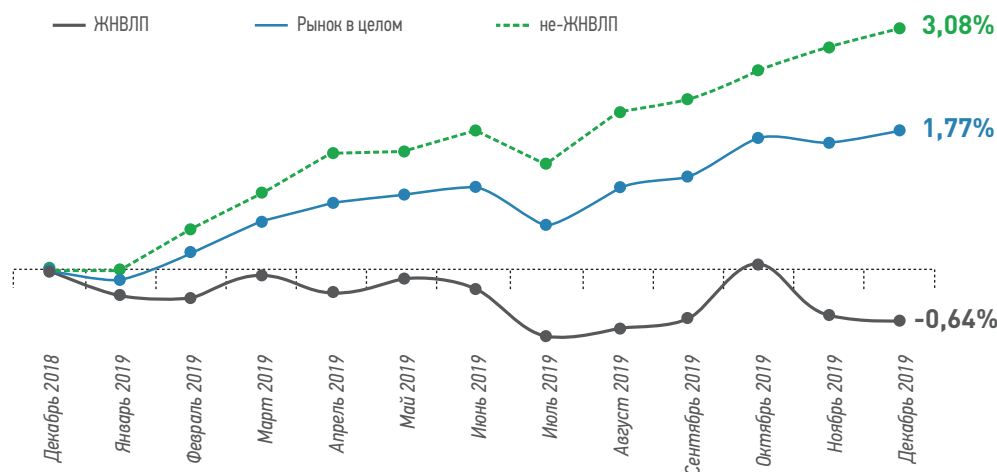


Рисунок 12

Динамика индекса цен на розничном рынке в 2019 году

Таблица 6

ТОП-20 МНН,
включённых
в ЖНВЛП,
по стоимостному
объёму продаж
в 2019 году

Рейтинг	Изменение	МНН	Доля в продажах ЖНВЛП, руб.	Объём продаж, млрд руб.	Лидер среди брендов внутри МНН
1	-	Ксилометазолин	4,8%	17,5	Снуп
2	-	Ибупрофен	3,2%	11,5	Нурофен
3	+1	Бисопролол	2,8%	10,1	Конкор
4	-1	Панкреатин	2,7%	10,0	Креон
5	-	Ривароксабан	2,4%	8,9	Ксарелто
6	-	Этилметилгидроксипиридина сукцинат	2,0%	7,3	Мексидол
7	+2	Аторвастатин	1,9%	6,8	Аторвастатин
8	+2	Лозартан	1,8%	6,5	Лориста
9	-1	Амоксициллин+Клавулановая кислота	1,7%	6,1	Амоксиклав
10	+1	Омепразол	1,6%	5,9	Омепразол
11	+2	Урсодезоксихолевая кислота	1,5%	5,5	Урсосан
12	-	Метформин	1,5%	5,4	Метформин
13	-6	Имидазолилэтанамида пентандиовой кислоты	1,4%	5,2	Ингавирин
14	+3	Периндоприл	1,3%	4,6	Престариум А
15	-1	Тамсулозин	1,2%	4,5	Омник
16	-	Цетиризин	1,2%	4,5	Зодак
17	+1	Адеметионин	1,2%	4,4	Гептрал
18	+27	Апиксабан	1,2%	4,4	Эликвис
19	-	Амоксициллин	1,1%	4,2	Флемоксин Солютаб
20	+7	Моксонидин	1,1%	4,0	Моксонидин

объёма продаж на 64,4%. Данное увеличение объёма реализации было обеспечено ростом популярности антикоагулянта прямого действия «Эликвис».

Большинство МНН, вошедших в ТОП-20, продемонстрировали положительную динамику. Наибольший прирост объёма продаж показали МНН «Апиксабан» (+64,4%), «Ривароксабан» (+23,7%) и «Моксонидин» (+22,6%). Три МНН отметились снижением продаж: максимальное у МНН «Имидазолилэтанамида пентандиовой кислоты» (-14,6%) — противовирусного средства «Ингавирин».

Ценовая сегментация препаратов розничного рынка

Средняя взвешенная цена упаковки лекарственного препарата на коммер-

ческом рынке в 2019 году возросла на 4,9%, и составила 199 рублей. Рассмотрим, из чего складывается эта величина. Потребители аптек переходят на более дорогостоящие средства. Некоторые потребители отказываются от дешёвых препаратов как от неэффективных. Другая часть клиентов аптек ради экономии покупает более объёмные упаковки, что также двигает средний чек вверх. Но при этом дешёвые лекарства пользуются высоким спросом у населения.

На рисунке 13 представлена структура коммерческого рынка и средняя стоимость упаковки в ценовых сегментах в 2018-2019 гг.

За год структура рынка изменилась в пользу препаратов высокого ценового сегмента относительно прошлого года. Положительная динамика продаж в

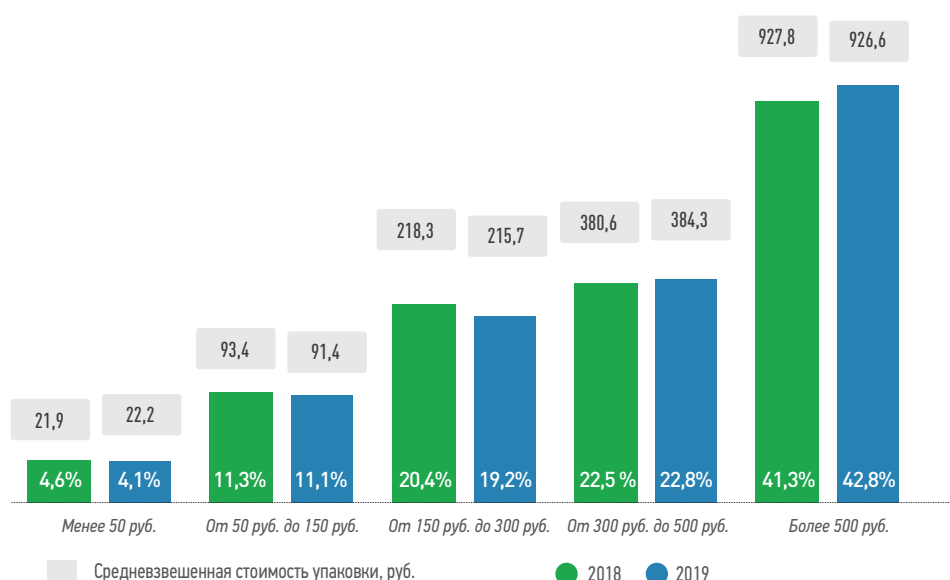


Рисунок 13

Структура стоимостных продаж ЛП розничного рынка по ценовым сегментам, 2018-2019 годы

рублях была отмечена у всех категорий за исключением сегментов «до 50 руб.» и «150-300 руб.». Наиболее заметный прирост продаж продемонстрировали лекарственные средства с ценой свыше 500 рублей (+6,8% в руб. и +6,9% в упак.). Благодаря этому удельный вес дорогих лекарств вырос на 1,5% в рублёвом и на 0,8% в натуральном эквиваленте. Заметим, что данный сегмент растёт от года к году. Так, с 2012 года его доля выросла с 29,3% до 42,8% в рублях и с 3,9% до 9,2% в упаковках. При этом на данную группу препаратов наблюдается дефляция — -0,8%. Таким образом, основную роль сыграли изменения в предпочтениях потребителей при выборе лекарственных средств.

Препараты «до 50 руб.» остаются у потребителей самыми востребованными — в упаковках доля дешёвых ЛП составляет 37,1%. Вес препаратов этой группы сократился на 2,5% в натуральном выражении и на 0,4% в стоимостном. За несколько лет падение доли было более ощутимым: с 53,1% в 2012 году в упаковках и с 7,0% в рублях. Но основная причина такой динамики — инфляционные

процессы. Препараты «до 50 руб.» растут быстрее всего в цене — 15,2%.

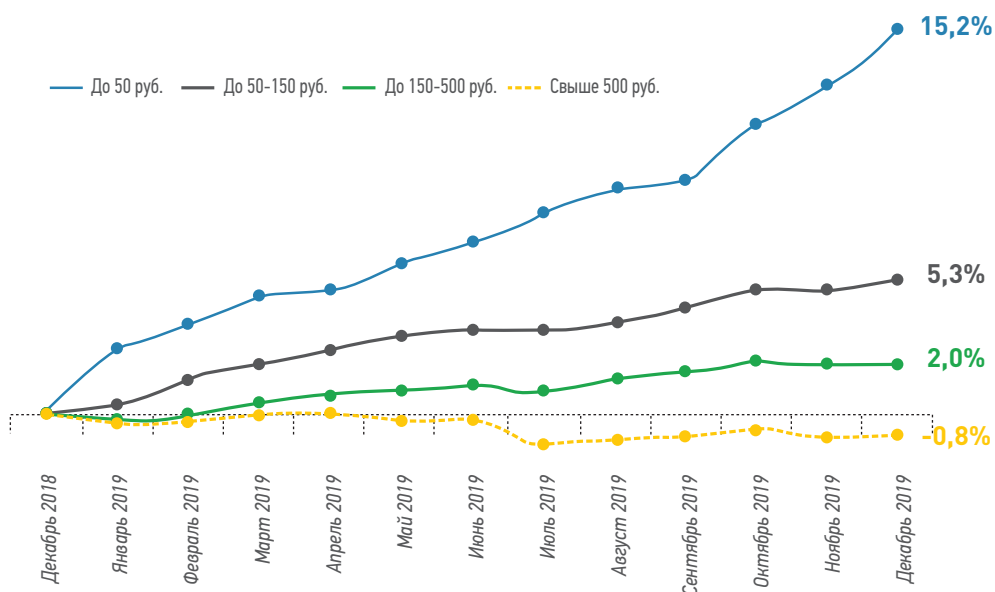
При этом, если «закрепить» потребительскую корзину на уровне 2018 года (то есть вне зависимости от того, какая цена у препарата в 2019 году, он попадёт в тот же сегмент, в котором оказывается по итогам 2018 года), то доля препаратов с ценой менее 50 рублей в 2019 году составит 6,8%, то есть на 2,2% больше, чем в 2018 году. Соответственно, на самом деле фактическое потребление «дешёвых» препаратов растёт. В том числе, за счет снижения доли средних сегментов относительно уровня 2018 года. Положительную динамику при таких условиях показывает только еще категория «свыше 500 руб.» (+1,5% в рублях соответственно). Таким образом, происходит фокусирование потребителя на более дешёвых и дорогостоящих ЛП.

Индекс цен препаратов розничного коммерческого рынка

Для объективной оценки изменения цен на препараты в розничном сегмен-

Рисунок 14

Динамика индекса цен по ценовым сегментам в 2019 году



те фармрынка был рассмотрен индекс цен, при расчёте которого использовался фиксированный список готовых лекарственных средств.

В отчётном периоде ценовой фактор не оказал существенного влияния: в декабре 2019 года цены выросли всего на 1,8% относительно декабря 2018 года, тогда как годом ранее этот же показатель был на уровне 6,1%. В большей мере на динамику объёма реализации препаратов повлияло изменение структуры потребления.

В 2019 году инфляция на лекарства (1,8%) была ниже, чем в целом индекс потребительских цен Госкомстата (3,04%). Таким образом, рост цен на лекарства не сыграл решающую роль в увеличении цен на основные товарные группы.

Рецептурные препараты росли в цене чуть медленнее, чем в целом была инфляция на лекарства: индекс цен на такие позиции составил 1,1% (рис. 15).

ОТС-препараты выросли в цене быстрее, несмотря на снижение продаж: инфля-

ция на эту категорию по итогам 2019 года достигла 2,4%. Заметим, что до марта увеличение стоимости было практически одинаково, а вот со второго квартала аптеки стали работать с ассортиментом по-разному, пытаясь компенсировать потери при реализации безрецептурных лекарств большим поднятием цен.

Индекс цен на импортные и отечественные препараты в 2019 году показан на рисунке 16.

Высокий рост цен отмечается на отечественные препараты: российские лекарства стали стоить дороже на 4,5%, тогда как импортные подорожали всего лишь на 0,7%.

Согласно данным Госкомстата, в 2019 г. лекарственные препараты заняли долю около 1,73% в базовой структуре потребительских расходов населения России, данный показатель вырос на 0,02%. В целом на здравоохранение приходится 2,13%.

На рисунке 17 представлен общий индекс потребительских цен, а также ин-

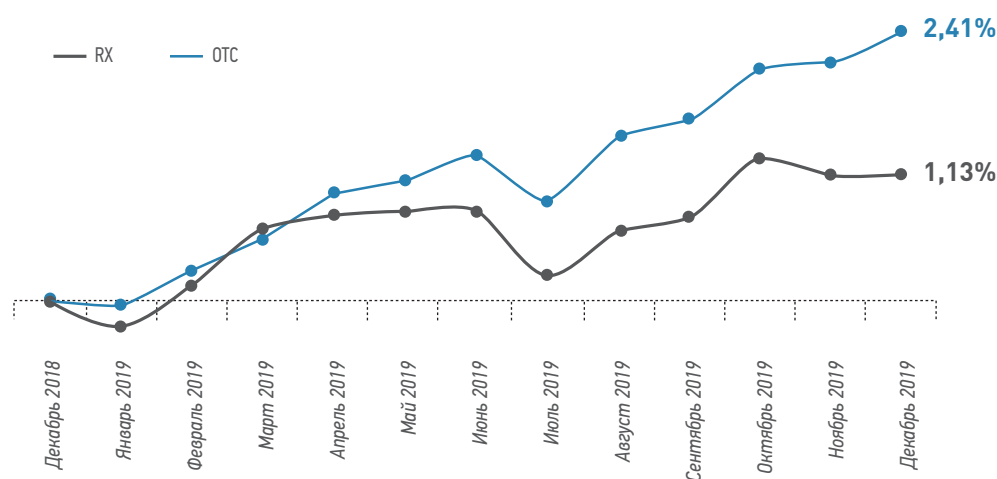


Рисунок 15

Изменение цен на ЛП на розничном рынке России в 2019 году

дексы цен на отдельные категории товаров и услуг.

Общий индекс потребительских цен в 2019 году составил 3,04%. При этом практически на все категории наблюдается рекордно низкий показатель инфляции. Например, на бензин по сравнению с 2018 годом уровень роста цен ниже в 5 раз. Самый большой рост цен наблюдался на услуги (3,82%). Менее всего выросли цены на лекарства (1,8%).

Новые препараты розничного рынка

В 2019 году в аптеках появилось 324 новых бренда лекарственных препаратов.

Общий объем продаж новинок в 2019 году составил порядка 1,9 млрд рублей, или 6,4 млн упаковок, что соответствует 0,18% стоимостного и 0,12% натурального объема аптечных продаж всех лекарственных препаратов в целом. Средневзвешенная цена одной упаковки нового ЛС была на уровне 295 рублей. Большинство новых препаратов – дженерики.

Отношение количества брендов отечественного и импортного производства в выборке новинок ЛП 2019 года составило 77% к 23%. Относительно аналогичного показателя 2018 года (48% к 52%) преимущество сместилось в пользу российских препаратов, что позволяет сделать вывод об увеличении темпов повышения рыночной доли препаратов оте-

Рисунок 16

Индекс цен на препараты импортных и отечественных производителей на розничном рынке России в 2019 году

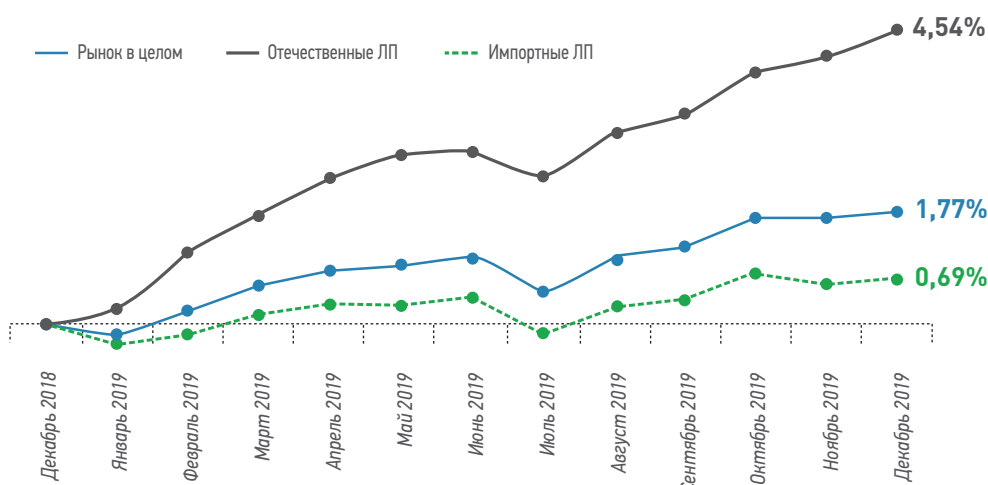


Рисунок 17

Индекс потребительских цен в России (декабрь 2019 года к декабрю 2018 года)

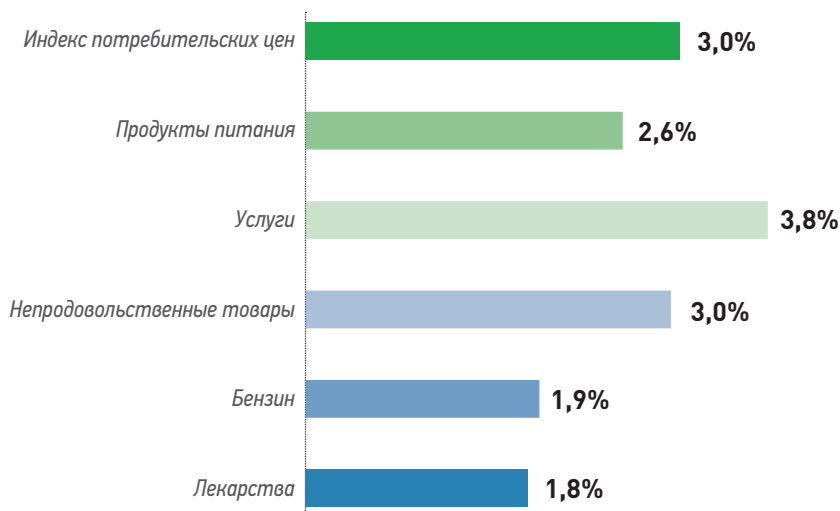


Таблица 7

ТОП-20 новых
брендов 2019 года
на коммерческом
рынке РФ

Рейтинг	Бренд	Производитель	Объём продаж, млн руб.	Дата появления в аптеке
1	Трекресил	ГлобалМедФарм	117,6	Ноябрь 2019
2	Фитофрон	ФармВИЛАР	108,8	Май 2019
3	Ларигама	Гротекс	94,3	Январь 2019
4	Тералив 275	Bayer	93,7	Январь 2019
5	Тилорон-СЗ	Северная Звезда	92,1	Февраль 2019
6	Наксимин	Гротекс	85,3	Май 2019
7	Лидамитол	Гротекс	76,3	Апрель 2019
8	Лоротокс	Гротекс	74,9	Март 2019
9	Некст Активгель	Отисифарм	73,2	Июнь 2019
10	Ивилект	Гротекс	54,1	Январь 2019
11	Дэтриферол	Гротекс	52,9	Март 2019
12	Фреймитус	Озон	39,6	Октябрь 2019
13	Сигдуо Лонг	AstraZeneca UK	37,7	Март 2019
14	Нафтодерил	Озон	36,8	Март 2019
15	Контрдиар	KRKA	35,3	Май 2019
16	Метуцинвел	Велфарм	32,9	Май 2019
17	Инспиракс	Alium	32,1	Январь 2019
18	Гелангин	Гротекс	31,8	Июль 2019
19	Простолор	Брайтфарм	31,8	Февраль 2019
20	Инвида ОДП	Сэлвим	29,4	Февраль 2019

чественного производства в розничном сегменте ЛС в том числе и за счёт вывода на рынок новых позиций.

Лидером по объёму розничных продаж в стоимостном выражении среди новых лекарств, вышедших на рынок РФ в 2019 году, стал бренд «Трекресил» производства отечественной фирмы «ГлобалМедФарм». Объём продаж данного препарата составил 117,6 млн рублей. «Трекресил», согласно документации, составляющей регистрационное досье, относится к фармакотерапевтической группе «Адаптогенные средства» и оказывает иммуностимулирующее и адаптогенное действие. В качестве основного действующего вещества рецептурного лекарственного препарата «Трекресил» выступает «Оксиэтиламмония метилфеноксиацетат». Лекарственное средство в форме таблеток предназначено для профилактики и лечения острых респираторных вирусных инфекций в составе комплексной терапии, применяется при высоких интеллектуальных и тяжёлых физических нагрузках, а также для повышения устойчивости организма к различным стрессовым воздействиям.

На второй позиции рейтинга – комбинированный препарат растительного происхождения «Фитофрон» от компании «ФармВИЛАР». «Фитофрон» — диуретическое средство, применяемое в составе комплексной терапии хронических инфекционно-воспалительных заболеваний мочевого пузыря и почек. Объём продаж данного средства в 2019 году составил 108,8 млн рублей.

Замыкает тройку лидеров комбинированный поливитаминный препарат «Ларигама» (ООО «Гротекс») с объёмом 94,3 млн рублей. Продажи данной марки в аптеках были зафиксированы с января

2019 года, и он является российским аналогом препарата «Мильгамма». Раствор для внутримышечного введения «Ларигама» применяется для терапии неврологических заболеваний.

В 2019 году компания Solopharm (ООО «Гротекс») успешно запустила более 20 брендованных ЛС аптечного ассортимента, семь из которых сумели войти в «двадцатку» новинок по стоимостному объёму продаж. Для эффективного взаимодействия с аптечными сетями производитель в отчётном году присоединился к пилотному проекту PharmaSpace. Интернет-платформа PharmaSpace.ru предназначена для установления прямых контрактных отношений с фармритейлерами, позволяет прозрачно фиксировать договоры по товарообороту, маркетинговым контрактам, фискально-аудированным отчётам и прямой логистике, а значит, сделает коммерческий лекарственный оборот более рентабельным, гибким и малозатратным в управлении.

В заключение стоит добавить, что лекарственный сегмент розничного рынка по своему ассортименту более стабилен, чем рынок БАД и прочих парафармацевтических товаров. Это связано с существенными затратами на государственную регистрацию ЛС.

3. Льготное лекарственное обеспечение

Разговоры о трансформации системы лекарственного обеспечения идут уже довольно давно. Уже более 10 лет обсуждается возможность введения в стране программы возмещения стоимости препаратов для пациентов. В 2014 году планировалось ввести в действие систему лекарственного страхования через пять лет – в 2019 году.

Создание программы, распространяющейся на всех граждан, заложено в разработанную Минздравом «Стратегию лекарственного обеспечения населения РФ на период до 2025 года», которая была одобрена еще в 2013 году. Сегодня почти 80 процентов россиян получают лекарственные препараты за полную стоимость и за счет собственных денежных средств, и любые экономические колебания вызывают сокращение потребления лекарственных препаратов. Поэтому планируется запустить программу бесплатного лекарственного обеспечения для граждан с полисами обязательного медицинского страхования (ОМС). Речь идет о системе лекарственного возмещения.

В 2019 году в очередной раз обсуждали проведение пилотных проектов. В 2020 году в ряде регионов должны заработать механизмы, позволяющие получить бесплатные лекарства пациентам, перенесшим острые сердечно-сосудистые заболевания. Это позволит выстроить систему, чтобы в дальнейшем расширить ее на все нозологии. Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы занимают второе место среди всех АТС на коммерческом рынке.

И для их приобретения покупатели тратят порядка 151 млрд руб. (по данным за 2019 год).

Каждый регион самостоятельно разрабатывает принципы лекарственного возмещения для выбранной категории препаратов. Например, в Москве утвердили программу бесплатного лекарственного обеспечения для горожан, страдающих сердечно-сосудистыми заболеваниями. Всего в нее попало 8 препаратов для трех групп больных:

- 1) Пациентов, перенесших острый инфаркт миокарда («Тикагрелор» и «Прасургел»);
- 2) Больных, страдающих мерцательной аритмией («Дабигатрана этексилат», «Ривароксабан» и «Апиксабан»);
- 3) Больных с высоким уровнем холестерина в крови («Алирокумаб», «Эволокумаб» и «Эзетимиб»).

Получать бесплатные лекарства будут около 80 тысяч нуждающихся в них москвичей и назначат их независимо от наличия или отсутствия инвалидности или другого льготного статуса — исключительно по медицинским показаниям.

Аналогичные проекты разрабатываются и в других регионах. Всего на проведение пилотных проектов по борьбе с сердечно-сосудистыми заболеваниями в 2020-2022 годах заложено 10,2 млрд руб., что существенно ниже потребности на рынке. Поэтому основным при любом выборе механизма лекарственного воз-

мещения остаётся вопрос, каких расходов потребует внедрение новой системы и откуда брать дополнительное финансирование. По планам лекарственное возмещение должно появиться к 2025 году, но возможно и сокращение сроков введения программы на 2–3 года, чтобы она заработала к 2022-му, когда все россияне смогут получать бесплатные лекарства в аптеках по рецепту врача. Сейчас же это доступно только для льготных категорий граждан.

Законодательство Российской Федерации гарантирует льготным категориям граждан обеспечение необходимыми лекарственными препаратами за счёт бюджетных средств различных уровней. Льготное лекарственное обеспечение можно разбить на три основных части.

«Обеспечение необходимыми лекарственными средствами» (ОНЛС) предусматривает обеспечение льготников в соответствии со стандартами оказания медицинской помощи необходимыми препаратами по рецептам за счёт средств федерального бюджета, которое регламентируется Федеральным законом от 17 июля 1999 года № 178-ФЗ «О государственной социальной помощи» и распространяется на 9 категорий граждан: инвалидов, детей-инвалидов, инвалидов войны, участников ВОВ, ветеранов боевых действий и др.

Норматив финансовых затрат в месяц на одного гражданина ежегодно увеличивался. В 2019 году он составил 861 руб. 80 коп., то есть таков финансовый размер социальной услуги для федеральных льготников в случае, если они не заменили услугу на денежную компенсацию в обозначенном размере. В 2020 году впервые, согласно Постановлению Правительства РФ от 30.11.2019 N 1554 «О

внесении изменений в Постановление Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2004 г. N 864», норматив указан ниже, чем в предыдущем году: 860,6 руб.

Около 20 млн человек в стране имеют право на льготное лекарственное обеспечение. 75% из этого перечня предпочитают получать вместо льготных препаратов денежные выплаты, и только 4,5 млн человек пользуются своим правом.

Точный перечень льготных лекарств ежегодно регламентируется Правительством РФ — Министерством здравоохранения и социального развития. Так, в перечень ОНЛС с 2020 года включены 23 дополнительные позиции лекарственных средств: 22 зарубежных препарата для лечения заболеваний эндокринной системы, заболеваний сердечно-сосудистой системы, псориаза, противогрибковые и противовирусные препараты системного действия, противоопухолевые препараты и иммунодепрессанты, психолептик и препараты для лечения обструктивных заболеваний; и один отечественный препарат («Нетакимаб») для лечения бляшечного псориаза. Кроме того, были сняты ограничения о назначении лекарственного препарата «Инсулин деглудек» для лечения сахарного диабета по решению врачебной комиссии.

Стартовавшая в 2008 году программа ВЗН (высокозатратные нозологии) включала в себя 7 нозологий, и добавление новых препаратов происходило только в рамках закреплённых групп. В последнее время наметилась тенденция расширения перечня заболеваний. Так, в 2019 году программа была дополнена 5-ю новыми заболеваниями, а с 2020 года будет увеличена ещё на две нозологии: апластическая анемия неуточнённая и

наследственный дефицит факторов II (фибриногена), VII (лабильного), X (Стюарта-Прауэра). Таким образом, в проекте бюджета на 2019–2021 годы было предусмотрено увеличение финансирования по программе высокочрезвычайных нозологий с учётом расширения данной программы на 12 млрд рублей.

Расширение списка нозологий привело и к увеличению перечня препаратов, закупаемых по программе ВЗН: с 2020 года в него дополнительно включены три позиции — это импортные препараты «Даратумумаб» для лечения хронических лейкозов; «Алемтузумаб» для лечения рассеянного склероза; «Эверолимус» для лечения после трансплантации органов или тканей. Кроме того, в список вошли 9 лекарственных препаратов для патогенетического лечения орфанных заболеваний, включённых в программу в 2019 году. Два из них производятся в России и используются для лечения гемолитико-уремического синдрома и юношеского артрита с системным началом («Экулизумаб», «Адалимумаб»), и 9 препаратов зарубежного производства для лечения юношеского артрита с системным началом, мукополисахаридоза I, II и VI типа («Ларонидаза», «Идурсульфаз», «Идурсульфаз бета», «Галсульфаз», «Тоцилизумаб», «Канакинумаб», «Этанерцепт»).

Широко обсуждаемый процесс маркировки заработал с 1 октября 2019 года именно для этой группы препаратов. Теперь все аптеки, отпускающие лекарства в рамках программы ВЗН, фиксируют движение лекарственных средств в системе учета «Честный знак». Всего на российский рынок поставляет препараты данной категории 21 отечественный производитель, 16 держателей регистрационных удостоверений на зарубежные лекарственные препараты и 16 организаций оптовой торговли. Выдачу лекарственных препаратов 7 ВЗН осуществляют 3547 пунктов отпуска.

Согласно законопроекту, в 2020 году на программу ВЗН будет выделено 59,821 млрд руб., на лекарства для больных ВИЧ — 29,53 млрд руб., на поставки для НКПП — 22,54 млрд руб. Обеспечение федеральных льготников обойдется в 51,39 млрд руб. Из них 37,75 млрд руб. — субвенции регионам на предоставление социальной помощи в виде натуральных льгот — лекарств для тех граждан, кто остался в программе и не выбрал монетизацию льгот, 13,64 млрд руб. — межбюджетные трансферты регионам на обеспечение равного доступа к лекарствам льготников из разных регионов.

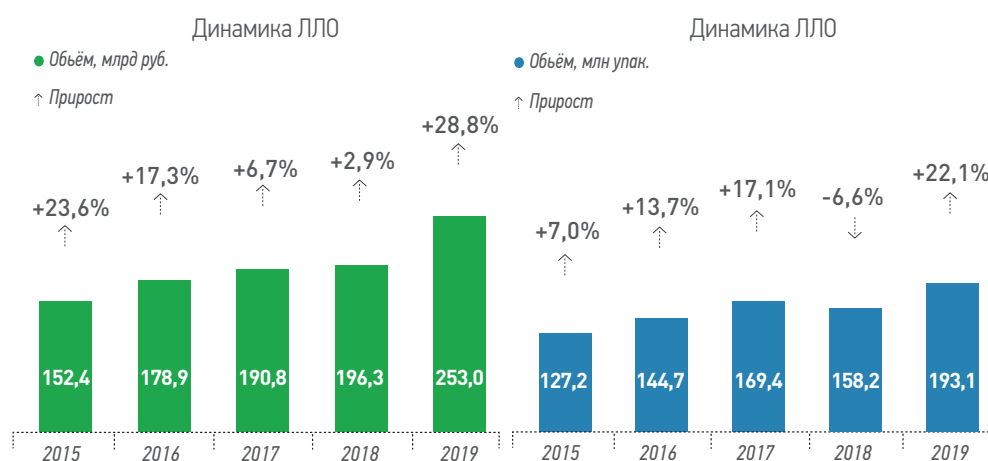


Рисунок 18

Динамика программы ЛЛО, 2015–2019 годы

Помимо федеральных средств закупка лекарственных препаратов может осуществляться и за счет средств региональных бюджетов. Региональная программа регламентируется Постановлением Правительства РФ от 30 июля 1994 года № 890 «О государственной поддержке развития медицинской промышленности и улучшении обеспечения населения и учреждений здравоохранения лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения», а также нормативно-правовыми актами субъектов РФ — бюджетом и региональной программой развития здравоохранения. Субъекты самостоятельно формируют перечни региональных льготников. Данная программа предусматривает получение лекарственных средств бесплатно или с 50%-й скидкой.

Нередко происходит так, что граждане, включённые в перечень региональных льготников, одновременно являются и федеральными. Поэтому одной из задач на пути к лекарственному возмещению является создание единого регистра граждан, имеющих право на льготное лекарственное обеспечение. В России пока такой не ведется, но его создание поручил президент еще в 2018 году. Полностью закончить работу по внедрению данного регистра должны до конца 2020 года.

По оценкам компании DSM Group, объём региональной программы сопоставим с

федеральной. В 2019 году финансирование закупки для льготных категорий граждан на региональном уровне сравнялось с цифрой, затраченной из федерального бюджета. В том числе это происходит за счет того, что на регионах лежит нагрузка по обеспечению лекарственными препаратами пациентов с орфанными заболеваниями.

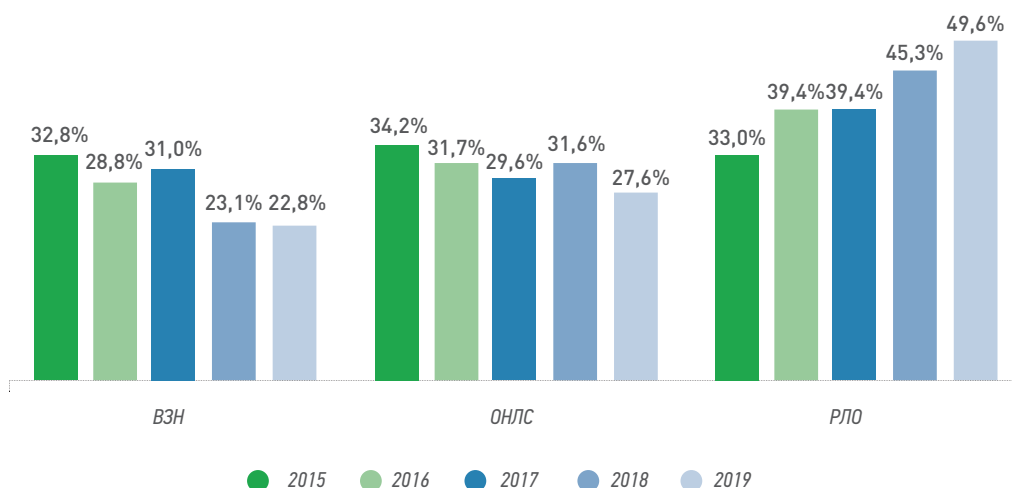
В настоящее время в перечне жизнеугрожающих и хронических прогрессирующих орфанных заболеваний, приводящих к сокращению продолжительности жизни граждан или их инвалидности, числится 19 болезней. По 17 из них организация обеспечения граждан препаратами и специализированными продуктами лечебного питания отнесена к полномочиям органов власти субъектов РФ. По оценкам для перевода их закупки на федеральный уровень потребуется из бюджета дополнительно 24 млрд руб.

В 2019 году совокупно было закуплено 193,1 млн упаковок лекарственных препаратов для льготных категорий граждан на сумму 253,0 млрд рублей, что выше показателя 2018 года на 28,8% в рублях и на 22,1% в упаковках. Аналитические данные отражают факты оплаты и поставки исполненных в 2019 году контрактов.

Если рассматривать отдельно льготные программы по частям, то можно отме-

Рисунок 19

Соотношение затрат по программам ВЗН, ОНЛС и РЛО в общем стоимостном объёме потраченных средств в сегменте ЛЛО, 2015–2019 годы



титель, что наблюдается тенденция роста региональной льготы. А вот доля ВЗН, наоборот, снижается. Вес препаратов, отпускаемых по общим нозологиям, сохраняется на уровне 30–33%.

На программу ВЗН в 2019 году было потрачено 57,8 млрд рублей, что на 27,3% больше, чем в 2018 году, и было реализовано около 4,0 млн упаковок, что на 5,4% меньше по сравнению с 2018 годом.

Рост объёма закупок в рублёвом эквиваленте связан с расширением с 2019 года

программы ВЗН до 12 нозологических форм, в результате чего в проекте бюджета на 2019–2021 годы было предусмотрено увеличение финансирования на 12 млрд рублей. Однако в подпрограмме ВЗН было вновь отмечено снижение количества закупаемых упаковок. Это обусловлено тем, что закупка препаратов на федеральном уровне позволяет перераспределять остатки медикаментов между субъектами. Это снижает риски дефектуры лекарственных препаратов или их списания в субъектах страны. Таким образом, лекарства, которые были в

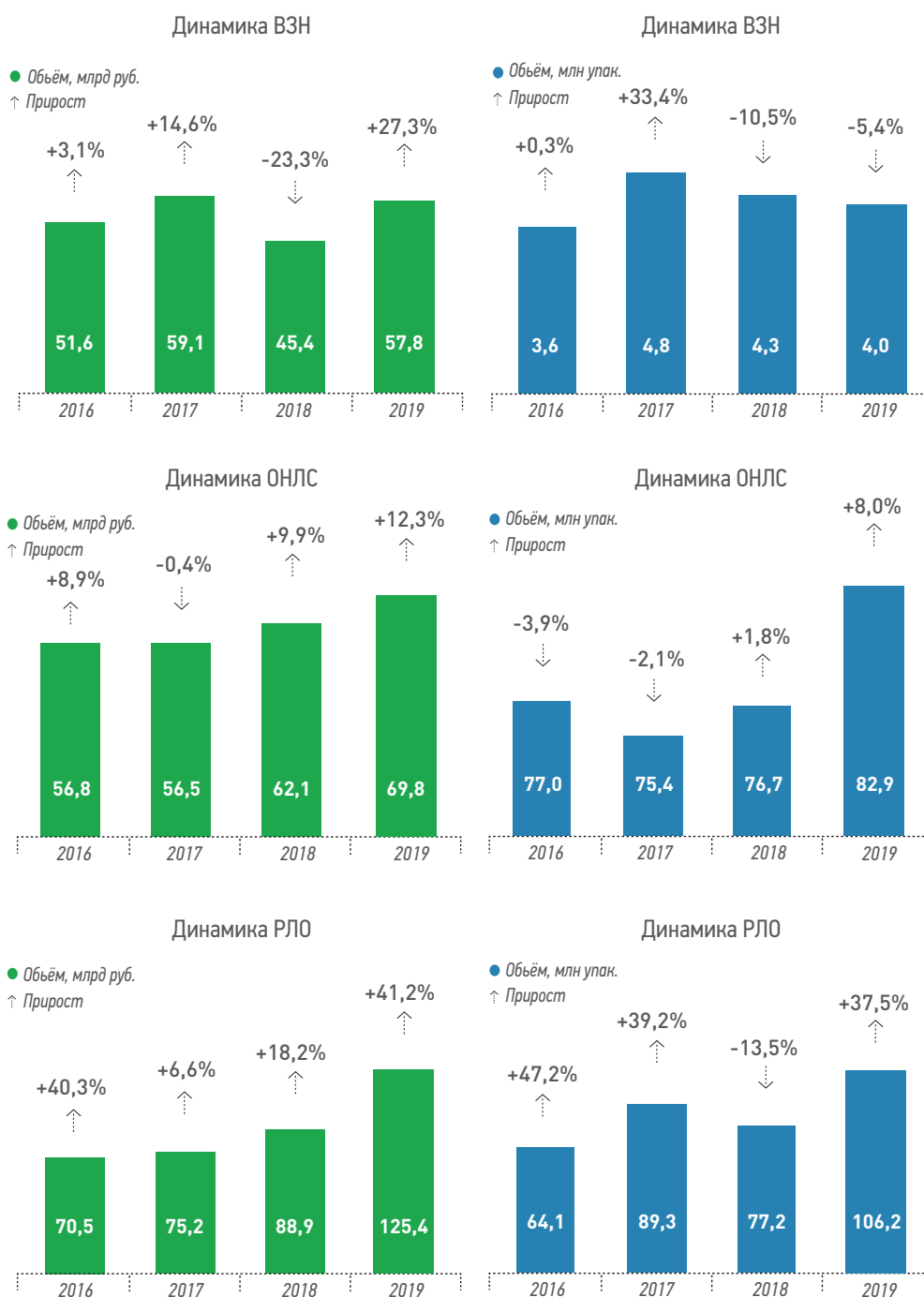


Рисунок 20

Динамика затрат по льготным программам, 2015–2019 годы

большем объеме закуплены в 2018 году, перешли на обеспечение льготников в 2019 году.

Объем финансирования программы ОНЛС в 2019 году составил 69,8 млрд рублей, что на 12,3% больше, чем годом ранее. В натуральном выражении также отмечено увеличение приобретенных упаковок — на 8,0% относительно 2018 года, ёмкость сегмента в итоге составила 82,9 млн упаковок.

Объем региональной льготы сравним с федеральной программой. В 2019 году было закуплено лекарств на 125,4 млрд рублей (+41,2% относительно 2018 года), что составляет 106,2 млн упаковок (+37,5%).

Соотношение импортных и отечественных ЛП в ЛЛО

В 2019 году доля отечественных препаратов в натуральном выражении со-

кратилась на 0,5% (рис. 21). При этом объем потребления отечественных препаратов показал положительную динамику (+21,5%), тогда как объем импортных средств вырос более заметно — на 24,1%. Прирост затрат в деньгах на закупку отечественных препаратов составил 24,0%, на импортные препараты потратили на 30,9% больше. За счёт этого доля лекарств иностранных производителей выросла на 1,1%. Рост доли зарубежных препаратов в объеме финансирования происходит только последние два года, до этого всегда наблюдался обратный процесс, обусловленный «импортозамещением».

Соотношение отечественных и импортных препаратов в денежном выражении сохранилось в пользу импортных препаратов. В 2019 году 73% стоимостного объема приходится на препараты импортного происхождения, и только 27% — на отечественные лекарства.

Рисунок 21

Соотношение продаж импортных и отечественных ЛП в 2019 году

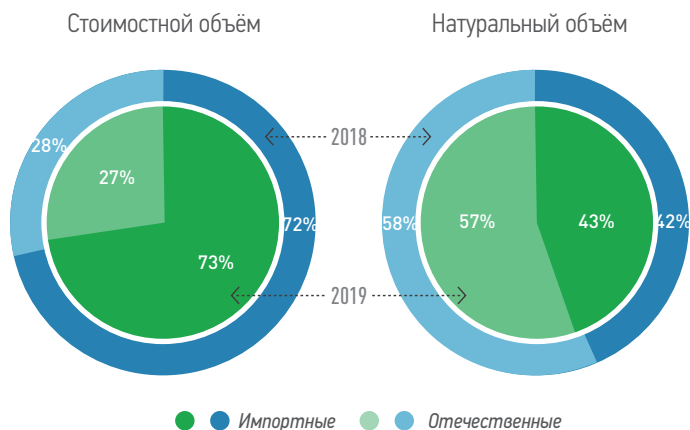
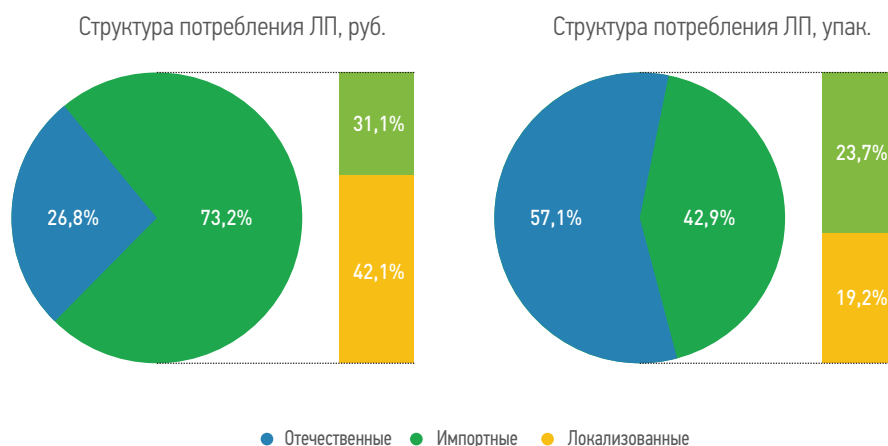


Рисунок 22

Структура сегмента ЛПУ по происхождению с учетом локализации в 2019 году



Процесс импортозамещения начался с препаратов, которые в большей массе представлены и закупаются по льготным программам. Именно поэтому доля локализованных лекарственных средств здесь наибольшая.

На госзакупках приобретаются 68,9% лекарственных средств, произведенных в России (+42,1% к отечественным), в упаковках доля таких препаратов увеличивается на 19,2%, и составляет 76,3%. Стоимость локализованных ЛП по данным за 2019 года была на уровне 2 869 рублей.

Соотношение продаж импортных и отечественных ЛП по программам «12 нозологий», ОНЛС, РЛО представлено на рисунке 23.

В части ЛЛО, соответствующей высокотратным нозологиям, доля отечественных препаратов выросла как в стоимостном объёме (+1,2% до 32,3%), так и в натуральном (+0,8% до 41,5%). Это в том числе обусловлено и расширением закупок российских препаратов с 25 брендов (что соответствует 14 МНН) в 2018 году до 32 брендов (20 МНН) в 2019 году.

По программе ОНЛС доля российских препаратов уменьшилась, и составила

” В региональной льготе в деньгах преобладают импортные препараты (74,8%, но также наблюдается увеличение доли), в упаковках лекарства российских заводов занимают 52,1% “

порядка 25,1% в деньгах (против 26,4% в 2018 году). В упаковках отечественные лекарства заняли около 64,2% рынка (в 2018 году данный показатель был на уровне 62,9%).

В региональной льготе в деньгах преобладают импортные препараты (74,8%, но также наблюдается увеличение доли), в упаковках лекарства российских заводов занимают 52,1%.

В таблице 8 представлены ТОП-10 МНН (из ТОП-100 по объёму в рублях), по которым произошло заметное «переключение» с импортных препаратов на отечественные.

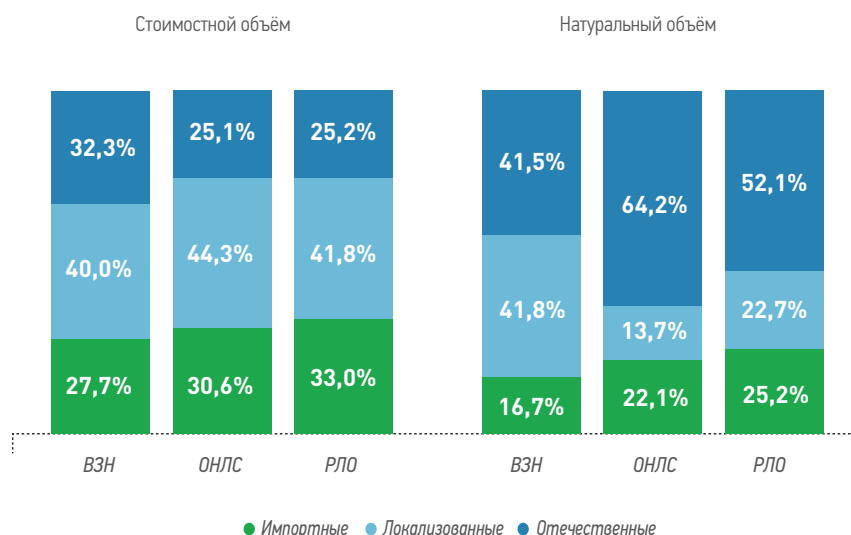


Рисунок 23

Соотношение продаж импортных и отечественных ЛП по подпрограммам в 2019 году

Таблица 8

ТОП-10 МНН
по «импортозамещению»
в 2019 году

МНН	Доля отечественных ЛП, руб.		Рост доли, %	Препарат-лидер в 2018 году (производитель)	Препарат «переключения» в 2019 году (производитель)
	2018	2019			
Терифлуномид	0,0%	81,0%	81,0%	Абаджио (Sanofi)	Феморинс (Обнинская Химико-Фармацевтическая Компания); Терифлуномид (Биокад)
Имиглюцераза	0,0%	66,6%	66,6%	Церезим (Sanofi)	Глуразим (Генериум)
Экулизумаб	0,0%	54,4%	54,4%	Солирис (Alexion Pharma)	Элизария (Генериум)
Микофеноловая кислота	0,0%	46,5%	46,5%	Майфортин (Novartis)	Феломика (Нанофарма Девелопмент)
Сорафениб	53,1%	95,6%	42,5%	Сорафениб (Натива)	Сорафениб (Натива)
Финголимод	53,3%	87,5%	34,2%	Несклер (Мираксбиофарма)	Несклер Мираксбиофарма); Модена Фармасинтез)
Фентанил	3,2%	21,0%	17,7%	Фендивия (Takeda)	Фентанил (Разные производители)
Бозентан	40,6%	57,7%	17,1%	Траклип (Johnson & Johnson)	Бозенекс (Протек)
Инфликсимаб	31,7%	47,6%	15,9%	Ремикейд (Merck & Co)	Инфликсимаб (Биокад)
Адалимумаб	0,0%	14,0%	14,0%	Хумира (Эббви)	Далибра (Биокад)

В рейтинг вошли два действующих вещества («Сорафениб» и «Финголимод») с заметным ростом доли российских препаратов, которые в 2018 году уже лидировали по объёму закупок внутри МНН.

Соотношение ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска в ЛЛО

Программа ЛЛО преимущественно представлена Rx-препаратами, которые выписываются врачом строго в соответствии с показаниями к применению. В 2019 году доля лекарственных средств рецептурного отпуска составила в стоимостном объёме 95,4% (-0,1% относительно 2018 года), в натуральном – 91,3% (+0,8%).

Структура продаж ЛП по АТС-группам в ЛЛО

Соотношение закупок ЛП по программе ЛЛО по АТС-группам I уровня в России в 2019 году представлено в таблице 9.

Рейтинг АТС по объёмам реализации в соответствии с программой ЛЛО довольно стабилен. В стоимостном объёме рынок достаточно концентрирован — первые три АТС-группы занимают свыше 75% рынка.

Препараты группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» по-прежнему остаются самой финансируемой статьёй программы ЛЛО. В 2019 году на их закупку было потрачено около 43,2% от общего объёма государственного финансирования. Это самая дорогостоящая группа препаратов в ЛЛО — средневзвешенная цена за упаковку около 8 805 рублей (в последнее время

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

наметилась тенденция снижения данного показателя за счёт появления отечественных дженериков). Затраты на закупку данных средств по сравнению с 2018 годом увеличились в рублях на 30,7%. В упаковках был отмечен прирост на 49,7%. В 2019 году лидером группы остался по-прежнему бренд «Ревлид» (МНН «Леналидомид») производства Celgene с долей более 7%, объём закупки иммунодепрессивного препарата вырос на 4,4%. На втором и третьем месте расположились препараты с МНН «Экулизумаб»: отечественный аналог «Элизария» компании «Генериум» и оригинальный препарат «Солирис» корпорации Alexion Pharma. Лекарственные средства занимают примерно 5% и 4% соответственно от стоимостных объёмов реализации группы [L].

АТС, расположенное на втором месте, имеет объём более чем в 2 раза меньше, чем лидер. В 2019 году это место принадлежит группе [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (доля 18,7% в рублях). Относительно предыдущего года было отпущено препаратов группы больше на 29,2% в рублях и на 30,5% в упаковках. Порядка 71,6% этой группы приходится на препараты для лечения сахарного диабета ([A10]). В 2019 году

Таблица 9

Структура продаж
ЛП по АТС-группам
на рынке ЛЛО
в 2019 году

АТС-группы I уровня	Стоимостной объем закупок, млн руб.	Доля группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем закупок, млн упак.	Доля группы в натуральном объеме, %
Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы [L]	109 357,3	43,2%	12,4	6,4%
Пищеварительный тракт и обмен веществ [A]	47 361,3	18,7%	60,4	31,3%
Препараты, влияющие на кровообразование и кровь [B]	33 573,2	13,3%	10,6	5,5%
Противомикробные препараты для системного использования [J]	20 217,3	8,0%	12,4	6,4%
Препараты для лечения заболеваний нервной системы [N]	11 322,9	4,5%	28,8	14,9%
Препараты для лечения заболеваний респираторной системы [R]	9 224,3	3,6%	11,7	6,1%
Препараты для лечения заболеваний сердечно- сосудистой системы [C]	6 210,8	2,5%	41,9	21,7%
Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны) [H]	5 311,4	2,1%	2,6	1,4%
Прочие препараты [V]	4 549,1	1,8%	3,0	1,5%
Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы [M]	2 809,7	1,1%	4,8	2,5%
ЛП, не имеющие АТС-группы	1 830,5	0,7%	0,1	0,0%
Препараты для лечения заболеваний органов чувств [S]	646,5	0,3%	2,1	1,1%
Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны [G]	382,0	0,2%	1,5	0,8%
Препараты для лечения заболеваний кожи [D]	141,6	0,1%	0,6	0,3%
Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты [P]	20,1	0,0%	0,1	0,1%

лидером этой подгруппы по стоимостным объемам продаж стал препарат «Туджео СолоСтар» (МНН «Инсулин гларгин») производства компании Sanofi. Препараты корпорации Novo Nordisk «Левемир» (МНН «Инсулин детемир») и «Новорапид» (МНН «Инсулин аспарт») заняли 2 и 3-ю строчки соответственно.

На третьем месте в рейтинге находятся препараты, влияющие на кроветворение и кровь (13,3%). В 2019 году группа [B] выросла в объеме на 21,8% в стоимостном выражении. В упаковках закупки увеличились на 18,7%.

В структуре ЛЛО пятёрка лидеров по АТС-группам в 2019 году не претерпела изменений по сравнению с предыдущим годом: доля в стоимостных объемах выросла на 1%, и составила порядка 87,7%. Основной рост обеспечила группа [L], которая реализуется преимущественно в РЛО и ВЗН.

Интересно посмотреть, сколько тратится по программе ЛЛО на лечение основных групп заболеваний. С этой целью препа-

раты были соотнесены с соответствующими показаниями к назначению. В результате получился следующий рейтинг затрат в ЛЛО по заболеваниям (табл. 10).

По итогам 2019 года первую строчку заняли препараты для терапии злокачественных новообразований, так как онкологическое направление стало приоритетным в отчётном году. На долю лидера пришлось 24,4% от стоимостного объема всего сегмента ЛЛО. 56,5% лекарств отпускается по программе РЛО.

Препараты для лечения заболеваний иммунной системы переместились на вторую строчку в рейтинге продаж. Наибольший прирост затрат в данной группе отмечается для препаратов, оказывающих иммуномодулирующее и иммунодепрессивное действие. Основной объем затрат приходится на сегмент ВЗН.

Третье место в 2019 году заняли препараты для лечения сахарного диабета, которые в основном отпускались на региональном уровне (доля — 65,0% в рублях).

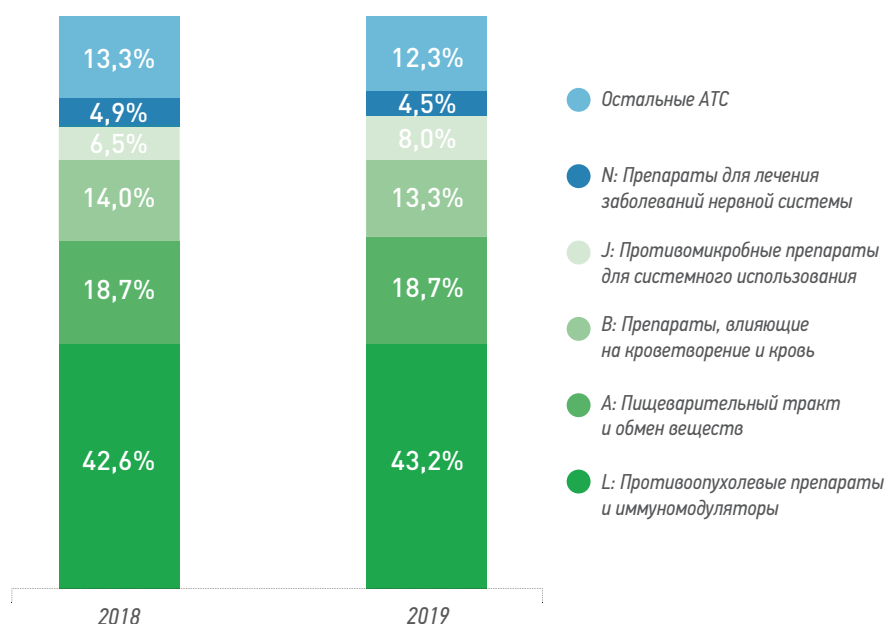


Рисунок 24

Соотношение продаж АТС-групп в программе ЛЛО в 2019 году

Производители в сегменте ЛЛО

В таблице 11 представлен ТОП-20 производителей, лидирующих по объёму потребления в программе ЛЛО в 2019 году.

В 2019 году по программе льготного лекарственного обеспечения закупались препараты у 720 производителей. Причём в ВЗН участвуют только 43 компании, в ОНЛС — 365, а в рамках региональной

льготы закупаются препараты 694 предприятий. Такая картина складывается по причине того, что списки препаратов в ВЗН и ОНЛС законодательно регламентируются, а в региональной льготе соответствуют потребностям того или иного льготника.

Рейтинг довольно заметно поменялся. Только две компании смогли сохранить свои позиции. Остальные переместились на новые строчки. Лидером рей-

Таблица 10

Рейтинг затрат в ЛЛО по заболеваниям в стоимостном выражении в 2019 году

Заболевания	Объём закупок, млн руб.	Прирост, %	Доля, %		
			ВЗН	ОНЛС	РЛО
Онкологические заболевания	61 638	33,3%	10,2%	33,3%	56,5%
Заболевания иммунной системы	47 720	27,6%	53,9%	14,4%	31,7%
Сахарный диабет	34 686	21,3%	0,0%	35,0%	65,0%
Заболевания крови и органов кроветворения	33 098	21,6%	54,9%	18,0%	27,1%
Заболевания, вызванные различными инфекционными агентами	20 228	58,0%	0,0%	24,8%	75,2%
Заболевания пищеварительной системы	13 129	55,8%	48,1%	17,0%	35,0%
Заболевания нервной системы	11 323	18,8%	0,0%	40,3%	59,7%
Заболевания органов дыхания	9 224	11,0%	11,4%	37,1%	51,4%
Заболевания сердечно-сосудистой системы	5 457	43,9%	0,0%	40,6%	59,4%
Заболевания, связанные с гормональными нарушениями	5 311	1,3%	4,2%	50,7%	45,1%
Заболевания костно-мышечной системы	2 810	13,1%	0,0%	46,2%	53,8%
Заболевания органов зрения	643	61,6%	0,0%	22,9%	77,1%
Заболевания кожи	142	16,3%	0,2%	26,7%	73,0%
Заболевания репродуктивной системы мужчин и женщин	114	-39,6%	0,0%	37,1%	62,9%
Прочее	7 437	33,1%	0,0%	34,3%	65,7%

тинга стала компания Johnson&Johnson с долей 6,4% за счёт увеличения закупок препаратов из её портфеля на 56,7% относительно 2018 года. Основной рост обеспечили иммуномодулирующее средство «Плегриди» и моноклональные антитела «Дарзалекс».

На второе место опустился лидер прошлого года — компания Sanofi (5,9% от льготных лекарств), объём реализации которой вырос на 6,7% за год. Рост продаж произошёл, в первую очередь, за счёт увеличения закупок противоопухолевого лекарственного средства «Капрелса» и вакцины «Менактра».

Третья строчка в 2019 году досталась корпорации Novartis (5,1%). Рост закупки противоопухолевого препарата «Рисарг» и ингибитора интерлейкина «Козэнтикс» позволил компании подняться на две строчки вверх. Объём реализации производителя в целом вырос на 41,1%.

Российская компания «Генериум» переместилась сразу на 6 позиций вверх. Её продажи заметно увеличились — на 96,4%. Это произошло из-за появления на рынке более дешёвого аналога иммунодепрессанта «Солирис» — «Элизария» с тем же МНН «Экулизумаб», закупаемого по программе 12 ВЗН.

Таблица 11

ТОП-20
производителей ЛП
по потреблению ЛЛО
в 2019 году

Рейтинг 2019	Изменение к 2018	Производитель	Объём закупок, млн руб. 2019	Прирост, % 2019/2018	Доля, % 2019
1	+2	Johnson & Johnson	16 091	56,7%	6,4%
2	-1	Sanofi	14 847	6,7%	5,9%
3	+2	Novartis	13 003	41,1%	5,1%
4	+6	Генериум	12 885	96,4%	5,1%
5	-3	Биокад	10 626	-10,7%	4,2%
6	-2	Novo Nordisk	10 181	9,6%	4,0%
7	-1	Baxter	9 967	20,9%	3,9%
8	-1	Celgene	9 306	15,3%	3,7%
9	-	AstraZeneca	9 097	18,1%	3,6%
10	+3	Pfizer	8 890	93,5%	3,5%
11	-	F.Hoffmann-La Roche	7 968	21,8%	3,1%
12	-4	Натива	7 534	-3,0%	3,0%
13	+5	GlaxoSmithKline	7 306	113,4%	2,9%
14	+3	Takeda	6 567	87,6%	2,6%
15	-1	Merck & Co	6 099	46,2%	2,4%
16	-4	Alexion Pharma	4 749	-16,0%	1,9%
17	-1	Abbvie	4 573	19,7%	1,8%
18	+2	Bayer	3 850	53,9%	1,5%
19	+3	Boehringer Ingelheim	3 832	62,1%	1,5%
20	-5	Octapharma	3 762	-3,4%	1,5%

Таблица 12

ТОП-20
производителей ЛП
по объемам закупок
в сегменте ЛЛО
в соответствии
с программами ВЗН,
ОНЛС, РЛО в 2019 году

Рейтинг 2019	ВЗН		ОНЛС		РЛО	
	Производитель	Объем закупок, млн руб.	Производитель	Объем закупок, млн руб.	Производитель	Объем закупок, млн руб.
1	Генериум	9 122	Johnson & Johnson	5 882	Sanofi	9 271
2	Baxter	8 074	Novartis	5 051	Novartis	7 500
3	Celgene	7 965	Sanofi	4 349	Johnson & Johnson	7 478
4	Биокад	5 946	Novo Nordisk	3 933	Novo Nordisk	6 020
5	Takeda	3 475	AstraZeneca	3 625	Pfizer	5 819
6	Octapharma	3 401	Pfizer	3 070	AstraZeneca	5 472
7	Johnson & Johnson	2 731	Натива	2 943	GlaxoSmithKline	5 451
8	F.Hoffmann-La Roche	2 034	Биокад	2 275	Натива	4 516
9	CSL Behring	1 518	F.Hoffmann-La Roche	2 269	Merck & Co	3 863
10	Alexion Pharma	1 478	GlaxoSmithKline	1 855	Генериум	3 763
11	Dr.Reddy's	1 471	Boehringer Ingelheim	1 601	F.Hoffmann-La Roche	3 665
12	Catalent	1 326	Bayer	1 553	Alexion Pharma	3 200
13	Sanofi	1 227	Bristol-Myers Squibb	1 449	Abbvie	2 867
14	Abbvie	1 180	Merck & Co	1 344	Биокад	2 405
15	Astellas	1 074	Фармстандарт	1 323	Bayer	2 297
16	CinnaGen	1 048	Eli Lilly	1 260	Boehringer Ingelheim	2 231
17	Merck & Co	892	Сотекс	1 197	Takeda	2 180
18	Обнинская Химико- Фармацевтическая Компания	649	Фарм-Синтез (Москва)	1 133	Фармстандарт	1 909
19	Фармасинтез	457	Fresenius	1 092	Eli Lilly	1 875
20	Novartis	452	Takeda	912	Bristol-Myers Squibb	1 784

По итогам 2019 года три российских производителя вошли в ТОП-20 по стоимостным объёмам реализации благодаря программе импортозамещения.

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

Компания «Генериум» вышла на первую позицию в программе «12 нозологий», в программах ОНЛС и РЛО лидируют компании Johnson&Johnson и Sanofi. В каждой из подпрограмм присутствует более четырёх отечественных производителей.

Препараты сегмента ЛЛО

В таблице 13 представлены ТОП-20 брендов, лидирующих по объёму закупок по программе ЛЛО в 2019 году.

Доля двадцати основных брендов в 2019 году составила 27,1% от стоимостного объёма, что чуть меньше, чем в 2018 году.

Первую строчку стоимостного рейтинга по-прежнему занимает зарубежный иммунодепрессивный препарат «Ревлимид» (+4,4% относительно 2018 года) производства компании Celgene, на второй позиции расположился аналог инсулина длительного действия «Туджео СолоСтар» (+29,5%) фирмы Sanofi. Замыкает тройку лидеров новинка — иммунодепрессант «Элизария» производства российской корпорации «Генериум».

В 2019 году в рейтинг вошло только четыре новичка: сильнее всех по рейтингу вверх продвинулись противоопухолевые препараты «Ибранса» (+88 позиций)

компании Pfizer и «Вотриент» (+65) от GlaxoSmithKline, которые и продемонстрировали максимальный прирост объёма закупок (+371,9% и +265,2% соответственно).

Средневзвешенная цена для брендов ТОП-20 составила около 6 000 руб./упак. Из ТОП-20 препаратов в 2019 году самым дорогим средством оказался иммунодепрессант «Солирис», средневзвешенная стоимость которого составляет около 362 тыс. рублей, а гипогликемическое средство «Новорапид», наоборот, оказалось самым дешёвым (около 1,3 тыс. рублей).

Большинство препаратов ТОП-20 относятся к группе [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (11 брендов). Второе место по данному показателю занимает группа [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (5 брендов). На третьей строчке группа [B] «Заболевания крови и органов кроветворения» с 4 торговыми марками.

Большинство препаратов рейтинга — это лекарства, отпускаемые по программе «12 нозологий» (11 брендов). Принадлежность к ВЗН не исключает отпуск препаратов по региональной программе, иногда на региональную льготу приходится даже больший объём расходовемых средств. В качестве примера можно привести лекарственные средства «Элизария» (соотношение 52% на 48% в пользу РЛО) или «Солирис» (35% на 65%).

А препараты из списка ОНЛС очень часто отпускаются в таком же количестве ещё и по региональной льготе. Поэтому рейтинги ОНЛС и РЛО очень схожи.

Таблица 13

ТОП-20 брендов
по стоимостному
объёму закупок в ЛЛО
в 2019 году

Рейтинг 2019	Изменение к 2018	Бренд	Производитель	Объём закупок, млн руб. 2019	Прирост, % 2019/2018	Доля, % 2019
1	-	Ревлимид	Celgene	8 031	4,4%	3,2%
2	+1	Туджео СолоСтар	Sanofi	6 184	29,5%	2,4%
3	new	Элизария	Генериум	5 017	new	2,0%
4	-2	Солирис	Alexion Pharma	4 213	-23,8%	1,7%
5	+2	Имбрувика	Johnson & Johnson	4 101	38,3%	1,6%
6	-2	Левемир	Novo Nordisk	3 523	-1,4%	1,4%
7	-1	Адвейт	Baxter	3 445	13,7%	1,4%
8	+23	Элапраза	Takeda	3 385	183,8%	1,3%
9	-	Новорапид	Novo Nordisk	3 183	20,2%	1,3%
10	-5	Ацеллбия	Биокад	3 055	-6,5%	1,2%
11	+3	Фейба	Baxter	2 892	27,5%	1,1%
12	-1	Афинитор	Novartis	2 832	8,9%	1,1%
13	+3	Тизабри	Johnson & Johnson	2 643	39,9%	1,0%
14	-6	Хумира	Abbvie	2 571	-9,9%	1,0%
15	+88	Ибранса	Pfizer	2 435	371,9%	1,0%
16	-1	Коагил	Генериум	2 334	15,1%	0,9%
17	+1	Хумалог	Eli Lilly	2 318	44,0%	0,9%
18	+65	Вотриент	GlaxoSmithKline	2 217	265,2%	0,9%
19	-	Энбрел	Pfizer	2 137	36,5%	0,8%
20	-7	Октофактор	Генериум	2 080	-14,7%	0,8%

Рейтинг 2019	ВЗН		ОНЛС		РЛО	
	Бренд	Объём закупок, млн руб.	Бренд	Объём закупок, млн руб.	Бренд	Объём закупок, млн руб.
1	Ревлимид	7 965	Туджео СолоСтар	2 211	Туджео СолоСтар	3 973
2	Адвейт	3 445	Имбрувика	1 388	Солирис	2 735
3	Элапраза	3 205	Афинитор	1 374	Имбрувика	2 713
4	Фейба	2 811	Новорапид	1 351	Элизария	2 629
5	Ацеллбия	2 797	Левемир	1 313	Левемир	2 210
6	Тизабри	2 642	Ибранса	962	Вотриент	1 891
7	Элизария	2 387	Энбрел	957	Новорапид	1 832
8	Коагил	2 256	Плегриди	952	Энплейт	1 602
9	Октофактор	2 080	Хумалог	928	Ибранса	1 474
10	Инфибета	1 658	Ксарелто	924	Афинитор	1 458
11	Октанат	1 596	Кетостерил	896	Хумира	1 391
12	Солирис	1 478	Опдиво	864	Хумалог	1 390
13	Реддитукс	1 471	Эральфон	852	Тасигна	1 311
14	Вилате	1 342	Октреотид	848	Метформин	1 289
15	Наглазим	1 326	Иларис	787	Лантус	1 258
16	Хумира	1 180	Лантус	753	Совальди	1 244
17	Синновекс	1 048	Иресса	678	Энбрел	1 180
18	Пульмозим	1 044	Ринсулин	659	Галвус	1 156
19	Адваграф	1 039	Совриад	638	Ринсулин	1 148
20	Иммунат	1 007	Спирива	606	Револейд	1 062

Таблица 14

ТОП-20 брендов
по объёмам закупок
в сегменте ЛЛО
в соответствии
с программами ВЗН,
ОНЛС, РЛО в 2019 году

” Объем закупок в программе ВЗН по высокоценовому сегменту (свыше 50 000 рублей) заметно вырос — на 88,9%; в упаковках было закуплено на 73,8% больше. Таким образом, для льготных групп населения стало закупаться больше дорогостоящих инновационных препаратов “

Ценовая сегментация в ЛЛО

В 2019 году средняя стоимость упаковки по программе ЛЛО возросла за год на 5,5%, и составила около 1 310 рублей. Если говорить в разрезе подпрограмм, то в ВЗН самые дорогостоящие лекарственные препараты: в среднем одна упаковка

закупается государством по 14 352 рубля (+34,5% при сравнении с 2018 годом). В региональной льготе цена составляет 1 181 рубль (+2,6%). Дешевле всего закупают препараты по программе ОНЛС — по 842 рубля (+4,0%).

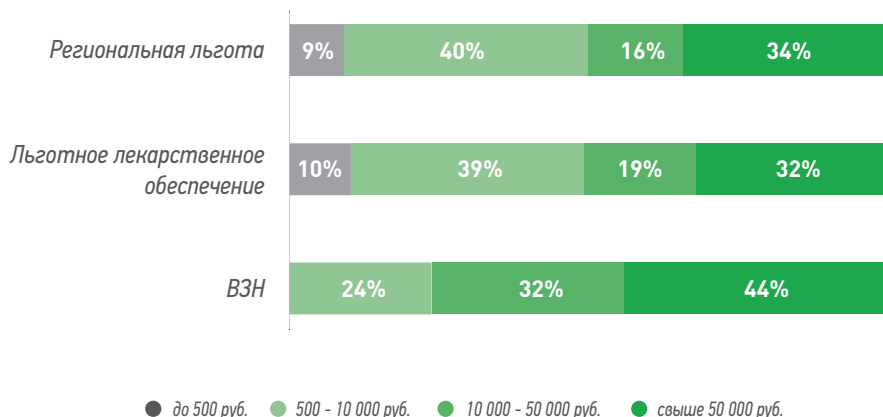
Структура потребления лекарственных средств по программе ЛЛО представлена на рисунке 25.

Объем закупок в программе ВЗН по высокоценовому сегменту (свыше 50 000 рублей) заметно вырос — на 88,9%, в упаковках было закуплено на 73,8% больше. Таким образом, для льготных групп населения стало закупаться больше дорогостоящих инновационных препаратов.

Подобная ситуация наблюдается и в других льготных программах. Доля дорогих препаратов растёт, так как в 2019 году было израсходовано больше средств — на 37,0% в сегменте ОНЛС и на 31,6% в региональном сегменте на препараты с ценой более 50 тыс. рублей.

Рисунок 25

Структура программы ЛЛО в стоимостном выражении по ценовым сегментам в 2019 году



4. Объёмы закупок лекарств ЛПУ

В России последние годы отмечается позитивная динамика в сфере финансирования лечебно-профилактических учреждений. На здравоохранение в 2019 году было направлено 3,7% от ВВП, в 2020 году расходы вырастут до 4,1%. Конечно, если сравнивать эту цифру с уровнем данного показателя в других странах мира, то она не высокая. Например, самые значительные расходы на здравоохранение направляются в США – 16,9% от ВВП (по данным за 2019 год), в Швейцарии на них приходится 12,2%. Около 11% ВВП уходит на здравоохранение во Франции, Германии, Швеции и Японии.

Но главное, что расходы в России на здравоохранение растут. В абсолютных цифрах прирост довольно значителен – с 2,7 трлн рублей в 2019 году до 4,5 трлн рублей в 2020 году. Таким образом, будет выделено на 67% больше бюджета. В 2021 году предусмотрены расходы в объёме 787,6 млрд рублей, в 2022 году – 788,1 млрд рублей. В общей сложности в последующие три года на госпрограмму планируется направить 2 трлн 423,2 млрд рублей.

Основные задачи, которые решаются в здравоохранении, направлены в первую очередь на повышение доступности медицинской помощи, снижение показателей заболеваемости и смертности населения и, как следствие, улучшение качества жизни.

Президентом страны 6 июня 2019 г. подписан новый указ № 254, в котором утверждена стратегия развития системы

здравоохранения до 2025 года. Стратегию реализуют в два этапа:

- Этап 1. В 2019–2020 гг. создадут правовые, организационные и финансовые механизмы, которые обеспечат устойчивое функционирование системы. Планируют укомплектовать больницы и оснастить их всем необходимым.
- Этап 2. В 2021–2025 гг. сформируют новые решения, которые сделают систему здравоохранения устойчивой.

Госпрограмма «Развитие здравоохранения» с 2019 года реализуется по 8 федеральным проектам:

- «Развитие системы оказания первичной медико-санитарной помощи»;
- «Борьба с сердечно-сосудистыми заболеваниями»;
- «Борьба с онкологическими заболеваниями»;
- «Развитие детского здравоохранения, включая создание современной инфраструктуры оказания медицинской помощи детям»;
- «Обеспечение медицинских организаций системы здравоохранения квалифицированными кадрами»;

” **Расходы в России на здравоохранение растут** “

- «Развитие сети национальных медицинских исследовательских центров и внедрение инновационных медицинских технологий»;
- «Создание единого цифрового контура в здравоохранении на основе единой государственной информационной системы здравоохранения (ЕГИСЗ)»;
- «Развитие экспорта медицинских услуг».

На начало 2019 года российская система здравоохранения, согласно данным Росстата, была представлена 5,3 тыс. больничных организаций и 20,2 тыс. врачебных амбулаторно-поликлинических организаций. За 16 лет количество больниц уменьшилось в 2 раза. Оптимизация привела к нехватке коечного фонда: число больничных коек сократилось на 27,6% при сравнении с 2003 годом (с 1 619,7 тыс. до 1 172,8 тыс.). Всё это привело к снижению доступности медицинской и лекарственной помощи. В результате начался обратный процесс. С 2013 года наблюдается рост количества амбулаторий, ФАПов, кабинетов врачей общей практики в сельской местности: всего за 6 лет их численность увеличилась на 3,7 тыс. учреждений.

При этом следствием снижения количества больничных организаций стало и уменьшение количества медицинского персонала. В 2019 году численность среднего медицинского персонала сократилась на 2,2% (до 1 491,4 тыс. чел.), а численность врачей, наоборот, несколько выросла — на 0,9% до 703,7 тыс. человек. При этом системе не хватает еще свыше 150 тысяч медработников.

За 2019 год отток кадров в здравоохранении оценивается более чем в 9 тыс. медиков. Региональные программы, целевой приём в вузы и другие меры под-

держки молодых специалистов направлены на решение этих задач. В рамках федерального проекта «Квалифицированные кадры» нацпроекта «Здравоохранение» запланировано укомплектовать по всей стране медицинские организации, оказывающие первичную медико-санитарную помощь, к 2021 на 86%, к 2024 году на 95-99%. Таким образом, через 5 лет в России численность врачей должна вырасти почти на 10%. Для развития здравоохранения в регионах запланировано выделение субсидии на реализацию программы «Земский доктор»: по 6,6 млрд рублей ежегодно в 2020-2022 годах. Студентов медицинских вузов, обучающихся по целевому направлению, с 2019 года обязали после окончания обучения отработать 3 года в муниципальных учреждениях по трёхстороннему договору. При отказе нужно будет выплатить штраф.

Увеличение количества медицинского персонала нужно и для того чтобы закрыть увеличившуюся нагрузку за счет роста обращений в медучреждения. Число посещений поликлиник за 16 лет возросло с 3,6 млн до 4,0 млн в год, а в расчёте на 10 тыс. человек — с 248 до 272. Выросла и заболеваемость населения по основным классам болезней — со 106 тысяч в 2000 году до 115 тысяч в 2018 году (зарегистрировано больных с диагнозом, установленным впервые в жизни).

Цифровизация в сфере здравоохранения началась ещё с 2011 года посредством подключения лечебно-профилактических учреждений к Единой государственной информационной системе здравоохранения — ЕГИСЗ. В 2019 году «Ростех» остался единственным поставщиком услуг по построению ЕГИСЗ. Среди целевых показателей нацпроекта «Здравоохранение» значится подключение к 2022 году не менее 80% всех госу-

дарственных медицинских организаций в 85 регионах к системе ЕГИСЗ и электронному документообороту. А не позже 2023 года не менее 70% медучреждений должны реализовать систему выписки электронных рецептов и направлений на лекарственное обеспечение. Однако на данный момент регионы находятся на разном уровне исполнения показателей «дорожной карты».

Еще одной актуальной темой на сегодняшний день является развитие телемедицины, которая предполагает дистанционное наблюдение за состоянием здоровья пациента лечащим врачом после очного приёма (регламентируется Приказом Минздрава России от 30.11.2017 г. №965н «Об утверждении порядка организации и оказания медицинской помощи с применением телемедицинских технологий»). В 2018 году около 37 тыс. пациентов находились на дистанционном наблюдении за состоянием здоровья, было проведено свыше 189 тыс. консультаций «врач-пациент». Предполагается дальнейшее развитие суперсервиса «Моё здоровье»: в 2020 году — приглашение на диспансеризацию, прикрепление онлайн, запись по направлению; в 2021 году — запись на госпитализацию, запись по ДМС, цифровой полис, справки в электронном виде и пр.; в 2022 году — медицинские справки для водительского удостоверения и оружия, маркет-плейс медуслуг и пр.

С наступлением 2020 года в России вступили в силу новые законодательные акты. Приоритетом является модернизация первичного звена, которая включает в себя не только переоснащение больниц, но и строительство, реконструкцию и ремонт всей медицинской инфраструктуры. Будет выделено из федерального бюджета около 550 млрд рублей. Медики (за исключением врачей скорой помощи) смогут оказывать помощь без

согласия пациента по экстренным показаниям, а также лицам с психическими отклонениями или преступникам. Зарплата медицинского персонала будет пересмотрена в сторону увеличения. Увеличен перечень дорогостоящих химиотерапевтических лекарственных препаратов, введены 18 новых методов высокотехнологичной медицинской помощи (ВМП), сократится срок повторного приёма у врача-онколога при подозрении на рак, врачи будут получать премии за выявление у пациентов злокачественных опухолей на ранних стадиях.

Красной нитью через весь фармрынок проходит тема маркировки, которая станет обязательной с июля 2020 года. А это значит, что все медицинские учреждения должны быть также оборудованы специализированной техникой.

Драйвером роста российского фармацевтического рынка в отчётном году стал государственный сегмент. Одна из статей в общих расходах на здравоохранение — закупка лекарственных средств для нужд лечебно-профилактических учреждений (ЛПУ). В 2019 году ЛПУ закупили 854,2 млн упаковок лекарственных препаратов на сумму 309,8 млрд рублей в оптовых ценах (аналитические данные отражают факты оплаты и поставки контрактов, исполненных за 2019 год). Объём закупленных упаковок сократился на 9,9%. Относительно 2018 года больницы потратили на 21,3% больше бюджетных средств.

” Драйвером роста
российского
фармацевтического
рынка в отчётном году
стал государственный
сегмент “

Такая высокая динамика наблюдается несмотря на то, что в начале 2019 года в системе госзакупок были определенные сложности с успешным проведением аукционов — осталось без заявок почти 30% тендеров госучреждений на закупку лекарств. Подавляющее большинство сорванных тендеров — региональные. Причем срывались закупки как недорогих препаратов, таких как «Натрия хлорид», «Декстроза», «Преднизолон» и т.д., так и дорогостоящих лекарственных средств. Например, не состоялось более 33% аукционов на закупку инсулинов и противоопухолевых препаратов. Главная причина отказа компаний от участия в госзакупках — необоснованно низкая начальная максимальная цена контракта, установленная правилами, главной целью которых стало выравнивание закупочных цен по всей стране. Они были приняты еще в 2017 году, но в силу вступили в январе 2019 года.

Заказчика поставок обязали рассчитывать начальную цену контракта, основываясь на данных «Единого структурированного справочника-каталога лекарственных препаратов для медицинского применения», который не был до конца доработан. Поставщики отказывались участвовать в торгах из-за отсутствия потенциальной прибыли. Также помимо низкой стоимости госзаказчик указывал слишком маленький объем поставки, что невыгодно компаниям.

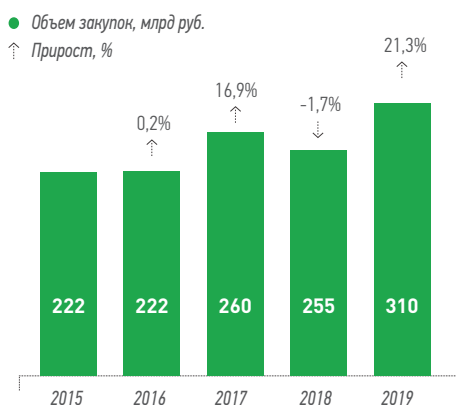
Увеличение ёмкости госпитального сегмента обусловлено в первую очередь ростом закупок дорогостоящих противоопухолевых препаратов и иммуномодуляторов (+105,7% в рублях и + 27,8% в упаковках) в рамках реализации национальной онкологической программы. Федеральный проект «Борьба с онкологическими заболеваниями» стартовал в России в январе 2019-го. Его цель — снижение смертности до 185 случаев на 100 тыс. населения к 2024 году (в 2018 году показатель был на уровне «203 случая»). На финансирование помощи онкологическим пациентам проектом предусмотрено 750 млрд рублей в 2019–2024 годах. В частности, в 2019 году затраты на борьбу с раком составили 70 млрд рублей, в 2020 году запланировано потратить 120 млрд рублей, к 2024 году сумма увеличится до 140 млрд рублей.

В результате АТС-группа [L] вытеснила с 1-й строчки стоимостного рейтинга противомикробные препараты для системного применения. С 2019 года финансирование дорогостоящей химиотерапии стало осуществляться из средств ФОМС, а сроки ожидания диагностики сократились вдвое. Основные задачи стратегии заключаются в своевременном выявлении злокачественных новообразований (на ранних стадиях), качественной диагностике и химиотерапии по месту жительства, создании центров амбулаторной онкологии, усилении под-

Рисунок 26

Динамика госпитальных закупок, 2015–2019 годы

Динамика госпитальных закупок ЛП



Динамика госпитальных закупок ЛП



готовки и обеспечения медицинскими кадрами.

Сейчас онкология — вторая в стране причина смертей после сердечно-сосудистых заболеваний. По данным Росстата, в 2019 году рак унес жизни 294 тыс. человек.

Отметим, что динамика закупки больницами лекарственных препаратов носит неравномерный характер: год наблюдается прирост, год — падение. Это объясняется корректировкой и объёмом расходования некоторых групп лекарств, в первую очередь это относится к инфузионным растворам. В среднем же уровень потребления в натуральном выражении остаётся примерно на одном уровне — около 1 млрд упаковок.

Изменение структуры закупок в пользу препаратов для терапии онкологических заболеваний привело к заметному росту средневзвешенной стоимости упаковки лекарственных средств, закупаемых для нужд ЛПУ. В 2019 году она составила 363 рубля, что на 34,6% дороже, чем годом ранее. При этом, если говорить непосредственно о динамике цен, то в госпитальном сегменте наблюдаются дефляционные процессы. Так, в 2019 году индекс цен на лекарственные средства, закупаемые через тендеры, отрицательный, и составляет -3,3%. Среди наиболее востребованных препаратов также наблюдается снижение средневзвешенных

” Увеличение затрат на закупку ЛП связано главным образом с переключением на более инновационные средства и, как следствие, более дорогостоящие “

цен: 11 брендов из ТОП-20 закупались по более низким ценам. Максимальным снижением цены отметились рентгеноконтрастное средство «Ультравист» (МНН «Йопромид») компании Bayer — в 2019 году его стоимость оказалась ниже на 71,8%, чем в 2018 году.

Таким образом, увеличение затрат на закупку ЛП связано главным образом с переключением на более инновационные средства и, как следствие, более дорогостоящие.

Тенденции, которые наблюдаются в 2019 году, все обусловлены ростом закупок препаратов группы [L]. В отчётном году распределение объёмов в сегменте ЛПУ изменилось в пользу зарубежных препаратов. За год доля импортных препаратов возросла на 2,2% в рублях — до 62,5% за счёт более значительного роста реализации (+25,8% против +14,5% у отечественных лекарств). В натуральном выражении структура рынка немного из-

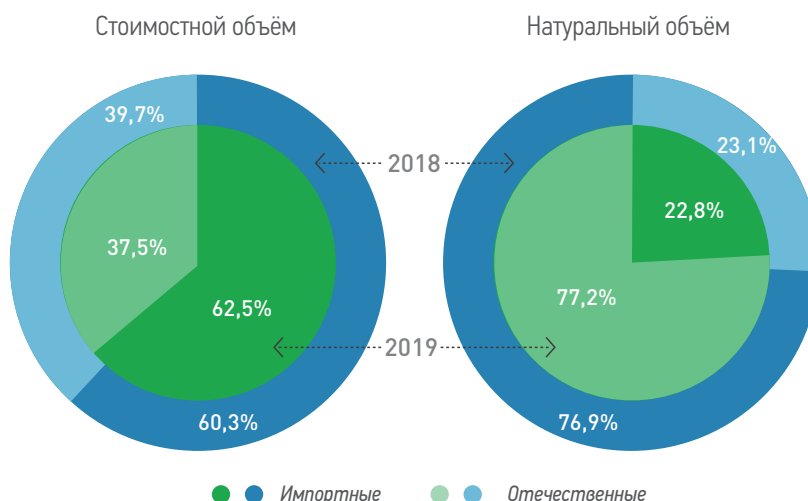


Рисунок 27

Структура сегмента ЛПУ по происхождению, 2018–2019 годы

менилась в пользу российских ЛП: доля отечественных средств выросла с 76,9% в 2018 году до 77,2% в 2019 году.

При этом, если сравнивать показатель с 2015 годом, то благодаря действию правила «третий лишний» вес отечественных лекарств увеличился на 8,3% в стоимостном выражении и на 7,5% в натуральном эквиваленте.

Средневзвешенная стоимость одной упаковки импортного средства по итогам 2019 года составила 993 рубля, что на 41% больше, чем в 2018 году. Прирост средней цены российских лекарств составил 26,7%, однако она всё равно значительно отстаёт (более чем в 5 раз) от стоимости зарубежных ЛП, и составляет 176 рублей за упаковку.

Объём закупок импортных лекарств в 2019 году вырос на четверть. Высокий положительный рост отмечен у противоопухолевых средств (моноклональных антител) с МНН «Пембролизумаб» (бренд «Китруда»; +755,3% относительно 2018 года), «Ниволумаб» («Опдиво»; +547,7%), «Пертузумаб» («Перьета»; +501,1%).

На динамику реализации отечественных средств (+14,5% в рублях) также повлияли закупки онкологических препаратов с МНН «Бевацизумаб» («Авегра»; +173,6% относительно 2018 года) и «Трастузумаб» («Гертикад»; +120,4%).

В таблице №15 приведён ТОП-10 МНН с максимальной долей «переключения» на отечественные препараты из ТОП-100 по объёму закупок (на данные МНН приходится 65,9% всех госпитальных закупок в деньгах).

В 2018 году список состоял из других МНН. Таким образом, процесс «импортозамещения» охватывает с каждым годом дополнительный объём номенклатуры. В рейтинг по росту доли отечественных лекарств вошли три МНН, у которых в

2018 году лидером закупок был российский препарат, расширение произошло за счёт включения в перечень закупок нескольких отечественных препаратов.

По данным за 2019 год, из 2 063 МНН, закупаемых больницами, в 698 МНН доля отечественных препаратов превышает 90%. При этом остаётся ещё 916 МНН, в которых преобладают импортные препараты (их доля в закупках более 90%), причём 46 из них попадают в ТОП-100 по объёму. Наиболее ёмкими МНН, представленными только импортными ЛП, пока остаются «Вакцина для профилактики пневмококковых инфекций», противоопухолевые средства «Ниволумаб» и «Пембролизумаб» — на эти три МНН приходится 6,9% госпитальных закупок.

Процесс импортозамещения идет не только за счет переключения на отечественные препараты, но и за счет локализации иностранных производителей на территории России. Причем за счет этого фактора структура закупаемых для нужд лечебно-профилактических учреждений лекарств заметно меняется.

В большей мере, конечно, локализация проявляется в деньгах, так как в первую очередь иностранные производители ищут для дорогостоящих препаратов пути стать «отечественными». В результате на госзакупках приобретаются 68,8% лекарственных средств, произведенных в России (+31,3% к отечественным), тогда как в упаковках доля таких препаратов увеличивается всего на 4,4%, и составляет 81,6%. Стоимость локализованных ЛП по данным за 2019 год была на уровне 2 571 рубль.

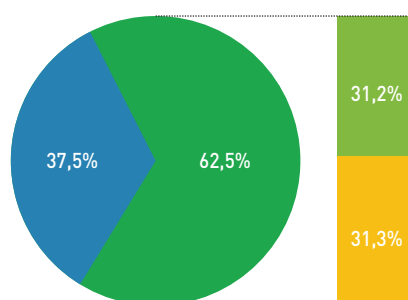
Лидерами среди иностранных производителей, которые теперь изготавливают лекарства в России, являются Merck (13,6%), F.Hoffmann-La Roche (11,1%), Pfizer (10,5%). Основной объем локализованных ЛП — это противоопухолевые и противомикробные препараты.

Рейтинг	МНН	Доля отечественных ЛП, руб.		Рост доли, %	Препарат-лидер (производитель), 2018	Препарат «переключения» (производитель), 2019
		2018	2019			
1	Сорафениб	35,63%	84,52%	48,89%	Нексавар (Bayer)	Сорафениб (Натива)
2	Сунитиниб	21,70%	69,15%	47,46%	Сутент (Pfizer)	Сунитиниб (Натива)
3	Абиратерон	50,09%	89,39%	39,30%	Зитига (Johnson & Johnson)	Абitera (Фармасинтез)
4	Цефоперазон+Сульбактам	20,83%	46,27%	25,45%	Бакперазон (Gepach International)	Бакцефорт (Красфарма)
5	Севефлуран	2,39%	24,84%	22,45%	Севоран (Abbott Laboratories)	Севефлуран (Алвилс; Медисорб)
6	Пеметрексед	48,17%	69,02%	20,85%	Пеметрексед (Натива)	Веротрексед (Верофарм)
7	Адеметионин	61,43%	79,84%	18,41%	Гептор (Верофарм)	Самеликс (Бактэр)
8	Эноксапарин Натрия	62,02%	80,35%	18,33%	Эниксум (Сотекс)	Эноксапарин Натрия (Биокад)
9	Бендамустин	0,00%	17,99%	17,99%	Рибомустин (Astellas Pharma)	Розустин (Протек)
10	Имипенем+Циластатин	12,00%	29,33%	17,33%	Цилапенем (Белмедпрепараты)	Имипенем + Циластатин (Красфарма)

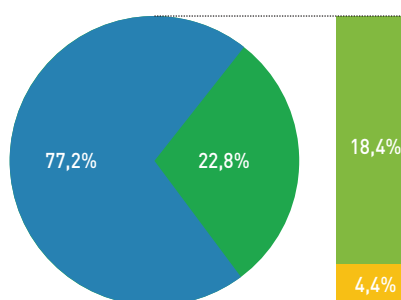
Таблица 15

ТОП-10 МНН по «импортозамещению» в стоимостном выражении в 2019 году

Структура госпитальных закупок, руб.



Структура госпитальных закупок, упак.



● Отечественные ● Импортные ● Локализованные

Рисунок 28

Структура сегмента ЛПУ по происхождению с учетом локализации в 2019 году

” В упаковках самым ёмким остаётся сегмент препаратов с ценой до 50 руб. — его доля составляет 63,8% “

Структура закупок ЛПУ по ценовым сегментам представлена на рисунке 29.

В 2019 году произошли заметные изменения в ценовой структуре закупок. Все ценовые категории за исключением сегмента средств со стоимостью «свыше 500 руб.» (+7,1% относительно 2018 года) отметились сокращением доли в объёме закупок лекарственных препаратов для ЛПУ.

В упаковках самым ёмким остаётся сегмент препаратов с ценой до 50 руб. — его доля составляет 63,8%. В 2019 году вес этого ценового диапазона увеличился на 1,7% по сравнению с 2018 годом. Как и прежде, здесь наиболеекупаемыми средствами остаются препараты с МНН «Натрия хлорид» (39,2% от натуральных объёмов категории «менее 50 руб.»).

Среди импортных препаратов наибольшую долю занимают лекарства с ценой свыше 500 рублей — 92,3% (рисунок 30). Среди российских препаратов ценовые сегменты «менее 50 руб.» (8,8%), «от

50 до 150 руб.» (6,7%) и «от 150 до 500 руб.» (16,4%) занимают невысокую долю, а наибольший объём продаж, составивший 68,2%, также приходится на категорию «более 500 руб.». Заметим, что данный показатель по сравнению с 2018 годом вырос на 7,7%.

Если в сегментах со стоимостью упаковки до 500 рублей 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 остаётся значительной: более чем в 2 раза.

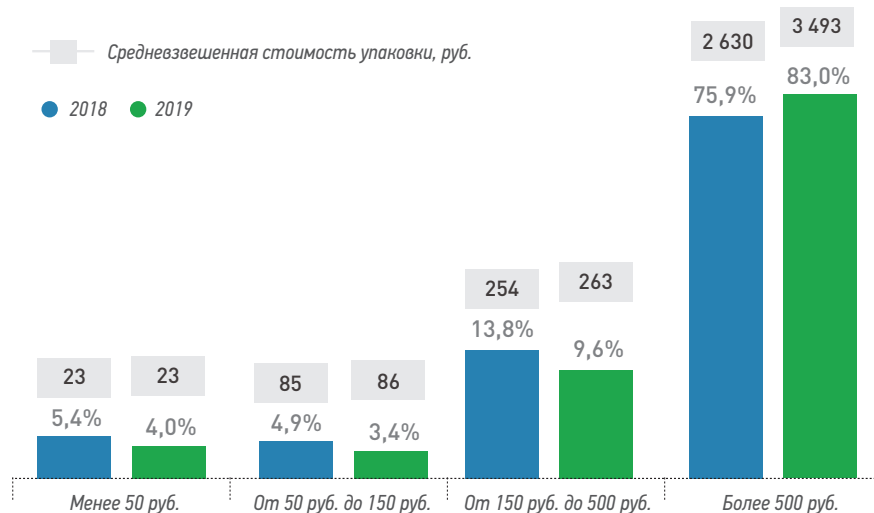
Соотношение больничных закупок ЛПУ по АТС-группам I уровня в России по итогам 2019 года представлено в таблице 16.

Рейтинг лекарственных препаратов сегмента ЛПУ по АТС-группам существенно отличается от коммерческого рынка. Рейтинг 2019 года отличается от прошлогоднего. И опять же причина — рост закупок препаратов, связанных с онкологической программой.

На первую строчку в сегменте госпитальных закупок по итогам 2019 года поднялась АТС-группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (доля

Рисунок 29

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям в стоимостном выражении, 2018–2019 годы



34,03% в стоимостном выражении), продемонстрировав максимальный прирост закупок на 105,7% (с 2013 года закупки группы растут). Увеличение объёмов продаж группы [L] в основном произошло за счёт увеличения объёмов закупок в самой ёмкой подгруппе [L01] «Противоопухолевые препараты» (+125,4% в рублях), а именно импортных оригинальных препаратов — моноклональных антител «Китруда» (+755,3%) от Merck&Co, «Опдиво» (+547,7%) от Bristol-Myers Squibb и «Перьета» (+501,1%) от F.Hoffmann-La Roche, не имеющих аналогов на рынке. В натуральном выражении также наблюдается заметный прирост противоопухолевых препаратов и иммуномодуляторов: +27,8% (единственный среди 15 АТС).

На протяжении последних нескольких лет группа [J] «Противомикробные препараты для системного использования» удерживала лидерство. Однако, в отчётном году, несмотря на прирост продаж на 11,1%, уступила первое место группе [L]. С 2012 года наблюдается положительная динамика в росте этой группы. Она происходила преимущественно за счёт увеличения объёмов продаж вакцин [J07] (+19,6%), которые в 2019 году стали лидировать внутри группы [J]. Увеличение закупок в подгруппе [J07] «Вакцины» коснулось таких препаратов как

квадριвалентная вакцина против ВПЧ «Гардасил» (+308,3%), инактивированная расщеплённая вакцина для профилактики гриппа «Флю-М» (+215,4%) и др. Новинка 2018 года — гриппозная вакцина «Флю-М» — в отчётном периоде вошла в ТОП-4 закупленных вакцин.

Группа [B] «Препараты, влияющие на кровь» (-4,8%) сохранила за собой третью позицию по объёму госпитальных закупок. Самой ёмкой подгруппой остаётся [B05] «Плазмозамещающие и перфузионные растворы», на долю которых приходится 44,6% группы. Как в рублёвом эквиваленте, так и в натуральном выражении лидерами закупок являются препараты на основе МНН «Натрия хлорид».

Сердечно-сосудистые заболевания (ССЗ) представляют наиболее острую проблему современной медицины, так как смертность от патологии сердца и сосудов находится на 1-м месте наряду с опухолями. При этом в 2019 году объём закупленных ЛП в данной группе сократился значительно больше прочих групп — на 31,3% в рублях, причем и в 2018 году мы наблюдали снижение закупок в данной группе. В результате за 2 года объём снизился в 2 раза, в упаковках падение также существенно — на 36%.

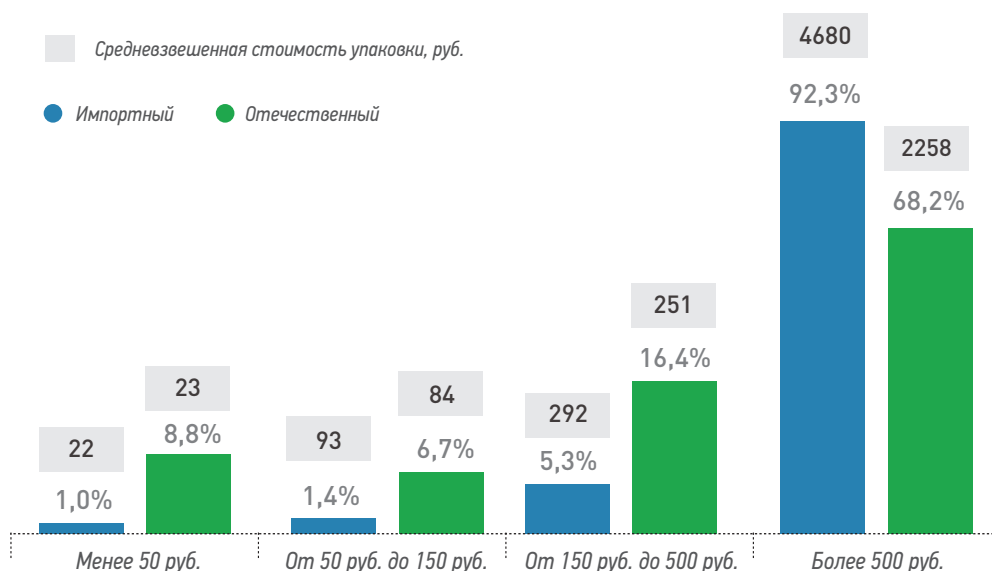


Рисунок 30

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям для препаратов импортного и отечественного производства в стоимостном выражении в 2019 году

Таблица 16

Структура больничных закупок ЛП по АТС-группам в 2019 году

АТС-группы I уровня	Стоимостной объем, млн руб.	Доля группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн упак.	Доля группы в натуральном объеме, %
Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы [L]	105,43	34,03%	15,21	1,78%
Противомикробные препараты для системного использования [J]	101,35	32,71%	239,87	28,08%
Препараты, влияющие на кроветворение и кровь [B]	32,69	10,55%	302,41	35,40%
Препараты для лечения заболеваний нервной системы [N]	16,68	5,38%	74,79	8,75%
Прочие препараты [V]	13,21	4,26%	10,91	1,28%
Пищеварительный тракт и обмен веществ [A]	11,18	3,61%	57,48	6,73%
Препараты для лечения заболеваний респираторной системы [R]	4,79	1,55%	20,44	2,39%
Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы [C]	4,72	1,52%	35,30	4,13%
Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы [M]	4,65	1,50%	17,81	2,09%
Препараты для лечения заболеваний органов чувств [S]	4,12	1,33%	4,65	0,54%
Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны) [H]	3,26	1,05%	11,93	1,40%
Препараты без указания АТС-группы	2,88	0,93%	1,35	0,16%
Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны [G]	2,62	0,85%	3,29	0,38%
Препараты для лечения заболеваний кожи [D]	2,21	0,71%	58,52	6,85%
Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты [P]	0,03	0,01%	0,30	0,04%

Таблица 17

ТОП-20
производителей
в сегменте ЛПУ
в стоимостном
выражении
в 2019 году

Рейтинг 2019	Изменение к 2018	Фирма-производитель	Стоимостной объём, млн руб. 2019	Прирост, % 2019/2018	Доля, % 2019
1	+2	Биокад	19 605,9	79,3%	6,3%
2	+3	Merck	18 627,5	85,2%	6,0%
3	+12	F.Hoffmann-La Roche	13 561,5	200,2%	4,4%
4	-3	Pfizer	13 122,2	14,0%	4,2%
5	-3	Фармасинтез	12 201,6	8,6%	3,9%
6	+2	Sanofi	11 059,8	46,0%	3,6%
7	+4	GlaxoSmithKline	10 684,1	87,5%	3,4%
8	-4	Микроген	10 168,5	-2,1%	3,3%
9	-3	Abbvie	10 133,8	2,3%	3,3%
10	-3	Johnson & Johnson	8 988,1	7,0%	2,9%
11	-2	Верофарм	7 554,2	7,2%	2,4%
12	-2	Novartis	7 469,2	10,9%	2,4%
13	-1	Bayer	7 460,9	32,0%	2,4%
14	-1	AstraZeneca	7 384,1	45,5%	2,4%
15	+18	Bristol-Myers Squibb	7 201,3	331,2%	2,3%
16	-2	Takeda	4 566,4	-2,3%	1,5%
17	+6	Baxter	4 215,2	36,6%	1,4%
18	+10	Натива	4 209,8	72,2%	1,4%
19	-3	Фармстандарт	4 129,3	16,4%	1,3%
20	+4	Fresenius	4 027,1	36,3%	1,3%

В таблице 17 представлен рейтинг ТОП-20 производителей в сегменте ЛПУ по итогам 2019 года, который в сравнении с 2018 годом имеет отличия и по составу, и по расположению компаний. В ТОП-3 производителей вошли компании с высокой долей препаратов для лечения онкологических заболеваний.

Лидером 2019 года стал отечественный производитель «Биокад». Объем реализации компании в госпитальном сегменте вырос на 79,3%. Причиной тому стал рост закупок противоопухолевых средств «Авегра» (+174,3%) и «Гертикад» (+120,4%). 64,6% госпитального портфеля фирмы «Биокад» приходится именно на эти два препарата. Всего ЛПУ закупили 33 бренда, которые по программе импортозамещения заменяют зарубежные аналоги.

На второе место поднялась корпорация Merck (+85,2%). Компания в госпитальный сегмент поставляет 73 бренда лекарств. Высокие объёмы приходятся на противоопухолевое средство «Китруда» (доля 34,0% в рублях) и антиретровирусный препарат «Исентресс» (23,3%). В 2019 году больницы стали закупать четыре новых препарата: средство «Зепатир» для лечения хронического гепатита С, вакцину для профилактики кори, краснухи и паротита «М-М-Р II», антибиотик «Эртапенем ДЖ», вазодилатирующее средство «Прогликем», не зарегистрированное в РФ.

Третью строчку по итогам года занял производитель F.Hoffmann-La Roche (+200,2%) за счёт одного из самых высоких приростов в ТОП-20. Госпитальный портфель компании состоит из 41 бренда. 12 основных препаратов F.Hoffmann-La Roche относятся к группе [L] и занимают 95,2% в объёме закупок корпорации.

Отечественные производители, попавшие в ТОП-20, представлены шестью

компаниями. Практически все из них продемонстрировали высокую положительную динамику. Наилучший результат показали компании «Биокад» (+79,3% в рублях и +2 места в рейтинге) и «Натива» (+72,2% и +10 мест), нацеленные на импортозамещение.

Наибольшее перемещение вверх (+18 мест) среди иностранных компаний показал производитель Bristol-Myers Squibb, объёмы закупок которого увеличились на 331,2%. Рост компании обеспечил препарат для терапии рака «Опдиво» (+547,7%).

Падение закупок относительно 2018 года отмечено только у двух производителей из рейтинга — японской компании Takeda (-2,3%) и отечественной фирмы «Микроген» (-2,1%), специализирующейся на разработке вакцин против социально опасных инфекций.

В таблице 18 представлен ТОП-20 брендов в сегменте ЛПУ по итогам 2019 года. Доля ТОП-20 брендов в госпитальных закупках составляет 29,3% — больше на 5%, чем в предыдущий год.

Изменения в рейтинге довольно существенные: в 2019 году только один препарат (рентгеноконтрастное средство «Ультравист» производства Bayer) сохранил свою позицию с 2018 года. На первую строчку переместилась вакцина для профилактики пневмококковых инфекций «Превенар» (+4,7%) от Pfizer, закупаемая в рамках «Национального календаря профилактических прививок», а также для групп лиц повышенного риска развития пневмококковой инфекции (т.е. для больных с иммунодефицитными состояниями, онкологией, хроническими заболеваниями ССС, недоношенных детей и др.).

На второе место переместилась сыворотка производства российской компании

«Микроген» под брендом «Совигрипп» (-5,7%), рекомендованная для вакцинации населения от гриппа.

Препарат для терапии злокачественных новообразований «Опдиво» (547,7%), который выпускает корпорация Bristol-Myers Squibb, за год поднялся на 32 строчки вверх в рейтинге брендов за счёт прироста объёма закупок на 547,7%.

Рейтинг преимущественно представлен противомикробными препаратами для системного использования (9 наименований); противоопухолевыми средствами и иммуномодуляторами (8 наименований), которые показали заметную динамику относительно прошлого года

и оказали значительное влияние на все изменения в госпитальном сегменте российского фармрынка. В 2019 году рейтинг «покинули» семь препаратов.

В ТОП-20 помимо дорогих импортных лекарственных средств вошёл также и дешёвый отечественный препарат — регидратирующее средство «Натрия хлорид» (-9,0%). В упаковках «Натрия хлорид» — бессменный лидер, на его долю приходится ¼ всех закупок в госпитальном сегменте. При этом отрыв от второго места более 20%. Около 40 производителей реализуют на рынке препараты под этим брендом. Заметим, что лидером в 2019 году стала компания «Гротекс», тогда как ранее это место занимал «Эском».

Рейтинг 2019	Изменение к 2018	Бренд	Стоимостной объём, млн руб. 2019	Прирост, % 2019/2018	Доля, % 2019
1	+1	Превенар	7 286,0	4,7%	2,4%
2	-1	Совигрипп	6 744,6	-5,7%	2,2%
3	+32	Опдиво	6 672,9	547,7%	2,2%
4	+3	Гертикад	6 463,9	120,4%	2,1%
5	+58	Китруда	6 330,2	755,3%	2,0%
6	+4	Авегра	6 202,4	174,3%	2,0%
7	-4	Натрия хлорид	5 716,4	-9,0%	1,8%
8	-4	Калетра	5 632,1	-5,1%	1,8%
9	+5	Тивикай	4 621,6	131,8%	1,5%
10	+50	Перьета	4 509,3	501,1%	1,5%
11	-6	Исентресс	4 346,4	39,4%	1,4%
12	+1	Пентаксим	4 193,6	94,5%	1,4%
13	+18	Флю-М	3 391,5	215,4%	1,1%
14	+59	Кадсила	3 179,8	378,4%	1,0%
15	-8	Интеленс	2 977,8	27,2%	1,0%
16	-8	Эвиплера	2 661,2	14,8%	0,9%
17	-6	Диаскинтест	2 341,9	6,8%	0,8%
18	-	Ультравист	2 259,8	33,1%	0,7%
19	+2	Эрбитукс	2 208,6	66,7%	0,7%
20	+33	Фазлодекс	2 178,3	166,2%	0,7%

Таблица 18

ТОП-20 брендов в сегменте ЛПУ в стоимостном выражении в 2019 году

ДЕПАРТАМЕНТ РЕКЛАМЫ

POSM
ПОЛИГРАФИЯ
ПРОМОПОДАРКИ
БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ

НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА

- ✓ Партнёрские отношения со всеми ведущими поставщиками промпродукции с наличием широчайшего ассортимента на складах Москвы, Санкт-Петербурга, Европы;
- ✓ Поставка продукции от 2-х рабочих дней;
- ✓ Понимание потребностей отраслевых заказчиков, базирующееся на уникальном двадцатилетнем опыте;
- ✓ Мониторинг новинок сувенирной продукции и новых подрядчиков;
- ✓ У большинства наших клиентов мы входим в реестр рекомендованных поставщиков или являемся единственным партнером по поставке промпродукции и рекламных материалов;
- ✓ При расчетах мы руководствуемся существующими стандартами и правилами финансового взаимодействия, принятого у каждого клиента (предоплата, постоплата, разбивка и отсрочка платежей).

КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА
ПРОИЗВОДСТВО
ЛОГИСТИКА

КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС

- ✓ Персональный менеджер и индивидуальные предложения;
- ✓ Бесплатный дизайн и верстка макетов в рамках работы над проектом;
- ✓ Бесплатная доставка продукции;
- ✓ Отсутствие нижней ценовой планки по заказу;
- ✓ Ответственное хранение.



5. Биологически активные добавки

Биологически активные добавки — это один из элементов обращения на территории Евразийского экономического союза при условии, что они прошли необходимые процедуры оценки соответствия, установленные техническим регламентом Таможенного союза. Техническим регламентом Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» для БАД предусмотрена оценка соответствия в форме государственной регистрации. Сведения о государственной регистрации БАД к пище вносятся в единый Реестр свидетельств о государственной регистрации и размещаются на поисковом сервере по адресам: <http://www.eurasiancommission.org> и <http://fp.crc.ru> (российская часть). Таким образом, эта информация является общедоступной.

Продажа БАД к пище может осуществляться только через аптечные учреждения, специализированные магазины по продаже диетических продуктов, продовольственные магазины (специальные отделы, секции, киоски). Розничная продажа БАД к пище на дому у потребителя, через дистрибьютерскую сеть (посредством распространителей) не допускается и расценивается как незаконная деятельность.

Особое положение среди каналов реализации добавок занимает интернет-торговля. Несмотря на наличие положительных моментов для участников рынка и для потребителя, существует ряд критичных вопросов, которые требуют полноценного регулирования продаж именно через онлайн. С одной стороны,

возникает угроза возрастания оборота фальсифицированной продукции, особенно это касается импортных интернет-предложений. С другой стороны, это приводит к недобросовестной конкуренции и ущемлению прав производителей, которые обязаны сертифицировать продукцию в России.

В качестве примера можно привести онлайн-магазин товаров для красоты и здоровья iHerb. В последний год Саморегулируемая организация «Союз производителей БАД к пище» несколько раз выступала инициатором проверок реализуемых добавок на американском сайте, в результате которых выявлялась продукция с веществами, дозировками ингредиентов и лекарственными средствами, которые запрещены или не зарегистрированы на территории Российской Федерации. Не дожидаясь решения суда, iHerb заблокировал возможность заказа спорных добавок. Более того, в ноябре 2019 года iHerb открывал первый офис в России: тогда юристы говорили, что это необходимо, чтобы эффективнее отвечать на претензии суда, а экономисты — что так проще развивать оптовую торговлю.

Заметим, российский рынок для компании iHerb является приоритетным: по

” Особое положение среди каналов реализации добавок занимает интернет-торговля “

данным сервиса SimilarWeb, он приносит маркетплейсу почти 22% трафика. Потребители, привыкшие уже к сервису iHerb, ищут пути, чтобы продолжать пользоваться заказом иностранных БАД и дальше. Например, есть аналоги сайта iHerb: MyProtein, eVitamins, MyVitamins и т. д.

«Добраться» до иностранных сайтов и полностью ограничить их работу на территории России без четкого законодательства очень сложно. Отечественные компании и в этом вопросе оказываются ущемленными. Так произошло с онлайн-порталом «Фитомаркет», принадлежащим компании «Эвалар». В ноябре 2019 года Роскомнадзор заблокировал интернет-магазин из-за наличия на сайте информации о продаже детского товара, которая, по мнению представителей надзорных органов, нарушала действующее законодательство. При этом, несмотря на то что данная страница была оперативно удалена с сайта, онлайн-площадка в течение определенного периода времени была заблокирована полностью. В компании потери от простоя площадки оценивают в 50 млн руб. в день.

Упрощенная процедура регистрации биодобавок иногда «играет на руку» недобросовестным производителям. В отличие от лекарств, БАД могут содержать не заявленные в свидетельстве о государственной регистрации примеси, оставшиеся в сырье вследствие недостаточной степени очистки. Поэтому Роспотребнадзор по-прежнему уделяет особое внимание при проверке качества и безопасности БАД рискам, связанным с оборотом фальсифицированной продукции, содержащей не заявленные при государственной регистрации фармацевтические субстанции. В фокусе внимания остаются БАД, предназначенные

для лечения эректильной дисфункции. По результатам проведенных исследований были выявлены фальсифицированные добавки:

- «Саймы» производства ООО «Биоинженерная компания «Чжин Юань Тхан», КНР. В продукции обнаружены фармацевтические субстанции («Варденафил», «Тадалафил»);
- «Вука Вука» производства ООО «Витамер», Россия. В составе БАД выявлено содержание ингибитора 5-фосфодиэтилэстеразы («Тадалафил»). Права на продвижение и продажу БАД «Вука Вука» в России и СНГ принадлежат компании «Нижфарм» (входит в Stada CIS).

Вполне закономерно, что в 2019 году Роспотребнадзор выступил с предложением распространить обязательную маркировку на биологически активные добавки, спортивное питание и питьевую воду. В «Центре развития перспективных технологий» (ЦРПТ), который является оператором программы маркировки, отметили, что оператор технологически готов и к маркировке БАД, если Минпромторг посчитает целесообразным её введение.

Еще одна из инициатив Роспотребнадзора — запрет использования для БАД названий, схожих с наименованиями лекарственных средств, чтобы не вводить покупателей аптек в заблуждение. По итогам 2019 года БАД с одинаковым названием с лекарством было 195 брендов, это 7% от общего числа названий биодобавок, реализуемых в аптеках. По доле же в обороте эти позиции занимают существенную часть — 22,6%. Наиболее емкие и известные — «Доппельгерц», «Витрум», «Компливит» и т. д.

Заметим, что динамика продаж БАД со схожим названием с лекарственным препаратом выше, чем у последних. Это связано в том числе и с переводом производителем некоторых позиций из лекарств в добавки. Появлению этого тренда на рынке БАД поспособствовало введение обязательной маркировки лекарственных препаратов: некоторые производители лекарств перерегистрируют продукцию в категорию БАД, дабы избежать маркировки. В первую очередь это касается витаминов.

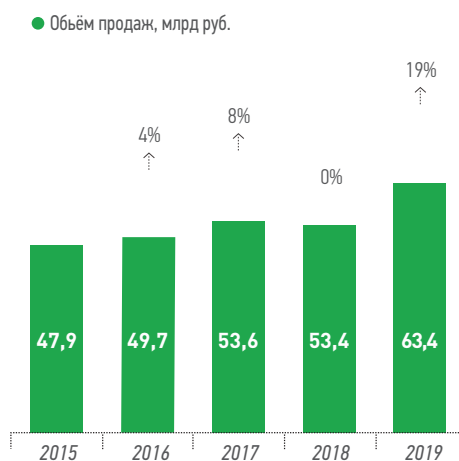
Итак, в 2019 году розничный объём продаж биологически активных добавок составил 324 млн упаковок на сумму порядка 63,4 млрд рублей (в розничных ценах). За год ёмкость рынка БАД выросла на 19% в рублях и на 2% в упаковках. Осенью на рынке БАД произошёл заметный подъём. Причём он был связан с возобновлением роста рынка в упаковках. Зимой и весной положительную динамику в стоимостном выражении обеспечивал ценовой фактор, связанный и с изменением портрета потребителя. Рынок БАДов растёт за счёт обеспеченных людей, ориентированных на здоровый

образ жизни, частью которого являются дорогостоящие витамины. За счёт этого сегмента выручка аптек от продажи БАД возросла на 22%.

Для поддержания конкурентных цен и привлечения потребителей аптеки снизили наценку на данную группу ассортимента: по итогам 2019 года наценка на БАД составила 35,6%, относительно 2018 года наценка снизилась на 2,5%, при сравнении с 2015 годом данный показатель сократился ещё более существенно — на 6,8%.

Во второй половине 2019 года рынок биодобавок демонстрировал заметные положительные результаты за счёт активного роста спроса, а также влияния ценовых факторов. При анализе ежемесячной динамики объёма реализации пищевых добавок можно отметить, что наибольший прирост продаж пришёлся на осенние месяцы: ноябрь (+43,5% в руб. и +212% в упак.) и октябрь (+42,8% и +23,1% соответственно). При этом в марте рынок упал на 2,6% в рублях и на 21,0% в упаковках относительно аналогичного месяца прошлого года.

Динамика рынка БАД



Динамика рынка БАД



Рисунок 31

Динамика аптечных продаж БАД в России

В среднем одна упаковка БАД в 2019 году обошлась потребителю в 196 рублей (розничная цена), что на 16,1% выше, чем годом ранее. Основным фактором в такой динамике стало изменение предпочтений покупателей. В ценах закупки аптек средневзвешенная стоимость БАД составляет порядка 144 рублей.

Переключение потребителей на более дорогостоящие добавки существенно повлияло на структуру продаж по ценовым категориям. Заметный прирост продаж продемонстрировал «высокий» ценовой сегмент (+36,3% в руб., +33,4% в упак.). В результате структура рынка БАД изменилась в пользу биодобавок с ценой свыше 500 рублей — удельный вес данной группы добавок к пище вырос на 6,0% в стоимостном выражении и на 2,4% в натуральном эквиваленте. Поэтому дорогостоящие добавки к пище принесли аптекам наибольшую выручку (46,5% в руб.). Первые 5 мест по объёму продаж данного сегмента занимают витаминные комплексы. Также заметную долю (24,4%) занимают добавки из категории «от 300 до 500 руб.».

Наиболее востребованными среди россиян на рынке по-прежнему остаются дешёвые БАД, несмотря на падение

объёма реализации на 5,2% в рублях и 7,2% в упаковках. При этом доля средств с ценой менее 50 рублей в 2019 году сократилась на 4,3% до 42,4% проданных добавок в упаковках. Из-за низкой стоимости в рублях их вес не превышает 5,0% (-1,2% по сравнению с 2018 годом). Вкусные «Гематоген» и «Аскорбиновая кислота» составляют половину объёма продаж в упаковках сегмента с ценой «до 50 рублей».

Динамика цен на БАД была проанализирована с помощью индекса цен Ласпейреса. Видно, что инфляционный фактор влиял на рост средневзвешенных цен меньше, чем в 2018 году. В 2019 году цены в рублях на БАД увеличились на 2,3%, что ниже уровня инфляции в целом по стране и практически в три раза меньше уровня прошлого года.

БАД продвигаются производителями как добавки к пище для профилактики различных заболеваний. Использовать существующий официальный классификатор для оценки рынка БАД не совсем целесообразно, так как многие БАД, применяемые для профилактики одних и тех же патологий, находятся в разных разделах классификатора. Поэтому ана-

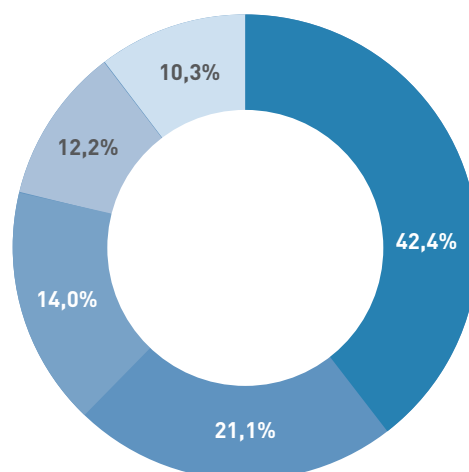
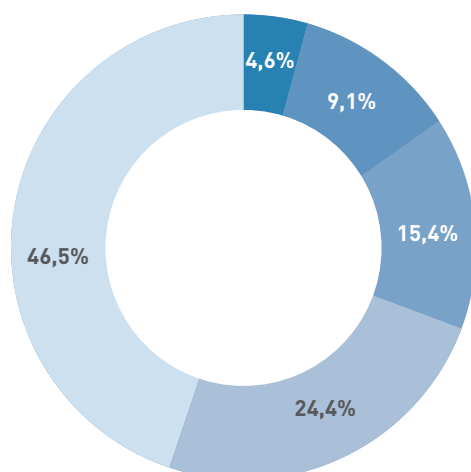
Рисунок 32

Соотношение продаж БАД по ценовым сегментам в 2019 году

Стоимостной объём

Натуральный объём

● До 50 руб. ● 50–150 руб. ● 150–300 руб. ● 300–500 руб. ● свыше 500 руб.



литики компании DSM Group разработали классификатор БАД, который более точно отражает реалии современного рынка пищевых добавок. Классификатор БАД содержит 17 разделов, большинство из которых имеют 2-й подуровень, а некоторые разделы — 3-й.

Традиционно самыми востребованными на рынке являются универсальные добавки группы [V] «БАД, действующие на организм в целом» (доля 30,8% в рублях). Относительно 2018 года объём реализации этой группы БАД вырос на 22,1%. Основные бренды биодобавок в группе [V]: Solgar (доля в продажах группы — 13,0% в руб.) компании Solgar Vitamin and Herb и «Фемибийон» (7,4%) производителя Dr. Reddy's.

При этом за последние несколько лет такие некогда популярные в аптечных сетях средства — такие как БАДы для похудения или повышения мужской потенции — уже не пользуются стабильно высоким спросом. Это связано с тем, что такие товары теперь можно купить не только в аптеках, но и в практически любых продуктовых точках продаж.

Вторую строчку занимает группа [A] «БАД, действующие на пищеваритель-

” Аналитики компании DSM Group разработали классификатор БАД, который более точно отражает реалии современного рынка пищевых добавок “

ную систему» (21,2%), которая продемонстрировала прирост продаж на 14,7%. В данной группе наиболее востребованы позиции «Фитоласк» (13,9%) отечественного производителя «Эвалар» и «Максиласк» (10,4%) компании Alium.

На 3-м месте расположилась группа [G] «БАД, влияющие на репродуктивную систему» (10,1%), также показав положительную динамику продаж: +7,8%. Группу возглавили добавки «Вука Вука» (удельный вес 5,1%) зарубежного производителя Stada и «Индинол» (4,5%) от фирмы «Мираксбиофарма».

Шестнадцать групп продемонстрировали положительную динамику. Максимальный темп прироста отмечен у групп: [I] «БАД, поддерживающие функцию

Инфляция на БАД

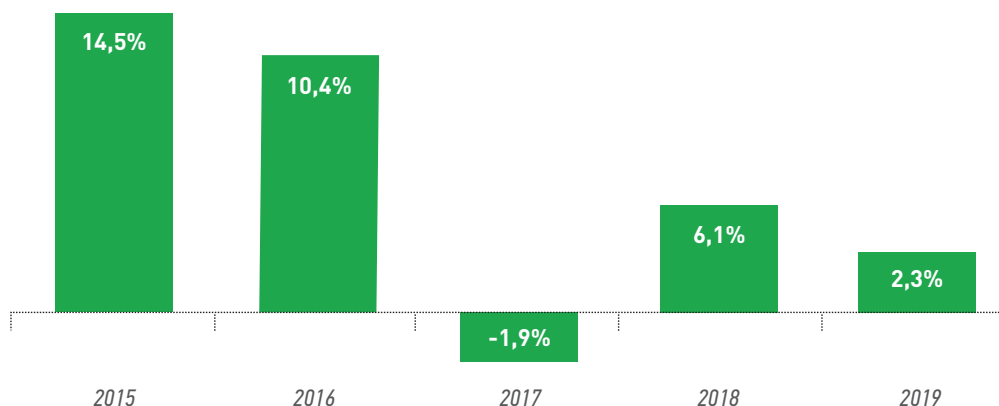


Рисунок 33

Изменение цен БАД на аптечном рынке России

Таблица 19

Рейтинг продаж
по разделам
классификатора БАД

Рейтинг 2019	Изменение	Группа	Стоимостной объем, млн руб. 2019	Прирост, % 2019 / 2018	Доля, % 2019
1	-	БАД, действующие на организм в целом [V]	19 542,9	22,1%	30,8%
2	-	БАД, действующие на пищеварительную систему [A]	13 465,3	14,7%	21,2%
3	-	БАД, влияющие на репродуктивную систему [G]	6 378,9	7,8%	10,1%
4	-	БАД, влияющие на функции центральной нервной системы [N]	6 344,7	23,8%	10,0%
5	-	БАД для поддержания функций сердечно-сосудистой системы [C]	2 863,2	14,9%	4,5%
6	+1	БАД, применяемые при заболеваниях костной системы [M]	2 641,8	49,3%	4,2%
7	-1	БАД для похудения и очищения организма [W]	2 248,4	-1,3%	3,5%
8	-	БАД, применяемые для устранения различных проблем с кожей и волосами [D]	2 030,9	25,4%	3,2%
9	-	БАД, действующие на органы чувств [S]	1 780,0	14,5%	2,8%
10	-	БАД, применяемые при заболеваниях дыхательной системы [R]	1 662,0	15,1%	2,6%
11	-	БАД, действующие на кроветворную систему [B]	1 449,2	23,1%	2,3%
12	+1	БАД, применяемые при отравлениях и интоксикациях [T]	774,7	32,4%	1,2%
13	-1	БАД, действующие на мочевыделительную систему [U]	771,8	15,0%	1,2%
14	-	БАД, влияющие на функцию желез внутренней секреции [H]	648,9	23,7%	1,0%
15	-	БАД, поддерживающие функцию иммунной системы [I]	587,2	62,1%	0,9%
16	+1	БАД, применяемые при вирусных, бактериальных и грибковых заболеваниях [J]	100,7	42,7%	0,2%
17	-1	БАД, применяемые для лечения и профилактики онкологических заболеваний (кроме опухолевых заболеваний репродуктивной системы) [O]	89,9	6,9%	0,1%

иммунной системы» (+62,1%) — рост группе обеспечили витаминные комплексы «Эхинацея Биокор Комплекс» (+4 001,7%) и «Вито Плюс» (+926,9%); [М] «БАД, применяемые при заболеваниях костной системы» (+49,3%) — продажи добавок «Артроверон» и «Арстига» для поддержания нормального функционирования суставов возросли на 5 604,2% и 3 662,9% соответственно; [J] «БАД, применяемые при вирусных, бактериальных и грибковых заболеваниях» (+42,7%): объём реализации «новинки» — средства от боли в горле «Лизолор» компании Asino — в 2019 году составила 43,6 млн рублей.

Продажи упали только у группы [W] «БАД для похудения и очищения организма» — на 1,3%. Объём реализации линейки продуктов для похудения «Модельформ» и добавки «Редуксин Лайт», способствующей уменьшению жировой массы тела, в 2019 году сократился на 18,1% и на 18,0% соответственно.

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

За 2019 год на аптечных полках было представлено 2 674 различных бренда БАД, которые выпустили 999 фирм-производителей, за год на рынке появилось 268 новых позиций. Но если раньше на рынок БАД постоянно выводились новые марки, которые за счёт успешного продвижения могли сразу занять высокие места в рейтинге, то в настоящий момент в условиях падения покупательской способности населения и ужесточения контроля за рекламой БАД со стороны государства этот процесс замедлился, и «привести» «интересные» продукты очень сложно. Самой успешной стала новинка «Нутроф» от компании Spectrum Thea Pharmaceuticals для поддержания здоровья зрения и защиты глаз от сво-

” За 2019 год на аптечных полках было представлено 2 674 различных бренда БАД, которые выпустили 999 фирм-производителей, за год на рынке появилось 268 новых позиций “

бодных радикалов, которая по итогам года разместились на 103-й строчке (объём продаж — 134,4 млн рублей).

В рейтинге ТОП-20 брендов, лидирующих по стоимостным объёмам продаж, можно отметить ряд существенных изменений. При этом первая пятёрка лидеров удерживает позиции прошлого года. Первое место традиционно у линейки пищевых биодобавок Solgar, действующих как на организм в целом, так и на отдельные системы (доля 6,2% в рублях). На второй строчке расположились витаминно-минеральные комплексы марки «Доппельгерц» (3,1%). Замыкает тройку лидеров БАД со слабительным эффектом «Фитолак» (2,9%).

Из существенных положительных изменений можно отметить прирост продаж брендов Anti-Age (+133,6%; +19 мест) отечественного производителя «Эвалар», «Витрум» (+124,8%; +11 строчек) японской корпорации Takeda и Nature's Bounty (+103,2%; +10 позиций) одноимённой фирмы, из отрицательных — -31,6% у марки «Нормобакт» польской компании Polpharma.

Компания «Эвалар» остаётся самой представленной в рейтинге брендов — шесть позиций принадлежат ей, их доля составила 9,4% (-0,6% относительно 2018 года).

Таблица 20

ТОП-20 брендов БАД
в России в 2019 году

Рейтинг 2019 г.	Изменение	Бренд	Стоимостной объем, млн руб. 2019	Прирост, % 2019 / 2018	Доля, % 2019
1	-	Solgar	3 932,3	55,2%	6,2%
2	-	Доппельгерц	1 933,2	2,3%	3,1%
3	-	Фитолакс	1 868,6	12,0%	2,9%
4	-	Фемибион	1 454,7	1,6%	2,3%
5	-	Максилак	1 400,7	17,7%	2,2%
6	+11	Витрум	1 343,7	124,8%	2,1%
7	+4	Бак-Сет	1 198,5	42,5%	1,9%
8	-2	Турбослим	1 122,1	-4,6%	1,8%
9	-2	Эвалар Глицин	992,3	2,6%	1,6%
10	-2	Компливит	961,7	0,1%	1,5%
11	+10	Nature's Bounty	931,8	103,2%	1,5%
12	+2	Формула Спокойствия	928,0	35,2%	1,5%
13	-	Супрадин	896,6	30,2%	1,4%
14	-2	Гематоген	866,1	5,7%	1,4%
15	-6	Витамишки	810,4	-14,5%	1,3%
16	-1	Овесол	684,4	2,5%	1,1%
17	+19	Anti-Age	677,3	133,6%	1,1%
18	-8	Нормобакт	621,1	-31,6%	1,0%
19	-1	Эвалар	617,0	9,5%	1,0%
20	-4	Алфавит	599,4	-3,4%	0,9%

Из брендов, расположенных ниже ТОП-20, стоит выделить марку «Детримакс» (+445,2%) — БАД, влияющий на фосфорно-кальциевый обмен, от американской фирмы Unipharm и «Элевит» (+146,6%) — средство, влияющее на женскую репродуктивную систему, немецкой компании Bayer.

В отличие от рынка ЛП на рынке биологически активных добавок преобладают средства российского производства. Отечественные БАД занимают 52,5% стоимостного и 81,2% натурального объёма продаж. В упаковках структура рынка изменилась в пользу российских биодобавок (+0,5%) за счёт прироста продаж на 2,8%. У зарубежных производителей добавок к пище отмечается снижение активности на 0,2%. В рублёвом эквиваленте в результате более существенного

роста средневзвешенной цены (+23,6% против +11,6%) доля импортных БАД выросла на 1,8%. При рассмотрении абсолютных показателей объём реализации вырос и у зарубежных компаний — на 23,3%, и у отечественных — на 14,7%.

Средняя стоимость упаковки отечественного БАД в 2019 году составила 127 рублей (+11,6% к 2018 году), что приблизительно в 4 раза ниже стоимости упаковки импортного средства. В этот же период стоимость упаковки БАД иностранного производства в среднем составляла 495 рублей — средневзвешенная цена выросла на 23,6%.

Среди иностранных производителей лидируют БАД производства США (30,8%), Германии (20,0%) и Японии (7,5%). Среди американских БАД наиболее популярна продукция компании Solgar Vitamin

Рисунок 34

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства

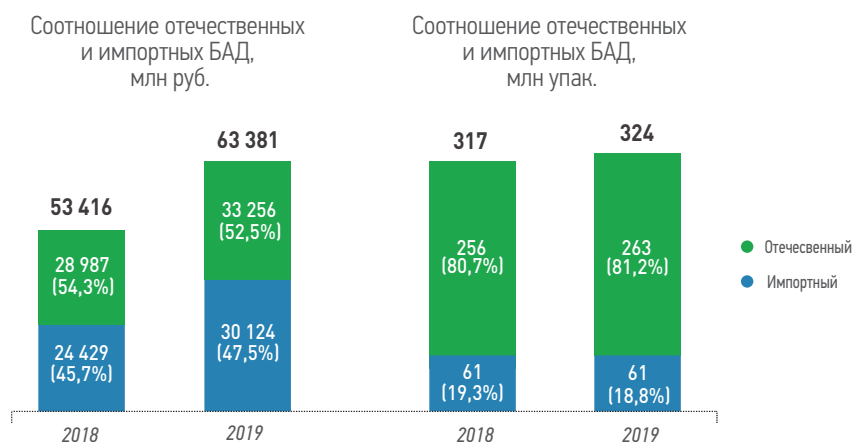


Рисунок 35

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства по странам в 2019 году

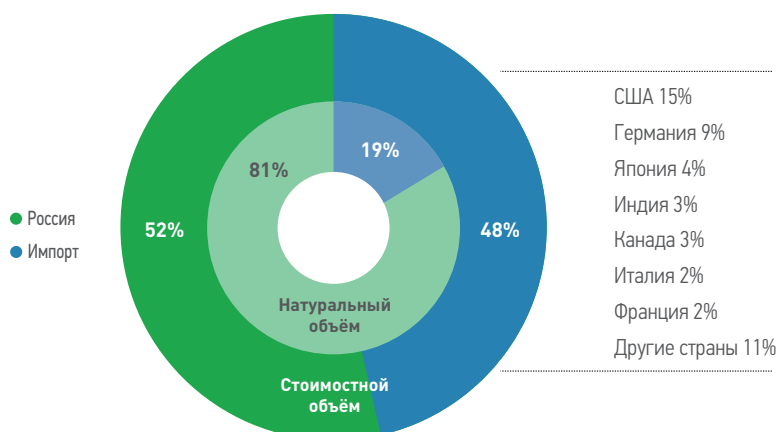


Таблица 21

ТОП-20
фирм-производителей
БАД в России
в 2019 году

Рейтинг 2019 г.	Изменение	Компания	Стоимостной объем, млн руб. 2019	Прирост, % 2019 / 2018	Доля, % 2019
1	-	Эвалар	10 835,4	10,8%	17,1%
2	+1	Solgar Vitamin and Herb	3 932,3	55,2%	6,2%
3	-1	PharmaMed	3 221,1	12,3%	5,1%
4	+2	Аквион	2 252,2	35,1%	3,6%
5	-	Отисифарм	1 973,3	6,4%	3,1%
6	-2	Queisser Pharma	1 942,1	2,7%	3,1%
7	+5	Takeda	1 807,9	71,8%	2,9%
8	-1	Stada	1 708,9	6,0%	2,7%
9	-1	Dr.Reddy's	1 628,4	1,4%	2,6%
10	-1	Bausch Health	1 617,9	4,7%	2,6%
11	-1	Alium	1 401,0	17,8%	2,2%
12	+2	Bayer	1 198,6	45,7%	1,9%
13	+5	Квадрат-С	1 110,1	81,3%	1,8%
14	-1	Recordati	938,5	-7,5%	1,5%
15	+6	Nature's Bounty	931,8	103,2%	1,5%
16	-5	Polpharma	878,0	-21,7%	1,4%
17	-1	Фарм-Про	793,3	4,3%	1,3%
18	-1	В-Мин	766,1	15,5%	1,2%
19	-4	Диод	765,0	-1,3%	1,2%
20	+2	Биокор	658,4	44,9%	1,0%

and Herb (серия БАД Solgar). Список немецких производителей возглавляет Queisser Pharma (серия БАД «Доппельгерц») и Stada (бренды «Бактистатин» и «Вука Вука»). Среди японских производителей лидируют компании Takeda (БАД «Витрум») и Fine («Файн»).

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

Концентрация на фармрынке производителей добавок к пище довольно высокая — ТОП-20 компаний занимает 63,7% рынка. В рейтинге производителей также можно отметить заметные изменения. Не все компании из тройки лидеров сумели сохранить за собой позиции 2018 года.

Лидером рынка на протяжении уже многих лет остаётся российская компания «Эвалар». В 2019 году был зафиксирован подъём объёма продаж на 10,8%. Положительную динамику производителю обеспечили линейка средств нового поколения с эффектом омоложения организма изнутри Anti-Age (+133,6%), седативное средство «Формула Спокойствия» (+35,2%) и травяные чаи «Эвалар Био» (+34,8%). При этом объём реализации линии средств для похудения «Турбослим» и биодобавки «Гепатрин», применяемой при заболеваниях печени и желчного пузыря, сократился на 4,6% и 3,0% соответственно. В настоящий момент в портфеле «Эвалар» находятся 276 различных торговых наименований БАД, объединённых в 75 линеек с одним брендом. Ежегодно на рынок запускаются новые продукты компании: так, в 2019 году на прилавках аптек появилось порядка 13 новых БАД с учётом дозировки, назначения и формы выпуска. Наиболее

успешная новинка — шипучие таблетки «Эвалар Витамин С таблетки шипучие 1000 мг 3,5 г №20» — добавка с витамином С для укрепления иммунной системы организма — продажи составили свыше 3,7 млн рублей.

Важным событием для компании в 2019 году стал выход на полную мощность собственной диджитал-платформы «Фитомаркет Эвалар». Кроме того, «Эвалар» развивает собственную аптечную сеть: на сегодняшний день она насчитывает 153 аптечных учреждения в крупных городах России (по данным сайта компании).

12 июля 2019 года в городе Бийске Алтайского края состоялось открытие нового производственного комплекса фармацевтической компании «Эвалар» по выпуску лекарственных препаратов растительного происхождения (мощность 1 млрд таблеток и капсул в год). Объём инвестиций на текущий момент уже превысил 2 млрд рублей (общая оценочная стоимость проекта — 5 млрд рублей), финансирование осуществлялось из собственных средств компании.

В 2020 году планируется открыть второе производство по выпуску лекарственных средств из синтетического сырья. Ввод в эксплуатацию отдельно выделенного производства лекарственных средств с проектной мощностью 2 млрд таблеток и капсул в год позволит фирме «Эвалар» более чем в 1,5 раза увеличить объёмы выпуска препаратов.

Американский производитель Solgar Vitamin and Herb поднялся на вторую строчку, сместив в рейтинге PharmaMed за счёт прироста продаж на 55,2%. У компании всего один бренд — Solgar, который имеет целую линейку биологических добавок с широким спектром

действия: от БАД для поддержания пищеварительной системы до добавок, влияющих на функционирование ЦНС. Объём реализации у десяти основных торговых наименований компании вырос. Наибольший прирост реализации был отмечен у позиций «Solgar Цитрат Магния» (+139,0%) и «Solgar Джентл Ай-рон Легкодоступное Железо» (+131,8%).

Третье место занимает канадская фармацевтическая компания PharmaMed (+12,3%) с основным продуктом — добавкой «Бак-Сет» (доля в продажах производителя 37,2%) для поддержания и восстановления нормальной микрофлоры кишечника. Реализация всех брендов корпорации за исключением марки «Бак-Сет» (+42,5%), послабляющего средства «Фитомуцил» (+30,2%), добавки «СпермАктин Форте» (+11,4%), стимулирующей сперматогенез, и витаминов для женщин «Ледис Формула» (+2,2%) упала. Динамика продаж производителя в первую очередь связана с возросшей конкуренцией в сегменте детских витаминов в форме жевательного мармелада. Так, например, реализация поливитаминов для детей «Кидс Формула» сократилась на 51,3%.

Высокие темпы прироста демонстрирует корпорация Nature's Bounty (+103,2%). Основную выручку Nature's Bounty принесла биодобавка «Nature's Bounty Гидролизированный Коллаген с Витамином С» (доля в продажах бренда — 11,2%) для поддержания молодости и упругости кожи. При этом максимальный прирост продемонстрировал сбалансированный комплекс основных витаминов и минералов «Nature's Bounty ABC Plus with Greens» (+312,8%), обогащённый водорослями для очищения организма.

На втором месте по темпам прироста оказалась российская компания «Квадрат-С» (+81,3%). Производитель имеет небольшую линейку ассортимента — 29 брендов; основной рост фирме обеспечили добавка «Ферментозим» (+1646,3%), содержащая панкреатин и биотин, которые способствуют нормализации пищеварения, и серия витаминных комплексов «Витамир» (+203,3%).

Компания «Биокор» (+44,9%) в 2019 году стала новичком ТОП-20. Максимальную положительную динамику продемонстрировали общеукрепляющее и иммуностимулирующее средство, источник селена, витаминов С и Е «Эхинацея Биокор Комплекс» (+4 001,7%) и средство, улучшающее функциональное состояние сердечно-сосудистой и нервной систем — «Пустырник-Биокор» (+189,8%).

6. Косметика

Ассортимент товаров в аптеке не ограничивается лишь лекарственными препаратами и БАД — группами, основным каналом продаж которых как раз и являются аптечные учреждения. Косметика — товар, привлекающий клиентов и приносящий прибыль месту, где реализуется.

Косметическая продукция позволяет аптеке дополнительно заработать, так как на этот вид ассортимента нет законодательного ограничения по наценке, в отличие от препаратов, входящих в перечень ЖНВЛП. При этом аптечные сети в виду высокой конкуренции вынуждены снижать наценки и на позиции, которые не входят в список. Косметика же остается одной из групп, на которую наценка практически не меняется: так, в начале 2016 года ее уровень был 41,4%, в конце 2019 года — 39,5%.

Поэтому, несмотря на снижение динамики продаж косметики, представленный в аптеках ассортимент продолжает пополняться из года в год, причем увеличение происходит как за счет новых брендов, так и за счет расширения существующих линеек. Часть косметических брендов представлена только в аптечном сегменте, что делает такие товары эксклюзивными. Российские аптеки в 2019 году реализовали 1 728 различных брендов косметики, более 15 тыс. полных наименований. При этом производители предложили потребителю порядка 120 новых брендов. Лидерами продаж оказались марки «Сенсадерм» (линия инновационных эмолентов с комплексом Омега 3•6•9 для ухода за сухой, раздражённой

и атопичной кожей взрослых и детей с первых дней жизни) и Gentlemen's Tonic (косметические продукты для мужчин, предназначенные для ухода за кожей лица, бородой, усами и волосами). Данные бренды сумели войти в ТОП-300 по объёму реализации в стоимостном выражении, поскольку их продажи в отчётном году превысили 16 млн рублей.

Заметим, что меняется портрет потребителя, который приходит в аптеку в том числе и за косметическим средством. Неизменным остается доверие к аптечному учреждению, которое переносится и на косметику. Конечно, косметический ассортимент имеет мультиканальную реализацию. Есть примеры, когда производители, выйдя первоначально на аптечный рынок, со временем расширили свою экспансию, и сегодня их продукция уже представлена на полках ведущих сетевых ретейлеров. Также в текущих рыночных реалиях более широкую популярность начинают приобретать интернет-ресурсы: продажа косметики в этом канале не запрещена, в отличие от лекарств. Так, например, у Librederm работает одноименный сайт, на котором можно выбрать и оформить доставку продукции на дом. Аналогичные сайты есть у Vichy, La Roche-Posay и т. д. При этом компании также сотрудничают с большими маркет-плейсами (wildberries.ru, ozon.ru), где также можно купить их продукцию. Не удивительно, что продажи через интернет парфюмерии и косметики растут быстрее всего — за прошедший год был зафиксирован рост на 23% и в денежном, и в натуральном выражении (по данным GfK).

В связи с такими тенденциями продажи косметики в аптеках имеют невысокую динамику, при этом на фоне результатов продаж на всем косметическом рынке выглядят даже положительно. Рынок косметики и парфюмерии в России падает уже второй год подряд. Так, с июля 2018 года по июнь 2019-го продажи снизились по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года на 1,6% в натуральном выражении и на 2,1% — в денежном.

Аптечная косметика по итогам 2019 года заняла третье место (после лекарственных препаратов и БАД) в структуре продаж аптек. В 2019 году ёмкость рынка аптечной косметики выросла на 1,9% в

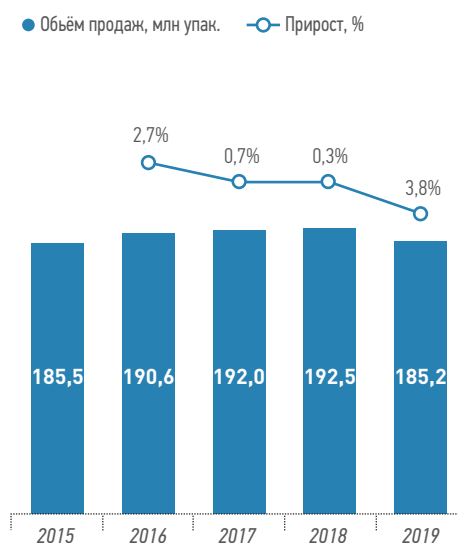
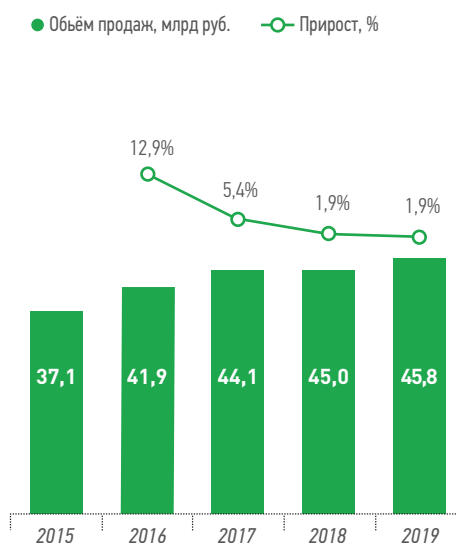
стоимостном выражении и сократилась на 3,8% в натуральном эквиваленте относительно 2018 года. Таким образом, объём реализации косметических средств через аптечный сегмент составил 185,2 млн упаковок стоимостью 45,8 млрд рублей. Темпы прироста рынка постепенно замедляются, в упаковках динамика даже ушла в отрицательную зону, вернув показатель объёма на уровень ниже 2015 года. Это связано с переключением потребителя на другие каналы, а также нежеланием сетей уменьшать наценку на косметические средства.

При анализе ежемесячных данных можно отметить, что во втором полугодии объём реализации косметики в рублях стал расти относительно 2018 года. Наиболее удачным периодом для рынка стала осень — продажи выросли на 9,7% в рублёвом выражении и на 3,6% в натуральном. Осенне-зимний сезон актуален для косметических средств по борьбе с сухостью и раздражением кожи, это также самое востребованное время для проведения косметических процедур. Самое значительное падение при этом произошло в мае (-7,7% в рублях и -12,0% в упа-

” Рынок косметики и парфюмерии в России падает уже второй год подряд “

Рисунок 36

Динамика объёма продаж аптечной косметики в России



ковках). В летний период в ассортименте присутствует большое количество солнцезащитной косметики, но в 2019 году традиционного высокого роста продаж отмечено не было в связи с большим количеством дождливых дней и отсутствием длительных периодов жары.

Косметические средства можно классифицировать по различным категориям: по цене, назначению, форме выпуска. Компания DSM Group провела анализ позиций и предложила свою классификацию косметических товаров в зависимости от назначения, действия и стоимости. Косметику, которая продаётся в аптечных сетях, аналитики разделили на 3 группы:

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

Селективная (премиум и люкс-класс) косметика характеризуется наличием узкоспециализированных линеек, чётко разделённых между собой и предна-

значенных для определённых состояний кожи или волос. Как правило, такой вид косметики реализуется преимущественно через аптечные учреждения (Librederm, La Roche-Posay, Vichy и др.);

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

Сегмент активной (лечебной) косметики занимает половину объёма продаж всей косметики и играет основную роль в динамике рынка аптечной косметики в целом: +2,8% в рублях и -3,4% в упаковках. Относительно 2018 года его ёмкость выросла на 0,5% в денежном и на 0,3% в натуральном эквиваленте. За год аптеки реализовали свыше 800 брендов лечебной косметики от 443 производителей (4 272 полных наименования). Данный сегмент наиболее востребован за счёт доступной ценовой политики и позиционирования товарных позиций производителями на стыке нелекарственного и лекарственного ассортимента.



Рисунок 37

Соотношение аптечных продаж косметики в зависимости от типа косметического товара

” Позиционирование селективной косметики как аптечной косметики перестаёт быть актуальным — целевая аудитория потребителей постепенно уходит в онлайн-каналы “

Доля селективной косметики сократилась с 36,1% до 35,6% в рублях. В натуральном выражении вес премиальной косметики заметно ниже — 10,2%, но отрицательный прирост был самым значительным — 5,6% за год. Такая динамика обусловлена в большей мере марками Librederm (-18,3% в руб.) и Vichy (-5,1%). Позиционирование селективной косметики как аптечной косметики перестаёт быть актуальным — целевая аудитория потребителей постепенно уходит в онлайн-каналы. Причём, и сами производители способствуют этому, начиная работать с крупными интернет-магазинами. Кроме того, ввиду высокой стоимости данный сектор рынка уязвим перед снижением покупательской способности населения и довольно импортозависим.

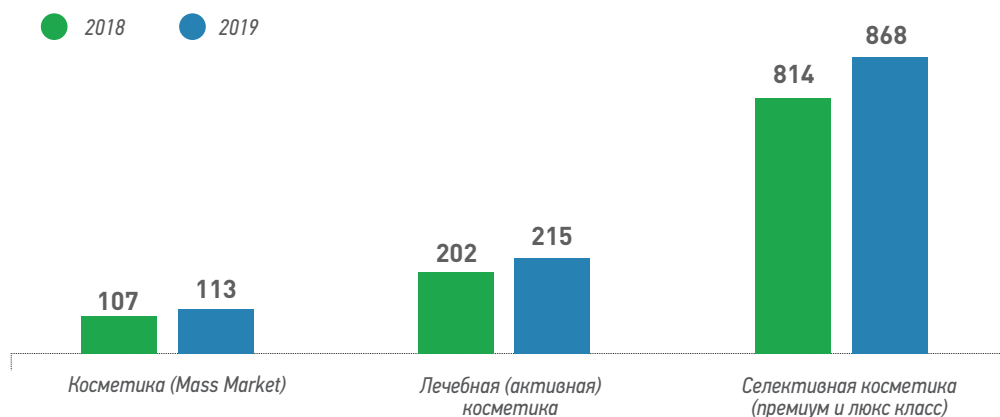
Для mass-market-косметики аптека не является основным каналом продвижения. Однако этот подsegment занимает 33,3% рынка в натуральном выражении и пользуется популярностью у потребителей, так как представлен достаточно бюджетными средствами. Поэтому доля в рублях mass-market-косметики составляет 15,2%.

У аптечной косметики только один недостаток — более высокая стоимость по сравнению с обычными уходовыми средствами. Но есть производители, которые рассчитывают на более широкую целевую аудиторию и выпускают продукцию среднего ценового сегмента. В 2019 году средняя стоимость косметического средства в розничных ценах аптек составила 248 рублей за упаковку. При сравнении с 2018 годом цена возросла на 5,9%. При рассмотрении рынка по сегментам можно увидеть, что все категории выросли в цене. Стоимость одной упаковки активной косметики стала дороже на 6,5%, цены на премиальные средства и косметику из масс-маркета выросли на 6,7% и 6,0% соответственно.

Аптека предлагает клиентам огромный выбор косметических средств в различных формах выпуска и с различным

Рисунок 38

Средневзвешенная цена косметического средства в аптеках



целевым предназначением. Самой востребованной косметикой оказалась универсальная (на её долю пришлось 34,6% объёма продаж упаковках). Это не удивительно, так как в структуре универсальных косметических средств более половины рынка занимают бренды лечебной косметики. В рублях также наибольший вес у многофункциональных косметических средств — 19,2%.

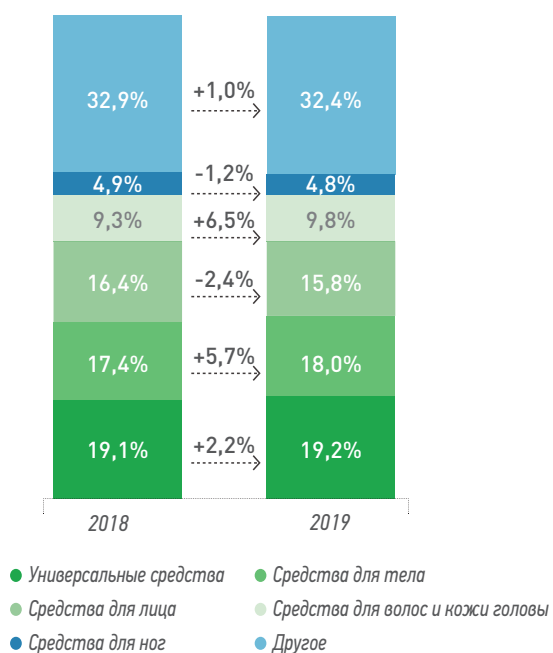
Средства для лица (-5,6% в упаковках), а также универсальная косметика (-4,6%) показали наибольший темп снижения среди всех групп косметики. В стоимостном выражении максимальное падение объёма реализации было отмечено также у средств для лица (-2,4%). При этом продажи средств для волос и кожи головы, а также косметики для тела выросли на 6,5% и 5,7% соответственно.

Наибольший вес в структуре косметики по возрастному критерию занимает косметика, рассчитанная на все возрастные категории (78,7% стоимостного объёма продаж и 79,3% натурального объёма). На 2-й строчке расположилась косме-

тика для детского и младшего детского возраста (от 0 до 14 лет): 8,8% стоимостного и 15,2% натурального объёма. Третье место заняла косметика для людей среднего возраста (после 25 лет) с долей рынка 5,8% в стоимостном выражении. В этой категории наблюдается перевес в сторону высокомаржинальной премиальной и люксовой косметики — 78,9% объёма в рублях данной категории приходится на селективную косметику. Также большой перевес в сторону дорогой косметики наблюдается у сегмента для зрелого возраста (после 45 лет), в данной категории селективная косметика занимает 72,6% стоимостного объёма продаж. Сегмент косметики для пожилого возраста (после 60 лет) демонстрирует максимальный темп снижения в деньгах (-69,1%) в результате снижения спроса на премиальные марки: доля люксовой косметики в категории «для пожилого возраста» снизилась с 16,0% до 3,2% в упаковках.

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

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



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

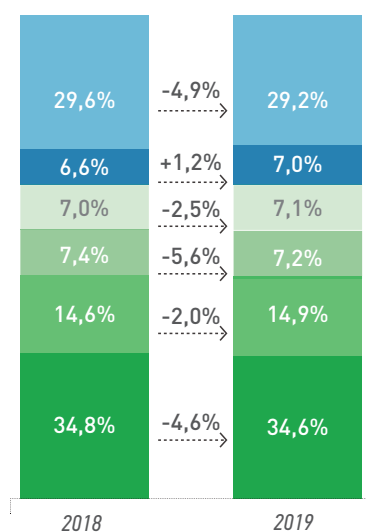


Рисунок 39

Структура косметики по целевому назначению в 2019 году

” Российская косметика более востребована на фармрынке, чем зарубежная “

занимают более 74,0% от натурального объема реализации. При анализе продаж в рублёвом эквиваленте можно отметить, что рынок практически поделён пополам, однако наблюдается перевес в сторону импортной косметики (около 52,8% продаж).

Внутри сегментов соотношение отечественной и зарубежной косметики заметно отличается.

В 2019 году премиальная косметика была представлена в основном импортными косметическими средствами, которые занимают 80% рынка в рублях и 59% в упаковках. Отечественный бренд Librederm занимает 99,5% продаж отечественной селективной косметики в рублях.

Сегмент лечебной (активной) косметики, наоборот, преимущественно представлен российскими брендами, которые ли-

дируют как по стоимостному (66%), так и по натуральному (81%) показателям.

В сегменте масс-маркет доля отечественной косметики уменьшилась относительно прошлого года в стоимостном выражении, и составила 51%. Основными отечественными брендами являются «Детский крем», «Кора» и «Моё Солнышко», которые совокупно занимают 22,7% рынка в рублях.

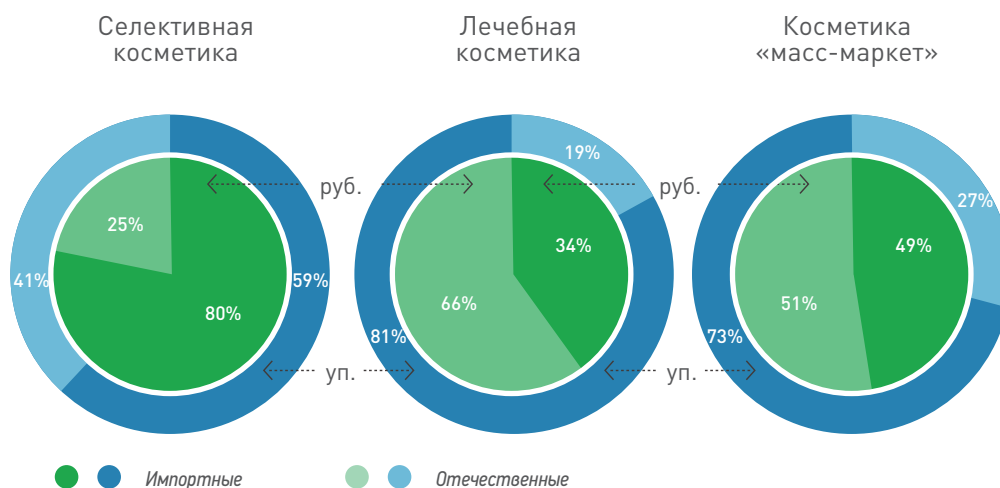
Селективная косметика

В 2019 году аптеки реализовали 18,8 млн упаковок премиальных косметических средств на сумму порядка 16,3 млрд рублей (в розничных ценах). При сравнении с 2018 годом продажи выросли на 0,7% в рублёвом выражении, но сократились на 5,6% в натуральном эквиваленте. Рейтинг селективных марок довольно стабилен. Большинство брендов-лидеров при этом продемонстрировали положительную динамику относительно 2018 года.

Французский бренд La Roche-Posay в 2019 году поднялся на первую строчку за счёт прироста продаж на 10,1%. Кос-

Рисунок 40

Соотношение аптечных продаж косметики в зависимости от типа косметического товара в 2019 году



метические средства La Roche-Posay, разработанные на основе термальной воды, специально предназначены для проблемной кожи, поэтому 37,3% продаж бренда занимают линейки Effaclar (специальная серия для ухода за жирной и проблемной кожей) и средства Lipikar (средства для лица против раздражения и зуда).

Российская марка Librederm опустилась на 2-ю строчку в категории селективной косметики: доля бренда на рынке сократилась с 23,8% до 19,9% в стоимостном объёме сегмента в результате падения продаж на 16,0% относительно 2018 года. При этом в упаковках на линейку Librederm приходится 40,7% от объёма продаж, поэтому в настоящий момент Librederm можно назвать самой востребованной маркой селективной косметики у потребителей аптек. В линейку входит около 280 полных торговых наименований, из них наибольший вес занимают средства для лица (удельный вес — 51,0% в рублях).

Помимо того, что в 2019 году объём реализации косметической продукции под маркой Vichy (3-е место) снизился на

0,1%, количество SKU в ассортиментных линейках сократилось на 80 позиций. Всего в аптеках было реализовано порядка 360 полных наименований бренда Vichy, средняя цена составила 1 346 рублей. Около 33,0% в стоимостном выражении приходится на средства для лица, также в линейке Vichy широко представлены средства для тела (17,9%), волос и кожи головы (11,6%).

Все бренды удержали свои позиции за исключением лидеров и марок Ducray и Klorane, которые поменялись местами в результате разнонаправленной динамики.

Шесть ведущих брендов селективной косметики отметились в 2019 году увеличением продаж в рублях. Максимальный темп прироста продемонстрировал бренд Bioderma (+16,2%). Внутри марки наиболее активно росли линейки Atoderm (+37,1%) для сухой, очень сухой, атопичной чувствительной кожи, Cicabio (+34,4%) для восстановления повреждённой кожи и Hydrabio (+29,2%) для обезвоженной, чувствительной кожи. Основная линейка марки — Sensibio (доля 40,5%) для чувствительной кожи — также продемонстрировала прирост реализации на 10,8%.

Таблица 22

ТОП-10 брендов селективной косметики в 2019 году

Рейтинг	Изменение в рейтинге	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля, %	Прирост, % 2019/2018
1	+1	La Roche-Posay	4 111,2	25,2%	10,1%
2	-1	Librederm	3 245,8	19,9%	-16,0%
3	-	Vichy	3 202,3	19,6%	-0,1%
4	-	Avene	1 304,5	8,0%	-1,8%
5	-	Bioderma	1 113,8	6,8%	16,2%
6	-	Uriage	789,4	4,8%	13,1%
7	-	Mustela	430,5	2,6%	3,1%
8	-	Filorga	322,0	2,0%	0,3%
9	+1	Ducray	278,5	1,7%	7,8%
10	-1	Klorane	233,2	1,4%	-11,0%

Лечебная косметика

Активная косметика позиционируется производителями как средства, которые помимо решения эстетических задач обладают также и лечебным эффектом. Данная группа косметических средств занимает лидирующее положение на аптечном рынке. Если люксовая косметика в большей мере решает проблемы кожи лица, то лечебная косметика имеет более широкий круг показаний к применению. Основную долю в продажах этой группы ассортимента занимают позиции, используемые при растяжениях, ушибах, заболеваниях суставов воспалительного характера (доля 12,3% в руб.), при различных повреждениях и заболеваниях кожи — трещинах, ссадинах, порезах, ожогах (8,3%), для склонной к аллергическим реакциям кожи (8,1%).

На ТОП-10 брендов приходится 27,0% продаж категории активной косметики,

что заметно ниже, чем в сегменте селективных марок (92,0%). Это в том числе связано и с тем фактором, что линейки селективной косметики всегда довольно широкие и призваны решать различные проблемы. Бренд активной косметики в основном продвигается для решения одной конкретной задачи. Поэтому данная категория довольно широкая: на аптечных полках можно найти более 800 брендов лечебной косметики.

Перестановки коснулись только нижней части рейтинга. Первое место среди марок лечебной косметики удерживает «Лошадиная сила», несмотря на падение продаж на 4,0%. Порядка 48,4% от объема продаж бренда в рублях приходится на средства для тела, используемые при растяжениях, ушибах и заболеваниях суставов.

На второй строчке расположилась линия средств для ежедневной интимной гигиены Lactacyd (-2,1%) на основе натураль-

Таблица 23

ТОП-10 брендов активной (лечебной) косметики в 2019 году

Рейтинг	Изменение в рейтинге	Бренд	Объем продаж, млн руб.	Доля, %	Прирост, % 2019/2018
1	-	Лошадиная сила	1 170,9	5,2%	-4,0%
2	-	Lactacyd	741,6	3,3%	-2,1%
3	-	Alerana	697,5	3,1%	-1,3%
4	-	911 Ваша Служба Спасения	683,7	3,0%	0,2%
5	-	Эмолиум	549,1	2,4%	-3,3%
6	-	Боро Плюс	527,3	2,3%	1,7%
7	-	Dry Dry	460,8	2,0%	-2,7%
8	+1	Микостоп	441,0	2,0%	-2,0%
9	-1	Софья	402,1	1,8%	-10,6%
10	-	Педикулен	401,8	1,8%	7,6%

ной молочной кислоты, которая помогает восстанавливать и поддерживать естественную микрофлору интимной зоны. Линейка средств включает в себя уже около 20 наименований. Отрицательную динамику торговой марке обеспечили наименования «Lactacyd мусс для интимной гигиены нежный ежедневный» (-39,8%) и «Lactacyd Pharma Soothing средство для интимной гигиены покраснения/раздражения/зуд» (-16,7%). А вот одно из популярных средств «Lactacyd Pharma средство для интимной гигиены антибактериальное 250 мл» растет в стоимостном объеме на 7%.

«Алерана» — косметический продукт, созданный для ухода за волосами и кожей головы. Поэтому 67,9% продукции, выпускаемой под данной маркой, — шампуни для волос. Несмотря на отрицательную динамику, «Алерана» (-1,3%) сохранила третью позицию.

Максимальный темп прироста — у линейки средств «Педикулен» (+7,6%) для лечения педикулёза, которая в 2019 году заняла 10-е место в рейтинге. Основной прирост бренду обеспечили шампунь в большой упаковке «Педикулен Ультра шампунь 1000 мл №1» (+33,8%) и набор «Педикулен Ультра набор (спрей 150 мл + гребень + лупа) 150 мл №1» (+15,0%).

Из отрицательных изменений отметим снижение продаж бренда «Софья» на 10,6%. Наибольшую долю в продажах марки занимают средства, применяемые при варикозном расширении вен (доля 61,3% в руб.), растяжениях, ушибах, заболеваниях суставов воспалительного характера (36,2%).

Высокие темпы роста на протяжении последних лет демонстрируют марки Cetaphil (+27,0%), «Липобейз» (+24,1%),

” В рейтинге масс-маркет-косметики присутствует заметно больше изменений, чем в других группах “

«Циновит» (+11,0%). При сохранении такой динамики мы сможем в 2020 году увидеть их в рейтинге ТОП-10 брендов активной косметики.

Масс-маркет-косметика

Масс-маркет-косметика на 32,2% состоит из универсальных средств и в большей мере предназначена для очищения (15,8%).

В рейтинге масс-маркет-косметики присутствует заметно больше изменений, чем в других группах. Только лидер сумел сохранить позицию прошлого года. Первое место традиционно занимает детская косметика Johnsons (доля 7,3% в руб.). На 2 и 3-й строчках расположились отечественные марки «Детский крем» (4,2%) и Dr.Organic (4,2%).

Семь из десяти марок, занимающих ключевые позиции, отметились отрицательной динамикой. Максимальное падение в отчетном периоде в рублях принадлежит косметической продукции под брендом «Флоресан» (-16,8%). Основные серии данного косметического бренда продемонстрировали падение аптечных продаж: реализация серии «Флоресан Репейник» (доля 20,4% в руб.) на основе экстрактов репейника, перца, крапивы и шишек хмеля, специально разработанной для профилактики и уменьшения чрезмерного выпадения волос, способствующей стимулированию их роста и оздоровлению кожи головы, снизилась на 9,2%; продажи средств «Флоресан

Таблица 24

ТОП-10 брендов
масс-маркет-
косметики
в 2019 году

Рейтинг	Изменение в рейтинге	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля, %	Прирост, % 2019/2018
1	-	Johnsons	507,7	7,3%	-14,3%
2	+1	Детский крем	292,9	4,2%	-3,3%
3	+6	Dr.Organic	289,5	4,2%	84,5%
4	-2	Кора	279,4	4,0%	-11,2%
5	-1	Умная эмаль	244,8	3,5%	-11,6%
6	+1	Моё Солнышко	238,3	3,4%	0,6%
7	-1	Nivea	235,6	3,4%	-13,0%
8	-3	Флоресан	227,0	3,3%	-16,8%
9	-1	Neutrogena	207,9	3,0%	-5,8%
10	+1	EVO	181,0	2,6%	31,5%

Фитнес body» (19,0%), обеспечивающих комплексный уход за кожей тела, предназначенных для борьбы с признаками целлюлита, а также оказывающих профилактическое действие, упали на 15,3%; продажи натурального таёжного мыла для бани и душа для ухода за телом и волосами «Флоресан Натуральное мыло» (17,0%) также сократились на 5,8%.

Из положительных изменений стоит отметить две марки: косметику Dr.Organic (+84,5%) с органическими ингредиентами и серию специализированных средств для восстановления и поддержания здорового состояния кожи EVO (+31,5%).

Одной из особенностей рейтинга косметики масс-маркет, реализуемой в аптечных учреждениях, является большое количество марок, относящихся к детским брендам. 26,9% от объёма продаж приходится на категорию, предназначенную для детского и младшего детского возраста (с 0 до 14 лет). Три детских бренда попали в рейтинг в 2019 году, они являются основными в данной категории (на них приходится 55,5% всей детской косметики, приобретаемой в аптеках).

7. Импорт ЛП

Фармацевтическая продукция занимает 4-е место среди всех товарных групп, импортируемых в Россию, после механического оборудования, электрических машин и наземного транспорта.

Поэтому особое внимание в развитии фармацевтической отрасли уделяется импортозамещению препаратов, в том числе за счет локализации их выпуска. За время реализации стратегии «Фарма-2020» в России было создано около десятка фармацевтических кластеров, в которых локализовались такие мировые лидеры как Novartis, Pfizer, Teva, AstraZeneca и другие. В стратегии «Фарма-2030» фокус развития смещен уже на экспортный потенциал: к 2030 году экспорт отечественных препаратов должен вырасти до \$3,8 млрд. Однако развитие российской фармпромышленности сдерживается рядом факторов: нехваткой средств для инвестиций в инновации, отсутствием инновационных разработок в продуктовых портфелях, а также несоответствием процессов производства и клинических испытаний международным стандартам.

Несмотря на это, отечественные компании реализуют проекты по выходу на международные рынки сбыта:

- В сентябре 2019 года биотехнологическая компания Biosad договорилась с китайским холдингом Shanghai Pharmaceuticals о совместной разработке и выводе на рынок Китая не менее шести препаратов, в том числе для лечения онкологических и тяжелых аутоиммунных заболеваний — рака

легких, рака молочной железы и псориаза;

- Российская компания «Герофарм» заключила с венесуэльской Espromed Bio соглашение о выпуске инсулинов из российских субстанций. «Герофарм» уже начала поставлять в Венесуэлу генно-инженерные инсулины человека;
- В начале декабря 2019 года группа компаний «Р-Фарм» открыла в Баку фармацевтический производственный комплекс, вложив в него \$30 млн. Предприятие будет выпускать противоопухолевые, противогрибковые и противовирусные препараты, в том числе для терапии ВИЧ-инфекции и гепатита, средства для лечения заболеваний нервной, костно-мышечной и дыхательной систем, антибиотики, лекарства против диабета и другие препараты.

Государство в 2019 году приняло ряд законопроект, которые облегчают доступ на российский рынок некоторых групп препаратов.

Так, в конце декабря 2019 года был подписан закон, который разрешает ввозить в Россию партии незарегистрированных

” Особое внимание в развитии фармацевтической отрасли уделяется импортозамещению препаратов, в том числе за счет локализации их выпуска “

препаратов, необходимых для помощи пациентам по решению врачебной комиссии.

Ситуация с невозможностью применять для лечения официально не зарегистрированные лекарства получила широкую огласку после того, как правоохранительные органы стали задерживать заказывавших такие препараты за рубежом матерей детей-инвалидов. В результате осенью было выделено из резервного фонда правительства 26,128 млн руб. на закупку незарегистрированных в России импортных лекарств для детей (более 11 тыс. упаковок): в октябре в Россию был завезен «Фризиум», в ноябре — «Диазепам».

В 2020 году также планируется поставка незарегистрированных препаратов в размере 8475 упаковок: запланированы бюджетные ассигнования на сумму 22 млн руб. Закупку будет осуществлять ФГУП «Московский эндокринный завод». Для ввоза разрешены психотропные лекарственные препараты для обеспечения детей, страдающих заболеваниями

с болевым и судорожным синдромами, в частности, эпилепсией.

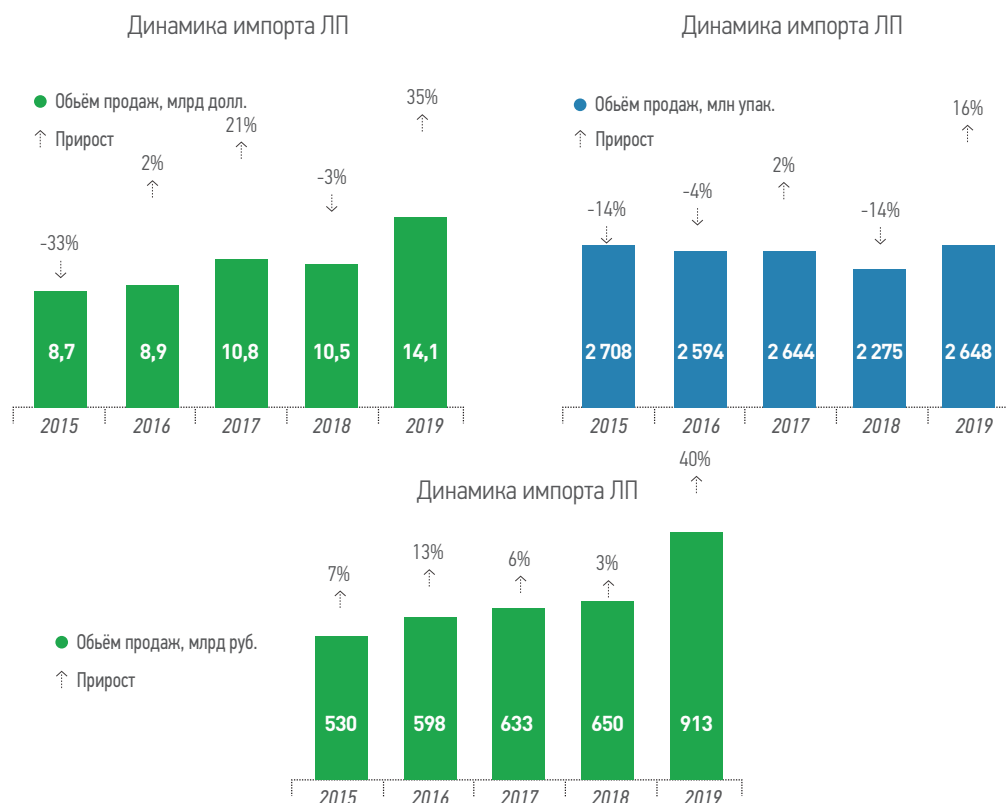
В список включены следующие препараты (с указанием лекарственной формы):

- «Диазепам» (ректальный раствор);
- «Мидазолам» (раствор оромукозальный);
- «Клобазам» (таблетки и капсулы);
- «Лоразепам» (раствор в ампулах);
- «Фенобарбитал» (эликсир и раствор для инъекций).

Помимо этого, в конце года Правительство РФ одобрило законопроект о принудительном лицензировании лекарств, направленный на защиту жизни и здоровья граждан при наступлении чрезвычайных ситуаций. Поправки в Гражданский кодекс позволят наделять отечественные фармкомпании правом производства иностранных жизненно важных лекарств в интересах обороны и безопасности страны или в случаях угро-

Рисунок 41

Объем импорта ЛП



зы жизни и здоровью граждан. Например, если зарубежный производитель откажется поставлять такой препарат в страну или будет завышать цены, компания-разработчик получит компенсацию.

Импорт ЛП

Динамика импорта в 2019 году прервала сложившийся в последние несколько лет отрицательный тренд в натуральном выражении. Объем ввоза лекарств вырос на 16%: с 2,28 млрд упаковок в 2018 году до 2,65 млрд упаковок в 2019 году. Увеличение импорта связано с подготовкой иностранных производителей к введению обязательной маркировки лекарственных средств. Предполагалось, что она начнет действовать с 1 января 2020 года. Поэтому с августа компании стали завозить существенно больше, чем в аналогичный период прошлого года, хотя в первом полугодии всплеска объемов импорта не наблюдалось.

Максимальные значения были показаны в октябре и ноябре 2019 года (+54% и +98% соответственно к аналогичному периоду прошлого года). В декабре, когда вероятность переноса сроков была уже достаточно высока, производители снизили активность, и динамика вернулась в отрицательную зону.

В долларах объем ввезенных лекарственных препаратов в 2019 году составил 14,1 млрд долл., это на 35% выше показателя 2017 года. Стоимостные объемы завезенных лекарств в пересчете на рубли показывают также положительную динамику от года к году — в 2019 году прирост составил 40%.

В таблице №25 представлены доли различных групп импортёров ЛП в Россию.

В 2019 г. около 80% объёма импорта лекарств приходится на группу импортёров — представительства иностранных производителей. По сравнению с 2018 годом поставки данной категории импортёров выросли сильнее всего — на 41%.

На втором месте по емкости пока еще находится группа «Дистрибьюторские компании», но на протяжении последних лет она неуклонно сокращается. Росту доли не помогли даже положительные объемы в денежном выражении (+26%).

Сегмент «Отечественные производители ЛП» в 2019 году показал относительно невысокую динамику, за счет этого доля снизилась до 5,7% (в структуре импорта). Главным импортёром среди отечественных производителей лекарств является «Фармстандарт» — его доля по итогам 46%. На втором месте завод «Нижфарм»

Импортёры	Доля к объёму импорта, %				Прирост, долл.
	2016	2017	2018	2019	2019/2018
Дистрибьюторские компании	13,9%	9,7%	9,2%	8,7%	+26%
Представительства иностранных компаний	74,1%	76,9%	76,3%	79,7%	+41%
Компании, специализирующиеся на прямом импорте	5,1%	7,0%	7,5%	6,0%	+7%
Отечественные производители ЛП	6,9%	6,3%	7,0%	5,7%	+9%

Таблица 25

Доля различных групп импортёров ЛП в Россию в объеме импорта ЛП

с долей 17%. Третье место у «Акрихина», который занял долю 10%. Переквалификация отечественных производителей еще и в импортеров связана с процессами импортозамещения: локализацией на заводах препаратов иностранных компаний или, как для «Нижфарма» и «Акрихина», переносом производства на отечественные площадки после вхождения в международную корпорацию.

Положительную динамику демонстрирует и сегмент импортеров «Компании, специализирующиеся на прямом импорте». Основным игроком в данном сегменте является компания «Фармацевтический импорт, экспорт» — её доля составляет 41%. Далее идет компания «Орфе» с долей 20%.

В таблице №26 представлены ТОП-10 представительств иностранных производителей по объёму импорта в 2019 году.

Группа «Представительства иностранных компаний» выросла в долларовом выражении в 2019 году на 41%. Концентрация в группе импортеров «Представительства иностранных компаний» увеличилась по сравнению с 2018 годом. Все компании демонстрируют положительную динамику: наименьшая у «Санофи» — +14%, наибольшая у «Бристол-Майерс Сквибб» — +298%.

Лидером группы импортеров «Представительства иностранных компаний», как и в прошлые годы, остается «Новартис» с долей 8,9%. На втором месте традиционно уже представительство компании «Санофи». В 2019 году объем импортируемых лекарств данного производителя также вырос, но за счет наименьшей положительной динамики доля сократилась на 1,5%. Третье место в отчетном году заняло представительство компании «Пфайзер», завоз лекарств которого увеличился на 74%.

Таблица 26

ТОП-10
представительств
иностраных
производителей
по объёму импорта

Рейтинг	Представительство иностранных производителей	Доля в объеме импорта группы «Представительств...», %		Прирост к 2018, долл.
		2018	2019	
1	Новартис	9,2%	8,9%	37%
2	Санофи	8,0%	6,5%	14%
3	Пфайзер	4,8%	6,0%	74%
4	Байер	5,2%	5,7%	54%
5	Джонсон & Джонсон	5,1%	5,2%	43%
6	Бристол-Майерс Сквибб	1,3%	3,6%	298%
7	Астеллас Фарма	2,0%	3,6%	154%
8	Берингер Ингельхайм	3,7%	3,5%	33%
9	Тева	4,1%	3,4%	16%
10	Астразенека	2,5%	3,1%	74%
Итого:		45,8%	49,4%	

Из компаний, показавших еще высокий рост, стоит отметить представительство «Астеллас» (+154%). Падение около 7% продемонстрировали компании корпорации «Эбботт», но скорее всего оно связано с переключением поставок на производителя «Верофарм», который теперь входит в Abbott.

Из компаний, не вошедших в ТОП-10, отметим представительства производителей «Рош» и «Алвоген», оборот ввозимых ЛП которых вырос существенно (у обоих на 200%).

Заметим, что отрицательную динамику показали всего 7 компаний. Остальные активно готовились к маркировке и существенно нарастили запасы на складах на территории России.

В таблице №27 представлен ТОП-10 дистрибьюторов по объёму импорта ЛП в Россию.

” Доля десяти крупнейших дистрибьюторов-импортёров от всего объёма импорта группы «Дистрибьюторские компании» в 2019 году составила 88% “

Доля десяти крупнейших дистрибьюторов-импортёров от всего объёма импорта группы «Дистрибьюторские компании» в 2019 году составила 88%.

Как видно из таблицы №27, крупнейшим дистрибьютором по объёму импорта в группе «Дистрибьюторские компании» в 2019 году является компания «Р-Фарм» с долей 36%. Компания нарастила импорт в 2,5 раза. Это произошло в том числе и из-за активизации дистрибьютора

Рейтинг	Дистрибьютор	Доля в объёме импорта группы «Дистрибьюторские компании», %		Прирост к 2018, долл.
		2018	2019	
1	Р-Фарм	18,2%	36,2%	151%
2	Протек	22,7%	17,5%	-3%
3	Пульс	15,6%	12,1%	-3%
4	Катрен	14,8%	8,3%	-29%
5	Гранд-Капитал	3,1%	3,2%	33%
6	Фармкомплект	3,2%	2,8%	8%
7	Евросервис	3,0%	2,6%	8%
8	Магнит	2,7%	2,1%	-2%
9	Доминанта-Сервис	1,3%	1,9%	89%
10	БСС	0,9%	1,5%	111%
Итого:		85,5%	88,2%	

Таблица 27

ТОП-10 дистрибьюторов по объёму импорта ЛП

Таблица 28

ТОП-20 фирм-производителей по объёму импорта ЛП в Россию всеми группами импортёров

Рейтинг		Фирма-производитель	Доля стоимостного объема импорта, %		Прирост к 2018, долл.
2018	2019		2018	2019	
2	1	Novartis	5,6%	5,3%	31%
1	2	Sanofi	6,1%	5,0%	14%
6	3	Celgene	3,5%	5,0%	101%
3	4	Bayer	3,9%	4,3%	54%
4	5	Glaxosmithkline	3,6%	4,2%	61%
10	6	Merck	3,1%	4,1%	85%
11	7	Pfizer	3,0%	4,0%	88%
5	8	Johnson & Johnson	3,6%	3,6%	37%
15	9	F.Hoffmann-La Roche	2,3%	3,6%	116%
20	10	Astellas	1,4%	2,7%	164%
8	11	Teva	3,2%	2,7%	17%
16	12	Astrazeneca	2,1%	2,6%	70%
25	13	Bristol-Myers Squibb	1,1%	2,6%	216%
7	14	Takeda	3,4%	2,4%	-2%
14	15	Boehringer Ingelheim	2,3%	2,2%	31%
12	16	Berlin-Chemie	2,8%	2,2%	6%
13	17	Gedeon Richter	2,7%	1,9%	-1%
9	18	ABBOTT	3,1%	1,9%	-16%
17	19	Baxter	2,0%	1,6%	15%
18	20	Dr.Reddy's Laboratories	1,9%	1,4%	-2%
Итого:			60,7%	63,3%	

в госзакупках. Далее можно выделить три игрока — «Протек», «Пульс», «Катрен» — которые являются лидерами на фармацевтическом рынке. Но при этом объемы самостоятельного ввоза лекарственных средств у них падают.

Высокую динамику не первый год демонстрирует «Гранд-Капитал», за счет этого поставщик улучшил в очередной раз свое положение в рейтинге (с 6-го до 5-го места).

В таблице №28 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 2019 г. составила 63%. Крупнейшими производителями по объёму импорта ЛП в Россию являются Novartis, Sanofi. На третью строчку с шестого места поднялась компания Celgene. Высокие темпы прироста по импорту также демонстрируют лекарственные средства таких производителей как F.Hoffmann-La Roche, Astellas, Bristol-Myers Squibb.

Импорт субстанций

Наличие фармацевтических субстанций является залогом успеха работы производителей лекарственных средств. На сегодняшний день на территории России не так много компаний, которые занимаются непосредственно изготовлением фармацевтического сырья. А это одна из главных проблем в вопросе лекарственной безопасности. Именно поэтому при разработке стратегии развития отрасли «Фарма-2030» особое внимание было уделено производству субстанций. Основной курс взят на увеличение объемов

внутреннего производства сырья с целью обеспечения отечественной промышленности достаточными их количествами. Более того, объемы производства должны вырасти до величин, которые позволят наладить активный экспорт субстанций на мировой рынок.

В целом отечественные компании начинают двигаться в сторону разработки и производства собственных субстанций. «Фармасинтез» вложит 200 млн долл. в производство фармсубстанций с планируемым запуском завода в 2021 году. «Инфамед К» осенью 2019 года открыл цех производства фармацевтического сырья для своих препаратов. «Герофарм», «Биокад», «Натива» — это не полный список компаний, которые будут производить лекарства по полному циклу. При этом правительство рассматривает возможность увеличения преференций при госзакупках, если лекарственное средство производится в России от субстанции от конечного продукта.

Пока же производимые на территории страны лекарства в большей мере делаются из импортной субстанции. Отечественные компании производят не более 15% необходимых субстанций, что едва покрывает их собственные нужды.

Объем импорта субстанций в 2019 году составил около 16,6 млн кг. В стоимостном выражении этот показатель составляет около 1 810 млн долл. или 118 млрд руб.

Поставки фармацевтических субстанций растут по всем показателям. В тоннаже только за 2019 год было поставлено на 16% больше, чем за аналогичный период 2018 года. В рублях прирост заметно выше — 38%. Таким образом, одним из факторов роста стоимостных объемов является ценовой фактор, как и в преды-

” Правительство рассматривает возможность увеличения преференций при госзакупках, если лекарственное средство производится в России от субстанции от конечного продукта “

дущие годы. В среднем цена поставляемых ингредиентов выросла на 9%. Хотя разброс изменения стоимости намного больше. Если рассматривать наиболее популярные субстанции, то цена, например, на метформин выросла на 22% в рублях, на ацетилсалициловую кислоту — на 19%, а вот стоимость аскорбиновой кислоты, наоборот, сократилась почти вдвое (на 52%).

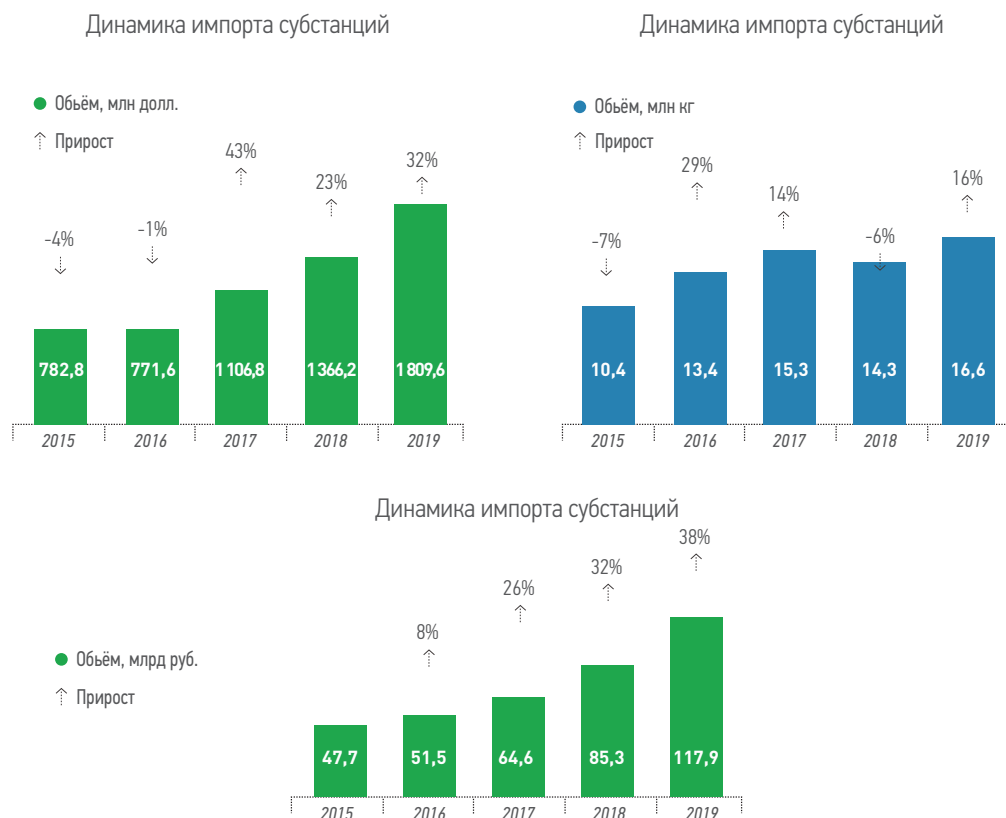
В 2019 году осуществлялись поставки из 43 стран. Российский рынок фармацевтических субстанций характеризуется высокой степенью концентрации. На долю ТОП-10 приходится 88% в стоимостном выражении и почти 95% в тоннаже.

При этом по обоим показателям преобладают субстанции китайского производства (20 и 50 процентов соответственно). Китай вытеснил в деньгах с первой строчки субстанции, поставляемые из Франции. Заметим, что в последние годы доля в натуральном выражении субстанций из Китая сокращается (с 66% в 2015 году) в пользу фармингредиентов из Индии (доля этой страны выросла с 13,7% в 2015 году до 21,8% в 2019 году).

В 2019 году наблюдается положительная динамика практически по всем странам, входящим в ТОП-10. Отрицательную динамику в деньгах демонстрируют только субстанции из Италии.

Рисунок 42

Динамика импорта субстанций



Сильнее всего выросли поставки фармингредиентов из Японии (за счет поставок для «ГлаксоСмитКляйн» субстанции «Долутегравир») и Нидерландов (за счет поставок для «Верофарм» субстанции «Дидрогестерон»).

В 2019 году не было поставок из Саудовской Аравии и Сингапура. Наоборот, в список стран-импортеров добавились Аргентина, Финляндия, Босния и Герцеговина.

В 2019 году завозилось почти 800 различных наименований субстанций. Это на 20 наименований больше, чем в 2018 году. Тройка лидеров субстанций в стоимостном выражении выглядит следующим образом: инсулин (9,0%), периндоприл (4,1%), долутегравир (3,3%). По тоннажу больше всего завозится метформин (15,5%), ацетилсалициловая кислота (7,5%), парацетамол (6,5%).

Из числа новинок можно отметить следующие позиции, которые с 2015 года ни разу не завозились в страну:

- «Лопинавир+ритонавир» — завезено 20,2 тонн для Abbvie для локализации на территории России собственного препарата «Калетра»;
- «Дициандиамид» — 36 тонн было поставлено для «Консалтмедфарм» (дициандиамид используется в промышленном процессе изготовления препаратов фармацевтической направленности, таких как гуанидин, нитрат гуанидина, метформин, тидрохлорид и фенформин);
- «Эуфиллин» — 10,3 тонн было поставлено для «Консалтмедфарм» и «Медтехфарм».

” **Объем импорта субстанций в 2019 году составил около 16,6 млн кг. В стоимостном выражении этот показатель составляет около 1 810 млн долл., или 118 млрд руб.** “

В лидерах среди получателей субстанций в денежном выражении — иностранные компании, которые уже имеют собственные производственные площадки в России: KRKA, Servie, Sanofi. А вот в тоннаже больше всего фармингредиентов поставляется для российских предприятий — «Фармстандарта», «Озона», «Велфарма».

Фармацевтические субстанции являются сырьем для готовых лекарственных средств. Курс государства на поддержание отечественного производителя, с одной стороны, приведет к росту поставок сырья для внутреннего производства, но в долгосрочной перспективе при развитии собственных площадок для изготовления фармингредиентов снизит зависимость от импорта.

Таблица 29

ТОП-10 стран
происхождения
субстанций

Рейтинг	Страна	Объём, млн руб.	Доля, руб.	Прирост, 2019/2018
1	КИТАЙ	23 581,8	20,0%	41,1%
2	ФРАНЦИЯ	20 160,1	17,1%	14,3%
3	ИНДИЯ	12 334,4	10,5%	36,4%
4	ШВЕЙЦАРИЯ	10 866,6	9,2%	137,9%
5	СЛОВЕНИЯ	9 821,0	8,3%	30,2%
6	ГЕРМАНИЯ	9 500,6	8,1%	49,0%
7	ИРЛАНДИЯ	5 687,1	4,8%	12,1%
8	ЯПОНИЯ	4 697,6	4,0%	393,1%
9	ИТАЛИЯ	3 601,2	3,1%	-17,0%
10	НИДЕРЛАНДЫ	3 315,1	2,8%	312,4%

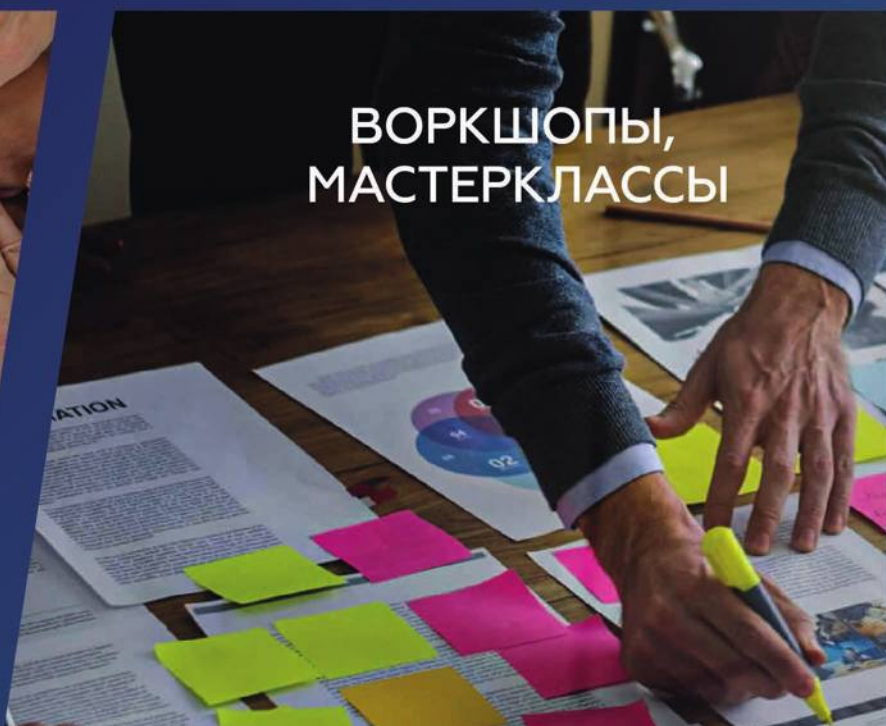
Рейтинг	Страна	Объём, тыс. кг	Доля, кг	Прирост, 2019/2018
1	КИТАЙ	8 336,1	50,4%	4,2%
2	ИНДИЯ	3 604,5	21,8%	52,2%
3	ФРАНЦИЯ	1 720,8	10,4%	-0,3%
4	ГЕРМАНИЯ	921,2	5,6%	50,1%
5	ВЕНГРИЯ	349,3	2,1%	11,2%
6	СЛОВЕНИЯ	230,8	1,4%	16,8%
7	ИСПАНИЯ	188,8	1,1%	77,8%
8	ИТАЛИЯ	158,6	1,0%	19,9%
9	США	127,5	0,8%	-14,6%
10	ЧЕХИЯ	122,7	0,7%	36,4%

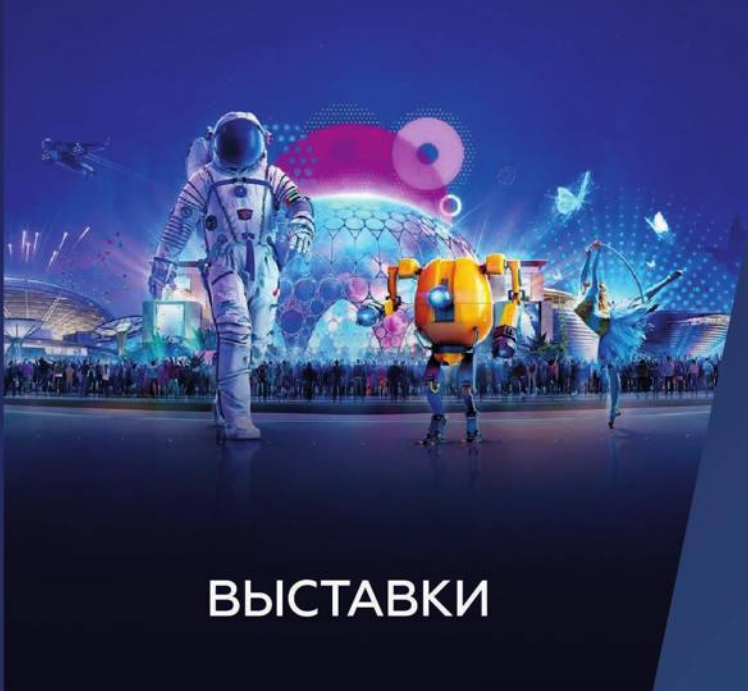
Таблица 30

ТОП-10 наименований
субстанций,
импортируемых
в Россию

Рейтинг	МНН	Объём, млн руб.	Доля, руб.	Прирост, 2019/2018
1	ИНСУЛИН	10 586,7	9,0%	63,0%
2	ПЕРИНДОПРИЛ	4 782,6	4,1%	12,1%
3	ДОЛУТЕГРАВИР	3 902,0	3,3%	825,1%
4	РИВАРОКСАБАН	3 484,6	3,0%	92,0%
5	УРСОДЕОКСИХОЛЕВАЯ КИСЛОТА	3 129,5	2,7%	311,3%
6	ОСИМЕРТИНИБ	3 024,3	2,6%	new
7	РАЛТЕГРАВИР	2 946,0	2,5%	31,0%
8	МЕТФОРМИН	2 762,8	2,3%	96,2%
9	ЛОЗАРТАН	2 638,7	2,2%	29,5%
10	ВИЛДАГЛИПТИН	2 509,8	2,1%	62,0%

Рейтинг	МНН	Объём, тыс. кг	Доля, кг	Прирост, 2019/2018
1	МЕТФОРМИН	2 561,1	15,5%	60,8%
2	АЦЕТИЛСАЛИЦИЛОВАЯ КИСЛОТА	1 245,6	7,5%	-24,5%
3	ПАРАЦЕТАМОЛ	1 078,5	6,5%	-35,5%
4	ОМЕПРАЗОЛ	709,4	4,3%	98,6%
5	СОРБИТОЛ	504,4	3,0%	-30,4%
6	АСКОРБИНОВАЯ КИСЛОТА	494,3	3,0%	-21,2%
7	МЕТАМИЗОЛ НАТРИЯ	459,8	2,8%	18,1%
8	ГЛИЦИН	417,1	2,5%	335,0%
9	КРЕМНИЯ ДИОКСИД	335,0	2,0%	45,8%
10	КАЛЬЦИЯ ГЛЮКОНАТ	254,1	1,5%	24,1%





ВЫСТАВКИ



EVENTS

**КОРПОРАТИВНЫЕ
СОБЫТИЯ ПОД КЛЮЧ:
ОТ КРУГЛОГО СТОЛА
ДО КОНФЕРЕНЦИИ
НА 1000 ЧЕЛОВЕК**

НАША MICE КОМАНДА – БОЛЕЕ 15 ЛЕТ
ОПЫТА В ОРГАНИЗАЦИИ МЕРОПРИЯТИЙ
РАЗЛИЧНОЙ СЛОЖНОСТИ.

НАША ЦЕЛЬ – СОЗДАТЬ УСПЕШНОЕ МЕРО-
ПРИЯТИЕ, КОТОРОЕ СТАНЕТ ЭФФЕКТИВНОЙ
ПЛОЩАДКОЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА.

ВАШ УСПЕХ – НАША ОТВЕТСТВЕННОСТЬ!



INCENTIVES



МАРКЕТИНГОВЫЕ
МЕРОПРИЯТИЯ



ЯХТИНГ

8. Аптечные сети

Перечень ключевых тем, обсуждаемых на аптечном рынке в 2019 году, остался тот же, что и годом ранее. Но вот накал и влияние их на развитие участников розничного сегмента заметно выросли. Наверное, впоследствии 2019 год можно будет назвать последним в цикле развития традиционного ретейла. Ожидаемые изменения приведут к трансформации сложившейся структуры и взаимоотношений между всеми участниками товаропроводящей цепочки.

Главное знаковое событие, которое повлияет на рынок в 2020 году, — это введение обязательной маркировки лекарственных средств с середины 2020 года. Конечно, актуальна данная тема не только для аптеки, но и для дистрибьютора и производителя. От розничной точки требуется ряд действий, которые позволят аптеке продолжить работу с 1 июля. Самое первое, что надо сделать — зарегистрироваться в системе «Честный знак». На начало марта на официальном сайте государственной системы маркировки и прослеживания в разделе лекарственных препаратов значатся зарегистрированными порядка 57,5 тыс. участников. Здесь и оптовые компании, и производители, и медицинские организации, и аптеки. Таким образом, с учетом всех точек аптечных продаж, действующих в России, получается, что еще порядка 20% аптек даже не приступили к первому этапу «маркировки». А есть еще и следующие шаги, которые более затратны как по времени, так и финансово: покупка сканера, модернизация информационной системы, ну и, конечно, обучение сотрудников.

Поэтому не удивительно, что введение данной системы было отложено, и именно этого добивались в течение 2019 года аптеки. В конце декабря 2019 года был подписан 462-ФЗ, в соответствии с которым срок обязательной маркировки всех лекарственных средств переносится с 1 января 2020 на 1 июля 2020 года.

Стоит отметить, что с введением обязательной маркировки лекарственных препаратов заработает и система штрафов за оборот немаркированной продукции. Так, штраф для организации может составить от 50 до 100 тысяч рублей, для должностных лиц — от 5 до 10 тысяч рублей. Кроме того, немаркированный товар будет подлежать изъятию. Об этом стоит знать и, конечно, учитывать это обстоятельство при планировании всего процесса перехода на работу с маркированной продукцией.

Введение системы маркировки одновременно регламентирует и изменения в налоговом учете розничных точек: при продаже таких товаров невозможно применять специальные налоговые режимы, и аптечные учреждения должны будут перейти с ЕНВД на другие варианты систем налогообложения — общую или упрощенную. И та, и другая менее выгодны для аптеки. Заметим, что на ЕНВД работали в основном одиночные точки или мелкие сети.

Профильные аптечные организации пытаются пролоббировать продление льготного налогового режима, но это идет в разрез с положениями закона о маркировке. На региональном уровне

власти поддерживают участников самостоятельно. Например, в Приморском крае установлена пониженная налоговая ставка в размере 1% на 2020 год при применении упрощенной системы налогообложения (УСН) для предпринимателей, осуществляющих продажу лекарственных препаратов (стандартная ставка — 6%). Аналогичное решение приняли и в Забайкальском крае.

Изменение налоговой нагрузки может быть критичным для большинства участников. Поэтому летом мы можем увидеть «вал» закрытия аптек. Но, скорее всего, это не приведет к заметному изменению количества доступных точек продаж. А вот концентрация основных игроков может существенно вырасти: освободившиеся площади достанутся более крупным компаниям, которые успешно развиваются за счет открытия новых аптек.

Это уже реальные изменения рынка, которые коснутся каждого игрока розничного звена. Есть еще ряд проектов, которые находятся на стадии обсуждения. Но влияние их на участников и даже на общую динамику рынка может быть намного сильнее, чем введение маркировки.

Вообще, удивительно, законодатели считают, что «регулирования в аптечном деле недостаточно». Поэтому постоянно вносятся предложения по регламентации «всего и вся». Например, начать контролировать цены и наценку на все лекарственные средства, а не только на входящие в перечень ЖНВЛП. Причем подъем цены разрешить лишь один раз в квартал. Самое странное, что заявителем цен должна стать аптека. Таким образом, при фиксировании цен на аптечной полке на три месяца любые изменения в ценовой политике у производителя или дистрибьютора лягут бременем на аптеку

и скажутся на рентабельности ее работы.

Кроме того, ФЗ «Об обращении лекарственных средств» собираются переписать по аналогии с законом «О торговле». Депутаты предлагают ввести понятие «аптечная сеть», а также отделить понятие некоммерческих аптечных организаций от коммерческих. Первое позволит дальше регламентировать рынок и ограничить количество торговых точек, которые может иметь аптечная сеть: одно из предложений — это ограничение доли сетей до 3% рынка по стране в целом и до 20% в одном регионе. Это не только осложнит выход крупных сетей в новые регионы, но и затруднит их развитие, а некоторым придется активно сокращать уже действующие точки продаж. По данным за 2019 год 10 сетей имеют долю по стране выше 3%. При региональном ограничении закрывать точки придется в 25 регионах, где есть сети, доля которых превышает предложенное значение. В неаптечной рознице сейчас установлена граница ограничения по доле в 25%. Но даже с такой планкой в России есть 16 регионов, где доля аптечной сети превышает этот порог. Заметим, что в основном это удаленные регионы Дальневосточного федерального округа или области с высокой долей государственных аптек.

” Законодатели считают, что «регулирования в аптечном деле недостаточно». Поэтому постоянно вносятся предложения по регламентации «всего и вся» “

Конечно, обойти данный закон будет возможно, но для этого консолидированные бизнесы придется дробить на разные юридические лица. Правда, опыт такой на рынке есть, поэтому принятие именно этой инициативы будет не столь болезненно, как развитие идеи ограничить или даже запретить маркетинговые контракты. В базовом предложении звучит цифра порогового значения маркетинговых выплат не более 5%. Для крупных сетей, работающих с производителями напрямую, для фармассоциаций это будет очень серьезная потеря, так как сейчас эти бонусы заметно превышают предложенный уровень. Ограничение бонусов аптек приведет и к росту цен — эти бонусы аптеки учитывают при ценообразовании, таким образом может ухудшиться доступность лекарственных средств для населения.

Предложений еще много: ограничить выкладку иностранных препаратов, зафиксировать наценку в рамках одного МНН, заставить фармацевтов в аптеках рекомендовать сначала самую дешевую продукцию из ассортимента в рамках МНН, возродить передвижные аптечные

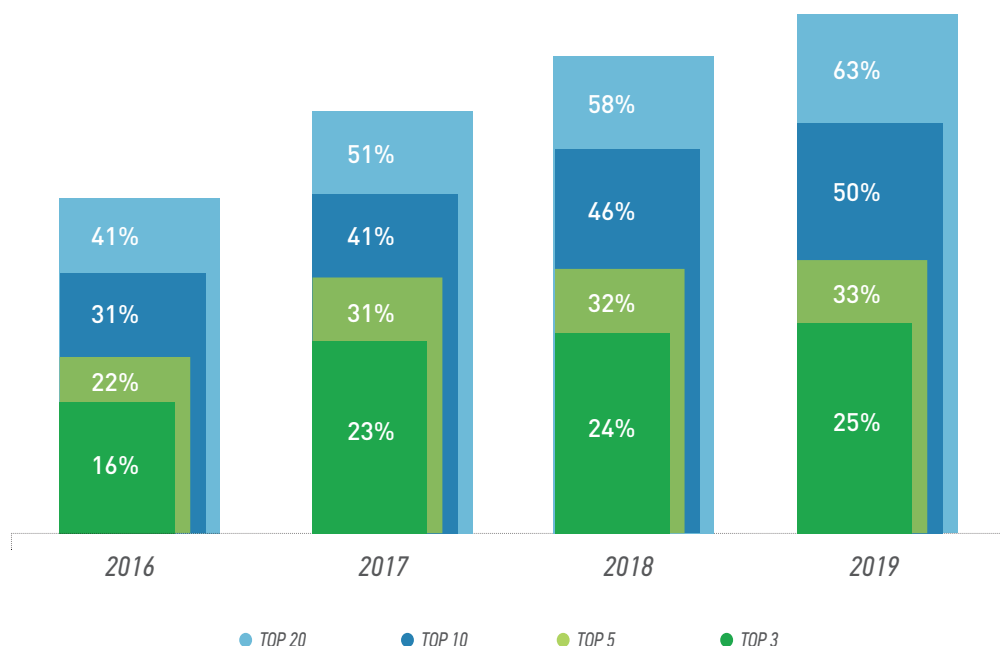
пункты и т. д. Это все то, с чем придется «работать» участникам рынка, в том числе и некоммерческим организациям, для того чтобы привычные аптеки смогли дальше продолжать существовать, неся социальную миссию и при этом оставаясь коммерчески прибыльной структурой.

В начале 2020 года аптечная розничная сеть насчитывала 63 950 точек, это на 2,4% выше, чем в 2018 году (приблизительно 62 400 аптек). Емкость аптечного рынка в 2019 году составила 1 283 млрд руб. (+4,2% к прошлому году).

Отметим, что в товаропроводящей цепочке только ретейловое звено продолжает процесс консолидации. Суммарно ТОП-20 сетей вырос в 2019 году на 13% к аналогичному периоду 2018 года. Доля ТОП-20 составила 63%, что на 5% выше показателя 2018 года. Из рисунка 43 видно, что концентрация в большей мере идет за счет компаний, расположенных с 5 по 10-е место, что привело к росту доли ТОП-10 на 20%. А вот доля ТОП-3 по сравнению с 2017 годом увеличилась всего на 2% (по 1% в год).

Рисунок 43

Концентрация ТОП-20 аптечных сетей



На рисунке №44 представлены рост оборота и количества точек ТОП-20 аптечных сетей в 2016–2019 годах.

Заметим, что динамика как количества точек, объединённых в ТОП-20 компаний, так и совокупной их выручки, снижается. Если до 2018 года прирост по составу шел двузначными цифрами, то в 2019 году ТОП-20 объединяет 31,1 тыс. аптек, что только на 8% больше, чем в 2018 году. Прирост по общему обороту также снизился, почти в три раза за последние три года с 35% до 13%. В рейтинге 2019 года уже 11 сетей имеют в своем количественном составе более 1000 точек.

В таблице 31 приведем рейтинг аптечных сетей в коммерческом секторе с количественными и стоимостными показателями развития в 2019 году.

Ведущие игроки рынка по сравнению с прошлым годом не поменялись. А вот компании, расположенные ниже ТОП-5, активно перемещаются по рейтингу, что связано с разной политикой развития аптечных сетей. Более высокие приросты у тех, кто продолжает расти за счет покупки конкурентов.

” Ведущие игроки рынка по сравнению с прошлым годом не поменялись. А вот компании, расположенные ниже ТОП-5, активно перемещаются по рейтингу, что связано с разной политикой развития аптечных сетей “

Лидером среди традиционных аптечных сетей является компания «Ригла», которая по итогам года приросла на более чем 400 точек, и заняла 6,3% рынка. Развитие сети происходит в том числе и за счет приобретения локальных игроков. Так, в течение 2019 года были объявлены следующие сделки: выкуп части акций нижегородской «Аптека №313», покупка рязанской компании «Спрэй», часть точек иркутской сети «Селеста», калинин-

Динамика ТОП 20 аптечных сетей (коммерция)

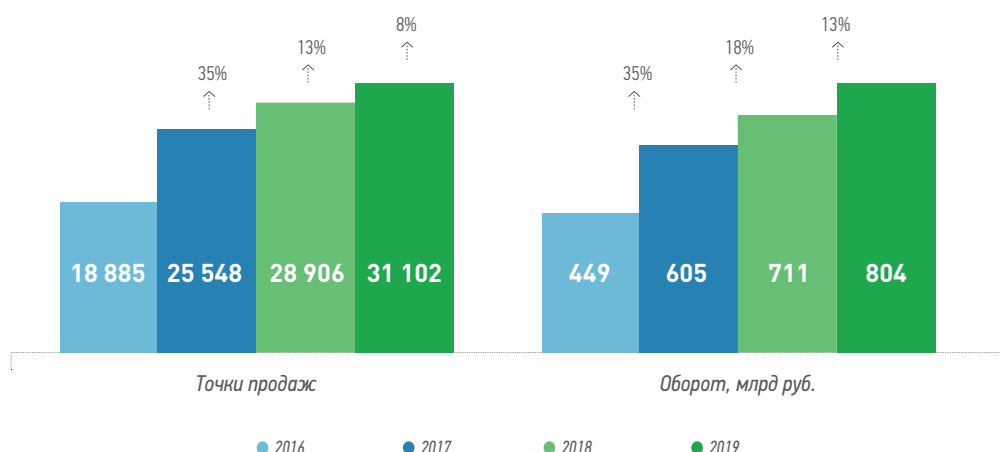


Рисунок 44

Динамика роста оборота и количества точек ТОП-20 аптечных сетей

Таблица 31

Рейтинг аптечных
объединений по
обороту в 2019 году

Рейтинг 2019	Аптечные сети	Количество точек продаж	Объём, млрд руб.	Прирост оборота по срав- нению с 2018	Доля на коммерче- ском сегменте, 2019
1	АСНА	9 345	179,9	11,0%	14,0%
2	Ригла	2 846	81,0	16,7%	6,3%
3	ГК Эркафарм	1 168	65,0	0,1%	5,1%
4	Аптечная сеть «36,6»	1 402	52,3	3,5%	4,1%
5	Имплозия	3 065	48,2	-1,8%	3,8%
6	ИРИС	1 621	44,5	9,6%	3,5%
7	Нео-Фарм	736	44,2	26,9%	3,4%
8	Вита (Самара)	1 742	42,7	31,6%	3,3%
9	Планета здоровья	1 760	41,0	14,9%	3,2%
10	Апрель	1 479	39,1	26,0%	3,1%
11	Фармленд	1 265	30,2	20,6%	2,4%
12	Фармаимпекс	694	22,1	19,3%	1,7%
13	Мелодия здоровья	874	20,9	62,0%	1,6%
14	Аптека-Таймер	903	19,2	12,0%	1,5%
15	36,7С&Максавит	597	17,1	10,8%	1,3%
16	Здоров.ру	82	15,2	37,0%	1,2%
17	Фармацевт+	507	12,1	-5,9%	0,9%
18	ИДЕЯ	211	10,0	2,8%	0,8%
19	Губернские аптеки	297	9,6	22,6%	0,7%
20	Невис	508	9,1	2,7%	0,7%
21	Петербургские аптеки	86	7,2	-11,3%	0,6%
22	Здоровье (Усть-Лабинск)	169	6,7	17,3%	0,5%
23	Антей	346	6,5	25,7%	0,5%
24	Фармэконом	149	6,3	16,0%	0,5%
25	Аптечные традиции	317	6,3	73,0%	0,5%
26	Алоэ	230	6,1	-11,6%	0,5%
27	Монастырёв.рф	53	5,8	-2,5%	0,5%
28	Эдельвейс	199	5,7	15,0%	0,4%
-	Мега Фарм	512	5,5	-47,0%	0,4%
29	Волгофарм (Волгоград)	157	5,2	3,0%	0,4%
30	Магнит	1 159	5,1	new	0,4%
Рейтинг маркетинговых ассоциаций					
	Pharmmarket.ru	6 975	111,0	387,0%	8,7%
	ПроАптека	5 794	81,9	23,8%	6,4%
	МФО	4 441	69,5	55,1%	5,4%
	Созвездие	3 213	26,5	63,1%	2,1%
	Платформа ФармХаб	1 273	21,6	18,0%	1,7%
	АльянсФарма	1 062	19,2	6,7%	1,5%
	Весна	1 648	18,4	18,8%	1,4%
Сервисы дистанционного заказа					
	Аптека.ру	17 096	34,2	171,0%	2,7%
	Е-аптека	712	5,1	24,0%	0,4%
	Здравсити	15 150	2,5	287,7%	0,2%

градской «Формулы здоровья» и владимирской «АВС» перешли к «Ригле». Уже в 2020 году федеральной аптечной сети отойдут 45 точек сети «ЕвроФарма» в Мурманске и Мурманской области. Сделка проходит в формате переуступки прав аренды помещений.

«Аптека от склада» увеличилась за счет таких сетей как «Авиценна» (Иркутск, 21 аптека), «Аптеки 36и6&Живея» (Иркутск, 96 аптек), «Рифарм» (Челябинск, 50 аптек). «Фармленд» прирос за счет приобретения челябинской сети «Доктор Алвик» (56 аптек). «Мелодия Здоровья» купила петербургскую аптечную сеть «Удачные» (23 точки). Краснодарская сеть «Апрель» по переуступке прав аренды приобрела 23 аптеки «Лора Плюс», а также сеть «Эскулап» из Набережных Челнов (21 аптека). В течение 2019 года «Имплозия» отметилась несколькими сделками: «Любимая аптека» (Екатеринбург, 7 аптек), «Жабина» (Новошахтинск, 12 точек), «Добрый Доктор» (Братск, 12 точек), «Ореол» (Оренбург, 14 аптек), 17 точек «Бонум» (Саратов).

Заметим, что ранее в основном национальные сети выходили в различные регионы за счет покупки или региональные участники приобретали компании в своем или смежном регионе. Поэтому одной из неожиданных сделок 2019 года можно назвать покупку курской сетью «Аптечные традиции» аптечной сети «Фармастар» (93 аптеки), входящей в группу компаний «Северная звезда», которая в результате вышла на московский рынок.

А вот дальневосточная аптечная сеть «Монастырёв.рф» развивается за счет органического роста, в том числе и при освоении новых регионов. В ноябре 2019 года компания вышла на столичный рынок, открыв сразу 2 точки в магазинах

«ВкусВилл». Всего в 2020 году в Москве планируется запустить не менее 100 точек «Монастырёв.рф».

Первое место рейтинга остается за компанией «АСНА», которая состоит из более 9,3 тыс. точек. АСНА объединяет самостоятельные организации единой ценовой политикой, скидочными акциями, дисконтными программами и т. д., что делает ее в глазах производителей единой структурой. Доля АСНА по итогам 2019 года выросла и составила 14%.

В 2020 году АСНА станет группой компаний, основными направлениями развития которой станут работа с производителями в плане маркетинга, развитие собственной логистики и расширение проекта по франчайзингу. Сейчас в рамках партнерства с логистическими компаниями открыто 7 складов в разных регионах России, в ближайшее время будут запущены ещё два в Санкт-Петербурге и Москве.

Процесс интеграции аптек в ассоциацию не ограничивается Россией. Сегодня представительства АСНА открыты в Белоруссии, Кыргызстане, Казахстане, Таджикистане и Узбекистане. В планах АСНА зарегистрировать в 2020 году собственную торговую марку в европейских странах с целью продвижения продуктов через глобальные маркетплейсы. А также открыть филиал во Вьетнаме и развивать отношения с дистрибьюторами Юго-Восточной Азии.

АСНА также пробует и новые форматы: в декабре 2019 год заработала мультиформатная розничная точка — на площади в 60–80 кв. м располагается зона продуктов питания, бытовой химии из натуральных и органических компонентов, постомат, кофейня и аптека.

Развитие собственных торговых марок (СТМ) на аптечном рынке началось уже давно. Но вот рецептурные лекарственные средства пока не представлены ни в одной сети. Впервые это хочет сделать «Эркафарм», который в рейтинге занимает сейчас третью строчку. У группы будет 38 собственных брендов. В 2020 г. группа начнет продавать 150 рецептурных и нерецептурных лекарств, в том числе антибиотики. В планах до конца 2021 г. запустить свои препараты во всех категориях лекарств. Сейчас продукция под собственным брендом приносит «Эркафарму» 10% выручки. В планах — за два года увеличить ее до 20%, в том числе за счёт оптовых продаж другим сетям.

Помимо развития проекта СТМ, который позволит увеличить рентабельность, «Эркафарм» тестирует еще одну услугу, которая пока не представлена на аптечном рынке: в нескольких точках сети «Самсон-фарма», входящих в ГК «Эркафарм», совместно с МТС-банком запустили первую на рынке услугу розкредитования в аптеках. Покупателям предлагается до 300 тыс. руб. на срок до года по ставке 23% годовых. В «Самсон-фарме» ожидают, что кредитование принесет сети до 10% дополнительной выручки в 2020 году.

Новые форматы пробует и аптечная сеть «36,6», которая анонсировала летом 2019 года открытие в аптеках терапевтических кабинетов. Врач будет проводить обследование и выписывать рецепты на месте. Три кабинета должны работать в московских аптеках сети. Приём в терапевтических кабинетах станет платным.

Рейтинг аптечных сетей меняется. Только в прошлом году мы писали про активное развитие сети «Мега Фарм». Сегодня видим в рейтинге эту компанию

в последний раз. Несмотря на то, что совокупно по итогам года компания попала со своим оборотом в ТОП-30, мы приводим ее без номера. В январе 2020 сеть перестала существовать. Она специализировалась на сотрудничестве с продуктовыми ретейлерами: с X5 Retail Group открывались аптеки под брендами «А-Мега» и «Да, здоров!», в партнерстве с «Азбукой вкуса» — «Азбука Life».

Зато активно растет проект другого ретейлера — «Магнита». По итогам года у сети уже свыше 1150 точек и доля рынка 0,4%. В начале 2019 года план по открытию точек был заметно больше — около 2000 аптек. В ноябре «Магнит» выделил фармацевтическое направление в отдельную структуру. В состав нового подразделения «Магнит Фарма» вошли фармацевтический дистрибьютор «Магнит Фарма», образованный в результате интеграции «СИА Групп», и все точки «Магнит Аптека».

Взаимодействие аптеки с продуктовым ретейлом — уже привычная для рынка история. Нам остается только наблюдать за сменой партнеров в тот или иной период. Так, X5 Retail Group (сети «Пятёрочка», «Перекрёсток» и «Карусель») заключила соглашение с «Межрегиональной розничной фармацевтической компанией (МРФК)» об открытии в течение 4-х лет 450 аптечных пунктов выдачи заказов в магазинах X5. В «Азбуку вкуса» зайдёт «Доктор Столетов». «Азбука вкуса» поменяла партнёра по развитию аптечных зон в своих супермаркетах. Ретейлер, работавший с «Мега Фарм», договорился об открытии в своих магазинах аптек «Доктор Столетов», которые развивает ГК «Эркафарм».

Региональные сети также заключают сотрудничество с продуктовыми ретейле-

рами. Пункты «Губернских аптек» будут открываться в прикассовых зонах продовольственных магазинов «Командор» и на свободных площадях торговой сети на правах аренды. У «Командора» около 50 магазинов, где уже работают разные фармацевтические операторы, в том числе 5 аптек сети «Мелодия здоровья», с которой компания «Командор» начала сотрудничество весной 2019 года.

Одно из глобальных изменений аптечного рынка возможно при разрешении онлайн-торговли лекарственными препаратами. В отношении лекарственных средств, отпускаемых без рецепта, закон о торговле дистанционным способом может вступить в силу с 1 июля 2020 года. Онлайн-продажу рецептурных препаратов планируют разрешить с 2022 года, поскольку только к этому моменту в большинстве медицинских учреждений начнет действовать система электронных рецептов.

Рынок давно ждет этот документ. Аптечные сети находятся в стадии активной подготовки к изменениям — тестируют сервисы, службы доставки, решают вопросы со складами и логистикой. При этом конкуренцию традиционной рознице составят другие каналы продаж, например, агрегаторы и маркетплейсы, которые планируют развивать и как собственные аптечные бизнесы, так и в кооперации с существующими аптечными сетями.

Например, АСНА развивает сотрудничество с такими онлайн-площадками как Wildberries, OZON и «Беру.ру». Однако совокупная выручка продаж товаров через маркетплейсы сейчас составляет менее 0,1%. Кроме того, интересы партнеров ограничены регионами Москвы и Санкт-Петербурга. Аптечная сеть «Ригла» стала партнёром онлайн-сервиса заказа ле-

карств и товаров для красоты и здоровья «Все аптеки» в московском регионе.

«Аптечная сеть 36,6» запустила доставку заказов на дом. В данный момент на сайте для курьерской доставки доступно более 3000 товаров, разрешённых законодательством РФ к продаже дистанционным способом: парфюмерные и косметические средства, медицинская техника (тонометры, небулайзеры и т. д.), гигиенические средства, предметы для ухода за больными и новорождёнными.

К снятию запрета на онлайн-продажи лекарств готовятся как российские, так и китайские маркетплейсы. О планах приступить к торговле лекарствами после принятия закона объявляли в Aliexpress. Россия будет первой страной, где Aliexpress планирует запустить фарм-проект. Продавать лекарства через маркетплейс смогут как производители, так и дистрибьюторы. Пока ни в Китае, ни в одной другой стране мира лекарства на этом маркетплейсе не продаются.

Wildberries заключил договор о поставках с фармдистрибьютором «Протек» (договор распространяется на нелекарственный ассортимент). Ozon продает лекарства с доставкой в пилотном режиме. Для этого онлайн-ритейлер получил лицензию на ведение фармацевтической деятельности и открывает собственные аптечные пункты. Маркетплейс «Беру.ру» также находится в процессе получения розничной и оптовой фармацевтических лицензий.

Также одним из активных игроков может стать «Почта России», которая готовится начать в 2020 году продажу на селе лекарств с доставкой. Для этого компания оформила розничную лицензию на реализацию фармацевтической продук-

” 2020 год станет переломным для аптечной розницы. Слишком много ожиданий, слишком много ограничений, слишком много изменений. Все это может кардинально изменить расклад основных игроков на аптечном рынке “

ции, чтобы запустить доставку лекарств через свои отделения. Сейчас у «Почты России» 42 тыс. отделений в России, большая часть их них, 30 тыс. отделений, расположены в сельской местности, более того, в стране насчитывается 10 тыс. населенных пунктов, где кроме почты нет никакой другой государственной

инфраструктуры. Осенью 2019 года были открыты первые аптеки в отделениях «Почты России».

Рост оборота сервисов дистанционного заказа лекарств в 2019 году высокий: сервис «Аптека.ру» за 2019 год увеличил объемы на 171%, «Здравсити» — на 288%. В целом же доля интернет-заказов с последующей выдачей в аптеке пока составляет около 4% от емкости аптечного сегмента.

2020 год станет переломным для аптечной розницы. Слишком много ожиданий, слишком много ограничений, слишком много изменений. Все это может кардинально изменить расклад основных игроков на аптечном рынке.

9. Дистрибьюторский сектор фармацевтического рынка

По данным Госкомстата, оборот оптовой торговли в России в 2019 году составил 31,5 трлн руб., что на 7,4% выше, чем в 2018 году. Показатели заметно превышают прирост оборотов розничной торговли (+2,6%). Доля предприятий, осуществляющих оптовую торговлю фармацевтической продукцией и изделиями, применяемыми в медицинских целях, в этом объеме составляет 7,6%. Таким образом, общий показатель по ним был зафиксирован на уровне 2,4 трлн руб., что на 12% больше, чем за аналогичный период прошлого года. В результате видим, что предприятия, осуществляющие оптовую торговлю фармацевтической продукцией и изделиями, применяемыми в медицинских целях, показывают более высокую динамику, чем рынок в целом.

Одной из причин такого показателя является дополнительное финансирование государством закупки лекарственных препаратов по различным программам, что привело к росту доли госсегмента в общей структуре фармацевтического рынка. У крупнейших же дистрибьюторов лекарств в последние годы основным каналом для развития стали аптеки и аптечные сети. Поэтому компании, которые занимаются поставкой продукции в больничные учреждения и обеспечением льготных категорий граждан лекарственными средствами, получили возможность вырасти более существенными темпами. Тем же, у кого фармрепейл занимает высокую часть в продажах, для удержания доли необходимо расти темпами, соизмеримыми с ростом рынка в целом или выше. Решить такую задачу становится с каждым годом все

сложнее. В результате мы в очередной раз говорим о снижении концентрации в дистрибьюторском звене.

Объем фармацевтического рынка России в ценах дистрибьюторов составил 1 547 млрд руб., что на 10,4% выше, чем в 2018 году. По итогам 2019 г. совокупная доля 10 крупнейших дистрибьюторов на фармацевтическом рынке составила 71,4%. Относительно 2018 года этот показатель снизился: падение концентрации составило -0,9%. С 2015 года доля ТОП-10 сократилась на 10% с 82% рынка в 2015 году. В большей мере отрицательная концентрация связана со снижением доли тройки лидеров.

Конечно, деятельность оптовых компаний зависит и от собственной стратегии развития. На низкой динамике в том числе сказались решения, принятые ведущими игроками еще в 2018 году. Чтобы обезопасить себя финансово, оптовикам пришлось изменить взаимоотношения с аптечными сетями — дистрибьюторы стали требовать дополнительные гарантии возврата дебиторской задолженности от аптек (страхование или банковские гарантии).

” Объем фармацевтического рынка России в ценах дистрибьюторов составил 1 547 млрд руб., что на 10,4% выше, чем в 2018 году “

” Ужесточение отношений дистрибьюторов и аптечных сетей привело к потерям клиентов “

Ужесточение отношений дистрибьюторов и аптечных сетей на первоначальном этапе привело к потерям клиентов. Так, при изменении кредитной политики «Протек» потерял 5% клиентов. «Катрен» уже в 2018 году в целях снижения безнадёжной дебиторской задолженности опубликовал реестр недобросовестных контрагентов с указанием суммы долга и неустойки, взысканных судом. Публичное объявление должников продолжилось и в 2019 году. Одним из широко обсуждаемых моментов стало требование взыскания долгов с шести московских сетей, входящих в АСНА.

Изменения происходят не только под воздействием внутренних факторов — путь для развития определяют и тенденции в смежных областях. В первую очередь речь идет о цифровизации отрасли и популяризации виртуальных направлений. Но если раньше взаимодействие

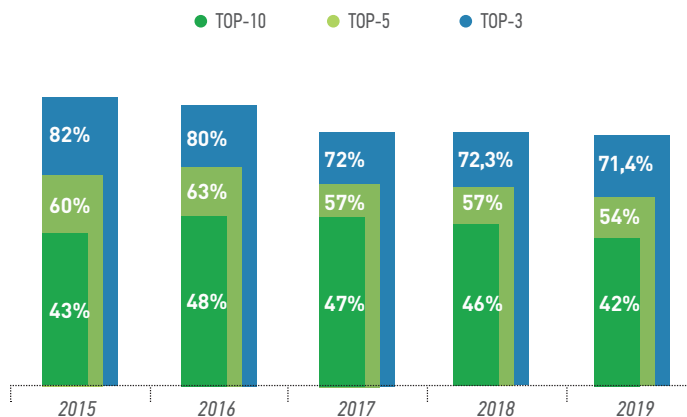
осуществлялось в рамках фармацевтического сегмента, то сейчас широко рассматривается возможность кооперации с игроками других рынков.

Дистрибьютор «Протек» и интернет-ритейлер Wildberries в конце сентября 2019 года подписали договор о сотрудничестве в рамках поставки товаров интернет-магазину. На официальном сайте интернет-магазина создан раздел «Лекарственные средства». В настоящий момент в нем содержится информация о возможности заказа антисептиков, БАД и средств для дезинфекции сантехники, то есть всех тех товаров, которые не зарегистрированы как лекарства.

Собственные проекты дистрибьюторов по онлайн-бронированию и заказу аптечного ассортимента в 2019 году набирали все большую популярность у населения. Так, сервис Apteka.ru, принадлежащий «Катрен», по итогам года обеспечил продажи на 34,2 млрд руб., что в 2,7 раза выше, чем в 2018 году. Такая цифра выручки уже сравнима с оборотом аптечных сетей, замыкающих рейтинг ТОП-10. Доля сервиса Apteka.ru составила 2,7% от емкости аптечного рынка. За двенадцать месяцев посетители сайта сделали более 21,7 миллиона заказов, а количество постоянных пользователей превысило 10 миллионов че-

Рисунок 45

Концентрация в дистрибьюторском сегменте



ловек. По данным независимого международного агентства SimilarWeb, которое анализирует активность пользователей сети Интернет по всему миру, Apteka.ru уже пятый год подряд стабильно находится на первом месте в рейтинге фармацевтических сайтов России и входит в пятерку крупнейших аптечных сайтов в мире.

Интернет-портал заказа лекарств и товаров для красоты и здоровья «ЗдравСити», который входит в холдинг «Протек», вырос еще сильнее — практически в 4 раза. Правда, данный ресурс более молодой, и пока его оборот составляет только 2,5 млрд руб. При этом по количеству подключенных аптек разница между площадками уже не большая (Apteka.ru — 17,1 тыс. точек выдачи, «ЗдравСити» — 15,2 тыс.).

В рамках этих проектов дистрибьюторы готовятся к разрешению онлайн-торговли лекарствами, а также имеют гарантированный канал сбыта в текущих условиях.

По результатам 2019 года «Протек» возглавляет рейтинг дистрибьюторов, как и год до этого, заняв долю 14,8%. Объективные причины, описанные выше, привели к ее снижению на 1,2%. При этом компания продемонстрировала прирост продаж на 2%. В 2018 году оборот дистрибьютора упал на 7%. Таким образом, выручка компании оказалась ниже уровня 2017 года (241,9 млрд руб.).

Несмотря на это, «Протек» инвестирует в развитие, в том числе и в обновление складских мощностей. Так, фармдистрибьютор вложит 1,5 млрд рублей в новый логистический комплекс в Татарстане,

Ранг	Дистрибьютор	Объём, млрд руб.	Прирост, %	Доля, %
1	Протек	229,3	2%	14,8%
2	Пульс	221,8	8%	14,3%
3	Катрен	206,7	-5%	13,3%
4	Р-Фарм	94,0	43%	6,1%
5	Фармкомплект	91,9	15%	5,9%
6	Гранд Капитал	71,5	25%	4,6%
7	БСС	57,8	10%	3,7%
8	Профит-мед	48,9	13%	3,2%
9	Джи Ди Пи	43,7	8%	2,8%
10	Ассоциация "Асфадис"	41,7	6%	2,7%
11	Фармимэкс	38,0	41%	2,5%
12	Биотэк	33,7	87%	2,2%
13	Авеста Фармацевтика	32,8	30%	2,1%
14	Магнит Фарма	30,7	-23%	2,0%
15	Ирвин 2	28,1	31%	1,8%

Таблица 32

ТОП-10 дистрибьюторов на фармацевтическом рынке

который планируется запустить в IV квартале 2021 года. Площадь нового логистического центра составит 15,5 тыс. кв. м.

Вторая строчка рейтинга в 2019 году принадлежит компании «Пульс». Это ожидаемый результат, так как уже по результатам 2 полугодия 2018 года оптовик вышел на 2-е место, опередив «Катрен». Добиться этого удалось за счет взвешенной стратегии экспансии в регионы, автоматизации складов, а также отказа от развития собственной аптечной сети, благодаря чему розница не воспринимает компанию как конкурента. «Пульс» пошел по пути создания и развития маркетингового объединения. В настоящий момент в союз «Созвездие» интегрировано более 3 тыс. аптек, прирост к 2018 году — практически в 2 раза.

Модернизация логистических мощностей «Пульса» — это плановая работа, которая шла и в 2019 году. В августе региональная компания «Пульс Ярославль» начала работу на площадях нового складского комплекса. Запуск нового логистического центра в Екатеринбурге произошел в январе 2020 года.

Подняв рейтинги прошлых лет, можно увидеть, что 2010 году (10 лет назад!) компания была только на 8-м месте с долей в 2,5%. И если «Протек» за это время увеличил оборот только в 2 раза, то «Пульс» вырос в 16,5 раз. Заметим, что в промежуточных рейтингах 2019 года «Пульс» даже поднимался на первую строчку. Высокие темпы роста компании, которые она демонстрирует на протяжении последних лет, вывели ее в лидеры в начале 2019 года. Поэтому вопрос о том, кто возглавит рейтинг в 2020 году, остается открытым.

Третью строчку рейтинга занимает дистрибьютор «Катрен», оборот которого сократился на 5% — у единственного из ТОП-3. Поэтому доля упала заметнее всего — на 2,1% до уровня в 13,4%. «Катрен» также инвестирует в строительство логистических комплексов. В Новосибирске началось строительство нового склада стоимостью 680 млн рублей. Комплекс будет обладать мощностью до 240 тыс. позиций в сутки и позволит сервису поиска и заказа товаров аптечного ассортимента Apteka.ru расширить своё присутствие в Новосибирской, Томской и Кемеровской областях, а также в Алтайском крае и Якутии. Запуск планируется в декабре 2020 года.

Заметим, что если раньше из рейтинга только уходили игроки, то теперь наметилась обратная тенденция.

Так, компания «Джи Ди Пи» (оптовое подразделение «Аптечная сеть 36,6») несколько лет занималась снабжением только собственных аптек. В 2019 году область действия компании расширилась, причем не только в направлении взаимодействия с другими сетями, но и на государственный сегмент. В результате по итогам дистрибьютор занял 2,8% рынка. В течение трёх лет компания планирует войти в топ-5 крупнейших фармдистрибьюторов страны.

В июле 2019 года была организована ассоциация дистрибьюторов «Асфадис», в которую вошли 7 региональных компаний: ООО «Асти», ООО «Асти Плюс», ООО «Акцентмед», ООО «Аленфарма», ООО «Донской госпиталь», ООО «Лесан Фарма», ООО «ФК Авикон». В результате доля объединённых дистрибьюторов составила 2,7%, и компания вошла в ТОП-10.

Ориентация на государственный сегмент позволила «Ирвин 2» в 2019 году нарастить как количество, так и объем выигранных аукционов, что привело к увеличению продаж на 31% по сравнению с 2018 годом. Это произошло за счет роста в сегменте медицинских изделий и оборудования, а также активного развития в регионах. За прошедший год дистрибьютор открыл 4 новых офиса — в Иркутске, Новосибирске, Саратове и Нижнем Новгороде.

Также активно возвращает утраченные позиции компания «Биотэк», демонстрируя один из самых высоких ростов рынка. Это происходит за счет увеличения ассортимента, а также дополнительного фокуса работы на аптечном рынке. Также «Биотэк» запустил производство нутрицевтических, витаминно-минеральных препаратов, белково-углеводных комплексов и прочего. Производственное звено компании также начало выпуск продуктов для диетического лечебного и диетического профилактического питания — ингредиентов для приготовления готовых блюд в медучреждениях и учреждениях социального обслуживания.

Компании, расположенные ниже 6-го места, демонстрируют высокую положительную динамику. «Гранд Капитал» уверенно закрепился на 6-ой строчке с приростом 25%. Компания «Авеста Фармацевтика» показывает высокий темп роста последние годы. Обе компании вошли в рейтинг ТОП-50 быстрорастущих компаний года по версии РБК: «Авеста» на 29-м месте, «Гранд капитал» — на 32-м месте. Помимо их в рейтинге из категории «Медицина и фармацевтика» присутствуют ещё только две аптечные сети («Неофарм» — 28-я строчка и «Вита Самара» — 44-я позиция).

В рейтинге 2019 года немного компаний, которые показывают отрицательную динамику. Одна из них — дистрибьютор «СИА». Такая динамика обеспечена стратегией развития нового владельца оптовика — отказ от сотрудничества со сторонними клиентами в фармретеиле и переключение на собственный аптечный бизнес и развитие аптек «Магнит». Большие складские мощности используются также для поставки нелекарственного ассортимента в собственные магазины «Магнит Косметик». В конце года «Магнит» выделил фармнаправление в отдельную структуру. В состав нового подразделения «Магнит Фарма» вошли фармацевтический дистрибьютор «Магнит Фарма», образованный в результате интеграции «СИА Групп», и все точки «Магнит Аптеки». Таким образом в рейтинге появилось еще одно новое имя.

Тренд на диверсификацию бизнеса продолжается в оптовом звене. И иногда выражается в интересных решениях. Фармкомпания «БСС» намерена поставлять реагенты для лабораторных исследований в области иммунохимии, биохимии, гематологии, гемостаза, анализа мочи, а также средства для микробиологических лабораторий. Среди потенциальных клиентов «БСС», выручившая в 2019 году на рынке лекарственного госзаказа 8,2 млрд рублей, видит прежде всего своих традиционных потребителей — медучреждения Санкт-Петербурга, Ленобласти и Московского региона. Новое направление получило название «БСС-Лаб».

А вот активный игрок на рынке госзаказа и производитель лекарств «Р-фарм» начнёт продавать японскую косметику. Для этого была зарегистрирована ком-

пания «Р-Фарм Косметикс». Через новую компанию «Р-Фарм» будет продавать в России биологически активные добавки, шампуни и косметику. Это будет продукция Fujifilm и других японских компаний. Также планируется реализация продуктов из витаминной линейки, которая производится на заводе «Р-фарм» в Германии.

Современные технологии и диджитализация могут привести к полной трансформации дистрибьютора в логистического оператора. По этому пути идет компания «Сантэнс».

Летом 2019 года было заключено соглашение между группой «Сантэнс», розничной компанией X5 Retail Group и интернет-магазином «Перекрёсток-онлайн», в рамках которого планировалось создание онлайн-аптеки Apteka.perekrestok.ru. В задачах было создание на сайте площадки, где производители фармацевтических препаратов смогли бы представить свою продукцию и предложить её потребителю напрямую. При этом покупатель заказывал бы необходимые лекарства непосредственно у производителя, а забирал их в одном из аптечных пунктов выдачи. В рамках создания сети планировалось открыть 1 400 аптечных пунктов выдачи заказов. Логистику перемещения лекарств от производителя до площадки должен был обеспечить «Сантэнс».

Правда, в начале 2020 года стало известно о замораживании этого проекта. В том числе это может быть связано с развитием у логистического оператора «Сантэнс» собственного проекта PharmaSpace. Облачное решение PharmaSpace разработано для установления прямых контрактных отношений производителей с аптечными сетями России. Платформа предоставит

возможность производителю и рознице оперативно и прозрачно фиксировать договоры по товарообороту, маркетинговым контрактам, фискально-аудированным отчетам и прямой логистике.

10. Производство лекарственных средств

Производственный сегмент в 2019 году также, как и весь рынок, готовился к главному событию — запуску с 1 января 2020 года обязательной маркировки лекарственных средств. Но если у остальных участников рынка основным вопросом является реализация таких препаратов, то производителям надо еще и правильно выпустить маркированные упаковки в обращение.

Главным до последнего момента оставался вопрос с длиной «хвоста» криптокода. Код формата Data Matrix на каждой упаковке маркируемого товара помогает проследить его движение от производителя до покупателя или, в случае с медицинскими организациями, — до пациента. Вопрос закрылся только во второй половине 2019 года. Правительство РФ утвердило криптокод в маркировке на 44 символа (в последних числах августа 2019 было подписано изменение в Постановление Правительства РФ № 1556 «Об утверждении Положения о системе мониторинга движения лекарственных препаратов для медицинского применения»). До этого размер маркированных данных доходил и до 119 символов, что приводило к снижению качества печати и распознаванию данных в системе, также код с криптоподписью не всегда удавалось разместить на упаковке препарата. Второе изменение касается разрешения наносить код на упаковку любым методом, гарантирующим его неотделяемость, без привязки к производственной линии. Неотделяемость — невозможность отделить код без повреждения упаковки. Отсутствие привязки к производственной линии важно

для компаний с небольшим объемом производства, которые могут теперь наносить код на упаковку в типографии.

Для всего рынка готовность в целом реализовывать маркированные лекарственные препараты с 1 января 2020 года ставилась под большое сомнение. Поэтому ожидаемым стало решение внедрять систему маркировки лекарств поэтапно, соответствующее постановление было подписано 31 декабря 2019 года.

Правительство РФ установило особенности внедрения системы цифровой маркировки и прослеживания лекарств по этапам:

- с 1 января до 29 февраля 2020 года включительно все участники оборота лекарств обязаны зарегистрироваться в системе маркировки;
- до 15 февраля — медицинские учреждения (больницы, поликлиники, иные учреждения, имеющие лицензию на медицинскую деятельность), которые ещё не подали заявку Оператору системы на получение регистратора выбытия (устройство фиксации факта выбытия препарата) — должны это сделать;
- до 1 мая участники оборота лекарств (производители и импортёры) должны подать заявку на получение регистратора эмиссии;
- с 1 июля наступает запрет на производство и импорт немаркированных лекарств, передача сведений об обороте маркированных лекарств в систему мар-

” На рынке есть инициатива, которая в идеале призвана сделать Россию страной с самыми дешёвыми лекарственными средствами “

кировки обязательна для всех участников оборота;

- продажа немаркированных лекарств, поступивших в оборот до 1 июля, разрешается до окончания их срока годности;
- производители лекарств, которые уже интегрировались в систему и готовы начать маркировку с 1 января, будут получать цифровые коды до 1 июля бесплатно.

Таким образом, новый срок обязательной маркировки — 1 июля 2020 года. Окончательный ли он? До этого при внедрении новых правил лекарственного оборота часто сроки переносились. Тем более, что даже в системе «Честный знак» до сих пор зарегистрированы не все производители лекарственных средств, не говоря уже об аптеках и дистрибьюторах. По состоянию на 5 февраля 2020 года в системе маркировки лекарств значится 6 872 наименования лекарственных препаратов, что составляет 72,4% от количества препаратов, которые, по данным Росздравнадзора, обращались в РФ в 2018 и 2019 годах.

Введение обязательной маркировки является одним из факторов, который может привести к росту цен на лекарства, так как затраты складываются не только из стоимости цифрового кода, но и уста-

новления специального оборудования для передачи данных в единую систему, а также изменения линии производства для нанесения самого кода. При этом на рынке есть инициатива, которая в идеале призвана сделать Россию страной с самыми дешёвыми лекарственными средствами.

Речь идет о новой методике ценообразования на препараты из перечня ЖНВЛП. Формирование предельных отпускных цен (ПОЦ) по ней должно закончиться в 2020 году. Они будут определяться по самой низкой цене, действующей в одной из 11 референтных стран (это, в частности, Франция, Румыния, Бельгия) либо в стране происхождения лекарства. После определения минимальной цены на оригинальный препарат Минздрав с учетом понижающего коэффициента определит стоимость каждого из его дженериков. При этом ФАС получит право требовать от фармкомпаний нового снижения цены в течение 30 дней, если стоимость препарата упадет в какой-либо из референтных стран. Новый порядок определения цен не затронет препараты из списка ЖНВЛП стоимостью менее 100 руб. за упаковку, вакцины, а также наркотические и психотропные препараты, произведенные в странах ЕАЭС.

Одной из важных тем, которая получила свое развитие в 2019 году, стало обсуждение вопроса о взаимозаменяемости. Вопрос нашел свое отражение в Федеральном законе №475-ФЗ от 27.12.2019 «О внесении изменений в Федеральный закон «Об обращении лекарственных средств» и Федеральном законе «О внесении изменений в Федеральный закон «Об обращении лекарственных средств», в соответствии с которым изменяется порядок определения взаимозаменяемости лекарств. Главная цель принятых

поправок — перевести существующую медицинскую практику в юридическую плоскость. Выравнивать качество регистрационных досье по каждому лекарственному препарату, тем самым устранить сомнения в качестве, эффективности и безопасности лекарственных препаратов на отечественном рынке.

Для определения взаимозаменяемости лекарственных препаратов в закон возвращается понятие «оригинальный лекарственный препарат», документ дополняется новыми понятиями, в частности, такими как «терапевтическая эквивалентность лекарственных препаратов», «биоэквивалентность лекарственных препаратов». Кроме того, изменяются понятия референтного лекарственного препарата и воспроизведенного лекарственного препарата.

Закон предусматривает появление перечня взаимозаменяемых препаратов, в котором лекарства объединят в соответствующие группы. Перечень сформирует экспертное учреждение — ФГБУ «Научный центр экспертизы средств медицинского применения» Минздрава России. До 1 июля 2020 года должен появиться список взаимозаменяемых препаратов в отношении двух категорий ЛП. Это референтные и воспроизведенные лекарства, в регистрационных досье на которые есть результаты исследований биоэквивалентности или терапевтической эквивалентности по отношению к референтному препарату. Для растительных и гомеопатических препаратов взаимозаменяемость определяться не будет.

Создание регистрационного досье по новым правилам может также привести к росту цен на рынке или к исчезновению препаратов из портфелей компаний. Перед фармацевтическими производителями

воспроизведенных лекарственных препаратов стоит вопрос проведения дополнительных экспертиз для препаратов низкого ценового сегмента из перечня ЖНВЛП, которые зарегистрированы на рынке много лет назад. Исследование на биоэквивалентность стоимостью в 10 млн рублей не просто сделает производство нерентабельным, а приведет к тому, что препарат может уйти с рынка.

Пока же изменений на рынке в сторону уменьшения ассортимента мы практически не наблюдаем. Наоборот, в 2019 году было анонсировано и запущено множество производственных площадок, которые позволят не только реализовать программу импортозамещения, но и производить инновационные лекарственные препараты на территории России.

2020 год — год, когда будут подводиться итоги стратегии «Фарма-2020», одним из оцифрованных параметров которой является доля препаратов, производимых на территории России. И хотя процесс запущен уже несколько лет назад, иностранные производители продолжают искать пути и возможности локализации собственных препаратов на отечественных площадках — для того чтобы участвовать в государственных торгах на равных с российскими заводами.

За это иностранные компании готовы платить — по данным Ассоциации международных фармацевтических производителей (AIPM), за 10 лет они вложили в российское фармпроизводство более 1 трлн руб.

В 2019 году можно выделить ряд новых проектов по локализации:

- Корпорация Bayer локализовала в Санкт-Петербурге производство кон-

Таблица 33

Ключевые запуски производственных площадок на российском фармрынке в 2019 году

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объём инвестиций
ООО «Безен Хелскеа Рус»	Индустриальный парк «Новосёлки», г. Ярославль	Завод по производству гормонального препарата «Утрожестан» (МНН «Прогестерон»). Данный препарат широко применяется в сфере акушерства и гинекологии и входит в перечень ЖНВЛП	5 млн упаковок в год	500 млн рублей
АО «ФП «Оболенское» (АФК «Система»)	п. Оболенск, Московская обл.	Новый фармацевтический завод по производству препаратов для лечения заболеваний ЖКТ, ССС, костно-мышечной и нервной систем; антибиотики и ряд других ЛС в твёрдых лекарственных формах. Часть продукции планируется экспортировать за рубеж	120 млн упаковок, 1,6 млрд таблеток, 120 млн капсул и 15 млн саше в год	3 млрд рублей
ЗАО «Эвалар»	г. Бийск, Алтайский край	Производственный комплекс по выпуску натуральных лекарственных средств растительного происхождения. В 2020 году планируется открыть второе производство по выпуску лекарственных средств из синтетического сырья	1 млрд таблеток и капсул в год (с запуском производства ЛП из синтетического сырья — 2 млрд таблеток и капсул в год)	2 млрд рублей (общая оценочная стоимость проекта 5 млрд рублей)
ПАО «Биосинтез» (Sun Pharma)	г. Пенза	Участок по производству твёрдых пероральных лекарственных форм. Большая часть представленной номенклатуры лекарств входит в перечень ЖНВЛП	2 млрд таблеток в год	Свыше 800 млн рублей
НАО «Северная звезда»	п. Низино, Ленинградская обл.	Производственная площадка по выпуску 12 продуктов, в основном кардиологического направления	От 24 до 36 млн упаковок таблеток в год Новая площадка удвоила выпуск лекарственных средств с 25 млн до 50 млн упаковок в год	2 млрд рублей
ООО «Форт»	д. Ялтуново, Рязанская обл.	Производство четырёхвалентной вакцины последнего поколения от гриппа «Ультрикс Квадри» по технологии полного цикла с соблюдением стандартов GMP. Лекарственный препарат будет выпускаться в преднаполненных шприцах. Реализация будет осуществляться как на внутреннем, так и на зарубежных рынках	До 50 млн доз в год	Общий объём инвестиций в проект нового комплекса составил 9,3 млрд рублей

НПО «Петровакс Фарм»	Городской округ Подольск, Московская обл.	Новый производственный корпус, который включает две линии по выпуску субстанций, твёрдых, мягких и жидких готовых лекарственных форм. Корпус построен в соответствии с международными и российскими требованиями GMP	К 2020 году мощность производства фармацевтических субстанций вырастет в 2,5 раза, таблеток в 7 раз, суппозиторий в 4 раза	Свыше 1 млрд рублей
ООО «Верофарм» (группа Abbott)	Владимирская обл., Петушинский район, пос. Вольгинский	Две новые производственные линии для стерильных инъекционных препаратов, которые входят в список ЖНВЛП, в таких терапевтических областях как анестезиология и интенсивная терапия, онкология, гематология, неврология, кардиология, гастроэнтерология. Новые линии включают производство ампул и новую лиофильную установку	Свыше 50 млн ампул и флаконов в год	500 млн рублей
ООО «НТФФ «Полисан»	г. Санкт-Петербург	Строительство нового корпуса по производству лекарственных препаратов полного цикла, спроектированного и построенного в соответствии с международными стандартами надлежащей производственной практики GMP. На производственных линиях нового корпуса будет осуществляться производство собственных ЛП. В рамках сотрудничества «ПОЛИСАН» с компанией Bayer организовано производство полного цикла кардиологического препарата «Ксарелто»	От 300 млн таблеток в год (две смены) до 550 млн таблеток (три смены, без выходных)	Более 4,5 млрд рублей
АО «ВЕРТЕКС»	г. Санкт-Петербург	Полностью ввела в эксплуатацию инновационно-производственный комплекс. В 2019 году в здании второй очереди открылись новые лаборатории службы разработки, а также высокостеллажный склад для хранения. Третья очередь фармзавода работает частично	После полной загрузки сможет превысить 200 млн упаковок продукции в год (третья очередь)	Около 7,3 млрд рублей (вторая очередь – 500 млн рублей; третья очередь завода – 2,4 млрд рублей)

” Иностранные компании готовы платить — по данным Ассоциации международных фармацевтических производителей (AIPM), за 10 лет они вложили в российское фармпроизводство более 1 трлн руб “

трастного средства, используемого для диагностической визуализации в компьютерной томографии, на мощностях российского производителя «Полисан». Бренд «Ультравист» (МНН «Йо-промид») стал первым оригинальным рентгеноконтрастным препаратом, локализованным на территории России.

- Фармкомпания «Биокад» впервые локализовала на своих мощностях производство иностранного препарата. Takeda завершила локализацию производства препарата «Адвейт» (МНН «Октоког альфа»), предназначенного для лечения пациентов с гемофилией А, на подмосковном заводе «Биокада».
- На фармацевтическом заводе компании Servier запущено производство полного цикла лекарственного препарата «Тивикай» (МНН «Долутегравир»), предназначенного для терапии ВИЧ-инфекции в комбинации с другими антиретровирусными средствами. Проект реализован совместными усилиями компаний ViiV Healthcare, GSK и Servier.

- Фармацевтический производитель Gilead Sciences объявил о расширении сотрудничества с отечественной компанией «Фармстандарт» в области локализации препаратов для лечения социально значимых заболеваний. На мощностях российского предприятия будут производиться готовые лекарственные формы препаратов для терапии гепатита С («Совальди», «Эпклюза») и ВИЧ («Биктрави» находится в процессе регистрации в РФ). Протокол также предполагает начало процесса локализации препарата «Генвоя» для лечения ВИЧ-инфекции и препаратов «Вемлиди» и «Гарвони» (они также находятся в процессе регистрации в РФ) для терапии гепатита В и С соответственно.
- Компания Sanofi объявила о запуске полного фармацевтического цикла производства базального инсулина «Туджео СолоСтар» на заводе «Санofi-Авентис Восток» в Орловской области в рамках выполнения условий СПИК. Это будет способствовать повышению доступности инновационного препарата для российских пациентов с сахарным диабетом и обеспечит бесперебойность поставок на отечественный рынок.
- Немецкая корпорация Merck локализовала на ирловском заводе «Нанолек» производство полного цикла — от субстанции до упаковки — препарата «Конкор» для лечения сердечно-сосудистых заболеваний, что позволит полностью закрыть потребность российского рынка. Объем инвестиций в производство составил 1 млрд руб., плановый объем выпуска после выхода на полную мощность в 2021 г. составит 650–700 млн таблеток.

Еще один из механизмов поддержки в том числе для импортозамещения — специальный инвестиционный контракт (СПИК). Во всех отраслях промышленности за три года было заключено 40 таких контрактов более чем на 1 трлн руб. Компании вкладывают в развитие технологий в России, а взамен получают от государства гарантию стабильных условий работы и налоговые преференции. СПИК могут заключить не только отечественные компании, но и иностранные. В 2017 г. СПИК с российским государством заключили два международных производителя — Sanofi и AstraZeneca. Sanofi обещала углубить локализацию производства инсулинов, AstraZeneca — 10 социально значимых препаратов, взамен государство обязалось считать препарат российским и до начала производства по полному циклу и гарантировать налоговые льготы. Правда, спецконтракт не дает абсолютной защиты: AstraZeneca год спустя по требованию Федеральной антимонопольной службы пришлось снизить цены на несколько препаратов, в том числе включенных в СПИК.

В 2019 году были утверждены изменения в законодательстве, связанные со СПИК. Инвесторы будут отбираться теперь по конкурсу, а максимальный срок действия контракта продлили до 20 лет. Изменения внесены в Федеральный закон «О промышленной политике в РФ», Бюджетный и Налоговый кодексы. СПИК по обновлённому закону можно подписать до конца 2030 года.

В рамках данного проекта в 2019 году «Активный компонент» заключил СПИК на строительство завода. СПИК позволит компании получить налоговые льготы при строительстве и работе завода по

выпуску фармсубстанций в г. Пушкине за 2,5 млрд рублей. Это будет первый СПИК для производства субстанций, ранее такие контракты заключались только на производство уже готовых лекарственных форм.

Также СПИК был одобрен компании «Генериум» на строительство завода по производству биологических препаратов для терапии редких наследственных и генетических заболеваний, сердечно-сосудистых и пульмонологических показаний, призванных заменить импортные лекарства на российском рынке.

Государственной программой «Фарма-2020» предусмотрен целевой показатель «Доля лекарственных средств отечественного производства в общем объеме потребления в денежном выражении» с плановым значением 2020 года в 50%. С учетом ежегодного пересмотра Перечня ЖНВЛП и фактического значения доли отечественных лекарственных препаратов в общем объеме потребления на текущий момент запланированные цели выполняются не в полном объеме, поэтому Минпромторг России предлагает перенести срок достижения указанных показателей к 2024 году.

Доля отечественных препаратов из года в год неуклонно растет. Фактором роста потребления лекарственных средств, произведенных на территории России,

” В 2019 году были утверждены изменения в законодательстве, связанные со СПИК “

конечно же, стали локализация и импортозамещение.

Доля импортных лекарственных средств продолжает уменьшаться. По итогам года она составляет 70,0% в деньгах и 39,5% в упаковках. При этом отечественные препараты заняли на 0,4% выше долю в стоимостном выражении, чем в 2018 году. Рост доли отечественных ЛП наблюдается за счет коммерческого сегмента. В государственных закупках, наоборот, произошло увеличение объемов, приходящихся на иностранных производителей за счет национальной программы «Онкология» и выделения дополнительного финансирования на высокотратные нозологии, препараты по которой преимущественно пока иностранные.

При этом за счет локализованных препаратов один из целевых показателей программы «Фарма-2020» удалось выполнить — это доля лекарственных средств, произведенных в России от общего объема потребления в стоимостном выраже-

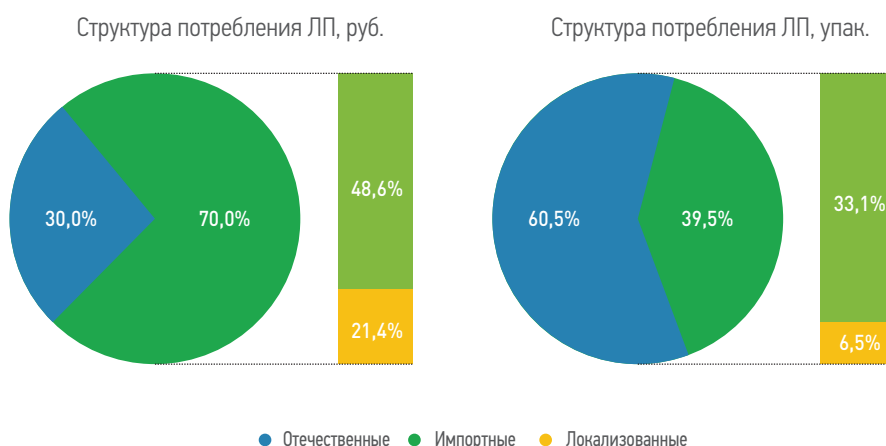
нии. По итогам 2019 года иностранные компании реализовали в деньгах порядка 21% таких препаратов. Совокупно доля отечественных и локализованных лекарств составила 51,4%. В упаковках данный показатель достиг 67%, но заметим, что разница от показателей отечественных ЛП составляет всего 6,5%. Зарубежные компании локализуют в основном дорогостоящие препараты, которые приобретаются через госзакупки.

Рейтинг производителей лекарств в России на 85% представлен импортными производителями. В ТОП-20 вошли три отечественных производителя: «Отисифарм», «Фармстандарт» и «Биокад».

В 2019 году отмечено много перемещений по таблице. А вот состав поменялся только на одну компанию. Рейтинг покинул ASTELLAS, уступив 20-ю строчку производителю F.Hoffmann-La Roche. Только 3 компании смогли сохранить свое положение относительно 2018 года. Совокупно доля ТОП-20 производителей в 2019 году составила 47,1%.

Рисунок 46

Структура потребления по происхождению, 2019 год



Тройка лидеров в 2019 году не поменялась по сравнению с 2018 годом. Верхнюю позицию занимает корпорация Sanofi с отрывом в 0,5% по доле. Удельный вес продаж в розничном сегменте остается для компании преобладающим (около 60% оборота приходится на аптечные продажи). На втором месте располагается корпорация Novartis, которая в 2019 году закончила процесс разделения с компанией Alcon, профиль которой — офтальмологические препараты. Novartis имеет также высокую долю за счет продаж в аптеках (64%). На третьем месте оказался производитель Bayer с минимальным отрывом от второй строчки. На государственные закупки у производителя приходится только 20% продаж.

Высокую долю в госзакупках из компаний, представленных в ТОП-20, занимают 7 организаций (свыше 50%). Практически полностью работает в госсегменте «Биокад» — его доля достигает 97%.

Из производителей, не вошедших в рейтинг, стоит отметить заметные пере-

мещения: «Генериум» (+14 мест, 27-я строчка), Bristol-Myers Squibb (+18 мест, 31-я строчка). Эти компании улучшили свое положение на рынке за счет увеличения продаж в государственном сегменте фармынка.

Показатель	Факт, 2019 год		Целевой показатель	
	Отечественные	Отечественные + локализованные	2018 год	2020 год
Доля отечественных ЛП в перечне ЖНВЛП (от SKU)	57%	65%	90%	90%
Доля отечественных ЛП в перечне ЖНВЛП (объем, руб.)	33,9%	59,7%	90%	90%
Доля отечественных ЛП от суммарного потребления в денежном выражении	30,0%	51,4%	43%	50%
Доля ЛП отечественного производства по номенклатуре перечня стратегически значимых лекарственных препаратов	53,3%	81,5%	90%	90%

Таблица 34

Выполнение стратегии «Фарма-2020»

Таблица 35

ТОП-20 производителей
по объему продаж
на фармацевтическом
рынке России в 2019 г.

Рейтинг 2019 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млн руб. 2019 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	Sanofi	64 812,5	1,9%	4,1%
2	1	Novartis	57 622,1	10,2%	3,6%
3	-1	Bayer	56 100,7	5,5%	3,5%
4	3	Glaxosmithkline	46 907,7	30,4%	3,0%
5	-1	Johnson & Johnson	46 531,1	14,3%	2,9%
6	5	Merck	42 142,5	42,3%	2,7%
7	-3	Abbott	41 905,5	0,1%	2,6%
8	2	Pfizer	39 834,0	21,4%	2,5%
9	-3	Teva	38 206,1	-4,3%	2,4%
10	-1	Отисифарм	35 094,3	0,4%	2,2%
11	-	Takeda	35 013,9	10,9%	2,2%
12	-5	Servier	34 885,6	-3,2%	2,2%
13	6	Биокад	31 269,3	30,1%	2,0%
14	-1	KRKA	31 200,4	10,9%	2,0%
15	3	Astrazeneca	28 379,9	15,9%	1,8%
16	-1	Berlin-Chemie	28 163,2	1,1%	1,8%
17	-	Фармстандарт	27 644,2	7,2%	1,7%
18	-4	Gedeon Richter	27 174,0	-3,0%	1,7%
19	-4	Stada	26 502,4	-2,9%	1,7%
20	6	F.Hoffmann-La Roche	24 680,0	75,6%	1,6%

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

**ФАРМАЦИЯ
И
МЕДИЦИНА**

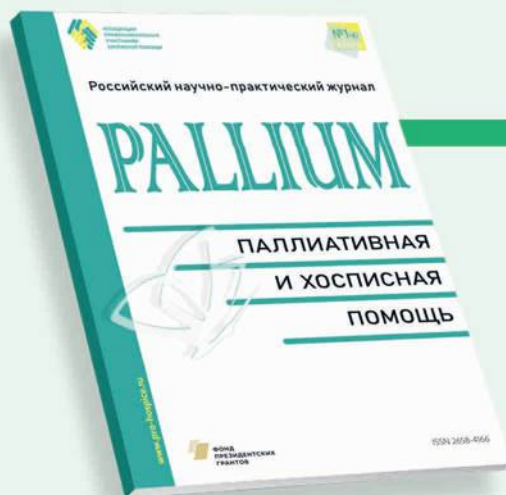
Газета
«ФМ. Фармация
и Медицина» –
надежный и грамотный
помощник фармацевта
в его повседневной работе



30 000 аптек РФ
2 раза в месяц получают газету

Распространение через ФК ПУЛЬС и по подписке

Подписной индекс ПР176



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

Издание

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

Подписной индекс ПР394

Сайт для провизоров,
фармацевтов
и медицинских
работников
www.phmlife.ru

ФМ LIFE

Портал
для настоящих
профессионалов



**НОВЫЙ
ПРОЕКТ**

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



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЕЙТИНГ

НФР – ЭТО ВРУЧЕНИЕ НАГРАД
ПОБЕДИТЕЛЯМ, ЯРКОЕ МУЗЫКАЛЬНОЕ ШОУ,
ДРУЖЕСТВЕННАЯ ВСТРЕЧА ПРОИЗВОДИТЕ-
ЛЕЙ, ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ОТЕЧЕСТВЕННОГО
БИЗНЕСА, СМИ И ЭКСПЕРТОВ ОТРАСЛИ В
ПРАЗДНИЧНОЙ АТМОСФЕРЕ НОВОГО ГОДА!





НФР—ежегодная церемония награждения лидеров фармацевтического рынка России. Уникальная по охвату и масштабу премия, построенная на показателях объёмов продаж аналитической компании DSM Group.

По вопросам
участия обращайтесь:
Гаврюшенко Ольга
Project manager
ogavryushenko@dsm.ru
+7 968-500-51-22

Дарм



ХОРВАТИЯ

5-11 септември

7 днів доайв

8 яхт *Bavaria* **46**