

Вступительное слово



Сергей Шуляк
Генеральный директор DSM GROUP

Дорогие друзья!

Ох, уж этот 2020 год! Порой казалось, что реализуется один из сценариев фильма-апокалипсиса! Пустынные улицы, безлюдные аэропорты, крушение планов, а главное – непонимание, что нам предстоит.

COVID-19 навсегда изменил бизнес атмосферу. Мы стремительно шагнули в цифровую сферу общения: удаленная работа, встречи в ZOOM! Да что там встречи, Дни Рождения и Праздники, все проходило в виртуальном пространстве! Можно смело сказать, что пандемия стала толчком к, нет не шагу, а прыжку в цифровые взаимоотношения. Интернет-ресурсами, в том числе и по заказу лекарств, стало пользоваться большое количество людей, которых к миллениалам невозможно отнести.

Все смешалось на фармацевтическом рынке! Безжалостная и беспощадная маркировка, помноженная на небывалый спрос противоковидных препаратов и поделенная на слом традиционной структуры потребления лекарственных препаратов. Результат, прямо скажу, не очень.

Наступивший год не сулит хороших результатов! Денег у государства не много, у населения и того меньше, на чудо надежды нет. Вот так и будет! Подробнее в нашем годовом отчете и на сайте dsm.ru.

Содержание

Резюме	3
1. Объём фармацевтического рынка России	6
2. Коммерческий сегмент ЛП	14
3. Льготное лекарственное обеспечение	39
4. Объём закупок лекарств ЛПУ	57
5. Биологически активные добавки	72
6. Косметика (аптечные продажи)	85
7. Аптечные сети	98
8. Дистрибуторский сектор фармацевтического рынка	107
9. Производство лекарственных средств	115

DSM Group

Генеральный директор
Сергей Шуляк

**Директор отдела
стратегических исследований**
Юлия Нечаева

Аналитик
Ирина Шарапова

PR-директор
Жаля Гаджиева

Аналитический отчет
Фармацевтический рынок РОССИИ
Итоги 2020 г.

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

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

www.dsm.ru
www.dsmgifts.ru

Резюме

2020 год стал для всех «уникальным». Итоги работы в любой сфере оцениваются по степени влияния на него Covid-19. Именно пандемия коронавирусной инфекции стала основным драйвером изменений, происходящих на рынке и в экономике. Поэтому многие тренды и тенденции, которые сложились ранее, поменялись, а анализировать и прогнозировать текущие результаты стало на порядок сложнее.

Для фармацевтической отрасли «ковидный» год стал определенным вызовом и проверкой на прочность. Рост продаж в связи с ажиотажным спросом на лекарства, повышение роли государственного сегмента, увеличение значимости и скорости принятия законодательных инициатив — все это заметно сказалось как на динамике рынка в целом, так и на его конъюнктуре. Причем все это происходило на фоне изменения условий, к которым всем нам пришлось привыкать.

Поэтому не удивительно, что основными событиями 2020 года были названы коронавирус (61% россиян так считают, по данным опроса ВЦИОМ, декабрь 2020 года), самоизоляция, дистанционная форма работы (по 23% соответственно). Стоит отметить, что в целом большинство наших соотечественников считают, что российская система здравоохранения (врачи, медработники и другие работники российской системы здравоохранения) сделали либо все возможное в ситуации, вызванной рас-

пространением Covid-19 (48%), либо даже больше, чем могли (22%).

В рамках поддержания отрасли были приняты соответствующие законы, которые в том числе позволили не допустить ухудшения лекарственного обеспечения населения. В марте Госдума приняла в окончательном чтении закон о заморозке цен на лекарства во время эпидемий. Теперь при определенных условиях правительство может контролировать цены на товары аптечных сетей.

В апреле Госдума приняла закон о дистанционной продаже лекарств. Правила распространялись в 2020 году на безрецептурные средства, но в условиях чрезвычайной ситуации и при возникновении угрозы распространения заболевания, представляющего опасность для окружающих, правительство вправе разрешить временно дистанционную торговлю и отдельными Rx-препаратами.

Одной из наиболее значимых законодательных инициатив правительства стало введение процедуры ускоренной регистрации лекарств и медизделий в случае возникновения чрезвычайной ситуации. Это дало возможность отечественным производителям в короткие сроки зарегистрировать и вывести на рынок два лекарственных препарата, предназначенных для применения при коронавирусной инфекции, — «Фавипиравир» и «Левилимаб».

Ускоренная регистрация позволила также ввести в оборот и отечественные вакцины против Covid-19 и начать массовую вакцинацию уже в январе 2021 года.

Объем фармацевтического рынка России в 2020 году превысил 2040 млрд рублей, что на 9,8% выше, чем показатель 2019 года. Объем продаж лекарств в натуральном выражении упал на 4% и составил 6,17 млрд упаковок.

На конечные итоги по фармрынку в 2020 году влияли потребитель и его реакция на Covid-19, а именно фактор изменения потребительского спроса. Повышенный спрос на ту или иную группу препаратов, возникающий на фоне новостей о методах лечения коронавирусной инфекции, приводили к росту продаж, а иногда и дефектуре, так как производители не всегда были готовы своевременно закрыть возникшую потребность.

Наравне с высокой динамикой в коммерческом сегменте, государственные закупки лекарств продолжают быть драйвером роста за счет дополнительного финансирования национальных проектов. Сильнее всего в 2020 году выросли закупки лекарственных препаратов для ЛПУ. Основной прирост обеспечила программа «Борьба с онкологическими заболеваниями» и запущенный в 2020 году федеральный проект по кардиозаболеваниям.

Динамика в коммерческом сегменте ЛП в 2020 году носила хаотичный характер: от ажиотажного спроса в марте до почти отрицательной динамики в летние месяцы. Драйвером роста стали «противоковидные препараты». Состав их мог меняться, но за счет существенного спроса на них

рынок в целом показал положительную динамику в рублях (+10,6%) и упал только на 2,3% в упаковках.

Доля лекарств импортного производства в целом на рынке по итогам 2020 года составила 56,3% в рублях и 31,4% в упаковках. Рост рынка в натуральном выражении был отрицательный и у препаратов, произведенных на территории России (-4%), и у препаратов иностранного производства (-3%). В рублёвом выражении локализованные препараты выросли на 13%, тогда как импортные средства на 8%. Такие показатели не позволили выполнить плановые цифры в Стратегии «Фарма-2020».

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

Несмотря на появление «нового» канала продаж – онлайн – основные его участники пока аптечные сети. Поэтому тот объем, который в настоящий момент приходится на интернет-торговлю, практически весь остается в аптечном ретейле. Объем аптечного eCom в 2020 году составил порядка 93,2 млрд руб. (совокупно ЛП и парафармацевтика), что соответствует 6,6% от емкости аптечного рынка. В конце года в декабре она уже была на уровне 8,2%. Но если динамика продаж на рынке в целом – это порядка 10%, то оборот, который пришелся на «онлайн», вырос по сравнению с 2019 годом на 62%.

В 2020 году процесс консолидации основных игроков продолжился, но шел он в основном за счет собственного развития, а не сделок по поглощению. В результате доля ТОП-20 игроков выросла до 68%.

Наилучших результатов в объединении аптек и аптечных сетей добилась «АСНА», заняв 14,4%. Среди «традиционных» сетей максимальную долю занимает аптечная сеть «Ригла» – 6,7%. Третью строчку сохранила за собой компания «ГК Эркафарм» с долей 4,8%.

Одним из ярких событий в дистрибуторском звене стала смена лидера. В 2020 году на первое место вышел дистрибутор «Пульс», заняв 14,7%. На второе место опустился дистрибутор «Протек» – доля 14,0%. ТОП-3 замыкает дистрибутор «Катрен» с долей 13,8%. По итогам года совокупная

доля 10 крупнейших дистрибуторов на фармацевтическом рынке достигла 74,1%.

По нашим прогнозам, в 2021 году ёмкость рынка составит 2 171 млрд руб., что на 6% выше, чем в 2020 году. Дополнительных факторов роста ждать не приходится. Восстановление «доковидной» структуры потребления – одно из основных ожидаемых событий.

1. Объём фармацевтического рынка России

Слово «кризис», написанное по-китайски, состоит из двух иероглифов: один означает «опасность», другой — «благоприятная возможность»

Джон Кеннеди

Мир в 2020 году следил за новостями, связанными с распространением пандемии коронавирусной инфекции: численность заболевших, методы лечения, ограничительные меры и их влияние на экономику, вторая волна, возможно третья, разработка вакцины, количество вакцинированных и т.д. Так или иначе важность этой темы обусловлена масштабностью заболевания по всему миру, а также высокой смертностью. Конечно, Covid-19 — самый главный фактор, который повлиял на развитие фармацевтического рынка в прошедшем году. Причем это влияние было многогранным: и на экономические процессы, на государственное регулирование, и на потребительский спрос.

В первую очередь мы всегда рассматриваем изменение конъюнктуры рынка с точки зрения действующих законов. Пандемия в этом смысле стала в некотором роде катализатором и ускорила принятие части из них.

Если бы не Covid-19, то главным событием года смело можно было назвать маркировку. Но маркировка в период коронавируса стала для отрасли одним из испытаний на прочность. Решение было принято вопреки предостережениям участников фармрынка о том, что на фоне пандемии это может обернуться крайне неблагоприятны-

ми последствиями для всех: производителей, фармкомпаний, розницы, и в конечном итоге пострадают потребители, то есть пациенты, нуждающиеся в лекарственной помощи.

Согласно решению, с 1 июля 2020 года в России стартовала обязательная маркировка лекарственных препаратов. При этом правительство постановлением №955 от 30 июня 2020 года установило особый порядок импорта и ввода в оборот немаркированных препаратов.

С введением системы идентификации и прослеживаемости фармпроизводители, дистрибьюторы и аптечные сети стали массово жаловаться на сбои в информационной системе мониторинга движения лекарственных препаратов по товаропроводящей цепи, из-за которых продажа лекарств стала блокироваться. Принимая во внимание пик повышенного спроса, Минпромторг решил временно перевести систему маркировки лекарств в «уведомительный» режим работы.

В связи с эпидемиологической ситуацией в стране и повышенным спросом на лекарственные препараты оператор обязательной маркировки «Центр развития перспективных технологий» (ЦРПТ) принял решение не взимать плату за маркировку лекарств.

Это было сделано на фоне того, что в аптеках начала возникать дефектура на ряд препаратов, особенно на фоне повышенного спроса на лекарства, которые востребованы для лечения коронавирусной инфекции.

В конце 2020 года «Центр развития перспективных технологий» сообщил, что для аптек и медицинских организаций упрощенный режим работы в системе маркировки лекарственных препаратов будет действовать бессрочно, а для участников оборота — до 1 июля 2021 года.

Чтобы создать условия для плавного перехода к строгой прослеживаемости, Минпромторгом РФ была разработана ещё одна инициатива, одобренная Правительством в конце января 2021 года. Для препаратов, выпущенных в оборот до 1 февраля 2021 года, будет действовать «правило 15 минут» до истечения их срока годности.

Готова ли сейчас отрасль к маркировке? В системе «Честный знак» зарегистрировано около 86 тыс. участников (по данным на февраль 2021 года). Это примерно соответствует общему количеству аптек, ЛПУ, дистрибуторов и производителей. По данным «ЦРПТ», уже в декабре доля продаваемых маркированных препаратов составила 32%. Количество зарегистрированных кодов в системе превышает 6,6 млрд упаковок — то есть это соответствует годовому потреблению лекарственных средств в натуральном выражении. Конечно, вопросы и проблемы еще будут возникать, но дороги назад уже точно нет.

Ряд законов, принятие которых было спровоцировано Covid-19, позитивно оценено фармацевтическим сообществом. Одно из них — введение процедуры ускоренной регистрации лекарств, а также медизделий

в период пандемии. Механизм ускоренной регистрации в случае чрезвычайной ситуации отражен в постановлениях правительства РФ № 441 и № 430 соответственно. Данная мера позволила в короткие сроки вывести на рынок ряд препаратов, среди которых фавипиравир и левилимаб, а также более 120 тест-систем на наличие вирусных РНК и антител к коронавирусной инфекции. Особый порядок был утвержден в апреле 2020 года на фоне распространения COVID-19. Он продлен до 1 января 2022 года.

Во многих процедурах начал действовать электронный документооборот, введено продление сертификатов GMP, возможно проведение инспектирования производства по правилам GMP в удаленном формате и т.д. Все это способствовало задаче бесперебойного лекарственного обеспечения.

Ценовое регулирование фармацевтической отрасли идет уже давно. Но опять же влияние «коронавируса» дало новый толчок к государственным инициативам. Ажиотажный спрос на средства индивидуальной защиты (медицинские маски и перчатки) привел к заметной дефектуре на эти позиции. Производители и аптеки не были готовы обеспечить возросшую потребность на данную группу товаров. Поэтому в марте маски подорожали в несколько раз. Итогом стало Постановление № 431 (от 03.04.2020), которое ввело ограничения на торговлю в аптеках медицинскими масками и перчатками, а также другими медицинскими изделиями. В частности, оно установило предельный размер розничной надбавки к ценам на них — не более 10 копеек за единицу товара. В результате аптеки практически перестали продавать маски. Хорошо, что это постановление действовало всего несколько дней: прецедент ручного регулирования розничной наценки,

примененный не ко всем участникам рынка, ограничивает конкуренцию. Да и необходимость в таком механизме отпала сама собой: в течение марта многие компании перестроили свои мощности для производства востребованных товаров (масок, перчаток, антисептиков). И поэтому рынок «отрегулировался» самостоятельно, и цены вернулись к «докризисным» значениям за счет большого предложения.

Одним из актуальных вопросов на рынке по-прежнему остаётся методика ценообразования на препараты из перечня ЖНВЛП. Многие компании заявили о возможном отказе от производства ряда дешёвых препаратов из списка ЖНВЛП, в их числе «Фармстандарт» и «Озон». Предельные зарегистрированные цены, установленные для этих препаратов, делают их производство нерентабельным. Ещё положение усугубляет и падение курса рубля. Поэтому федеральная антимонопольная служба (ФАС) подготовила проект нормативных изменений, позволяющих производителям повышать цены на ЖНВЛП, если на рынке возникла дефектура по лекарственному средству в рамках одного МНН, лекарственной формы и дозировки. Этот шаг позволит избежать исчезновения недорогих лекарств с рынка, по причине нерентабельности их производства для производителей, но при этом крайне необходимых для потребителя.

С апреля и до конца 2020 года действовало постановление правительства №441, разрешающее пересмотр предельной цены на препараты из списка ЖНВЛП, применяемые в условиях угрозы возникновения чрезвычайной ситуации. Данная временная мера была введена для препаратов, рекомендованных Минздравом для диагностики, терапии и профилактики новой

коронавирусной инфекции. И хотя это действие носило ограниченный по времени и масштабу распространения характер, это позволит в дальнейшем избежать ухода с рынка препаратов нижнего ценового сегмента.

Говоря о государственных инициативах, нельзя не упомянуть о разрешении онлайн-торговли лекарственными средствами. Законопроект находился на рассмотрении в Государственной думе с 2017 года. Фармацевтическое сообщество на протяжении длительного периода успешно противодействовало его принятию. Но пандемия Covid-19 привела к тому, что решение было принято практически «за день». Указ Президента РФ №187 вступил в силу 17 марта 2020 года. Документ предусматривает возможность вести розничную торговлю безрецептурными лекарствами дистанционным способом. Рецептурные препараты, наркотические и психотропные лекарства, а также спиртосодержащие средства (с объёмной долей этилового спирта свыше 25%) запрещено продавать через интернет.

И хотя сам закон был принят быстро, сразу после введения «режима самоизоляции», правила, по которым возможна дистанционная торговля, появились только в середине мая. В число требований вошло (Постановление Правительства РФ от 16 мая 2020 года № 697):

- ведение фармацевтической деятельности в (не менее чем) 10 точках на территории России;
- наличие сайта или мобильного приложения;
- наличие собственной курьерской службы или договора со службой доставки;
- владение фармлицензией более 1 года (с указанием розничной торговли препаратами).

В конце года Минздрав РФ разработал поправки в правила онлайн-торговли лекарственными препаратами. Новая версия документа предусматривает возможность участия сайтов-агрегаторов (маркетплейсов) в дистанционной торговле, доставке препаратов и отмену требования о 10 аптечных точках. Документ, направленный на упрощение допуска игроков на рынок, может быть принят в начале 2021 года.

Конечно, важность всех этих решений для участников высока. Но на конечные итоги по фармрынку в 2020 году влияли потребитель и его реакция на Covid-19. Если попробовать выделить только один фактор, который бы характеризовал прошедший год, то им бы стал фактор изменения потребительского спроса. Повышенный спрос на ту или иную группу препаратов, возникающий на фоне новостей о методах лечения коронавирусной инфекции, приводил к росту продаж, а иногда и дефектуре, так как производители не всегда были готовы своевременно закрыть возникшую потребность. В результате российский фармацевтический рынок показал рост даже выше, чем прогнозировалось в начале года.

Динамика рынка в денежном выражении составила 9,8% вместо прогнозируемых ранее 5-6%. И его объем достиг 2 040 млрд руб. Наравне с высокой динамикой в коммерческом сегменте государственные закупки лекарств продолжают быть драйвером роста за счет дополнительного финансирования национальных проектов.

В долларах и евро в 2020 году наблюдается стагнация. Мартовский рост курсов валют привел к тому, что в пересчете емкость рынка не выросла. Так, в долларовой выражении в 2020 году объем составил 29 млрд

долл., что всего на 0,2% выше чем за год до этого. В евро за счет более высокого роста курса — на 11%, динамика рынка даже отрицательная: -1,6%.

В упаковках потребление лекарственных препаратов осталось в отрицательной зоне. Причем сокращение было не только по коммерческому сегменту, но и по госпитальным закупкам несмотря на ощутимый прирост в деньгах. В 2020 году объем продаж лекарств в натуральном выражении упал на 4%, и составил 6,02 млрд упаковок.

На рисунке 2 представлена динамика объема фармацевтического рынка России в 2019-2020 годах в разрезе сегментов.

Государственный сектор — объем рынка, обеспеченный государственными деньгами — госпитальные закупки, льготное лекарственное обеспечение (включая программы ВЗН, ОНЛС) и региональная льгота — занимает 36% объема рынка лекарств.

Сильнее всего в 2020 году выросли закупки лекарственных препаратов для ЛПУ до 401 млрд руб. (+23,5%). Основной прирост обеспечила программа «Борьба с онкологическими заболеваниями» и запущенный в 2020 году федеральный проект по кардиозаболеваниям. Также повышенный объем финансирования пришелся на препараты, включенные в рекомендованный перечень для лечения коронавирусной инфекции. Закупки по льготе за счет региональных средств остались на уровне 2019 года (+1,2%). А вот общий объем федеральной льготы был меньше на 16%, чем годом ранее. Такая динамика связана в том числе с переходом закупки части препаратов в госпитальный сегмент.

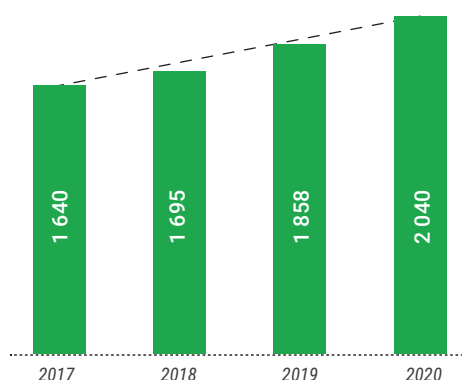
Динамика в коммерческом сегменте ЛП в 2020 году слабо поддавалась прогнозированию: все тренды, которые сложились на протяжении длительного времени, сломались. Прирост продаж, отмеченный в марте 2020 года, оказался одним из самых значительных за последние несколько лет. Такой ажиотажный спрос был вызван началом распространением коронавирусной инфекцией и усугубляющимся экономическим кризисом. Россияне стали мас-

сово скупать лекарственные препараты, ожидая рост цен на фоне скачка валют и дефицит необходимых препаратов из-за ограничительных мер. Конечно, после затаривания динамика продаж была слабой и в некоторые месяцы уходила даже в отрицательную зону. Только в декабре рынок вернулся к показателям прироста, которые были в январе-феврале (до «коронакризиса»). Драйвером роста с апреля стали «противоковидные препараты». Состав

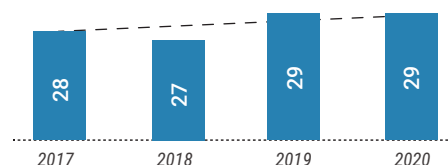
Рисунок 1

Динамика
фармрынка

Динамика фармрынка, млрд руб.



Динамика фармрынка, млрд долл.



Динамика фармрынка, млрд евро

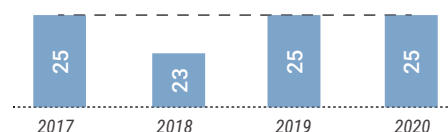
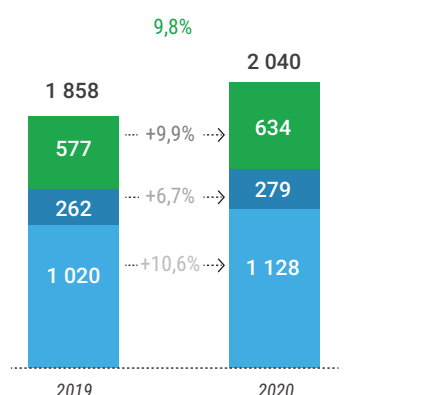


Рисунок 2

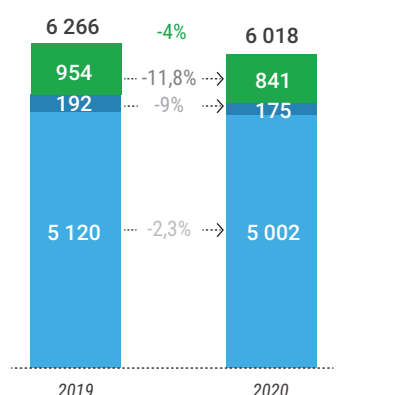
Ёмкость
фармацевтического
рынка

Ёмкость фармрынка
млрд руб. в ценах конечного потребления



- Госпитальные закупки + ВЗН + ОНЛС + РЛО
- Коммерческий сектор парафармацевтики
- Коммерческий сектор ЛП

Ёмкость фармрынка
млн упак.



- Госпитальные закупки
- Льготное государственное обеспечение (ВЗН+ОНЛС+РЛО)
- Коммерческий сектор ЛП

их мог меняться, но за счет существенного спроса на них рынок в целом показал положительную динамику в рублях (+10,6%) и упал только на 2,3% в упаковках. За 2020 год через аптечную сеть было реализовано 5 002 млн упаковок лекарств на сумму 1 128 млрд рублей (в розничных ценах).

Аптечные продажи парафармацевтического ассортимента в кризисные периоды растут медленнее, чем продажи лекарств. В этом плане 2020 год не стал исключением. Объем сегмента вырос на 6,7%, и составил 279 млрд руб. Драйвером роста стали такие типы товара как биологически активные добавки (в частности витамины и препараты для повышения иммунитета), средства индивидуальной защиты (маски), антисептики, медицинские приборы – то, что также косвенно связано с противодействием распространению коронавирусной инфекции.

Рынок в цифрах

Доля лекарств импортного производства в целом на рынке по итогам 2020 года составила 56,3% в рублях и 31,4% в упаковках.

Рост рынка в натуральном выражении был отрицательным и у препаратов, произведенных на территории России (-4%), и у препаратов иностранного производства (-3%). В рублёвом выражении локализованные препараты выросли на 13%, тогда как импортные средства – на 8%..

Структура рынка лекарств по типу отпуска выросла в пользу безрецептурных препаратов. Около 67% в денежном эквиваленте приходится на Rx-препараты. Но за счёт более низкой цены ОТС-препараты преобладают в упаковках, и их доля составляет 54,9%.

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 государствен-

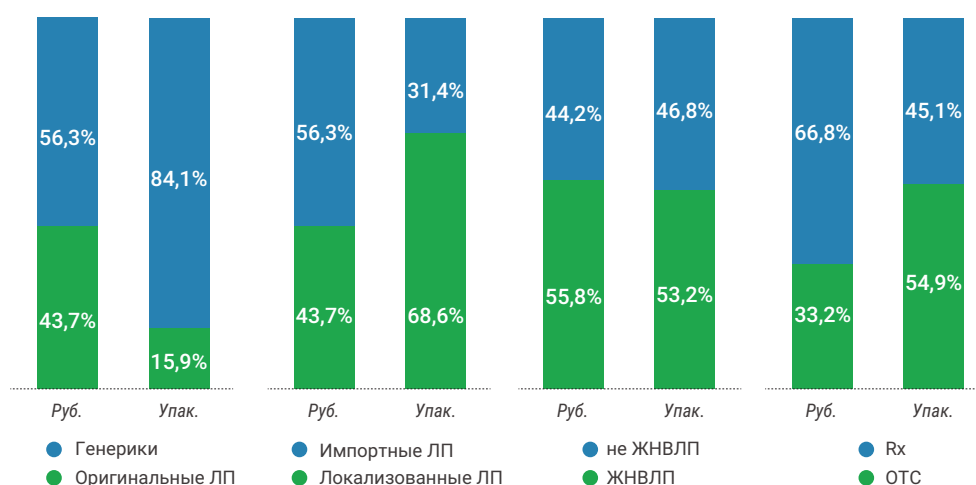


Рисунок 3

Структура рынка в различных разрезах, 2020 год

Таблица 1

Структура продаж
ЛП по АТС-группам,
2020 год

АТС-группы I-го уровня	Доля группы в стоимостном объеме, %	Доля группы в натуральном объеме, %
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	16,01%	1,68%
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	14,97%	15,09%
J: Противомикробные препараты для системного использования	13,90%	11,69%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	10,12%	12,25%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	8,44%	14,34%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	8,30%	12,86%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	7,76%	7,05%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	6,10%	6,73%
G: Препараты для лечения заболеваний уrogenитальных органов и половые гормоны	4,52%	1,69%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	4,20%	10,19%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,01%	2,21%
Без АТС	1,39%	2,26%
V: Прочие препараты	1,24%	0,80%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,88%	0,80%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,17%	0,36%

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

За 2020 год доля оригинальных препаратов составила 43,7% в стоимостном выражении и 15,9% в натуральном. При этом относительно 2019 года доля увеличилась, особенно это видно в стоимостном выражении (+3%). Такой динамике способствовало увеличение финансирования в госсегменте на закупку дорогостоящих лекарственных средств. В аптечных продажах, наоборот, быстрее растут генерические препараты (+12% в рублях против +8% по оригинальным средствам).

Рейтинг АТС в 2020 году возглавила группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы», которая включает в себя дорогостоящие препараты. За счет увеличения финансирования в госсегменте объем потребления лекарственных средств данной группы вырос на 17%. Основным

каналом, за счет которого финансируется отпуск противоопухолевых препаратов, являются программы льготного лекарственного обеспечения (федеральная и региональная льготы) – 35% и госпитальные закупки – 52%. За счет собственных средств потребители покупают только более дешевые иммуномодуляторы.

Группа [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» опустилась на 2 строчку, её доля составляет 15,0%. Основным каналом, через который реализуются лекарства данной группы, является аптечный сегмент – 76% в рублях приходится на приобретение лекарственных препаратов за счет средств населения.

Группа [J] «Противомикробные препараты для системного использования» выросла сильнее всего — на 18%. 53% закупается для нужд больниц, доля продаж в аптечном сегменте составила 43,7%, также показав высокую динамику, спровоцированную Covid-19.

2. Коммерческий сегмент ЛП

Желание принимать лекарства, возможно, главное, что отличает человека от других животных

Уильям Осле

Потребление лекарств за счет собственных средств населения остается одной из основных частей лекарственного обеспечения системы здравоохранения. На ее долю приходится порядка 64% в денежном выражении и почти 85% в упаковках. Поэтому требования к аптекам, которые как раз являются каналом продаж, всегда повышенные. В начале 2020 года виделось, что основной задачей перед аптечными учреждениями станет своевременное и «безболезненное» вхождение в процесс реализации маркированных лекарственных средств с 1 июля 2020 года.

Но распространение новой коронавирусной инфекции заметно изменило конъюнктуру всего рынка. И перед аптеками возникла новая проблема: дефицит на некоторые позиции аптечного ассортимента. Конечно, тенденция исчезновения лекарств не нова. Но до прошлого года этот процесс был обусловлен в основном экономическими факторами (ценообразованием на препараты из списка ЖНВЛП и невозможностью индексаций цен; вытеснением позиций из госзакупок, что делало уже экономически не выгодным реализации лекарств только в аптечном сегменте).

В 2020 году ситуация ухудшилась. Заметную роль в этом «дефиците» лекарств сыграл Covid-19, под воздействием которого изменился потребительский спрос. Любая

новая информация о препаратах, которые включались в перечень для лечения или профилактики «коронавируса», приводила к ажиотажному спросу на них и к исчезновению из аптек. Например, в начале пандемии многообещающим в борьбе с коронавирусом считался противомаларийный препарат с МНН «Гидроксихлорохин». В результате объем ежемесячных продаж в среднем вырос почти в 2 раза в апреле – декабре по сравнению с «доковидным» уровнем (около 35–40 тыс. упаковок в месяц вместо 20 тыс. в 2019 году).

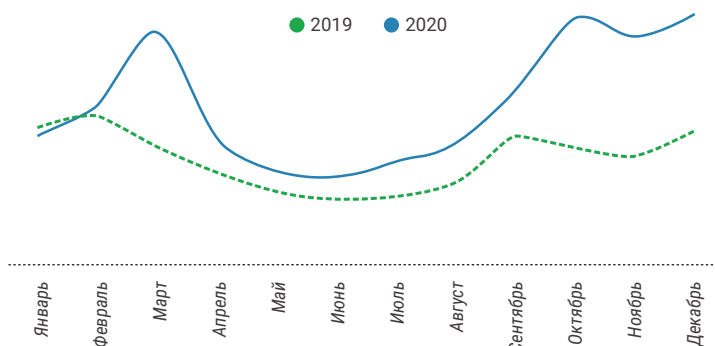
Одним из симптомов Covid-19 является повышение температуры, которую рекомендуют сбивать парацетамолом. На пике в марте-апреле 2020 года спрос на эту группу препаратов вырос в 1,5 раза. Причем в дальнейшем это привело к изменению предложения и росту цен на дешевые позиции: средневзвешенная стоимость упаковки лекарств с МНН «Парацетамол» выросла с 23 рублей в январе до 43 рублей в декабре 2020 года.

В 2020 году отсутствовала как сезонность, так и характерные закономерности, свойственные аптечному рынку. Противовирусные средства и антибиотики стали лидерами по потребительскому спросу в «пандемию». Причем даже летом продажи этих категорий были заметно выше, чем в прошлые годы.

Рисунок 4

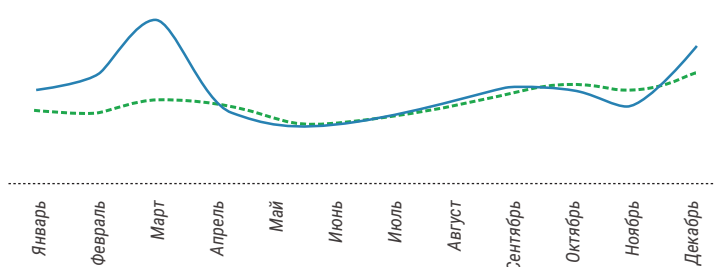
Сезонность в 2020 году

Динамика продаж «ковидных» групп препаратов

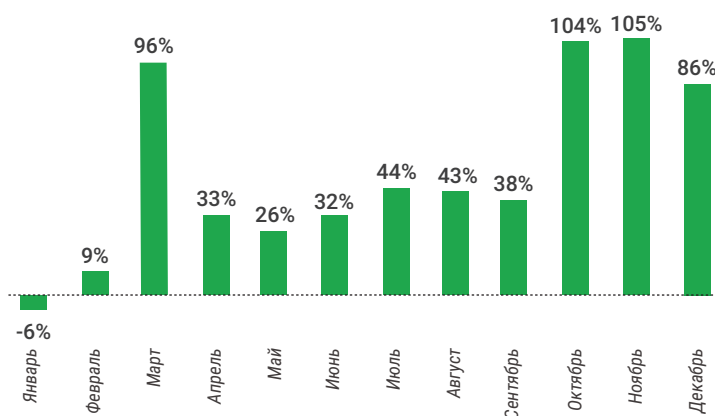


Антибактериальные препараты для системного использования (J01)
Иммуномодуляторы (L03)
Противовирусные препараты для системного применения (J05)

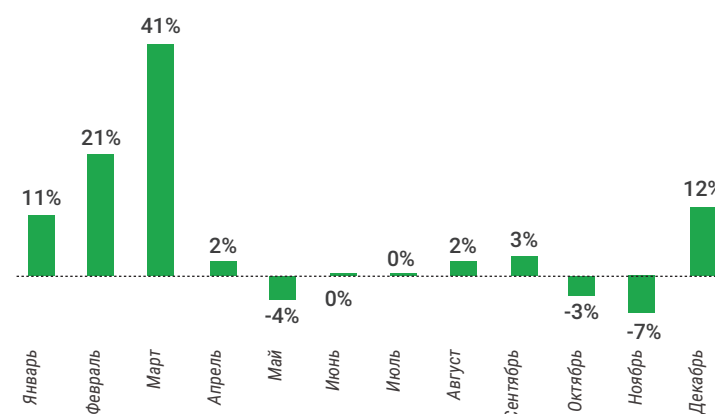
Динамика продаж остальных групп препаратов



Динамика продаж «ковидных» групп препаратов



Динамика продаж остальных групп препаратов



Зависимость роста рынка от «противовирусных и простудных» препаратов довольно высокая. И на протяжении последних лет заболеваемость ОРВИ и гриппом оставалась на низком уровне. В том числе этому способствовала и вакцинация населения. На 1 января 2021 года, согласно информации Роспотребнадзора, было привито 59% от численности населения (более 85,9 млн человек): за счёт средств федерального бюджета – 19,1 млн детей и 54,1 млн взрослых (в том числе 250,7 тыс. беременных женщин); за счёт других источников – 10,4 млн человек, из них за счёт работодателей – 4,1 млн человек.

Но в ноябре-декабре 2020 года, согласно данным «НИИ Гриппа им. А.А. Смородинцева», уровень заболеваемости населения ОРВИ и гриппом в целом был выше еженедельного эпидемического порога на 20,6%. Конечно, здесь можно говорить о неточности диагностирования, ведь в легкой форме симптомы Covid-19 похожи на ОРВИ. Но это тоже повлияло на потребление «противовирусных» препаратов.

Остальные группы лекарственных средств имели слабую положительную динамику

или даже показывали падение продаж, начиная с апреля. И только в декабре 2020 году спрос вернулся к показателям прироста в январе-феврале.

По итогам 2020 года прирост рынка в рублях составил 11%, тогда как в упаковках остался в отрицательной зоне – -2%. Таким образом, через розничный сегмент было реализовано порядка 5,0 млрд упаковок лекарственных препаратов на сумму 1 128 млрд рублей (в розничных ценах).

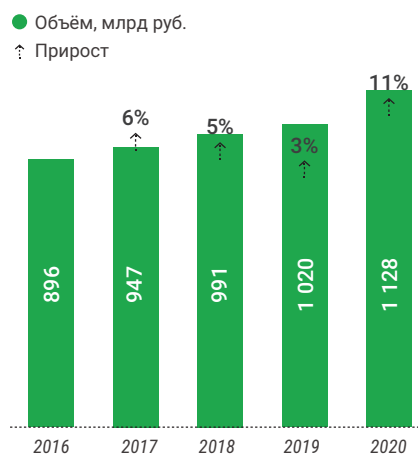
Рост продаж лекарств в России в марте на фоне пандемии коронавируса оказался самым большим за последние 10 лет. Ожидание подъёма цен и введение ограничительных мер подтолкнули россиян к созданию запасов – закупке препаратов «впрок». Однако тот «задел», который дал март, исчерпал себя уже к началу осени. Без учёта марта показатели годовой динамики были бы на уровне: +7,2% в деньгах и -5,8% в упаковках.

Заметное влияние на структуру потребления лекарственных препаратов оказали макроэкономические факторы, а именно кризис, вызванный пандемией, «локдаун»,

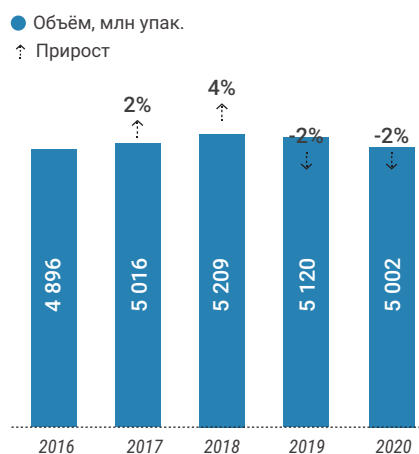
Рисунок 5

Динамика розничных продаж ЛП, 2016-2020 гг.

Динамика коммерческого рынка ЛП, млрд руб.



Динамика коммерческого рынка ЛП, млн упак.



снижение реальных располагаемых доходов (-3,5% по оценке Росстата), изменение расходов населения в пользу обязательных платежей и сбережений, уровень инфляции в целом (4,91%) и более высокий на продовольственные товары (6,7%).

Соотношение объёмов продаж импортных и локализованных ЛП

Структура коммерческого рынка ЛП по объёмам продаж локализованных и импортных препаратов отражена на рисунке 6.

По итогам 2020 года доля препаратов, произведённых на территории России, выросла на 2,3% до 44,2% в рублях и сократилась на 0,2% до 65,7% в упаковках. Локализованные лекарственные средства (+16,5% в руб. относительно 2019 года) имеют более высокую динамику, чем импортные (+6,3%). Это согласуется с общей концепцией импортозамещения и делает нашу систему здравоохранения более независимой. Динамика импортных препаратов в рублях «проваливалась» в течение года, а локализованные препараты постоянно были в продаже выше уровня 2019 года. В натуральном объёме значительно был

темп снижения продаж у локализованных средств – на 2,6% (против -1,8% у импортных ЛП). В большей мере это связано с падением продаж препаратов низкого ценового сегмента, к которым относятся так называемые традиционные «отечественные» препараты: например, «Уголь активированный», «Цитрамон» и т.д.

Изменение структуры продаж в пользу локализованных средств обеспечили в первую очередь российские противовирусные препараты «Арбидол» (+353,9% в стоимостном выражении и +257,4% в натуральном) и «Ингавирин» (+110,9% в рублях и +63,0% в упаковках).

Рост доли локализованных лекарств – уже устоявшийся тренд для рынка лекарств. С 2012 года этот показатель вырос с 36% до 44%. В упаковках динамика менее заметна: за 8 лет доля выросла всего на 1,6%.

Средневзвешенная цена локализованного препарата (+19,6%) выросла сильнее, чем цена импортного лекарства (+8,2%). При этом она всё ещё остаётся более чем в 2 раза ниже. Так, в 2020 году в среднем одна упаковка локализованного средства стоила порядка 152 рублей, зарубежного – 367 рублей.

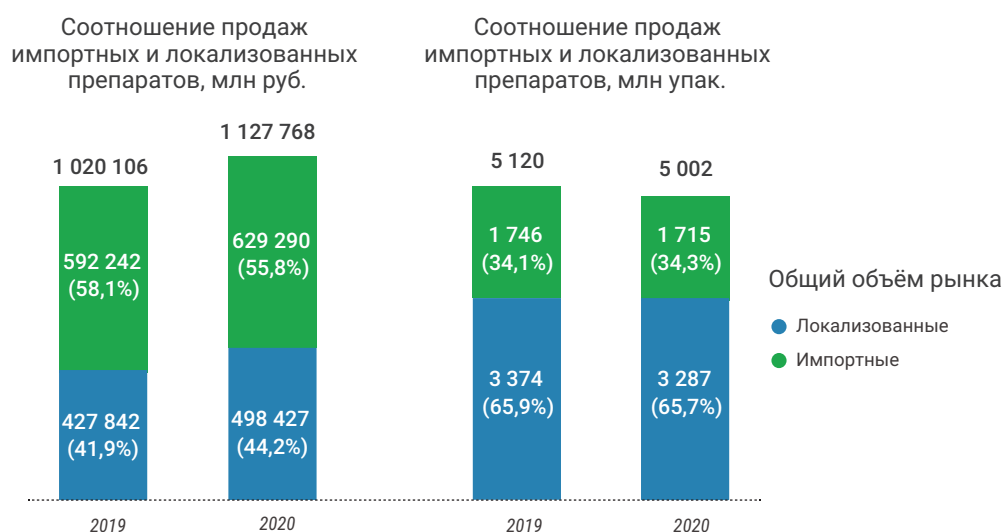


Рисунок 6

Соотношение объёмов продаж импортных и локализованных ЛП розничного рынка России, 2019-2020 гг.

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

Несмотря на то, что в целом на рынке количество российских и иностранных производителей практически одинаковое (около 540 и 560 компаний соответственно), в аптеках больше представлены бренды лекарственных средств зарубежных компаний (около 3 368, что составляет 9 053 SKU). Аналогичный показатель для отечественных препаратов на 36% меньше — 2 480 брендов (8 615 SKU). Таким образом, видно, что иностранные производители больше реализуют «уникальные» позиции — оригинальные препараты и брендированные генерики. Российские лекарства в большом объеме выпускаются в виде небрендированных генериков сразу несколькими предприятиями.

и структуре рецептурных и безрецептурных средств. Заметно выросло потребление ОТС-препаратов. Как на пике в марте, так и в течение года. Продажи безрецептурных лекарств находятся выше показателя 2019 года на 13,3% (для сравнения у Rx-средств — +8,0%). Это говорит о росте интереса к самолечению. Он поддерживался так или иначе новостными СМИ: было опубликовано много информации о методах лечения новой коронавирусной инфекции, что сильно повлияло на потребление. При этом к безрецептурным препаратам относятся и позиции, которые повышают иммунитет: они в 2020 году были особенно востребованы.

Соотношение объемов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска

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

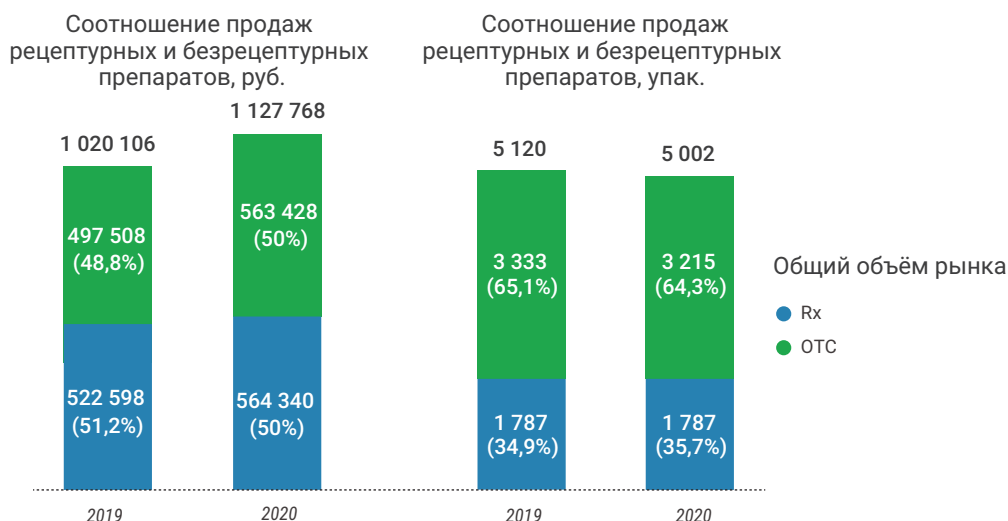
Что касается специфики, в целом на аптечном рынке препаратов доли Rx- и ОТС-препаратов практически равны в рублях. В натуральном объеме преимущество остается за безрецептурными средствами, доля которых составила 64,3%.

В динамика за несколько лет можно проследить тенденцию изменения структуры рынка в пользу рецептурных лекарственных средств: для сравнения в 2012 году их

Рисунок 7

Соотношение объемов продаж ОТС и Rx-препаратов розничного рынка России, 2019-2020 гг.

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.



удельный вес был на уровне 46,6% в деньгах и 27,8% в упаковках.

Средняя стоимость препарата, отпускаемого по рецепту врача, составила 316 рублей, безрецептурный препарат стоил в розничных ценах аптек в среднем 175 рублей. Цены на обе категории препаратов стали выше относительно прошлого года на 8,0% и 17,4% соответственно.

Соотношение продаж оригинальных и генериковых ЛП

Ситуация, сложившаяся на рынке в 2020 году, способствовала продолжению основных тенденций прошлых лет. На генериковые препараты приходится наибольший объем розничных продаж: их доля в рублях составила 60,8% (+0,8% относительно 2019 года), в упаковках — 82,3% (-0,7%). Если в упаковках генерики стабильно занимают долю свыше 80%, то в рублях отмечается заметный положительный тренд: с 54,6% в 2012 году до 60,8% в 2020 году.

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить заметное увеличение

продаж в рублях как у генериков, так и у оригинальных препаратов: +12,1% и +8,3%. В натуральных единицах измерения объем реализации генериковых средств снизился на 3,1%, тогда как темп прироста продаж оригинальных ЛП составил 1,5%, чем и обусловлено изменение структуры рынка в их пользу в упаковках.

Средняя стоимость оригинального препарата составила 499 руб./упак. (+6,7% к показателю 2019 года), генерик отпускался в среднем по 167 рублей (+15,6%).

Структура продаж ЛП розничного рынка по АТС-группам

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

Структура аптечного рынка по АТС-группам I-го уровня в 2020 году несколько изменилась относительно 2019 года:

- противомикробные препараты для системного использования (+48,1%) продемонстрировали наибольший темп прироста

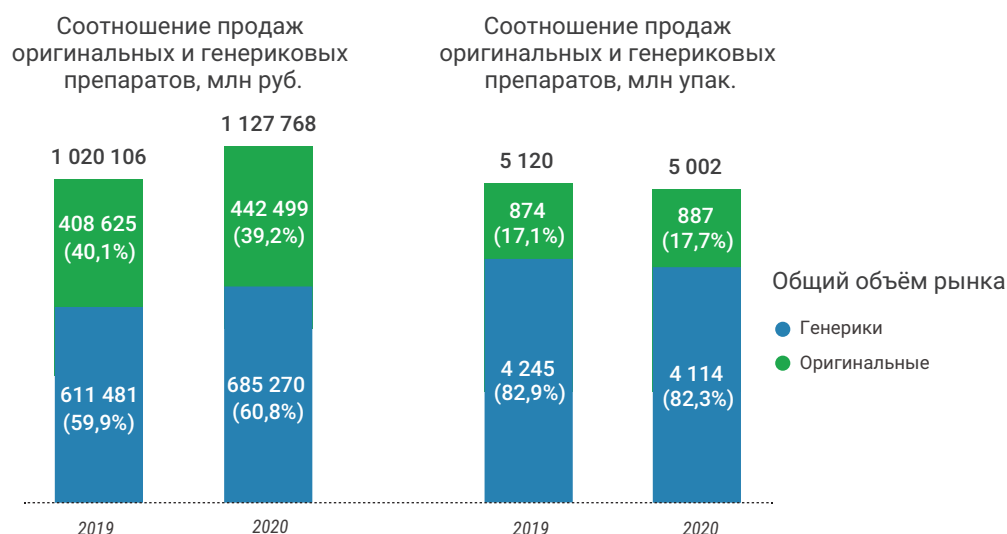


Рисунок 8

Соотношение объемов продаж оригинальных и генериковых препаратов розничного рынка России, 2019-2020 гг.

Таблица 2

Структура продаж
ЛП розничного
рынка России
по АТС-группам в
2020 году

АТС-группы I-го уровня	Стоимостной объём, млрд руб.	Прирост группы в стоимостном объёме, %	Натуральный объём, млн упак.	Прирост группы в натуральном объёме, %
Пищеварительный тракт и обмен веществ [A]	201,8	+7,9%	788,4	-6,6%
Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы [C]	163,9	+9,0%	660,8	-2,5%
Препараты для лечения заболеваний респираторной системы [R]	131,0	+3,6%	739,5	-4,8%
Препараты для лечения заболеваний нервной системы [N]	124,6	+5,4%	781,9	-3,4%
Противомикробные препараты для системного использования [J]	107,0	+48,1%	403,7	+22,5%
Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы [M]	91,4	+7,2%	386,9	-0,1%
Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны [G]	77,0	-0,3%	98,3	-4,2%
Препараты для лечения заболеваний кожи [D]	71,0	+12,7%	566,8	-6,6%
Препараты, влияющие на кроветворение и кровь [B]	57,4	+14,3%	152,1	-1,5%
Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы [L]	36,4	+40,8%	71,8	+30,9%
Препараты для лечения заболеваний органов чувств [S]	30,6	-1,2%	125,9	-8,0%
Препараты без указания АТС-группы	19,2	+1,9%	135,6	-7,9%
Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны) [H]	7,1	+19,3%	34,8	+8,2%
Прочие препараты [V]	6,9	+14,5%	34,6	-5,5%
Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты [P]	2,5	+0,6%	20,9	-10,4%

та в рейтинге АТС, что позволило группе [J] подняться на 5-ю строчку, вытеснив сразу две категории препаратов [M] и [G];

– группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (+40,8%) и [S] «Препараты для лечения заболеваний органов чувств» (-1,2%) поменялись местами в результате разнонаправленной динамики;

– группы [H] и [V] поменялись местами в результате более заметного роста спроса на гормональные препараты: +19,3% против +14,5%.

Традиционно лидирует группа [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (+7,9%) с долей 17,9% в стоимостном объеме. Лидерами в данной АТС стали эубиотик «Линекс» (доля в группе 2,7%), гепатопротекторы «Гептрал» (2,4%) и «Эссенциале» (2,3%). Существенный прирост реализации показали витамин D3 – регулятор кальциево-фосфорного обмена «АкваДетрим» (+112,6%), гепатопротекторное средство «Гептрал» (+33,8%) и препарат магния «Магне В6» (+29,4%). При этом максимальное падение отмечено у ещё одного гепатопротектора «Урсосан» (-3,0%).

Порядка 14,7% стоимостного объема продаж АТС-группы [A] приходится на подгруппу [A07] «Противодиарейные препараты». На первом месте по объёму продаж в группе [A07] оказался бренд «Линекс» с долей в рублях, соответствующей 18,3%. «Энтеросгель» и «Бифиформ» занимают в стоимостном рейтинге 2 и 3-е места с долями 9,8% и 7,0% соответственно. По количеству проданных упаковок лидирует недорогой и преимущественно отечественный препарат «Уголь активированный» (33,9% продаж [A07]).

Подгруппа [A13] «Общетонизирующие препараты» в 2020 году продемонстрировала самую высокую динамику в своём АТС – объём реализации вырос на 73,8% в рублях. Одной из причин является повышенный спрос на препараты, обладающие адаптогенным и иммуномодулирующим действием: «Трекрезан» (+95,0%), «Трекресил» (+281,8%), «Трекрезолид» (new).

На второй строчке по стоимостному объёму расположилась АТС-группа [C] «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» (доля 14,5%). Ведущими брендами группы [C] являются препараты «Детралекс» (доля 4,5%), «Конкор» (3,7%) и «Лориста» (3,3%). Максимальный вклад в увеличение продаж группы на 9,0% внесли гипотензивные средства «Бисопролол» (+21,5%) и «Лориста» (+10,3%), а также вено-tonизирующий препарат «Троксевазин» (+17,9%). Падением в первой десятке брендов группы отметился только препарат «Конкор» (-0,1%).

Замыкает тройку лидеров АТС-группа [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы» с долей 11,6% в рублях. Реализация препаратов группы [R] выросла на 3,6%. Наиболее заметная динамика была отмечена у подгруппы [R02] «Препараты для лечения заболеваний горла» (+6,0%) с основными брендами «Граммидин» (доля в подгруппе 19,2% в руб.), «Стрепсилс» (18,9%) и «Лизобакт» (12,5%).

Прирост ёмкости и средней стоимости упаковки в АТС-группах представлен на рисунке 9.

Максимальный прирост в 2020 году продемонстрировали АТС-группы [J] «Противомикробные препараты для системного

использования» (+48,1%), [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (+40,8%) и [H] «Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)» (+19,3%).

Заметим, что высокие продажи на группы [J] и [L] сохраняются с апреля 2020 года. Причём даже летом не было «сезонного» спада продаж.

Среди противомикробных препаратов для системного использования наибольшим проростом отметились противовирусные препараты [J05] (+81,5%): «Арбидол» (+353,9%), «Номидес» (+301,8%) и «Ингавирин» (+110,9%).

Группа противоопухолевых препаратов и иммуномодуляторов расположилась на втором месте по темпу прироста. Максимальное увеличение продаж показали иммуномодуляторы [L03] (+48,3%), на которых приходится 89,2% продаж группы [L]. Внутри под-

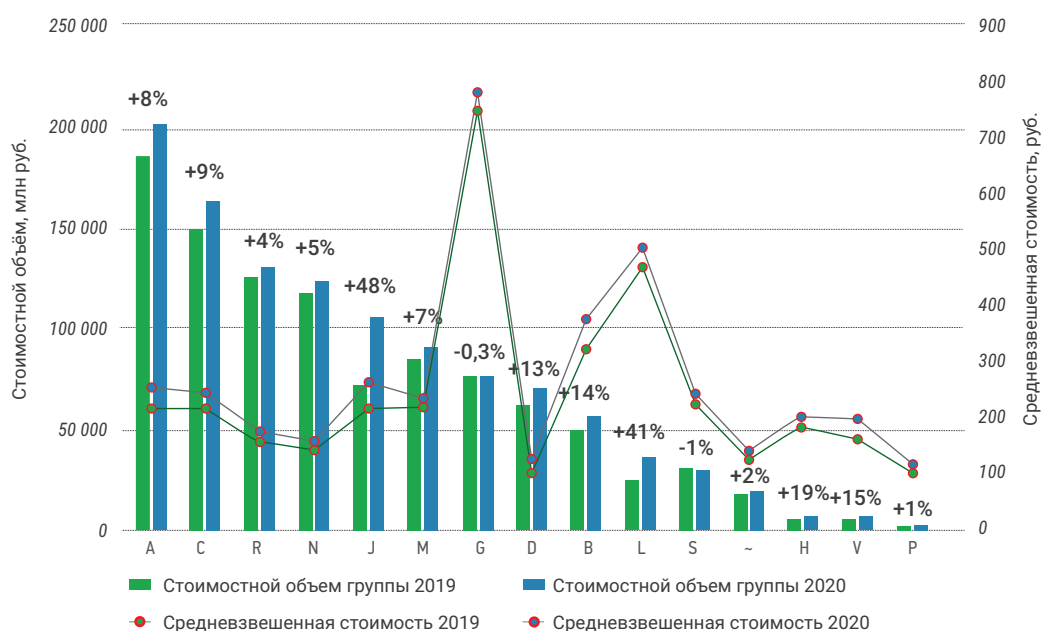
группы [L03] наиболее востребованными оказались иммуностимуляторы «Гриппферон» (+297,0%), «Галавит» (+172,7%) и «Бронхо-Мунал» (+156,8%).

Рост группе гормональных препаратов для системного использования (исключая половые гормоны) обеспечили глюкокортикостероиды «Дексаметазон» (+71,3%), «Дипроспан» (+51,5%), «Метипред» (+33,4%).

В натуральном выражении лидерами по росту потребления стали группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (+30,9%) и [J] «Противомикробные препараты для системного использования» (+22,5%). Наибольшее снижение аптечных продаж в упаковках было зафиксировано у противопаразитарных средств, инсектицидов и репеллентов (-10,4%), препаратов для лечения заболеваний органов чувств (-8,0%), а также лекарств без указания АТС-группы (-7,9%).

Рисунок 9

Структура розничного рынка ЛП, 2019-2020 гг.



Наибольшая средневзвешенная цена одной упаковки ЛП по итогам 2020 года составила 784 рубля для препаратов группы [G] «Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны». Такая высокая цена объясняется тем, что стоимость упаковки некоторых ЛП этой группы достигает 10 тыс. рублей и выше. Также высокая средневзвешенная цена отмечается в группах [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» — порядка 507 рублей, [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» — около 378 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 2020 году внесли группы [J] «Противомикробные

препараты для системного использования», [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» и [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы», что суммарно составило 7,3% или около 61,2% от роста рынка в целом.

Производители ЛП розничного рынка

В таблице 3 приведены ТОП-20 производителей, лидирующих по стоимостному объёму продаж на коммерческом рынке России в 2020 году.

В 2020 году на российском фармацевтическом рынке присутствовало более 1100 игроков. Суммарно на ТОП-20 фирм приходится 53,2% стоимостного объёма продаж ЛП. По сравнению с 2019 годом общая доля двадцатки увеличилась на 0,7%.

Рейтинг производителей за год изменился менее заметно, нежели ТОП-20 брендов:

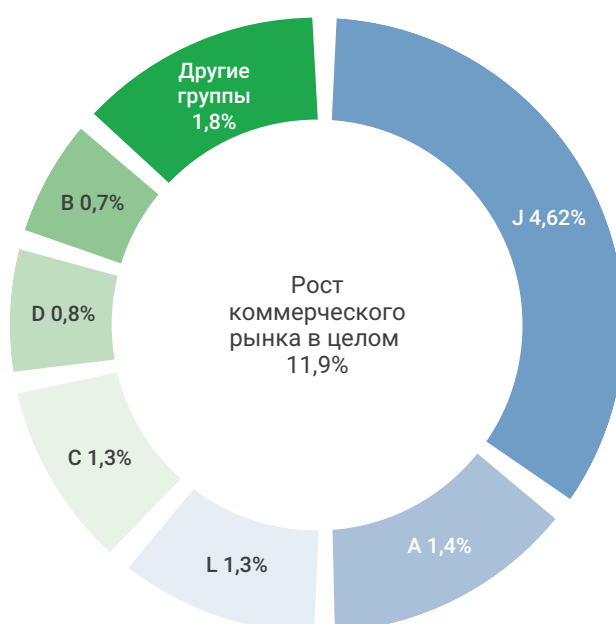


Рисунок 10

Взвешенный прирост ЛП розничного рынка по АТС-группам в 2020 году

Таблица 3

ТОП-20
производителей ЛП
по стоимостному
объёму в 2020 году

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

Рейтинг	Изменение	Производитель	Объём продаж, млн руб.	Доля, %	Прирост, % 2020/2019
1	-	Bayer	51 602,4	4,6%	+18,1%
2	+2	Novartis	47 044,8	4,2%	+26,6%
3	+4	Отисифарм	44 275,6	3,9%	+37,1%
4	-1	Sanofi	41 351,0	3,7%	+6,2%
5	-3	Stada	40 857,0	3,6%	+3,2%
6	-1	Teva	38 014,4	3,4%	+10,1%
7	-1	Servier	34 190,3	3,0%	+2,3%
8	-	KRKA	30 861,9	2,7%	+6,1%
9	+1	A. Menarini	30 683,7	2,7%	+11,5%
10	-1	GlaxoSmithKline	29 729,7	2,6%	+3,2%
11	+1	Abbott	26 753,4	2,4%	+8,8%
12	-1	Gedeon Richter	25 044,9	2,2%	-4,4%
13	-	Johnson & Johnson	22 338,8	2,0%	+4,6%
14	-	Фармстандарт	22 216,2	2,0%	+10,8%
15	-	Polpharma	21 000,2	1,9%	+15,5%
16	+3	Валента Фарм	20 352,2	1,8%	+40,1%
17	-	Pfizer	19 847,6	1,8%	+11,4%
18	-2	Dr.Reddy's	19 623,2	1,7%	+8,9%
19	+1	Озон	17 688,4	1,6%	+35,7%
20	+5	Вертекс	16 737,6	1,5%	+49,6%

в двадцатку лидеров в 2020 году попал только один новый игрок – отечественная компания «Вертекс» (+5 строчек).

ТОП-20 возглавила немецкая корпорация Bayer (доля 4,6% в руб.), относительно 2019 года продажи фирмы выросли на 18,1%. Производитель Novartis (4,2%) поднялся на 2-ю строчку за счёт увеличения объёма реализации на 26,6%. Замыкает тройку лидеров компания «Отисифарм» (3,9%), которая также отметилась положительной динамикой продаж (+37,1%; +4 места).

Уже традиционно лидером рынка по итогам года в аптечном сегменте становится компания Bayer (доля 4,6% в рублях), объём продаж которой в аптечном сегменте вырос на 18,1%. Портфель немецкой корпорации включает 68 брендов, реализуемых в аптеках. Максимальный объём продаж компании приходится на антикоагулянтное средство прямого действия «Ксарелто» — его доля в продажах компании по итогам 2020 года составила 22,7% в рублёвом эквиваленте (+2,3% относительно 2019 года), а объём реализации за год увеличился на 31,2%. На первом месте по приросту объёма реализации (из ТОП-10 портфеля Bayer) находится антацидное средство «Ренни»: +40,7% к уровню продаж 2019 года. В натуральном выражении по объёму продаж лидируют такие «хиты продаж» как «Ренни», «Релиф» и «Бепантен». На эти три позиции приходится 32,4% проданных упаковок, что почти в 2 раза превышает суммарную долю этих препаратов в стоимостном объёме продаж компании.

На втором месте расположилась корпорация Novartis с долей 4,2%. Темп прироста продаж компании по итогам 2020 года составил 26,6%, за счёт чего производитель

улучшил свою позицию в рейтинге на 2-е строчки. Ряд ведущих препаратов компании отметились заметным увеличением продаж — «Бронхо-Мунал» (+156,8% к уровню продаж 2019 года), «АЦЦ» (+54,3%), «Амоксиклав» (+35,7%). Из первой десятки ассортиментного ряда Novartis реализация снизилась только у гипогликемического средства «Галвус Мет» (-3,6% по сравнению с уровнем продаж 2019 года).

Отечественный производитель «Отисифарм» (+4 места) поднялся на третью позицию в рейтинге, уступив лидеру всего лишь 0,6% по доле в рублях. Объём продаж компании в 2020 году вырос на 37,1% по отношению к предыдущему году. В российских аптеках реализуется 37 брендов фирмы, из них весомый рост спроса был зафиксирован на противовирусные препараты «Арбидол» (+353,9%) и «Амиксин» (+104,7%). Среди ключевых брендов была и «падающая» группа препаратов: средство от кашля «Коделак» (-11,0%), противоконгестивное средство «Риностоп» (-4,4%) в форме спрея и капель и противогрибковый препарат «Микодерил» (-2,9%).

Объём реализации у всех производителей лекарственных препаратов ТОП-20 вырос за исключением компании Gedeon Richter (-4,4%). Отрицательную динамику фармацевтической корпорации обеспечили препарат калия и магния «Панангин» (-8,5%), гипотензивное средство «Диротон» (-6,7%) и основной бренд компании — миорелаксант «Мидокалм» (-2,7%).

Максимальный темп прироста продемонстрировали российские корпорации «Вертекс» (+49,6%), «Валента Фарм» (+40,1%) и «Отисифарм» (+37,1%). Увеличение спроса на антибиотик-азалид «Азитромицин»

Таблица 4

ТОП-20
производителей ЛП
по натуральному
объёму в 2020 году

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

Рейтинг	Изменение	Производитель	Объём продаж, млн упак.	Доля, %	Прирост, % 2020/2019
1	-	Фармстандарт	367,4	7,3%	+0,7%
2	-	Stada	201,3	4,0%	-0,4%
3	+1	Отисифарм	180,5	3,6%	+6,1%
4	-1	Озон	177,5	3,5%	-10,6%
5	+3	Обновление	151,5	3,0%	+10,7%
6	-	Тулская Фармацевтическая Фабрика	149,6	3,0%	+0,8%
7	-	Teva	144,9	2,9%	+4,7%
8	+1	Polpharma	121,3	2,4%	+4,8%
9	-4	Верофарм	119,6	2,4%	-28,2%
10	+1	Novartis	117,7	2,4%	+17,0%
11	-1	Dr.Reddy's	112,0	2,2%	+1,9%
12	-	Sanofi	100,8	2,0%	+0,2%
13	+1	A. Menarini	93,0	1,9%	+5,3%
14	+1	Синтез	91,6	1,8%	+4,8%
15	+7	Вертекс	89,6	1,8%	+35,2%
16	+4	Гиппократ	84,8	1,7%	+7,1%
17	+2	Johnson & Johnson	79,3	1,6%	-0,8%
18	-2	GlaxoSmithKline	79,1	1,6%	-4,8%
19	-1	KRKA	76,3	1,5%	-5,9%
20	+5	Гротекс	74,9	1,5%	+29,2%

(+188,3%), антигипертензивный препарат «Лозартан» (+167,0%) и противомикробное средство – фторхинолон «Левифлоксацин» (+126,1%) позволило фирме «Вертекс» попасть в рейтинг ведущих производителей. Противовирусное средство «Ингавирин» (+110,9%), рекомендованное как часть комплексной терапии новой коронавирусной инфекции, обеспечило +3 строчки компании «Валента Фарм». Заметно выросла доля отечественной компании «Отисифарм» (+0,8%) в результате увеличения продаж противовирусных препаратов «Арбидол» (+353,9%) и «Амиксин» (+104,7%), а также препарата магния «Магнелис» (+22,4%).

Рейтинг производителей в большей мере представлен иностранными компаниями: в 2020 году в ТОП-20 вошли уже 5 отечественных компаний: 3-я строчка – «Отисифарм» (доля 3,9% в руб.), 14 строчка – «Фармстандарт» (2,0%), 16 строчка – «Валента Фарм» (1,8%), 19 строчка – «Озон» (1,6%), 20 строчка – «Вертекс» (1,5%).

В упаковках преимущество остаётся за российскими компаниями и зарубежными с высокой долей генериков в своём ассортименте. Максимальная доля – у «Фармстандарта» (7,3%). Stada занимает порядка 4,0% в упаковках от аптечных продаж. Тройку лидеров замыкает «Отисифарм» – 3,6%. ТОП-20 производителей рейтинга в упаковках занимают более половины аптечного рынка ЛП (52,2%), что сопоставимо с концентрацией в стоимостном выражении (на ТОП-20 корпораций приходится 53,2%).

Отдельно стоит выделить динамику компании «Вертекс» (+35,2%), которая продвинулась сразу на 7 позиций вверх в рейтинге. Наиболее успешными оказались марки производителя, предназначенные для те-

рапии заболеваний сердечно-сосудистой системы: гипотензивный препарат «Лозартан» (+148,9%) и АПФ ингибитор «Лизиноприл» (+104,6%), а также антибиотик «Азитромицин» (+176,0%).

Препараты розничного коммерческого рынка

В таблице 5 приведены ТОП-20 брендов, лидирующих по объёму продаж на коммерческом рынке России в 2020 году.

В 2020 году на аптечных полках было представлено 5 455 брендов лекарственных препаратов. На ТОП-20 брендов лекарств пришлось 12,4% рынка в рублях. В рейтинге брендов, лидирующих по стоимостному объёму на розничном рынке, можно отметить ряд изменений. Первое место удерживает антикоагулянтное средство прямого действия «Ксарелто» (доля 1,0% в руб.) компании Bayer, продемонстрировав увеличение продаж на 31,2% относительно 2019 года. Максимальный темп прироста показал противовирусный препарат «Арбидол» (доля 1,0%) производства фирмы «Отисифарм», который в результате увеличения реализации на 353,9% поднялся с 76-й строчки на 2-ю позицию. Замыкает тройку лидеров препарат для лечения и профилактики ОРВИ «Ингавирин» (1,0%) от производителя «Валента Фарм». Продажи противовирусного средства за год увеличились на 110,9%, в итоге бренд укрепил свои позиции в рейтинге на 9 мест.

Из заметных положительных изменений можно выделить три препарата корпорации Novartis: +67 мест у препарата «Бронхо-Мунал» (+156,8% относительно 2019 года) для лечения и профилактики инфекций дыхательных путей, +13 мест у муко-

Таблица 5

ТОП-20 брендов по
стоимостному объёму
в 2020 году

Рейтинг	Изменение	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля, %	Прирост, % 2020/2019
1	-	Ксарелто	11 698,7	1,0%	+31,2%
2	+74	Арбидол	11 220,1	1,0%	+353,9%
3	+9	Ингавирин	11 045,4	1,0%	+110,9%
4	-2	Нурофен	7 905,9	0,7%	+1,3%
5	-	Мирамистин	7 822,3	0,7%	+22,0%
6	-3	Детралекс	7 347,0	0,7%	+6,2%
7	+10	Эликвис	6 937,6	0,6%	+59,2%
8	-2	Пенталгин	6 807,4	0,6%	+8,8%
9	-	ТераФлю	6 711,6	0,6%	+13,9%
10	-6	Мексидол	6 562,1	0,6%	+0,2%
11	+67	Бронхо-Мунал	6 311,0	0,6%	+156,8%
12	-2	Кардиомагнил	6 183,4	0,5%	+5,9%
13	-6	Конкор	6 073,4	0,5%	-0,1%
14	+13	АЦЦ	5 531,7	0,5%	+54,3%
15	+3	Линекс	5 426,2	0,5%	+26,2%
16	-3	Лориста	5 345,3	0,5%	+10,3%
17	+7	Амоксиклав	5 285,5	0,5%	+35,7%
18	-10	Кагоцел	5 078,4	0,5%	-15,2%
19	-4	Лозап	5 032,0	0,4%	+5,2%
20	-4	Вольтарен	5 008,7	0,4%	+6,4%

литического средства «АЦЦ» (+54,3%) и +7 мест у антибиотика «Амоксиклав» (+35,7%). Антикоагулянтное средство прямого действия «Эликвис» (+59,2%) от фирмы Pfizer поднялось в рейтинге на 10 строчек.

Падением отметились только два торговых наименования. Отечественное противовирусное средство «Кагоцел» компании «Нирмедик Плюс» переместилось с 8 строчки на 18-ю из-за снижения реализации на 15,2%.

Рейтинг ключевых ЛП покинули стимулятор репарации тканей «Актовегин» (21-я строчка в 2020 году), диуретическое средство растительного происхождения «Канефрон» (22 строчка), гепатопротектор «Эссенциале» (24 строчка) и миорелаксант центрального действия «Мидокалм» (32 строчка).

Большая часть препаратов рейтинга в 2020 году представлена сезонными средствами, которые относятся к широкой группе лечения бактериальных и вирусных инфекционных заболеваний. Кроме того, спросом пользуются антикоагулянты средства, угнетающие активность коагуляционного гемостаза. А тромбообразование – это типичное осложнение течения новой коронавирусной инфекции.

В упаковках по-прежнему лидируют «традиционные» дешёвые препараты «Цитрамон» (доля 1,7% в упак.), «Парацетамол» (1,6%) и «Ацетилсалициловая Кислота» (1,5%). Большинство препаратов (13 брендов), входящих в ТОП-20 по объёму в натуральном эквиваленте, показали отрицательную динамику. Наибольший темп снижения продемонстрировали пластыри «Бактерицидный Пластырь» (-37,0% относительно 2019 года),

энтеросорбент «Уголь Активированный» (-26,6%), а также седативное средство «Валериана» (-15,8%).

Максимальный прирост продаж при этом показали антибиотик-цефалоспорины «Цефтриаксон» (+55,6%), анальгетик «Парацетамол» (+44,4%) и антисептическое средство «Перекись Водорода» (+18,7%), что также обусловлено эпидемиологической обстановкой в стране. ТОП-20 брендов в натуральном эквиваленте занимает 20,2% розничных продаж, т.е. их концентрация выше, чем в стоимостном объёме. Средневзвешенная цена ТОП-20 в упаковках составляет около 45 рублей.

6. ЖНВЛП

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

С 1 января 2020 года перечень ЖНВЛП стал включать в себя 758 позиций, список был расширен на 23-и препарата относительно 2019 года, также один препарат из уже включённых заменят: 8 новых противоопухолевых препаратов, 4 препарата от бронхиальной астмы, 3 – антибиотики и противогрибковые средства, по два – для лечения гепатита С и ревматоидного артрита, по одному – для терапии сахарного диабета, избытка гормона роста, псориаза, шизофрении и лекарственное средство для диагностики магнитно-резонансной томографии.

По итогам 2020 года в продажах аптек были зафиксированы 722 МНН, относящихся

к перечню ЖНВЛП (что соответствует 2 286 брендам). Объём продаж препаратов перечня ЖНВЛП составил 417,9 млрд рублей или 2 266 млн упаковок (рисунок 11).

Отметим, что в стоимостном выражении объём продаж ЖНВЛП вырос более заметно, чем по остальному перечню препаратов (+13,4% — ЖНВЛП, +8,9% — не-ЖНВЛП). В натуральном выражении продажи ЖНВЛП увеличились на 1,8%, тогда как объём реализации препаратов, не включённых в список, снизился на 5,5%.

Доля отечественных жизненно необходимых лекарственных препаратов в натуральном выражении составила 58,8%, в деньгах их доля была на уровне 39,0%.

Средневзвешенная цена на ЖНВЛП по итогам 2020 года составила 184 рубля, причём цена одной упаковки отечественного препарата составила около 122 рублей, а импортного почти в 2,2 раза выше (273 рубля).

Средняя стоимость препаратов ЖНВЛП оказалась ниже средневзвешенной цены на прочие препараты (259 рублей). Это свидетельствует о том, что в сегменте ЖНВЛП

смещение продаж в сторону дорогих лекарств произошло менее заметно, чем в целом по рынку.

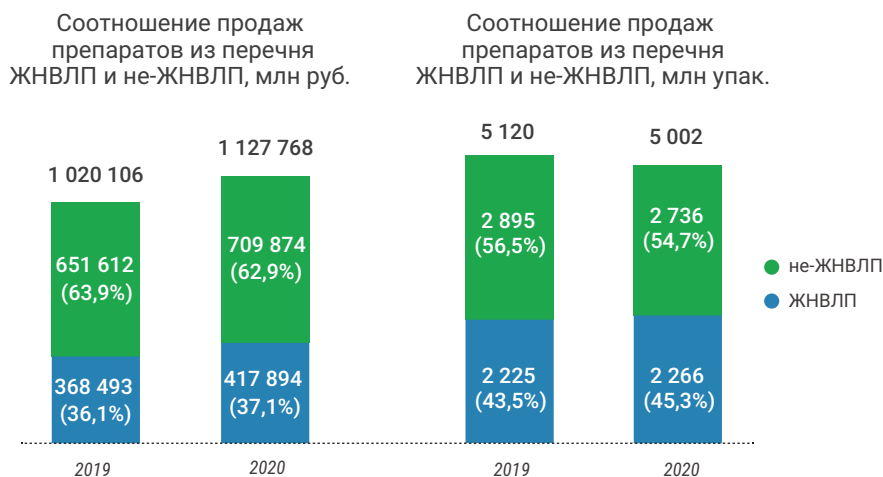
На рисунке 12 приведён индекс цен по различным группам лекарств.

В 2020 году инфляция на лекарства была более заметная, чем в 2019 году, особенно на фоне показателя прошлого года (1,8%) — по итогам декабря 2020 года цены выросли на 7,3% относительно декабря 2019 года. Инфляционная составляющая больше проявила себя на препаратах, не входящих в перечень ЖНВЛП, и достигла в 2020 году 8,5%. Увеличение цен на препараты списка ЖНВЛП было ниже, но не значительно: в 2020 году такие препараты выросли на 5,0%. Это связано и с тем, что производители получили возможность индексировать цены на дешёвые позиции, включённые в ЖНВЛП.

Рейтинг продаж ЛП по МНН, включённым в перечень ЖНВЛП, представлен в таблице 6. Возглавляет этот рейтинг МНН «Ксилометазолин», объём продаж которого вырос в 2020 году на 1,8% относительно предыдущего года. Отметим, что в 2016-2019 гг. лидером также был «Ксилометазолин».

Рисунок 11

Соотношение продаж препаратов из перечня ЖНВЛП и не-ЖНВЛП, 2019-2020 гг.



Расстановка сил в рейтинге заметно изменилась: за счёт высокой динамики продаж в ТОП-20 вошло 5 новых МНН: «Умифеновир» (+33 места; +309,8% относительно 2019 года), «Тилорон» (+26 мест; +110,1%), «Азитромицин» (+14 мест; +101,6%), «Интерферон альфа-2b» (+14 мест; +93,3%), «Ацетилцистеин» (+6 мест; +56,1%). Противовирусные препараты, цитокины, отхаркивающие муколитические средства, антибактериальные препараты – все эти средства назначаются в комплексной терапии новой коронавирусной инфекции и других ОРВИ.

Ценовая сегментация препаратов розничного рынка

Средневзвешенная цена одной упаковки ЛС составила 225 рублей, что на 13,2% выше, чем в 2019 году. Дешёвые лекарства всё меньше пользуются спросом у россиян, и потребители аптек переходят на более дорогостоящие средства и упаковки большего содержания. На фоне кризисных явлений (рост курса доллара и евро) в полной мере сдержать рост цен на лекарственные препараты не удалось. Инфляционный показатель конечно ниже чем в 2014-2015 году, когда скачок валют был более существенен, но тоже довольно высокий – 7,3%

(особенно в сравнении с показателем 2019 года – 1,8%).

На рисунке 13 представлена структура коммерческого рынка и средняя стоимость упаковки в ценовых сегментах в 2019-2020 гг.

За год структура рынка в рублях изменилась в пользу препаратов «высокого» ценового сегмента относительно прошлого года. Положительная динамика продаж была отмечена у всех категорий за исключением сегмента «до 50 руб.». Наиболее заметный прирост продаж продемонстрировали лекарственные средства с ценой свыше 500 рублей (+17,6% в руб. и +18,7% в упак.). Благодаря этому удельный вес дорогих лекарств вырос на 2,7% в рублёвом и на 2,0% в натуральном эквиваленте. Заметим, что данный сегмент растёт от года к году. Причин здесь несколько: это не только уход препаратов, но и повышение цен и переход лекарств в другую категорию, а также изменение содержания потребительской корзины. При этом на данную группу препаратов наблюдается один из самых низких показателей инфляции – 5,3%. Таким образом, основную роль сыграли изменения в предпочтениях потребителей при выборе лекарственных средств.

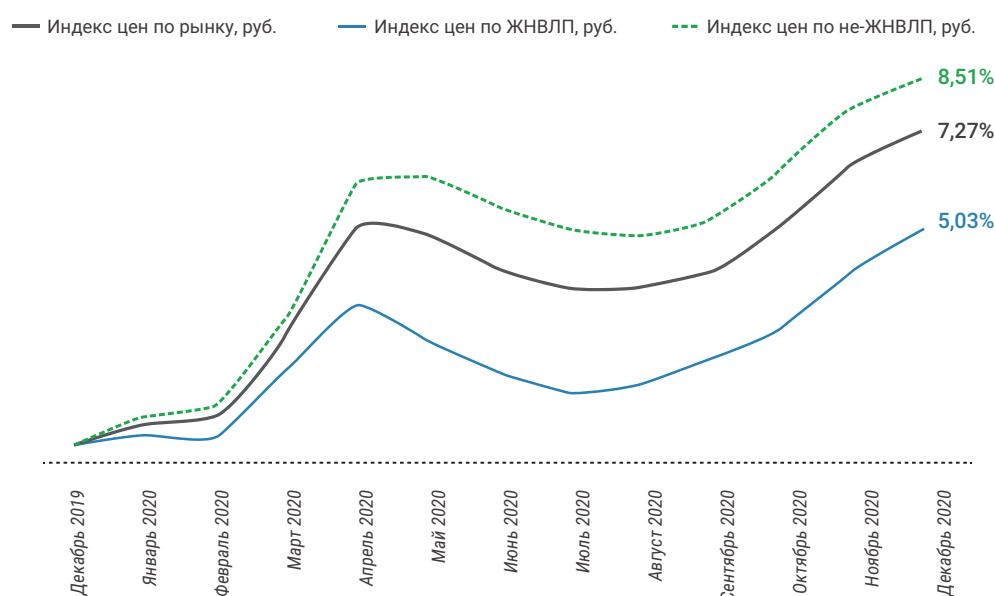


Рисунок 12

Динамика индекса цен на розничном рынке в 2020 году

Таблица 6

ТОП-20 МНН,
включённых
в перечень ЖНВЛП,
по стоимостному
объёму продаж
в 2020 году

Рейтинг	Изменение	МНН	Доля в продажах ЖНВЛП, руб.	Объём продаж, млрд руб.	Лидер среди брендов внутри МНН
1	-	Ксилометазолин	4,3%	17,9	Снуп
2	+33	Умифеновир	3,0%	12,4	Арбидол
3	-1	Ибупрофен	2,9%	11,9	Нурофен
4	+1	Ривароксабан	2,8%	11,7	Ксарелто
5	+9	Имидазолилэтанамида пентандиовой кислоты	2,6%	11,0	Ингавирин
6	-3	Бисопролол	2,5%	10,6	Конкор
7	-3	Панкреатин	2,5%	10,2	Креон
8	+14	Азитромицин	1,9%	8,1	Азитромицин
9	-	Амоксициллин+ [Клавулановая кислота]	1,8%	7,5	Амоксиклав
10	-4	Этилметилгидроксипиридина сукцинат	1,8%	7,4	Мексидол
11	-3	Лозартан	1,7%	7,3	Лориста
12	-5	Аторвастатин	1,7%	7,1	Аторвастатин
13	+6	Апиксабан	1,7%	6,9	Эликвис
14	+14	Интерферон альфа-2b	1,5%	6,3	Гриппферон
15	-2	Метформин	1,5%	6,3	Метформин
16	-5	Омепразол	1,5%	6,1	Омепразол
17	+26	Тилорон	1,4%	5,9	Амиксин
18	-	Адеметионин	1,4%	5,8	Гептрал
19	+6	Ацетилцистеин	1,3%	5,6	АЦЦ
20	-8	Урсодезоксихолевая кислота	1,3%	5,4	Урсосан

Наибольшая инфляция коснулась препаратов из дешёвого сегмента – 27%, причем такой высокий рост цен на все лекарства: и из списка ЖНВЛП, и вне его. В результате это привело к переходу в другой ценовой сегмент. Таким образом, эта группа потеряла в 2020 году лидерство в упаковках: доля сократилась на 6,7% в натуральном выражении и на 0,8% в стоимостном объёме в результате снижения продаж. А за несколько лет падение доли было более ощутимо: с 53,1% в упаковках и с 7,1% в рублях в 2012 году.

В упаковках заметнее всего вырос вес препаратов из ценового диапазона «от 50 до 150 руб.» (+2,5%).

Самый стабильный сегмент «от 150 до 500 руб.» – его доля сохраняется на протяжении длительного периода на уровне 40-46% в стоимостном выражении.

При этом, если «закрепить» потребительскую корзину на уровне 2019 года (то есть вне зависимости от того, какая цена у пре-

парата в 2020 году, он попадёт в тот же сегмент, в котором оказывается по итогам 2019 года), то доля препаратов с ценой менее 50 рублей в 2020 году составит 6,3%, то есть на 2,1% больше, чем в 2019 году. Это свидетельствует о том, что довольно заметная группа дешёвых препаратов в 2020 году подорожала, автоматически перейдя в следующую ценовую категорию. Помимо этого, на этот факт указывает ещё и увеличение средней цены за упаковку в сегменте «до 50 рублей» на 11,1%. Но при этом группа препаратов из низкого ценового сегмента единственная показывает отрицательную динамику в упаковках (-12%). Таким образом, видно, что фактическое потребление этого сегмента снижается.

Высокую положительную динамику в натуральном выражении при «закреплении» потребительской корзины на уровне предыдущего года имеет сегмент с ценой «более 500 руб.» (+11%). Таким образом, можно сделать вывод о фокусировании потребителя на более дорогостоящих средствах и упаковках большего содержания.

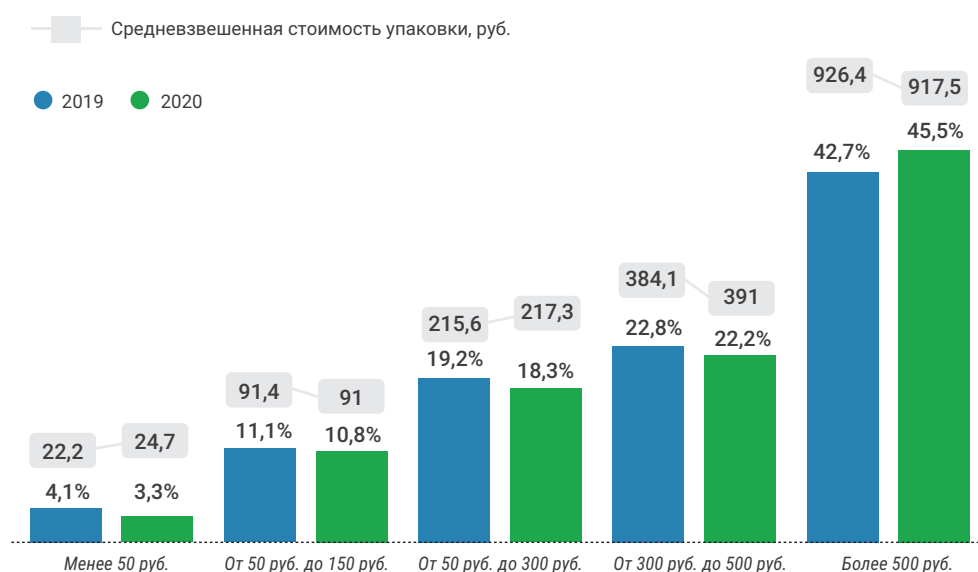


Рисунок 13

Структура стоимостных продаж ЛП розничного рынка по ценовым сегментам, 2019-2020 гг.

Индекс цен препаратов розничного коммерческого рынка

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

В отчётном периоде ценовой фактор оказал существенное влияние: в декабре 2020 года цены выросли на 7,3% относительно декабря 2019 года, тогда как годом ранее этот же показатель был на уровне 1,8%.

В 2020 году инфляция на лекарства (7,3%) была выше, чем в целом индекс потребительских цен Госкомстата (4,91%).

Наиболее востребованные препараты росли в цене чуть медленнее, чем в целом была инфляция на лекарства: индекс цен на ТОП-100 брендов по обороту в 2019 году составил 6,3% (рисунок 14). Заметим, что до апреля 2020 года увеличение стоимости было практически одинаково, а вот с лета аптеки стали работать с ассортиментом по-разному, пытаясь привлечь потребителя более низкими ценами позиции, которые в 2019 году были менее востребо-

ваны чем в 2020 году под влиянием эпидемиологической обстановки.

Индекс цен на импортные и локализованные препараты в 2020 году показан на рисунке 15.

Высокий рост цен на препараты отмечается во всех подгруппах: импортные увеличились в цене на 6,1%, локализованные лекарства стали стоить дороже на 8,9%. Рецептурные препараты в среднем потребителю стали обходиться на 6,2% дороже, безрецептурные — на 8,4%.

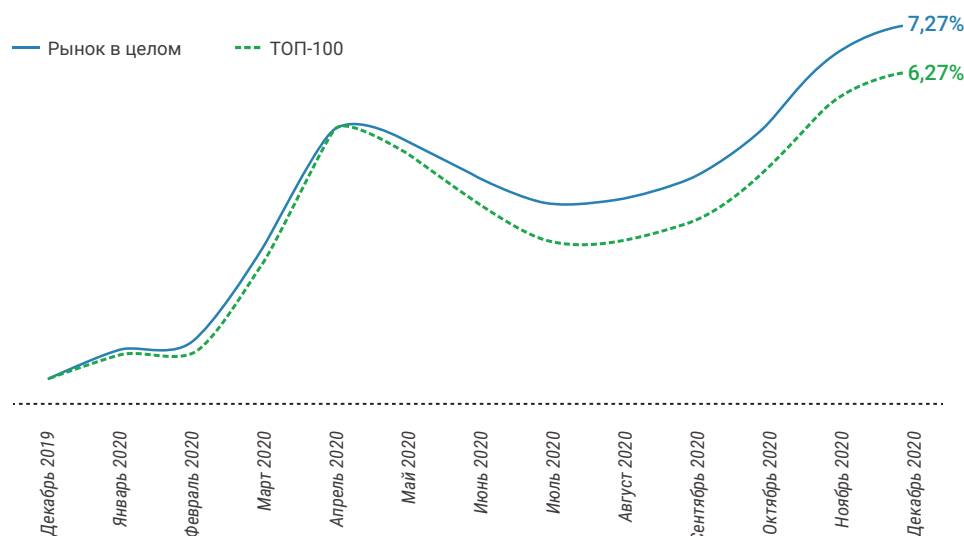
В 2021 году Росстат планирует расширить «потребительскую корзину» для расчёта инфляции с 40 до 53 наименований лекарственных препаратов. В том числе в перечень вошли средства для терапии новой коронавирусной инфекции: «Азитромицин», «Цефтриаксон», «Осельтамивир» (бренд «Номидес»), «Апиксабан» («Эликвис») и витамин Д3.

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

Общий индекс потребительских цен в 2020 году составил 4,91%. Инфляция в 2020 году стала максимальной после 2016 года (2016 г. — 5,4%;

Рисунок 14

Изменение цен на ЛП на розничном рынке России в 2020 году



2017 г. – 2,5%; 2018 г. – 4,3%, 2019 г. – 3,0%), превысив официальный прогноз правительства (3,8%) более чем на 1 процентный пункт. Центральный банк РФ лишь в середине декабря повысил свой прогноз с 3,9-4,2% до 4,6-4,9%. По оценке Минэкономразвития, ослабление валютного курса рубля и рост биржевых цен на ключевые продовольственные товары оказали наибольшее влияние на ускорение инфляции.

Продукты питания в декабре 2020 года подорожали на 6,7% к декабрю 2019 года – это в 2,6 раза больше показателя предыдущего года (2,6%). Менее всего выросли цены на бензин (2,5%) и услуги (2,7%).

В 2021 году Банк России ожидает рост цен на 3,5-4%.

Новые препараты розничного рынка

В 2020 году на коммерческом фармацевтическом рынке появилось порядка 300 новых брендов лекарственных препаратов. Совокупный объем продаж «новинок» по итогам года составил 2,26 млрд рублей или 5,6 млн упаковок, что соответствует 0,20% стоимостного и 0,11% натурального объема аптечных продаж всех лекарствен-

ных препаратов в целом. Средневзвешенная цена одной упаковки нового лекарственного средства составила 407 рублей.

Отношение количества брендов отечественного и импортного производства в выборке «новинок» ЛП 2020 года составило 78% к 22%. Относительно аналогичного показателя 2019 года (77% к 23%) преимущество немного сместилось в пользу российских препаратов. Это позволяет сделать вывод об увеличении темпов повышения рыночной доли препаратов отечественного производства в розничном сегменте ЛС, в том числе и за счёт вывода на рынок новых позиций.

Рейтинг преимущественно представлен новыми препаратами от отечественных компаний (16 наименований). В ТОП-20 новинок не нашлось ни одного оригинального препарата – весь рейтинг заняли препараты-генерики.

Ключевым брендом по объёму розничных продаж в стоимостном выражении среди новых лекарств, вышедших на рынок РФ в 2020 году, стал препарат «Арепливир» производства российской фирмы «Промомед Рус». Объём продаж данного препарата составил 387,4 млн рублей. «Арепливир»,

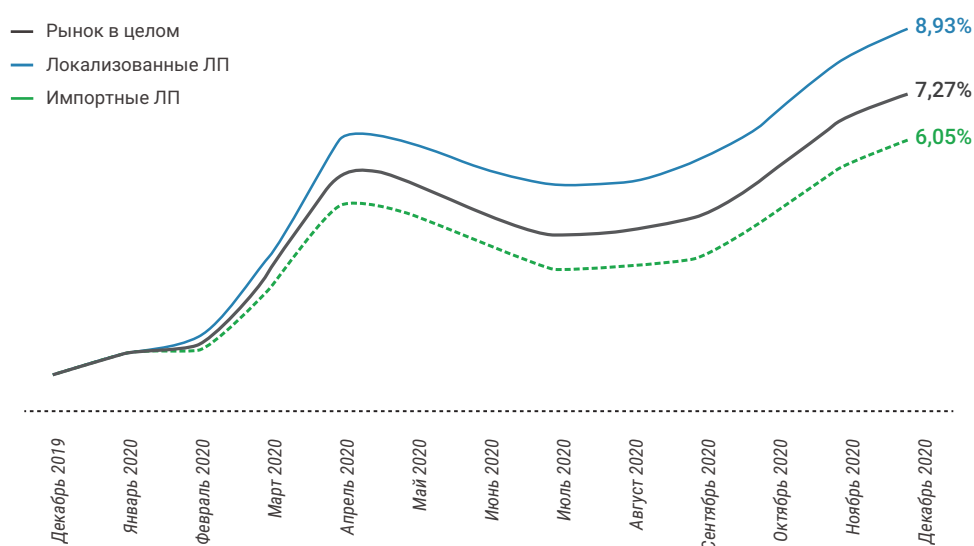


Рисунок 15

Индекс цен на импортные и локализованные препараты на розничном рынке России в 2020 году

согласно документации, составляющей регистрационное досье, относится к фармакотерапевтической группе «противовирусное средство». В качестве основного действующего вещества рецептурного лекарственного препарата «Арепливир» выступает «Фавипиравир». Лекарственное средство в форме таблеток, покрытых плёночной оболочкой, предназначено для лечения новой коронавирусной инфекции (COVID-19).

На второй позиции рейтинга – лекарственный препарат «Трекрезолид» от компании «Усолье-Сибирский Химфармзавод». «Трекрезолид» – адаптогенное средство, применяемое в составе комплексной терапии для профилактики и лечения острых респираторных заболеваний, а также в период высоких интеллектуальных и тяжёлых физических нагрузок, и для повышения устойчивости организма различным стрессовым воздействиям. Объём продаж данного средства в 2020 году составил 221,9 млн рублей.

Замыкает тройку лидеров препарат «Коронавир» (производитель «Р-Фарм») с объёмом 159,8 млн рублей. Как и у препарата «Арепливир», занявшего первую строчку, действующим веществом является «Фавипиравир», соответственно оно также относится к фармакотерапевтической группе

«противовирусное средство» и предназначено для лечения COVID-19.

Если в 2019 году производителем-лидером по количеству попаданий препаратов в рейтинг безоговорочно являлся «Гротекс», то в ушедшем 2020 компании распределились более равномерно. Производителем-лидером стала фармацевтическая компания Polpharma, занявшая сразу три строчки рейтинга. Следом расположился целый ряд производителей, с одинаковым количеством упоминаний в рейтинге («Промомед Рус», «Гротекс», «Северная Звезда», «Озон»).

События, связанные с повсеместным распространением коронавирусной инфекции, оказали огромное влияние и на продажи препаратов-новинок. В 2020 году многие фармацевтические компании начали стремительную реализацию проектов по организации производства препаратов против коронавирусной инфекции. Такой ход позволил достигнуть высоких объёмов продаж в связи с актуальностью данной проблемы.

Половину препаратов-новинок так или иначе можно отнести к лекарственным средствам, вошедшим в официальные рекомендации Минздрава РФ по лечению COVID-19, а также снискавшим в среде потребите-

Рисунок 16

Индекс
потребительских
цен в России

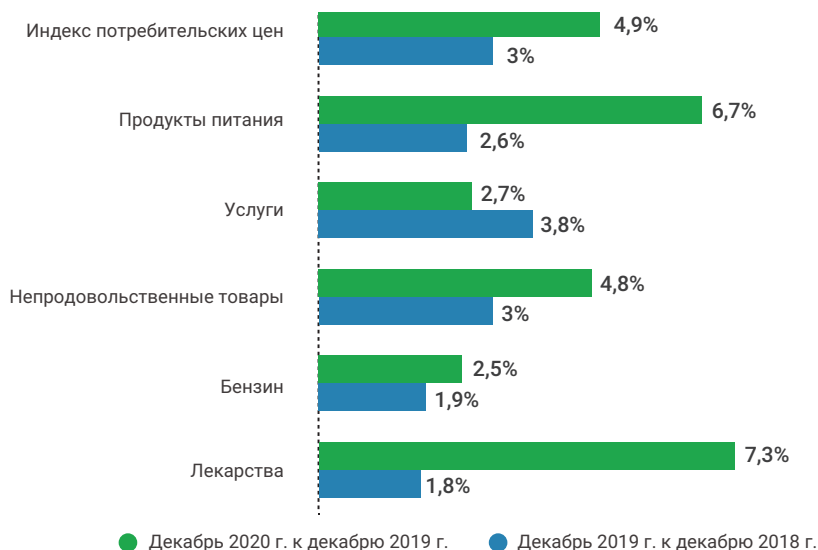


Таблица 7

ТОП-20 новых
брендов 2020 года
на коммерческом
рынке РФ

Рейтинг	Бренд	Производитель	Объем продаж, млн руб.	Дата появления в аптеке
1	Арепливир	Промомед Рус	387,4	Сентябрь 2020
2	Трекрезолид	Усолье-Сибирский Химфармзавод	221,9	Июнь 2020
3	Коронавир	Р-Фарм	159,8	Сентябрь 2020
4	Нанотропил	Валента Фарм	148,4	Май 2020
5	Квадрапарин	Гротекс	66,7	Август 2020
6	Этилметилгидроксипиридина Сукцинат	Polpharma	54,7	Февраль 2020
7	Фортедетрим	Polpharma	36,6	Ноябрь 2020
8	Бактикап	Озон	26,1	Февраль 2020
9	Диметинден	Polpharma	24,8	Январь 2020
10	Парацитолгин	Синтез	24,7	Август 2020
11	Тилорон-Алиум	Alium	24,3	Сентябрь 2020
12	Лорноксикам	Московский Эндокринный Завод	23,5	Апрель 2020
13	Нуралгон	Медисорб	23,0	Июль 2020
14	Офтаринт	Гротекс	21,7	Июнь 2020
15	Этория	Промомед Рус	20,7	Февраль 2020
16	Доксиламин	Северная Звезда	18,7	Май 2020
17	Умифеновир	Озон	18,5	Апрель 2020
18	Зафрилл	Gedeon Richter	17,7	Июль 2020
19	Аторика	Верофарм	17,5	Май 2020
20	Гликлазид-СЗ	Северная Звезда	11,4	Август 2020

лей славу препаратов, имеющих мнимую эффективность в борьбе и профилактике коронавируса. К ним можно определить препараты, применяемые в рамках патогенетической, этиотропной фармакотерапии и терапии облегчающей симптомы, присущие COVID-19. Это только вышедшие на рынок препараты, содержащие «Фавипиравир», антикоагулянтное средство «Квадрапарин», назначавшееся даже в профилактических целях, витамин D3 высокой концентрации «Фортедетрим», нехватка которого по результатам некоторых исследований имела корреляцию с тяжестью течения заболевания.

Место на рынке нашлось и множеству иммуномодулирующих и противовирусных средств с уже зарегистрированными на рынке молекулами. Так, «Трекрезолид» – препарат, возникший в ходе внутренних споров фармацевтической компании и производящей площадки, поместился на втором месте в рейтинге новинок и сумел занять в стоимостном выражении 7,7% в рамках своего МНН. В рейтинге отметились также «Тилорон-Алиум» и «Умифеновир».

Кроме того, в список попали препараты, содержащие наиболее распространённую комбинацию веществ, применяемую для снижения температуры

«Ибупрофен+Парацетамол» – это «Парацетолгин» и «Нуралгон».

Достоин внимания возвращение на рынок препарата с МНН «Фонтурацетам», выпущенного под торговым наименованием «Нанотропил» компанией «Валента Фарм». Продажи бренда за 2020 год многократно превысили суммарный объём реализации препарата «Фенотропил» за последние два года, что позволило препарату занять четвёртое место в «двадцатке» новинок.

Определённых успехов достигли препараты, имеющие в своём составе действующее вещество «Эторикоксиб», это «Аторика» и «Этория». За неполный год продаж они смогли занять в упаковках 1,5% и 2,1% внутри МНН соответственно. Появление новых генериков оказывает ощутимое благоприятное влияние на доступность лекарственных препаратов. Особенно это касается препаратов, не входящих в перечень ЖНВЛП. Так, в течении 2020 года стоимость проданной средневзвешенной упаковки с МНН «Эторикоксиб» снизилась за год с 731 рубля до 696 рублей за упаковку. Оригинальный препарат «Аркоксиа», лидирующий в данном МНН, владеет 68,0% продаж в упаковках и 78,3% объёма в стоимостном выражении.

3. Льготное лекарственное обеспечение

Фармацевтическая индустрия есть искусство превращать миллиграммы в миллиарды

Герхард Кохер

В российском законодательстве предусмотрены государственные социальные гарантии, предоставляемые незащищённым слоям населения. В рамках льготных программ на ежегодной основе в проекты бюджетов различных уровней закладываются расходы на закупку для льготных категорий граждан необходимых лекарственных препаратов.

Единый регистр пациентов, имеющих право на предоставление льготных лекарственных препаратов, начал действовать с 2021 года (Федеральный закон от 13 июля 2020 года №206-ФЗ).

Кроме того, в России появился (руководит Максимкина) федеральный центр по планированию и организации лекарственного обеспечения граждан. Новый центр займётся организацией и проведением закупок препаратов в рамках федеральных программ. Речь идёт, например, о препаратах для лечения пациентов с орфанными и онкологическими заболеваниями, ВИЧ-инфекцией и туберкулёзом, а также о вакцинах, входящих в «Национальный календарь профилактических прививок».

Учреждение также будет вести мониторинг закупок лекарств и прогнозировать потребности регионов в медикаментах. Как отмечают в правительстве, это поможет предот-

вратить возможные перебои с поставками лекарств и заблаговременно формировать необходимый резерв.

Одной из основополагающих программ ЛЛО является **«Обеспечение необходимыми лекарственными средствами»** (ОНЛС), предусматривающая обеспечение льготников в соответствии со стандартами оказания медицинской помощи необходимыми препаратами по рецептам за счёт средств федерального бюджета. Набор социальных услуг для льготников, включая бесплатное лекобеспечение, регламентируется Федеральным законом от 17 июля 1999 года №178-ФЗ «О государственной социальной помощи» и распространяется на 9 категорий граждан: инвалиды, дети-инвалиды, инвалиды войны, участники ВОВ, ветераны боевых действий и др.

Норматив финансовых затрат в месяц на одного гражданина, получающего государственную социальную помощь в виде социальной услуги по обеспечению лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения, а также специализированными продуктами лечебного питания для детей-инвалидов, ежегодно увеличивается. С 1 февраля 2020 года норматив был установлен в размере 886 руб. 40 коп., то есть таковы финансовые размеры социаль-

ной услуги для федеральных льготников в случае, если они не заменили услугу на денежную компенсацию в обозначенном размере (Постановление Правительства РФ от 31 июля 2020 г. №1145).

С 1 января 2021 года упразднен перечень ОНЛС и вместе с ним упразднены специальные комиссии в медицинских организациях, которые занимались его формированием. С нового года и федеральные, и региональные льготники будут обеспечиваться бесплатными лекарствами в объёме не менее, чем это предусмотрено списком ЖНВЛП. Перечень жизненно необходимых лекарств будет пересматриваться не реже 1 раза в год, а изменения будут вноситься столько раз, сколько потребуется.

Премьер-министр подписал распоряжение №3073 от 23 ноября 2020 года о расширении списка ЖНВЛП до 788 наименований в 2021 году. В перечень вошли 25 новых препаратов. Правительство обновило правила составления списка жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов (ЖНВЛП). Постановление вступило в силу 17 августа 2020 года. Теперь появилась возможность включать лекарства в перечень в ускоренном порядке. Это касается препаратов, которые предназначены для терапии и профилактики опасных заболеваний и предусмотрены методическими рекомендациями Минздрава РФ. Оперативно пополнять перечень допускается при введении режима ЧС и/или угрозе распространения названных заболеваний, в числе которых и COVID-19.

Правительство добавило в перечень ЖНВЛП следующие препараты для лечения новой коронавирусной инфекции: «Фавипиравир» (таблетки, покрытые плёочной

оболочкой), «Левелимаб» (раствор для подкожного введения) и «Олокизумаб» (раствор для подкожного введения).

Все имеющиеся вакцины от COVID-19, независимо от наименования, вошли в перечень уже в декабре 2020 года, остальные лекарственные препараты включены в список с января 2021 года.

Актуальными останутся только два перечня: для высокочувствительных нозологий и минимальный ассортимент лекарственных препаратов для аптек.

Что касается списка препаратов для лечения пациентов с редкими патологиями (**ВЗН**), то он с 2021 года будет дополнен 4 наименованиями: «Талиглуцерат альфа» («Элисо»), «Окрелизумаб» («Окревус»), «Симоктоког альфа» («Нувик») и «Эмицизумаб» («Гемлибра»).

Программа ВЗН существует с 2008 года и изначально включала в себя 7 нозологий, а 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 увеличена ещё на 2 нозологии: апластическая анемия неуточнённая и наследственный дефицит факторов II (фибриногена), VII (лабильного), X (Стюарта-Прауэра).

«14 высокочувствительных нозологий» (14 ВЗН)

– федеральная целевая государственная программа, осуществляющая обеспечение дорогостоящими лекарственными препаратами лиц, больных гемофилией, муковисцидозом, злокачественными новообразованиями лимфоидной, кроветворной

и родственной им тканей, рассеянным склерозом и другими заболеваниями, которые не поддаются полному излечению. Данная льготная категория граждан получает лечение бесплатно в рамках перечня лекарственных средств, утверждённых правительством.

Программа амбулаторного льготного лекарственного обеспечения пациентов с сердечно-сосудистыми заболеваниями, стартовавшая в 2020 году, была пролонгирована до 2023 года (Постановление правительства №2081 от 11 декабря 2020 года). В 2021 году на её финансирование из федерального бюджета будет выделено свыше 10 млрд рублей (в 2020 году объём выделенных средств составил 10,15 млрд рублей).

По данной программе пациенты, переболевшие острыми сердечно-сосудистыми заболеваниями и находящиеся на диспансерном учёте, получают лекарственные препараты из утверждённого перечня (состоит из 23 препаратов) в аптеках по льготным рецептам.

По оценкам компании DSM Group, объём региональной программы сопоставим с федеральной. **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. Закупка орфанных препаратов также является частью этой программы.

Субъекты самостоятельно формируют перечни региональных льготников. Нередко происходит так, что граждане, включённые в перечень региональных льготников, одновременно являются и федеральными.

За 2020 год было закуплено 174 млн упаковок лекарственных препаратов для льготных категорий граждан на сумму 233 млрд рублей, что ниже показателя 2019 года на 8% в рублях и на 9% – в упаковках. Аналитические данные отражают факты оплаты и поставки исполненных в 2020 году контрактов.

Если рассматривать отдельно льготные программы, то можно отметить, что наблюдается тенденция роста региональной

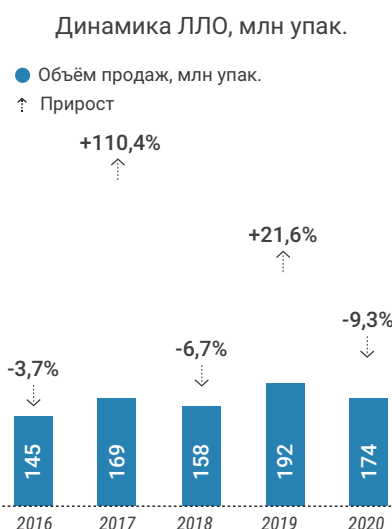
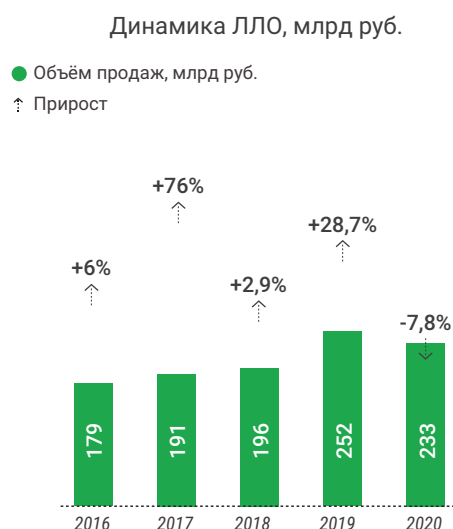


Рисунок 17

Динамика программы ЛЛО, 2016-2020 годы

льготы – сейчас на неё приходится свыше половины финансирования льготного сегмента. Доля ВЗН в 2020 году также выросла до 28%. А вот вес препаратов, отпускаемых по общим нозологиям, который ранее держался на уровне 30%, в текущем периоде опустился до 18%.

На программу ВЗН в 2020 году было израсходовано 65,0 млрд рублей, что на 7,4% больше, чем в 2019 году, и было реализовано около 4,4 млн упаковок, что на 6,6% больше по сравнению с прошлым годом. Рост объёма закупок связан с расширением с 2020 года программы ВЗН до 14 нозологических форм.

Объём финансирования программы ОНЛС в 2020 году составил 41,3 млрд рублей, что на 38,3% меньше, чем годом ранее. В натуральном выражении также отмечено снижение числа приобретённых упаковок – на 7,4% относительно 2019 года, ёмкость сегмента в итоге составила 76,7 млн упаковок.

Помимо федеральной существует также и территориальная программа, реализуемая за счёт региональных бюджетных средств (закупка орфанных препаратов является ча-

стью этой программы). Данная программа предусматривает получение лекарственных средств бесплатно или с 50%-ной скидкой. Объём региональной льготы сравним с федеральной программой, в 2020 году он даже несколько превысил её. В 2020 году было закуплено лекарств на 126,4 млрд рублей (+1,2% относительно 2019 года), что составляет 93,3 млн упаковок (-11,4%).

Соотношение импортных и отечественных ЛП в ЛЛО

Стратегия «Фарма-2020» показала, что в первую очередь отрасли необходимо импортозамещение именно инновационных лекарственных препаратов в дополнение к уже налаженному производству дженериков.

Так как по программам ЛЛО закупаются в большей мере оригинальные дорогостоящие препараты, которые чаще всего являются импортными, в 2020 году мы отметили, что их доля в общих закупках выросла. В результате доля локализованных препаратов в стоимостном выражении сократилась на 1,6% (рис. 20). Но в натуральном выражении тренд на увеличении доли препаратов, произведённых на территории России, сохраняется – в 2020 году

Рисунок 18

Соотношение затрат по программам ВЗН, ОНЛС и РЛО в общем стоимостном объёме потраченных средств в сегменте ЛЛО, 2016-2020 годы

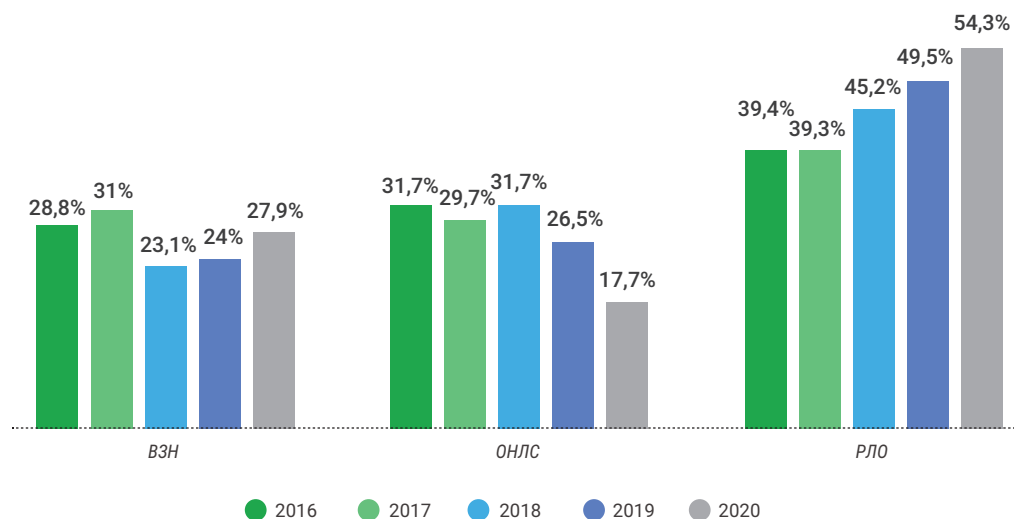
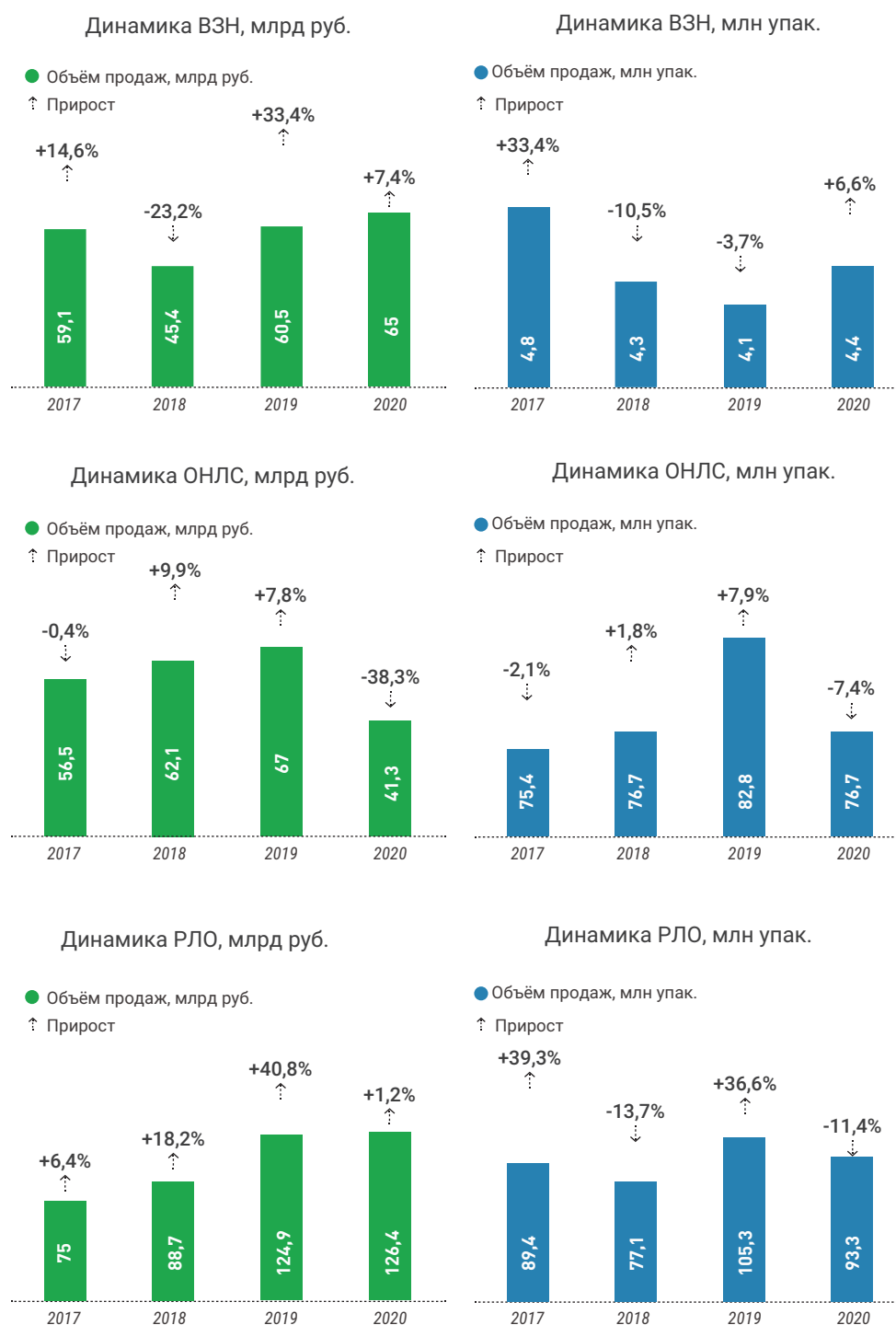


Рисунок 19

Динамика затрат по льготным программам, 2017-2020 годы



прирост составил 1%. Объем потребления препаратов, произведенных на территории России, снизился на 11% в рублях и на 8% в упаковках. Затраты на закупку импортных препаратов также были ниже уровня 2019 года — на 5% в деньгах и на 13% в упаковках.

Таким образом, соотношение между локализованными и импортными препаратами в денежном выражении сохранилось в пользу лекарств, завезенных из-за границы. В 2020 году 63% стоимостного объема приходится на них, и только 37% — на лекарства, производимые в России.

Процесс импортозамещения начался с препаратов, которые в большей массе представлены и закупаются по льготным программам. Именно поэтому доля локализованных лекарственных средств здесь наибольшая. Без учета импортных препаратов, произведенных на территории России, доля отечественных лекарственных средств составила бы только 25,7%. Таким образом, «локализация» поднимает этот показатель на 11%.

Стоимость локализованных ЛП, по данным за 2020 год, была на уровне 625 рублей, тогда как импортные стоили 3 894 рубля.

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

В части ЛЛО, соответствующей высокозатратным нозологиям, доля локализованных препаратов сохранилась на уровне 2019 года, и составила 33%. Именно в этом сегменте самая большая доля импортных препаратов как в рублях (67%), так и в упаковках (52%).

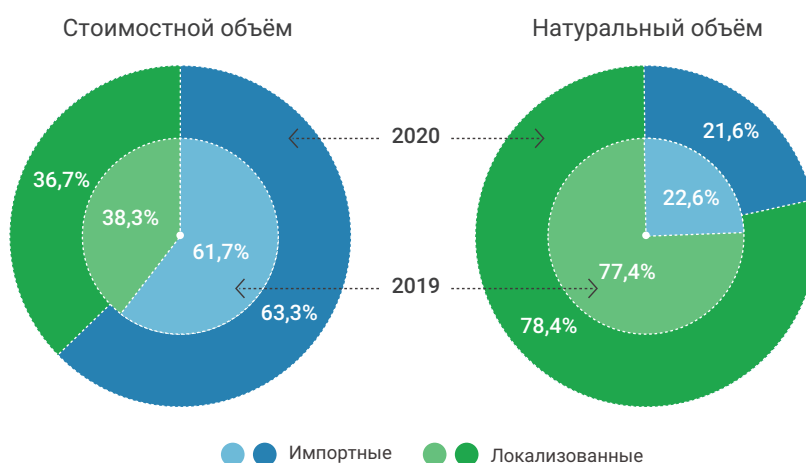
По программе ОНЛС доля импортных препаратов уменьшилась, и составила порядка 50% в деньгах (против 58% в 2019 году). В упаковках локализованные лекарства заняли около 82% рынка (в 2019 году данный показатель был том же уровне). Таким образом, растет закупка более дорогостоящих препаратов, произведенных на территории России.

В региональной льготе в деньгах преобладают импортные препараты (66%, также наблюдается увеличение доли с 61% в 2019 году), в упаковках локализованные лекарства занимают 76%.

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

Рисунок 20

Соотношение продаж импортных и локализованных ЛП в 2020 году



В таблицу вошли три действующих вещества («Экулизумаб», «Имиглюцераза» и «Терифлуномид») с заметным ростом доли российских препаратов, которые в 2019 году уже лидировали по объёму закупок внутри МНН. Среди отечественных компаний особенно стоит выделить производителей «Генериум», «Герофарм» и «Биокад».

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 2020 году доля лекарственных средств рецептурного отпуска составила в стоимостном объёме 96,8% (+0,7% относительно 2019 года), в натуральном – 92,3% (+0,8%).

Структура продаж ЛП по АТС-группам в ЛЛО

Соотношение закупок ЛП по программе ЛЛО по АТС-группам I уровня в России в 2020 году представлено в таблице 9.

Рейтинг АТС-групп по объёмам реализации в соответствии с программой ЛЛО доволь-

но стабилен. В стоимостном объёме рынок достаточно концентрирован — первые три АТС-группы занимают около 80% рынка.

Препараты группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» по-прежнему остаются самой финансируемой статьёй программы ЛЛО. В 2020 году на их закупку было потрачено порядка 41,9% от общего объёма государственного финансирования. Это самая дорогостоящая группа препаратов в ЛЛО — средневзвешенная цена за упаковку около 8 983 рублей. В последнее время наметилась тенденция снижения данного показателя за счёт появления отечественных дженериков. Для сравнения в 2017 году данный показатель был на уровне 10 202 руб./упак. Затраты на закупку данных средств относительно 2019 года снизились в рублях на 10,7%. В упаковках падение было чуть более заметным – на 11,5%. В 2020 году лидером группы остался по-прежнему бренд «Ревлимид» (МНН «Леналидомид») производства Celgene с долей более 10%, объём закупки иммунодепрессивного препарата вырос на 27,9%. На втором и третьем месте расположились отечественный иммунодепрессант «Элизария» (МНН «Экулизумаб») от фирмы «Генериум» и ингибитор протеинкиназы «Имбрувика» (МНН «Ибрутиниб»)

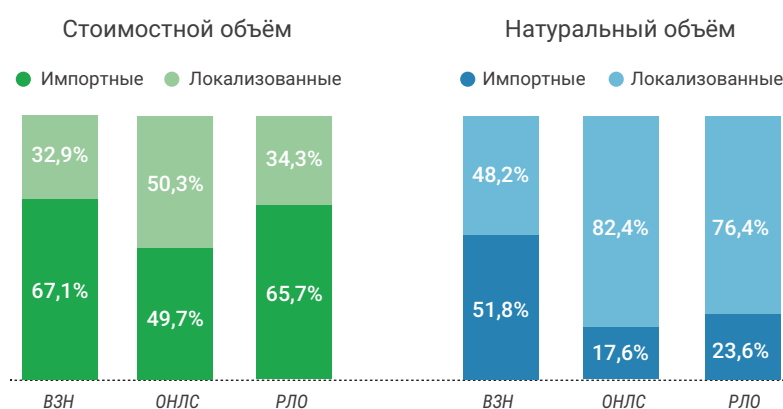


Рисунок 21

Соотношение продаж импортных и локализованных ЛП по подпрограммам в 2020 году

Таблица 8

ТОП-10 МНН по
«импортозамещению»
в 2020 году

МНН	Доля отечественных ЛП в рублях, %		Рост доли, %	Препарат-лидер в 2019 году (производитель)	Препарат «переключения» в 2020 году (производитель)
	2019	2020			
Дорназа альфа	0,9%	97,2%	96,2%	Пульмозим (F.Hoffmann-La Roche)	Тигераза (Генериум)
Инсулин лизпро	1,2%	52,3%	51,2%	Хумалог (Eli Lilly)	РинЛиз (Герофарм)
Экулизумаб	54,4%	99,9%	45,6%	Элизария (Генериум)	Элизария (Генериум)
Адалимумаб	14,0%	50,0%	36,0%	Хумира (AbbVie)	Далибра (Биокад)
Имиглюцераза	66,6%	98,4%	31,8%	Глуразим (Генериум)	Глуразим (Генериум)
Абиратерон	70,4%	99,1%	28,6%	Зитига (Johnson & John- son)	Абиратерон НВ (Ньювак), Абиратерон (Биокад), Абитера (Фармасинтез)
Инсулин лизпро двухфазный	1,1%	28,7%	27,6%	Хумалог (Eli Lilly)	РинЛиз (Герофарм)
Терифлуномид	81,0%	99,9%	18,9%	Феморикс (Обнинская Химико- Фармацевтическая Компания)	Терифлуномид (Биокад)
Аторвастатин	69,3%	87,7%	18,4%	Аторвастатин (KRKA)	Аторвастатин (Озон)
Салметерол+ Флутиказон	20,1%	38,3%	18,2%	Серетид (GlaxoSmithKline)	Салтиказон (Натива), Респисальф (Рус Биофарм)

Таблица 9

Структура продаж
ЛП по АТС-группам
на рынке ЛЛО
в 2020 году

АТС-группы I уровня	Стоимостной объём закупок, млн руб.	Доля группы в стоимостном объёме, %	Натуральный объём закупок, млн упак.	Доля группы в натуральном объёме, %
Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы [L]	97 561	41,9%	10,9	6,2%
Пищеварительный тракт и обмен веществ [A]	50 506	21,7%	72,0	41,2%
Препараты, влияющие на кроветворение и кровь [B]	35 533	15,2%	9,8	5,6%
Препараты для лечения заболеваний респираторной системы [R]	9 600	4,1%	16,3	9,3%
Препараты для лечения заболеваний нервной системы [N]	8 272	3,5%	19,3	11,1%
Противомикробные препараты для системного использования [J]	8 138	3,5%	3,7	2,1%
Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы [M]	7 495	3,2%	2,8	1,6%
Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы [C]	6 881	3,0%	33,1	18,9%
Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны) [H]	4 853	2,1%	2,8	1,6%
Прочие препараты [V]	2 515	1,1%	1,2	0,7%
ЛП, не имеющие АТС-группы	840	0,4%	0,1	0,1%
Препараты для лечения заболеваний органов чувств [S]	372	0,2%	1,9	1,1%
Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны [G]	239	0,1%	0,4	0,2%
Препараты для лечения заболеваний кожи [D]	225	0,1%	0,3	0,2%
Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты [P]	33	0,0%	0,1	0,1%

корпорации Johnson & Johnson. Лекарственные средства занимают примерно 7% и 4% соответственно от стоимостных объёмов реализации группы [L].

Объём АТС, расположенной на втором месте, меньше чем у лидера вдвое. В 2020 году это место принадлежит группе [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (доля 21,7% в рублях). Относительно предыдущего года было отпущено препаратов группы больше на 6,7% в рублях и на 19,3% в упаковках. Порядка 70,7% этой группы приходится на препараты для лечения сахарного диабета ([A10]). В 2020 году лидером этой подгруппы по стоимостным объёмам продаж стал препарат «Туджео СолоСтар» (МНН «Инсулин гларгин») производства компании Sanofi. Препарат корпорации Novo Nordisk «Левемир» (МНН «Инсулин детемир») и компании Takeda «Элапраза» (МНН «Идурсульфаз») заняли 2-ю и 3-ю строчки соответственно.

На третьем месте в рейтинге находятся препараты, влияющие на кроветворение и кровь (15,2%). В 2020 году группа [B] выросла в объёме на 5,8% в стоимостном вы-

ражении. В упаковках закупки снизились на 4,9%.

В структуре ЛЛО пятёрку лидеров по АТС-группам в 2020 году покинула группа [J] «Противомикробные препараты для системного использования» - её место заняли препараты для лечения заболеваний респираторной системы [R]. Доля 5 ключевых групп в стоимостном объёме выросла на 2,9%, и составила порядка 86,4%. Наибольшим приростом продаж отметилась группа [A], доля которой за год также заметно выросла с 18,8% до 21,7%. Группа «пищеварительный тракт и обмен веществ» реализуется преимущественно в РЛО и ОНЛС.

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

Второй год подряд первую строчку заняли препараты для терапии злокачественных новообразований, так как онкологическое

Рисунок 22

Соотношение стоимостного объёма продаж АТС-групп в программе ЛЛО в 2020 году

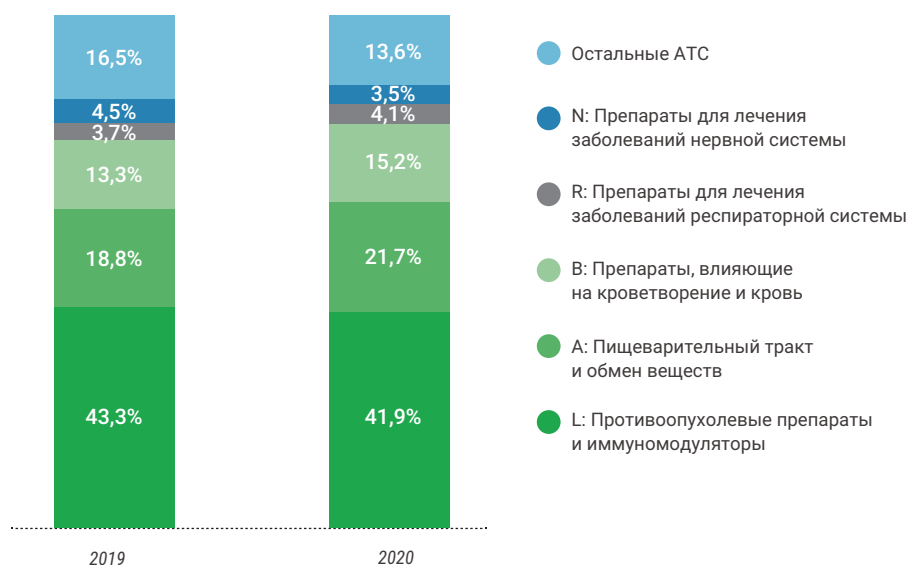


Таблица 10

Рейтинг затрат
в ЛЛО по
заболеваниям
в стоимостном
выражении в 2020
году

Заболевание	Объём закупок, млн руб.	Прирост, %	Доля в руб., %		
			ВЗН	ОНЛС	РЛО
Онкологические заболевания	49 749	-17,9%	17,0%	11,0%	72,0%
Заболевания иммунной системы	47 812	-1,8%	63,9%	7,4%	28,7%
Сахарный диабет	37 029	6,8%	0,0%	31,2%	68,8%
Заболевания крови и органов кроветворения	35 301	6,7%	49,9%	13,6%	36,6%
Заболевания пищеварительной системы	14 609	11,3%	47,1%	10,6%	42,4%
Заболевания органов дыхания	9 600	4,1%	13,3%	35,4%	51,3%
Заболевания нервной системы	8 272	-26,8%	0,0%	34,5%	65,5%
Заболевания, вызванные различными инфекционными агентами	8 162	-60,0%	0,0%	12,7%	87,3%
Заболевания костно-мышечной системы	7 495	166,9%	0,0%	16,7%	83,3%
Заболевания сердечно-сосудистой системы	5 535	1,6%	0,0%	32,3%	67,7%
Заболевания, связанные с гормональными нарушениями	4 853	-8,6%	4,4%	47,3%	48,3%
Прочее	3 985	-41,6%	0,0%	49,8%	50,2%
Заболевания органов зрения	371	-44,2%	0,0%	20,7%	79,3%
Заболевания кожи	225	56,6%	0,0%	19,9%	80,1%
Заболевания репродуктивной системы мужчин и женщин	64	-43,8%	0,0%	37,5%	62,5%

Таблица 11

ТОП-20
производителей ЛП
по потреблению ЛЛО
в 2020 году

Рейтинг	Изменение к 2019	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Доля, %	Прирост, % 2020/2019
1	-	Johnson & Johnson	15 812	4,4%	-1,5%
2	+2	Генериум	15 523	3,1%	20,5%
3	-	Novartis	13 415	2,9%	3,2%
4	-2	Sanofi	12 939	2,3%	-12,9%
5	+4	Celgene	12 082	1,7%	29,8%
6	-	Novo Nordisk	10 200	1,5%	0,2%
7	-2	Биокад	9 386	1,5%	-11,7%
8	-1	AstraZeneca	8 760	1,4%	-10,2%
9	-1	Baxter	7 889	1,4%	-17,0%
10	-	Pfizer	6 960	1,3%	-21,7%
11	+3	Takeda	6 170	1,3%	-3,0%
12	+141	Biogen	5 424	1,3%	11 490,7%
13	+6	Bayer	5 335	1,2%	38,7%
14	-2	GlaxoSmithKline	5 289	1,1%	-29,1%
15	-4	F.Hoffmann-La Roche	5 215	1,1%	-34,5%
16	+4	Boehringer Ingelheim	4 865	1,0%	26,9%
17	+4	Octapharma	4 672	0,9%	24,2%
18	-5	Натива	4 527	0,9%	-38,8%
19	-4	Merck & Co	4 128	0,8%	-33,8%
20	+7	Astellas	3 662	0,8%	30,1%

направление стало приоритетным в последнее время. На долю лидера пришлось 21,3% от стоимостного объема всего сегмента ЛЛО. 72,0% лекарств отпускается по программе РЛО. При этом в 2020 году данная группа продемонстрировала отрицательный прирост на 17,9% по отношению к предыдущему периоду. Это связано в том числе и с переключением закупок данных препаратов на госпитальный сегмент.

Препараты для лечения заболеваний иммунной системы на второй строчке в рейтинге, и также демонстрируют снижение закупок на 1,8%. Основной объем затрат приходится на сегмент ВЗН (доля 63,9%).

Третье место в 2020 году заняли препараты для лечения сахарного диабета, которые в основном отпускались на региональном уровне (доля 68,8% в рублях).

Группы препаратов для терапии заболеваний костно-мышечной системы (+166,9%) и кожи (+56,6%) выросли значительно больше прочих благодаря увеличению закупок препарата «Спинраза», показанного при спинально-мышечной атрофии, и ингибитора интерлейкина «Дупиксент» соответственно. В большей мере эти бренды закупаются через региональный льготный сегмент.

Производители в сегменте ЛЛО

В таблице 11 представлены ТОП-20 производителей, лидирующих по объему потребления в программе ЛЛО в 2020 году.

В 2020 году по программе льготного лекарственного обеспечения закупались препараты у 496 производителей. При этом в ВЗН участвуют только 35 компаний, в ОНЛС — 254, а в региональной льготе закупаются препараты 483 предприятий. Такая картина

складывается по причине того, что списки препаратов в ВЗН и ОНЛС законодательно регламентируются, а в региональной льготе соответствуют потребностям каждого льготника.

Рейтинг заметно изменился — только 4 компании смогли сохранить позиции прошлого года. Остальные переместились на новые строчки. Лидером рейтинга, как и в 2019 году, стала компания Johnson & Johnson с долей 4,4% несмотря на снижение закупок препаратов из её портфеля на 1,5% относительно прошлого года. Номенклатурный ряд препаратов, закупаемых по льготным программам, уменьшился с 43 до 37 брендов. Реализация 7 из 10 ключевых марок компании упала. Наибольшим снижением закупок отметился препарат для лечения рецидивирующего ремитирующего рассеянного склероза «Текфидера» (-38,6% относительно 2019 года) и средство для терапии шизофрении «Ксеплион» (-34,2%). При этом закупки противоопухолевого средства «Дарзалекс» выросли на 849,2%.

На второе место поднялась российская компания «Генериум» (3,1% от льготных лекарств), объем реализации которой вырос на 20,5% за год. Биоинженерная компания нацелена на производство аналогов дорогостоящих импортных оригинальных препаратов. Государство закупает у компании порядка 9 брендов ЛП. Рост продаж произошёл в первую очередь за счёт увеличения продаж аналога муколитического средства «Пульмозим» (производитель F.Hoffmann-La Roche) - «Тигераза» с тем же МНН «Дорназа альфа», закупаемого преимущественно по программе 14ВЗН.

Третья строчка в 2020 году досталась корпорации Novartis (2,9%). Объем реализации

Таблица 12

ТОП-20
производителей ЛП
по объемам закупок
в сегменте ЛЛО
в соответствии
с программами ВЗН,
ОНЛС, РЛО в 2020
году

Рейтинг	ВЗН		ОНЛС		РЛО	
	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Производитель	Объём закупок, млн руб.
1	Генериум	11 484	Sanofi	3 527	Johnson & Johnson	9 044
2	Celgene	10 021	Novo Nordisk	3 420	Sanofi	8 180
3	Биокад	6 480	Novartis	3 296	Novartis	7 965
4	Baxter	6 419	Boehringer Ingelheim	1 848	AstraZeneca	7 120
5	Johnson & Johnson	5 786	AstraZeneca	1 641	Novo Nordisk	6 581
6	Octapharma	4 394	Натива	1 493	Pfizer	5 446
7	Takeda	3 781	Bayer	1 384	Biogen	5 260
8	Novartis	2 153	Фармстандарт	1 235	GlaxoSmithKline	4 804
9	Merck & Co	1 899	Сотекс	1 142	Генериум	4 024
10	Catalent	1 502	Fresenius	1 091	Bayer	3 951
11	CSL Behring	1 421	Johnson & Johnson	982	F.Hoffmann-La Roche	3 728
12	Sanofi	1 231	Герофарм	955	Boehringer Ingelheim	3 017
13	Astellas	1 182	Озон	880	Amgen	2 959
14	Синнаген	1 176	F.Hoffmann-La Roche	875	Натива	2 656
15	Dr.Reddy's	1 136	Pfizer	815	Takeda	2 207
16	Pfizer	699	Фарм-Синтез (Москва)	778	Биокад	2 136
17	Фармасинтез	655	Биокад	770	AbbVie	2 098
18	F.Hoffmann-La Roche	613	Ipsen	759	Merck & Co	1 991
19	AbbVie	527	Astellas	665	Celgene	1 976
20	Kedrion	505	Канонфарма Продакшн	609	Фармасинтез	1 908

производителя за год вырос на 3,2%. Наибольшим спросом пользовались хелатирующий препарат «Джадену» (+543,5%) и противоопухолевое средство «Рисарг» (+241,1%) для лечения у женщин рака молочной железы.

Самым заметным перемещением по рейтингу отметился производитель дорогостоящего препарата «Спинраза» для лечения пациентов, страдающих спинальной мышечной атрофией (СМА), – компания Biogen (+141 строчка; +11490,7%).

По итогам 2020 года три российских производителя вошли в ТОП-20 по стоимостным объёмам реализации благодаря программе импортозамещения.

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

Компания «Генериум» вышла на первую позицию в программе «14 нозологий», в программах ОНЛС и РЛО лидируют компании Sanofi и Johnson & Johnson. В каждой из подпрограмм присутствует более 3-х отечественных производителей, наибольшее количество российских компаний – в ТОП-20 производителей лекарств из перечня ОНЛС (8 компаний).

Препараты сегмента ЛЛО

В таблице 13 представлены ТОП-20 брендов, лидирующих по объёму закупок по программе ЛЛО в 2020 году.

Доля ТОП-20 брендов в 2020 году составила 31,9% от стоимостного объёма, что на 4% выше, чем годом ранее.

Первую строчку стоимостного рейтинга по-прежнему занимает зарубежный им-

мунодепрессивный препарат «Ревлимид» (+27,9% относительно 2019 года) производства компании Celgene. На вторую позицию поднялась «новинка» 2019 года – иммунодепрессант «Элизария» (+42,6%) производства российской корпорации «Генериум». Замыкает тройку лидеров аналог инсулина длительного действия «Туджео СолоСтар» (+10,6%) фирмы Sanofi.

В 2020 году рейтинг затронули глобальные перестановки. Семь препаратов первой двадцатки – новички. Сильнее всех по рейтингу вверх продвинулись: дорогостоящий препарат «Спинраза» (+498 строчек) компании Biogen для лечения пациентов с диагнозом СМА; противоопухолевое средство «Дарзалекс» (+174) производства Johnson & Johnson, который показан в качестве монотерапии у пациентов с рецидивирующей или рефрактерной множественной миеломой; иммуностимулятор «Ребиф» (+54) от Merck & Co для терапии рассеянного склероза. Эти бренды в итоге и продемонстрировали максимальный прирост объёма закупок (+11 490,7%; +849,2% и +113,3% соответственно).

Средневзвешенная цена для брендов ТОП-20 составила 7 638 руб./упак. Заметный рост цены относительно предыдущего года обусловлен закупкой дорогостоящего препарата «Спинраза» для лечения СМА в форме раствора для интратекального введения, средневзвешенная стоимость которого составляет около 2 млн рублей за упаковку. А гипогликемическое средство «Новорапид», наоборот, оказалось самым «дешёвым» препаратом ТОП-20 (около 1,5 тыс. рублей).

Большинство ведущих препаратов относятся к группе [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (9 брендов). На второй строчке группа [B] «Препараты,

Таблица 13

ТОП-20 брендов
по стоимостному
объёму закупок
в ЛЛО в 2020 году

Рейтинг	Изменение к 2019	Бренд	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Доля, %	Прирост, % 2020/2019
1	-	Ревлимид	Celgene	10 269	4,4%	27,9%
2	+1	Элизария	Генериум	7 156	3,1%	42,6%
3	-1	Туджео СолоСтар	Sanofi	6 837	2,9%	10,6%
4	+498	Спинраза	Biogen	5 424	2,3%	11 490,7%
5	-	Имбрувика	Johnson & Johnson	3 920	1,7%	-4,4%
6	-	Левемир	Novo Nordisk	3 575	1,5%	1,5%
7	+1	Элапраза	Takeda	3 433	1,5%	1,4%
8	+2	Ацеллбия	Биокад	3 206	1,4%	4,9%
9	+21	Ксарелто	Bayer	3 166	1,4%	102,0%
10	-1	Новорапид	Novo Nordisk	3 065	1,3%	-3,7%
11	-	Фейба	Baxter	3 012	1,3%	4,1%
12	+174	Дарзалекс	Johnson & Johnson	2 958	1,3%	849,2%
13	-6	Адвейт	Baxter	2 839	1,2%	-17,6%
14	+3	Коагил	Генериум	2 537	1,1%	8,7%
15	-3	Афинитор	Novartis	2 450	1,1%	-13,5%
16	+13	Октанат	Octapharma	2 375	1,0%	48,7%
17	+36	Кстанди	Astellas	2 134	0,9%	92,0%
18	-5	Тизабри	Johnson & Johnson	2 026	0,9%	-23,3%
19	+3	Энплейт	Amgen	1 961	0,8%	-5,1%
20	+54	Ребиф	Merck & Co	1 923	0,8%	113,3%

Таблица 14

ТОП-20 брендов
по объемам закупок
в сегменте ЛЛО
в соответствии
с программами ВЗН,
ОНЛС, РЛО в 2020 году

Рейтинг	ВЗН		ОНЛС		РЛО	
	Бренд	Объем закупок, млн руб.	Бренд	Объем закупок, млн руб.	Бренд	Объем закупок, млн руб.
1	Ревлимид	10 021	Туджео СолоСтар	2 375	Спинраза	5 260
2	Элапраза	3 424	Новорапид	1 133	Туджео СолоСтар	4 462
3	Элизария	3 343	Кетостерил	1 071	Имбрувика	3 844
4	Ацеллбия	2 950	Левемир	1 053	Элизария	3 813
5	Фейба	2 911	Октреотид	999	Левемир	2 522
6	Адвейт	2 801	Ксарелто	964	Ксарелто	2 202
7	Дарзалекс	2 542	Эральфон	812	Энплейт	1 945
8	Коагил	2 463	Спирива	590	Новорапид	1 932
9	Октанат	2 368	Апидра	576	Тафинлар	1 880
10	Тизабри	2 020	Тасигна	572	Линпарза	1 758
11	Ребиф	1 899	Тресиба	557	Кстанди	1 597
12	Октофактор	1 676	Кстанди	537	Афинитор	1 549
13	Инфибета	1 641	Мирцера	530	Имновид	1 320
14	Наглазим	1 502	Симпони	530	Галвус	1 258
15	Вилате	1 470	Новомикс	503	Форсига	1 177
16	Тигераза	1 273	Джардинс	489	Эвиплера	1 060
17	Плегриди	1 224	Джакави	479	Револейд	1 016
18	Адваграф	1 180	Росинсулин	470	Тасигна	995
19	Синновекс	1 176	Симбикорт	422	Метформин	977
20	Реддитукс	1 136	Биосулин	417	Апидра	958

влияющие на кроветворение и кровь» с 6 торговыми марками. Третье место по данному показателю занимает группа [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (4 бренда).

Подавляющая часть препаратов рейтинга — это лекарства, отпускаемые по программе «14 нозологий» (12 брендов). Принадлежность к ВЗН не исключает отпуск лекарств по региональной программе, иногда на региональную льготу приходится даже больший объём расходуемых средств. В качестве примера можно привести лекарственное средство «Элизария» (соотношение 53% на 47% в пользу РЛО).

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

ные препараты: в среднем одна упаковка закупается государством по 14,9 тыс. рублей (+0,8% при сравнении с 2019 годом). В региональной льготе цена выросла заметнее всего, и составила 1 355 рублей (+14,3%). «Дешевле» всего закупают препараты по программе ОНЛС — по 539 рублей (-33,5%).

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

В программе ВЗН доля препаратов с ценой менее 500 рублей в общем объёме закупок сегмента занимает менее 1% в рублях. Однако именно эта ценовая категория продемонстрировала наибольший темп прироста закупок к предыдущему году (+39,6% в руб. и +25,6% в упак.). Только у сегмента «10 000-50 000 руб.» снизились закупки.

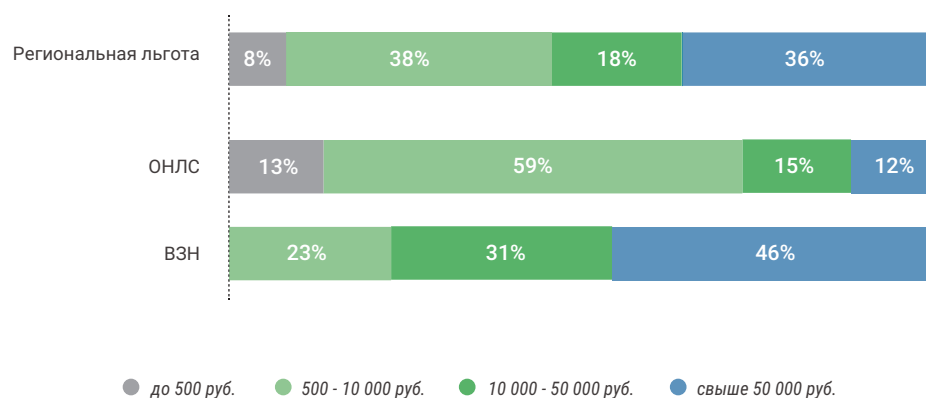
Ценовая сегментация в ЛЛО

В 2020 году средняя стоимость упаковки по программе ЛЛО за год стала выше на 1,4%, и составила около 1 332 рублей. Если говорить в разрезе подпрограмм, то в ВЗН самые дорогостоящие лекарствен-

ные препараты, то в региональной программе наблюдается обратная ситуация — из регионального бюджета стало закупаться больше инновационных препаратов (в том числе препарат «Спинраза» для терапии СМА).

Рисунок 23

Соотношение стоимостного объёма продаж АТС-групп в программе ЛЛО в 2020 году



4. Объем закупок лекарств ЛПУ

Кажется, помощь пришла вовремя. Как всегда... ведь если она приходит не вовремя, то помощью уже не является

Сергей Лукьяненко

Всемирная организация здравоохранения напрямую связывает среднюю ожидаемую продолжительность жизни с общими расходами, выделенными на здравоохранение на душу населения. ВОЗ отводится ключевая роль в организации международных инициатив, направленных на повышение качества жизни людей старшего поколения в рамках «Десятилетия здорового старения», объявленного ООН в 2021-2030 гг. Люди среднего и пожилого возраста несут на себе основные риски пандемии новой коронавирусной инфекции, которая наглядно демонстрирует изъяны и слабые места систем здравоохранения. В 2019 году в России ожидаемая продолжительность жизни при рождении составила 73,34 года, по данным Росстата. По предварительным данным, в 2020 году этот показатель снизился до 71 года. Таким образом, положительная динамика, которая наметилась в последние годы была нивелирована Covid-19.

Отрицательные приросты отмечены и по таким демографическим данным, как количество умерших, рождаемость, продолжительность здорового образа жизни. Так, рождаемость снизилась с 1 484,5 тыс. человек до 1 435,8 тыс. человек (-48,7 тыс. человек). Продолжительность здорового образа жизни россиян стала почти на 5 лет короче (в 2019 году показатель был на уровне

не 63,7 лет, в 2020 году – 58,9 лет). Заметно выросло количество умерших в 2020 году – 2 124,5 тыс. человек, что на 323,8 тыс. больше, чем годом ранее. Такой «высокой» отрицательной динамики не наблюдалось с 1993 года. Конечно, на данный показатель повлияла и пандемия (около 32% приходится на Covid-19 и сопутствующие заболевания), и ограничительные меры, которые применялись для ее предотвращения, и ухудшающая ситуация в целом в экономике.

В результате общая численность населения России тоже сократилась: со 146,7 млн до 145,9 млн человек.

Поэтому не удивительно, что основная программа, действующая как вектор развития отрасли, включает в себя показатели по демографии, которые необходимо улучшать. Ключевые задачи, которые решаются в здравоохранении, преимущественно направлены на повышение доступности медицинской помощи, снижение показателей заболеваемости и смертности населения, и, как следствие, улучшение качества жизни.

Госпрограмма «Развитие здравоохранения» с 2019 года реализуется по 8 федеральным проектам. В 2020 году в структуру проектной части Госпрограммы включены два федеральных проекта, которые осуществляются

в рамках национального проекта «Демография»: «Укрепление общественного здоровья» и «Старшее поколение».

На реализацию государственной программы «Развитие здравоохранения» в 2021-2023 годах будет выделено 2,8 трлн рублей. Бюджетные ассигнования в 2021 году составят 965,1 млрд рублей, в 2022 году – 947,4 млрд рублей, в 2023 году – 911,5 млрд рублей.

В целом же в федеральном бюджете Российской Федерации на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов расходы на здравоохранение запланированы в размере свыше 3,3 трлн рублей (Федеральный закон от 08 декабря 2020 года №385-ФЗ). Бюджетные ассигнования по разделу «Здравоохранение» в 2021 году составят 1 123,3 млрд рублей, в 2022 году – 1 112,8 млрд рублей, в 2023 году – 1 081,3 млрд рублей.

На начало 2020 года российская система здравоохранения, по информации Росстата, была представлена 5,1 тыс. больничных организаций, 21,2 тыс. врачебных амбулаторно-поликлинических организаций и 2,2 тыс. станций (отделений) скорой медицинской помощи. За 17 лет количество больниц сократилось в 2 раза. Пандемия выявила уже существовавшие проблемы, связанные с оптимизацией системы здравоохранения, которая привела к нехватке коечного фонда: число больничных коек сократилось на 27,5% при сравнении с 2003 годом (с 1 619,7 тыс. до 1 173,6 тыс.). Число станций скорой помощи уменьшилось на 32,0% относительно 2003 года, что способствовало снижению доступности медицинской и лекарственной помощи. С 2013 года начался обратный процесс: за 7 лет числен-

ность амбулаторий, ФАПов, кабинетов врачей общей практики в сельской местности увеличилась на 4,7 тыс. учреждений.

При этом следствием снижения количества больничных организаций стало и уменьшение количества медицинского персонала. В 2020 году численность среднего медицинского персонала осталась на уровне чуть ниже прошлого года (1 491,3 тыс. чел.), а вот численность врачей выросла на 1,5% до 714,6 тыс. человек.

Ещё одним трендом в госпитальном сегменте в 2020 году стал отток медицинского персонала из регионов в столичные больницы, предлагающие более высокую оплату труда. Численность медицинских работников в Москве и области только за 1-е полугодие 2020 года увеличилась на 3,3 тыс. человек, большая часть из них врачи. Во втором по значимости городе федерального значения — Санкт-Петербурге — общий прирост численности медработников за первую половину 2020 года составил 1,9% (1,5 тыс. человек, из них 944 человека врачи). Дефицит сложился ещё и благодаря распространению заболеваемости непосредственно среди медицинского персонала. Наблюдались затруднения со снабжением медперсонала СИЗами. Был приостановлен плановый приём, и плановые показатели за 2020 год не выполнялись.

Поэтому целевые показатели, запланированные на 2020 год в федеральном проекте «Обеспечение медицинских организаций системы здравоохранения квалифицированными кадрами», не были достигнуты.

Пандемия коронавируса стала причиной переноса старта программы модернизации первичного звена здравоохранения с 1

июля 2020 года на начало 2021 года. Данная программа в первую очередь нацелена на повышение доступности оказания медицинской помощи жителям малых населённых пунктов и отдалённых территорий страны. Пандемия позволила выявить все недостатки работы первичной медико-санитарной помощи, так как именно на неё легла основная нагрузка. Помимо усовершенствования и обновления материально-технической базы остро стоит проблема дефицита кадрового обеспечения. На реализацию программ из федерального бюджета планируется выделить финансирование в объёме 500 млрд рублей и ещё свыше 50 млрд рублей из бюджетов регионов.

Цифровизация — одна из ключевых задач национального проекта «Здравоохранение». Первый этап внедрения «Единой государственной информационной системы здравоохранения» (ЕГИСЗ) начался ещё в 2011-2012 гг. посредством подключения лечебно-профилактических учреждений к автоматизированным системам: создание федерального ЦОДа и региональных фрагментов. Общий бюджет проекта по созданию единого цифрового контура до 2024 года составит 177,7 млрд рублей в рамках нацпроекта «Здравоохранение».

В 2020 году правительство дополнительно направило порядка 898,59 млн рублей из резервного фонда на цифровизацию госуслуг в сфере здравоохранения (Распоряжение Правительства РФ №2897-р от 7 ноября 2020 года). Что позволит ускорить перевод важных для граждан государственных услуг в электронный вид и предоставлять их по принципу цифровых сервисов.

С 25 октября аптеки получили разрешение отпускать лекарственные препараты по элек-

тронным рецептам, согласно Приказа Минздрава РФ от 7 июля 2020 года №683н. Был определён список препаратов и особенности их отпуска по электронным рецептам.

Так, электронный рецепт обязательно должен быть заверен электронной подписью медицинского работника. На уровне региона должно быть принято решение об использовании таких рецептов. Отпускать препараты по электронным рецептам разрешено, если рецепт выдан на территории региона, в котором расположена аптека, подключённая к ЕГИСЗ. Помимо электронных рецептов появился и сервис электронных больничных на портале Госуслуг.

Ожидается, что к 2024 году полностью заработает система электронных рецептов и автоматизированное управление льготным лекарственным обеспечением. А до конца 2021 года все федеральные клиники должны полностью интегрироваться в ЕГИСЗ (письмо Минздрава №18-0/150). Одними из первых работу по подключению к информационной системе завершили Центр сердечно-сосудистой хирургии им. А.Н. Бакулева и МНТК «Микрохирургия глаза» им. С.Н. Фёдорова.

С 1 июля в России была запущена обязательная маркировка лекарственных препаратов. Из-за большой нагрузки на товаропроводящую цепочку в системе начал возникать сбой, в результате чего было принято решение перевести маркировку лекарств в «уведомительный» режим функционирования. Для больниц «правило 15 минут» будет действовать бессрочно.

Одна из статей в общих расходах на здравоохранение — закупка лекарственных средств для нужд медицинских организаций. В 2020 году госпитальный сегмент фармацевтиче-

ского рынка показал самый значительный рост закупок за последние несколько лет. По итогам года для нужд ЛПУ закупили 841,7 млн упаковок лекарственных препаратов на сумму 400,7 млрд рублей в оптовых ценах (аналитические данные отражают факты оплаты и поставки контрактов, исполненных за 2020 год). Относительно 2019 года больницы потратили на 23,6% больше бюджетных средств. Объём закупленных упаковок сократился на 11,8%.

Тенденции, которые наблюдаются в 2020 году, — все обусловлены пандемией коронавируса, а также увеличением объема финансирования на федеральные программы, такие как онкология, профилактика сердечно-сосудистых заболеваний.

В марте Минздрав включил в схемы лечения COVID-19 препараты для лечения малярии («Гидроксихлорохин», «Мефлохин», «Хлорохин») для профилактики, при контактах с инфицированными, а также при лёгких и средне-тяжёлых формах у пациентов моложе 60 лет и без сопутствующих хронических заболеваний. В результате закупки АТС-группы [P01B] относительно 2019 года резко выросли — на 14734,7%. Однако поз-

же результаты большого количества опубликованных зарубежных исследований, а также отечественный опыт показали неэффективность использования гидроксихлорохина у пациентов с тяжёлым течением заболевания.

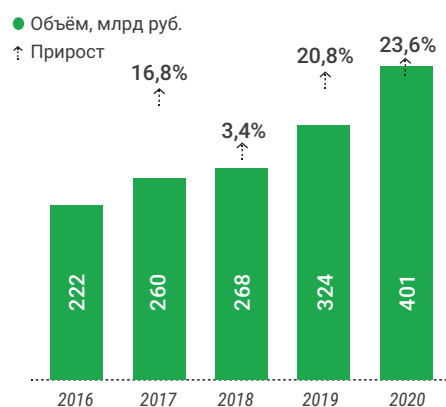
Цитокиновый шторм — поздняя стадия заболевания, проявляющаяся в излишней агрессии иммунного ответа, когда вырабатывается большое число цитокинов, что приводит к развитию воспалительных процессов и иммунным сбоям. Больничные закупки кортикостероидов для системного использования (например, «Дексаметазон», «Метилпреднизолон») и иммунодепрессантов («Тоцилизумаб», «Сарилумаб»), назначаемых с целью подавления цитокинового шторма, за год выросли на 38,1% и на 73,3% соответственно.

Ещё одним следствием высвобождения цитокинов может стать нарушение свёртываемости крови. Антитромботическая терапия у пациентов, поступивших в стационар, проводилась антикоагулянтами (закупки выросли на 97,5% при сравнении с 2019 годом). 17,6% от объёма закупок АТС-группы [B01] заняло МНН «Эноксапарин натрия» (+67,7%).

Рисунок 24

Динамика
госпитальных
закупок,
2016-2020 гг.

Динамика госпитальных закупок ЛП,
млрд руб.



Динамика госпитальных закупок ЛП,
млн упак.



Симптоматическое лечение включает препараты для устранения симптомов простуды и кашля (+52,7%; например, МНН «Амброксол», «Ацетилцистеин»), анальгетики-антипиретики другие (+13,5%; закупки препаратов с МНН «Парацетамол» выросли на 33,9%), назальные препараты при рините и/или ринофарингите (+96,9%; например, «Ксилометазолин»).

При осложнённых формах коронавирусной инфекции проводится неспецифическая антибактериальная терапия (объём реализации АТС [J01] увеличился на 41,0%) при условии наличия убедительных признаков присоединения бактериальной инфекции. В список рекомендованных при лечении Covid-19 антибиотиков было включено 6 МНН («Азитромицин», «Амоксициллин», «Амоксициллин+Клавулановая кислота», «Кларитромицин», «Левифлоксацин», «Моксифлоксацин») — объем закупок этих позиций в 2020 году вырос вдвое.

Что касается противовирусных препаратов, то хотелось бы в особенности выделить лекарственные средства с действующим веществом «Умифеновир», продажи которых за год выросли на 493,1%. Под данным МНН закупалось четыре бренда: «Арбидол», «Арпелфлю», «Умифеновир», «Афлюдол». Объём реализации препарата «Фавипиравир» (бренды «Коронавир», «Авифавир», «Арпливир»), закупки которого клиники начали осуществлять летом, совокупно за 2020 год составил 2 436,9 млн рублей.

Увеличение ёмкости госпитального сегмента обусловлено во многом и ростом закупок дорогостоящих противоопухолевых препаратов (+39% в рублях и +22,6% в упаковках) в рамках реализации национальной онкологической программы.

Онкология — вторая в стране причина смертей после болезней системы кровообращения. По данным Росстата, в 2019 году новообразования унесли жизни 298,7 тыс. человек.

Изменение структуры закупок в пользу препаратов для терапии онкологических заболеваний привело к заметному росту средневзвешенной стоимости упаковки лекарственных средств, закупаемых для нужд клиник. В 2020 году она составила 476 рублей, что на 40,1% выше, чем годом ранее. При этом если говорить непосредственно о динамике цен, то в госпитальном сегменте наблюдаются дефляционные процессы. Так, в 2020 году индекс цен на лекарственные средства, закупаемые через тендеры, отрицательный, и составляет -7% (то есть чтобы купить препараты, закупленные в 2019 году по ценам 2020 года надо потратить на 7% меньше денежных средств). Среди наиболее востребованных препаратов также наблюдается снижение средневзвешенных цен: 13 брендов из ТОП-20 закупались по более низким ценам. Максимальным снижением стоимости отметились противоопухолевое средство «Кадсила» (МНН «Трастузумаб эмтанзин») корпорации F.Hoffmann-La Roche — в 2020 году его средневзвешенная цена оказалась ниже на 30,4%, чем в 2019 году.

Высокие темпы прироста отмечены также в рамках закупок, которые проводятся по Национальному календарю прививок: +43%. В 2021 году финансирование данного направления может увеличиться на порядок, так как в список закупаемых вакцин добавилась вакцина для профилактики новой коронавирусной инфекции, средняя цена за дозу которой зарегистрирована на уровне 866,81 рублей без учета НДС.

Дополнительным источником роста госпитальных закупок стал Федеральный проект «Борьба с сердечно-сосудистыми заболеваниями». В рамках него было потрачено 9,6 млрд руб. на приобретение необходимых лекарственных средств. Основной целью проекта является снижение смертности от инфарктов, инсультов и других сосудистых нарушений на четверть.

Таким образом, увеличение затрат на закупку лекарственных препаратов связано с эпидемиологической обстановкой в стране и увеличением финансово ёмких тендеров, проводимых в рамках федеральных программ.

Все это заведомо влияет на структуру госпитальных закупок.

Одним из трендов последних лет было переключение на лекарственные препараты, произведенные на территории России, так как такие позиции имеют преимущества в тендерах как по включению в тендер, так и по цене. Это было следствием процесса импортозамещения, который шел в двух направлениях: непосредственно переключение на отечественные препараты и ло-

кализация иностранных производителей на территории России.

В 2020 с ростом закупки «дорогостоящих» препаратов эта тенденция прервалась.

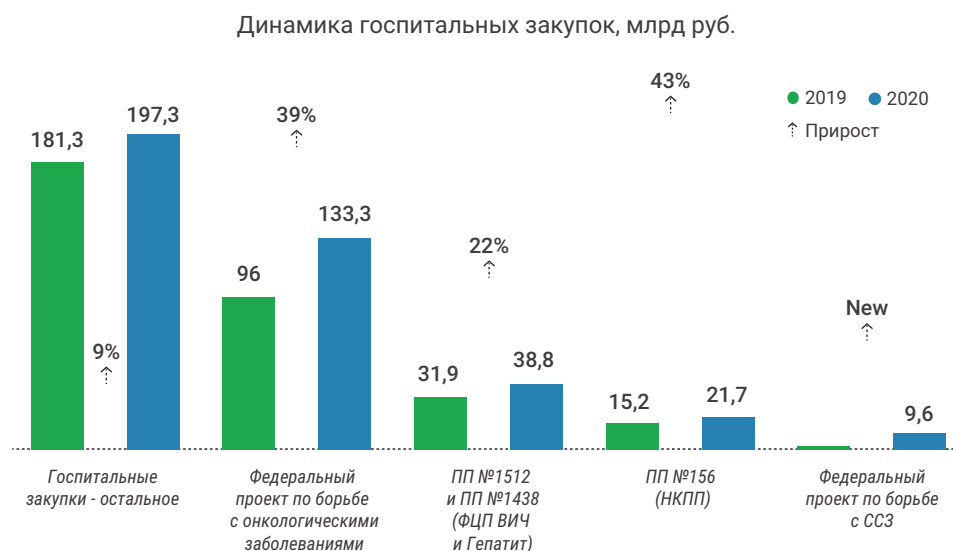
В отчётном периоде распределение объёмов в деньгах в сегменте ЛПУ изменилось в пользу медикаментов, произведенных за рубежом. За год доля импортных препаратов увеличилась на 1,7% в рублях до 53,9%. Но при этом в упаковках доля перераспределилась в пользу локализованных препаратов (отечественных и произведенных на территории России иностранными производителями): до 83,8% (увеличение на 0,6%).

Если количество закупленных упаковок снизилось как в категории локализованных (-11,1%), так и импортных лекарств (-15,4%), то объём израсходованных средств, наоборот, существенно вырос.

Объём закупок лекарств, произведенных в России, в 2020 году вырос на 19%. Высокий положительный рост отмечен у вакцин «Ультрикс» (+655,5% относительно 2019 года)

Рисунок 25

Динамика госпитальных закупок по программам



и «Совигрипп» (+56,8%), а также у противоопухолевого препарата «Ацеллбия» (+88,9%).

На динамику реализации импортных средств (+28% в рублях) в большей мере повлияли закупки онкологических препаратов «Тецентрик» (+221,0% относительно 2019 года), «Опдиво» (+101,1%) и «Китруда» (+99,6%).

Средневзвешенная стоимость одной упаковки импортного средства по итогам 2020 года составила 1 586 рублей, что на 50,7% выше, чем годом ранее. Прирост средней цены локализованных лекарств составил 34,0%, но она всё равно значительно отстаёт (более чем в 6 раз) от стоимости зарубежных ЛП, и составляет 262 рубля за упаковку.

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

Несмотря на то, что в 2020 году распределение финансирования было в пользу

импортных препаратов, процесс импортозамещения продолжается. Ниже приведён ТОП-10 МНН с максимальной долей «переключения» на отечественные препараты из ТОП-100 по объёму закупок (на данные МНН приходится 68,2% всех госпитальных закупок в деньгах).

В 2020 году список состоял из МНН, отличных от списка, сформированного в 2019 году. Таким образом, процесс «импортозамещения» охватывает с каждым годом дополнительный объём номенклатуры. В рейтинг по росту доли отечественных лекарств вошло три МНН, у которых годом ранее лидером закупок был российский препарат (выделены цветом), расширение произошло за счёт увеличения его закупок либо включения в перечень закупок ещё несколько отечественных препаратов.

Новые МНН — противовирусное средство «Фавипиравир» (бренд «Коронавир» от компании «Р-Фарм», «Авифавир» от «Кромис», «Арепливир» от «Промомед Рус») и противоопухолевый препарат «Олокизумаб» («Артлегиа» от «Р-Фарм») — представлены только российскими брендами.

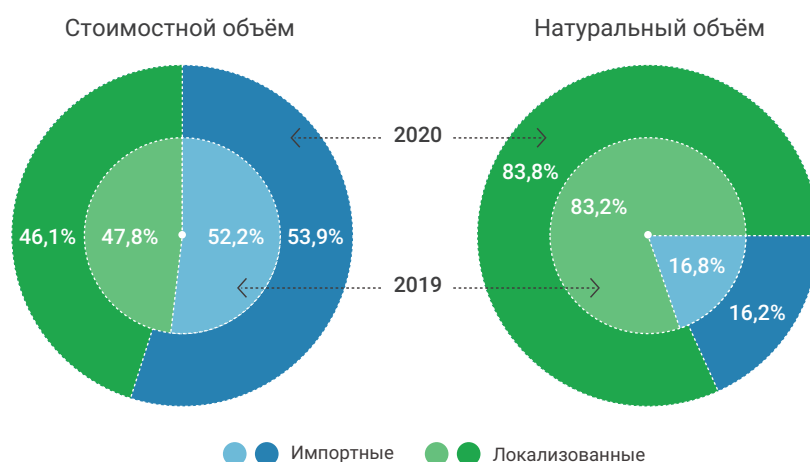


Рисунок 26

Структура сегмента ЛПУ по происхождению

Таблица 15

ТОП-10 МНН по
«импортозамещению»
в стоимостном
выражении
в 2020 году

Рейтинг	МНН	Доля отечественных ЛП, руб.		Рост доли, %	Препарат-лидер (производитель), 2019	Препарат «переключения» (производитель), 2020
		2019	2020			
1	Пазопаниб	0%	39,6%	39,6%	Вотриент (GlaxoSmithKline)	Потарбин (Исследовательский институт химического разнообразия)
2	Умифеновир	41,5%	76,5%	35,0%	Арпеллю (Лекфарм, Беларусь)	Арбидол (Отисифарм)
3	Лопинавир+ Ритонавир	26,8%	60,8%	34,0%	Калетра (AbbVie)	Калидавир (Фармасинтез)
4	Севефлуран	24,8%	54,5%	29,7%	Севоран (Abbott)	Севефлуран (несколько производителей)
5	Пеметрексед	69,0%	96,1%	27,1%	Веротрексед (Верофарм)	Веротрексед (Верофарм)
6	Аторвастатин	56,4%	81,4%	25,0%	Аторвастатин (KRKA)	Аторвастатин (Озон)
7	Адалимумаб	2,8%	25,3%	22,5%	Хумира (AbbVie)	Далибра (Биокад)
8	Ритуксимаб	60,2%	81,8%	21,7%	Ацеллбия (Биокад)	Ацеллбия (Биокад)
9	Цефоперазон+ Сульбактам	45,8%	65,8%	20,0%	Сульзонцеф (Синтез)	Бакцефорт (Красфарма)
10	Гепарин натрия	16,1%	33,0%	16,9%	Гепарин (Белмедпрепараты, Беларусь)	Гепарин (несколько производителей)

По данным за 2020 год, из 2 081 МНН, закупаемых больницами, в 709 МНН доля отечественных препаратов превышает 90%. При этом остаётся ещё 922 МНН, в которых преобладают импортные средства (их доля в закупках выше 90%), причём 49 из них попадают в ТОП-100 по объёму. Наиболее ёмкими МНН, представленными только импортными ЛП, пока остаются: «Вакцина для профилактики дифтерии, коклюша, полиомиелита, столбняка и инфекций, вызываемых *haemophilus influenzae* типа В», противоопухолевые средства «Ниволумаб» и «Пембролизумаб» — эти три МНН занимают 10,1% от госпитальных закупок.

Структура закупок ЛПУ по ценовым сегментам представлена на рисунке 25.

В 2020 году изменения в ценовой структуре закупок были в пределах $\pm 1,3\%$. Ценовые категории «от 150 до 500 руб.» и «более 500 руб.» отметились увеличением доли в объёме закупок лекарственных препаратов для ЛПУ на 1,0% и на 0,9% соответственно. Предпочтение отдавалось более дорогостоящим средствам.

В упаковках самым ёмким остаётся сегмент препаратов с ценой до 50 руб. — его доля составляет 56,3%. В 2020 году вес этого ценового диапазона заметно уменьшился — на 9,9% по сравнению с 2019 годом. Как и прежде, здесь наиболеекупаемыми средствами остаются препараты с МНН «Натрия хлорид» (36,7% от натуральных объёмов категории «менее 50 руб.»). Изменение структуры в упаковках в пользу сегментов «150-500 руб.» (+5,9%) и «свыше 500 руб.» (+2,6%) произошло за счёт увеличения закупок гриппозных вакцин «Ультрикс» и «Совигрипп».

Среди импортных препаратов наибольшую долю занимают лекарства с ценой свыше 500 рублей — 94,5% (рисунок 26). Среди локализованных препаратов ценовые сегменты «менее 50 руб.» (5,1%), «от 50 до 150 руб.» (6,1%) и «от 150 до 500 руб.» (20,1%) занимают невысокую долю, а наибольший объём продаж, составивший 67,9%, также приходится на категорию «более 500 руб.».

Если в сегментах со стоимостью упаковок до 500 рублей разница между средне-

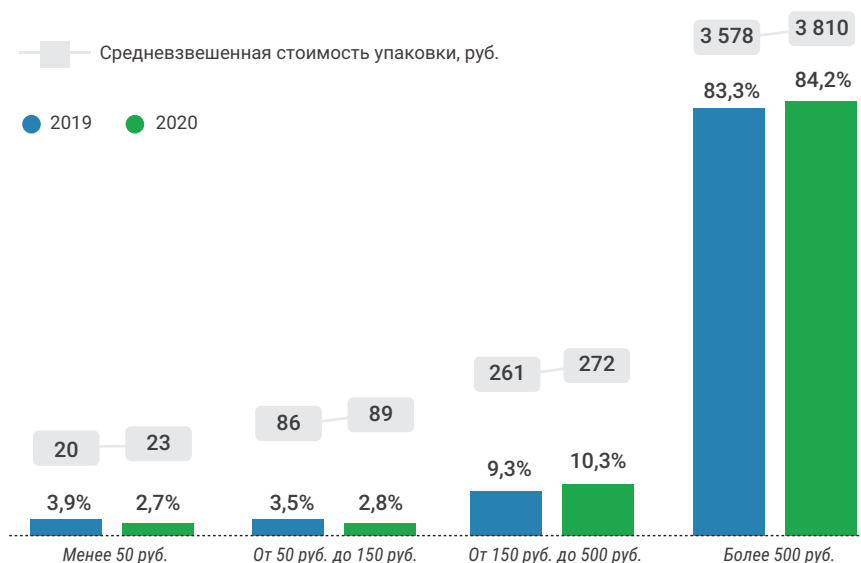


Рисунок 27

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям в стоимостном выражении, 2019-2020 гг.

взвешенной ценой у импортных и отечественных препаратов не столь ощутима, то в самом ёмком сегменте «более 500 руб.» разница между российскими и зарубежными лекарствами остаётся значительной: почти в 2,5 раза.

Соотношение больничных закупок ЛП по АТС-группам I уровня в России по итогам 2020 года представлено в таблице 16.

Рейтинг лекарственных препаратов сегмента ЛПУ по АТС-группам существенно отличается от коммерческого рынка. ТОП 2020 года отличается и от прошлогоднего. И опять же причина – рост закупок препаратов, связанных с онкологической программой, и лекарств, включённых в рекомендации Минздрава по профилактике, диагностике и лечению COVID-19.

Последние 2 года первую строчку в сегменте госпитальных закупок в 2020 году занимает АТС-группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (доля 36,98% в стоимостном выражении), продемонстрировав заметный прирост за-

купок на 40,2% (с 2013 года закупки группы ежегодно растут). Увеличение объёмов продаж группы [L] в основном произошло за счёт увеличения закупок в самой ёмкой подгруппе [L01] «Противоопухолевые препараты» (+38,7% в рублях), а именно импортных оригинальных препаратов – моноклональных антител «Тецентрик» (+221,0%) от F.Hoffmann-La Roche, «Опдиво» (+101,1%) от Bristol-Myers Squibb и «Китруда» (+99,6%) от Merck & Co, не имеющих аналогов на рынке. А максимальный темп прироста показали иммунодепрессанты [L04] (+73,3% в рублях). В натуральном выражении также наблюдается заметный прирост противоопухолевых препаратов и иммуномодуляторов: +22,6%.

На втором месте находятся препараты, относящиеся к [J] «Противомикробные препараты для системного использования». В 2020 году объём группы вырос на 12,4%, но это почти в 2 раза меньше, чем рост госпитальных закупок в целом. Увеличение произошло за счёт дополнительных продаж антибактериальных препаратов [J01] (+41,0%) и вакцин [J07] (+19,3%). Расшире-

Рисунок 28

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям для импортных и локализованных препаратов в стоимостном выражении в 2020 году

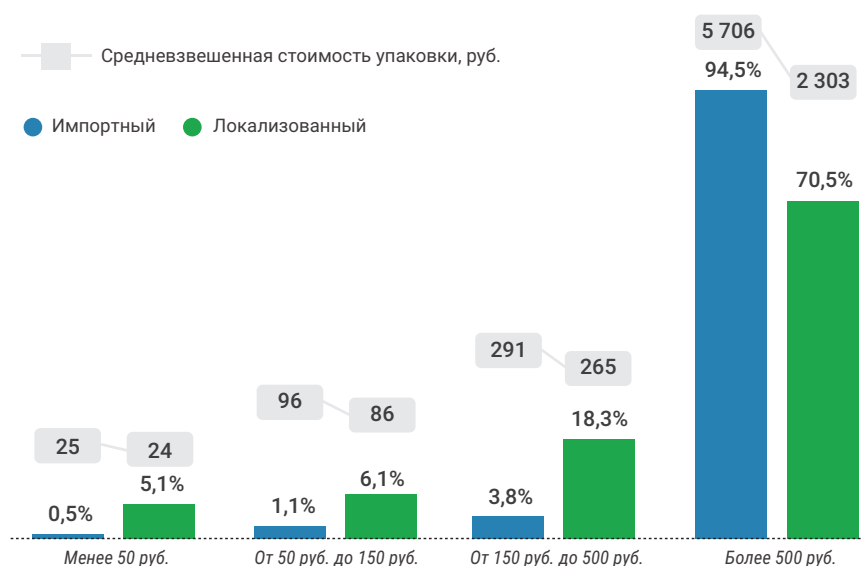


Таблица 16

Структура
больничных закупок
ЛП по АТС-группам
в 2020 году

АТС-группа I-го уровня	Стоимостной объём, млрд руб.	Доля группы в стоимостном объёме, %	Натуральный объём, млн упак.	Доля группы в натуральном объёме, %
Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы [L]	148,17	36,98%	18,70	2,22%
Противомикробные препараты для системного использования [J]	129,63	32,35%	296,18	35,19%
Препараты, влияющие на кроветворение и кровь [B]	43,67	10,90%	262,27	31,16%
Препараты для лечения заболеваний нервной системы [N]	15,84	3,95%	61,62	7,32%
Прочие препараты [V]	12,34	3,08%	12,15	1,44%
Пищеварительный тракт и обмен веществ [A]	11,30	2,82%	47,49	5,64%
Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы [M]	8,49	2,12%	15,24	1,81%
Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы [C]	7,44	1,86%	43,63	5,18%
Препараты для лечения заболеваний респираторной системы [R]	5,61	1,40%	17,91	2,13%
Препараты без указания АТС-группы	4,57	1,14%	0,73	0,09%
Препараты для лечения заболеваний органов чувств [S]	4,50	1,12%	5,08	0,60%
Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны) [H]	3,55	0,89%	10,56	1,25%
Препараты для лечения заболеваний кожи [D]	2,78	0,69%	46,49	5,52%
Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны [G]	2,32	0,58%	2,76	0,33%
Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты [P]	0,53	0,13%	0,92	0,11%

ние закупок в подгруппе АБП коснулось таких МНН как «Цефепим+Сульбактам» (+659,0%), «Азитромицин» (+234,9%) и «Левифлоксацин» (+147,4%). Что касается вакцин, то наибольшим спросом пользовались следующие бренды: вакцины для профилактики гриппа «Ультрикс» (+655,5%) и «Совигрипп» (+56,8%), а также квадριвалентная, рекомбинантная вакцина против вируса папилломы человека «Гардасил» (+142,3%).

Группа [В] «Препараты, влияющие на кровь» (+34,1%) удерживает за собой 3-ю позицию по объёму госпитальных закупок. Самой ёмкой подгруппой в 2020 году стала [В01] «Антикоагулянты», на долю которой приходится более половины объёма реализации группы в рублях. Лидерами закупок являются препараты на основе МНН «Эноксапарин натрия» (бренды «Эниксум», «Клексан»). Приём антикоагулянтов снижает риск развития тромбоэмболических осложнений, который у пациентов с COVID-19 существенно повышен. 90,5% натурального объёма занимают плазмозамещающие и перфузионные растворы [В05] с ведущим МНН «Натрия хлорид».

Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты (+1 823,8% в руб. и +199,5% в упак.) отметились максимальным увеличением закупок благодаря росту расходов медицинских организаций на противомаларийные препараты с МНН «Гидроксихлорохин» (+15 180,8%), которые были включены в методические рекомендации по профилактике, диагностике и лечению новой коронавирусной инфекции.

Сердечно-сосудистые заболевания (ССЗ) представляют наиболее острую проблему

современной медицины, так как смертность от патологии сердца и сосудов находится на первом месте. В 2020 году объём закупленных ЛП в данной группе вырос на 56,3% в рублях, при чём в 2018-2019 годах мы наблюдали снижение закупок в данной группе. В результате за 2 года объём снизился в 2 раза, поэтому несмотря на увеличение закупок в 2020 году показатель в рублях всё же оказался ниже уровня 2017 года.

В таблице 17 представлен рейтинг ТОП-20 производителей в сегменте ЛПУ по итогам 2020 года, который в сравнении с предыдущим годом имеет отличия и по составу, и по расположению компаний. В ТОП-3 производителей вошли компании с высокой долей препаратов для лечения онкологических заболеваний.

В результате увеличения закупок на 39,3% на первое место поднялась корпорация Merck & Co (+2 строчки). Компания в госпитальный сегмент поставляет 70 брендов лекарственных препаратов. Сильнее всего затраты больниц выросли на вакцину «Гардасил» (+142,3%) против ВПЧ и противовирусное средство «Зепатир» (+130,8%) для лечения хронического гепатита С. В 2020 году медицинские организации стали закупать два новых противоретровирусных препарата «Пивелтра» и «Делстриго».

Вторую строчку по итогам года занял производитель F.Hoffmann-La Roche (+82,1%) за счёт одного из самых высоких приростов в ТОП-20. Госпитальный ассортиментный ряд компании состоит из 40 брендов. 12 ведущих препаратов F.Hoffmann-La Roche относятся к группе [L] и занимают 97,5% в объёме закупок корпорации.

Таблица 17

ТОП-20
производителей
в сегменте ЛПУ
в стоимостном
выражении
в 2020 году

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

Рейтинг	Изменение	Производитель	Стоимостной объём, млн руб.	Доля, %	Прирост, % 2020/2019
1	+2	Merck	26 917	6,7%	+39,3%
2	+3	F.Hoffmann-La Roche	24 980	6,2%	+82,1%
3	-2	Биокад	23 541	5,9%	+19,3%
4	-2	Sanofi	22 455	5,6%	+15,6%
5	-1	Фармасинтез	16 334	4,1%	+14,0%
6	+5	Bristol-Myers Squibb	15 903	4,0%	+96,8%
7	-1	Pfizer	13 613	3,4%	+2,4%
8	+1	Микроген	13 017	3,2%	+25,2%
9	+5	AstraZeneca	11 539	2,9%	+54,7%
10	-3	GlaxoSmithKline	11 533	2,9%	+2,6%
11	+4	Bayer	10 004	2,5%	+34,3%
12	-1	Johnson & Johnson	9 738	2,4%	+3,4%
13	-3	Abbott	7 956	2,0%	-17,3%
14	-1	Novartis	7 644	1,9%	+1,6%
15	-7	AbbVie	6 792	1,7%	-36,5%
16	+41	Форт	6 593	1,6%	+654,8%
17	+2	Fresenius	5 065	1,3%	+25,1%
18	+2	Astellas	4 813	1,2%	+19,1%
19	+2	Boehringer Ingelheim	4 613	1,2%	+28,0%
20	+7	Синтез	4 433	1,1%	+42,1%

В 2020 году общий объём бюджетных денежных средств, затраченных на закупку препаратов отечественной компании «Биокад», составил 23,5 млрд рублей, что больше на 19,3%, чем годом ранее. Основной вклад в прирост внесли противоопухолевые средства «Ацеллбия» (+88,9%) и «Карбоплатин» (+72,3%). Всего ЛПУ закупили 37 брендов, которые по программе импортозамещения заменяют зарубежные аналоги. Портфель фирмы расширился на 5 брендов по сравнению с 2019 годом.

Отечественные производители, попавшие в ТОП-20, представлены 5-ю компаниями. Все российские предприятия продемонстрировали положительную динамику. Наилучший результат показали компании «Форт» (+654,8% в рублях и +41 места в рейтинге) и «Синтез» (+42,1% и +7 мест).

«Форт» поставляет больницам вакцины, в 2020 году ЛПУ закупили инактивированную вакцину производителя для профилактики гриппа «Ультрикс» на сумму порядка 6,6 млрд рублей (+655,5% относительно 2019 года).

Среди ключевых препаратов компании «Синтез» закупки заметно выросли у антиагрегантного средства «Клопидогрел» (+1 245,9%), действие которого направлено на предотвращение атеротромботических и тромбоэмболических осложнений; синтетического антибактериального препарата широкого спектра действия из группы фторхинолонов «Лефлбакт» с МНН «Левифлоксацин» (+180,9%); у противомаларийного средства «Гидроксихлорохин» (new).

Падение закупок относительно 2019 года из рейтинга отмечено только у двух производителей – AbbVie (-36,5%; -6 мест) и «Abbott» (-17,3%; -3 строчки).

В таблице 18 представлен ТОП-20 брендов в сегменте ЛПУ по итогам 2020 года. Доля ТОП-20 брендов в госпитальных закупках составляет 33,0% — больше на 2%, чем в предыдущий год.

Изменения в рейтинге довольно существенные: в 2020 году только ключевой препарат ТОП-20 сохранил свою позицию с 2019 года. Французская вакцина для профилактики дифтерии, столбняка, коклюша, полиомиелита и гемофильной инфекции типа b «Пентаксим» (+14,7%) от Sanofi, закупаемая в рамках «Национального календаря профилактических прививок», расположилась на первой строчке.

На второе место переместился концентрат для приготовления раствора для инфузий производства Bristol-Myers Squibb под брендом «Опдиво» (+101,1%), предназначенный для терапии злокачественных новообразований.

Противоопухолевое средство «Китруда», которое выпускает корпорация Merck & Co, за год поднялось на 3 строчки вверх, заняв третье место в рейтинге брендов, в результате увеличения объёма закупок на 99,6%.

В ТОП-20 помимо дорогих импортных лекарственных средств вошёл также и дешёвый отечественный препарат – регидратирующее средство «Натрия Хлорид» (+5,4%). В упаковках «Натрия Хлорид» – бессменный лидер, на долю которого приходится ¼ всех закупок в госпитальном сегменте. 40 производителей реализуют на рынке препараты под данным брендом. Лидером два года подряд становится компания «Гротекс», тогда как ранее это место занимал «Эском».

Таблица 18

ТОП-20 брендов
в сегменте ЛПУ
в стоимостном
выражении
в 2020 году

Рейтинг	Изменение	Бренд	Стоимостной объём, млн руб.	Доля, %	Прирост, % 2020/2019
1	-	Пентаксим	14 352	3,6%	+14,7%
2	+2	Опдиво	13 418	3,3%	+101,1%
3	+3	Китруда	12 635	3,2%	+99,6%
4	-1	Совигрипп	10 572	2,6%	+56,8%
5	+2	Авегра	9 229	2,3%	+48,8%
6	+6	Перьета	6 967	1,7%	+54,5%
7	+66	Ультрикс	6 593	1,6%	+655,5%
8	-3	Гертикад	6 323	1,6%	-2,2%
9	-7	Превенар	6 076	1,5%	-18,3%
10	-1	Натрия Хлорид	6 044	1,5%	+5,4%
11	+4	Кадсила	5 697	1,4%	+79,2%
12	-2	Тивикай	5 665	1,4%	+13,2%
13	-2	Исентресс	4 598	1,1%	-4,5%
14	+27	Тецентрик	4 190	1,0%	+221,0%
15	+1	Эвиплера	3 782	0,9%	+31,5%
16	new	Спинраза	3 497	0,9%	new
17	+202	Брилинта	3 443	0,9%	+1 094,2%
18	+15	Кстанди	3 397	0,8%	+105,7%
19	+1	Эрбитукс	3 101	0,8%	+40,4%
20	+2	Калидавир	2 853	0,7%	+32,2%

5. Биологически активные добавки

Питаться — это необходимость, но разумно питаться — это искусство

Франсуа VI де Ларошфуко

2020 год внёс коррективы во все сегменты рынка, в том числе и в реализацию биологически активных добавок. Чтобы оставаться в тренде в 2020 году производители биологически активных добавок были вынуждены оперативно реагировать за запросы рынка — перестраивать свои производственные мощности под выпуск актуальных во время пандемии COVID-19 добавок к пище. В первую очередь речь идёт о средствах, повышающих сопротивляемость организма инфекциям: витамины D3 и C, цинк, бузина, эхинацея и др.

В 2020 году продажи добавок, поддерживающих функционирование иммунной системы, за год выросли на 124,4%. Если сравнивать ёмкость группы с показателем 2016 года, то она увеличилась более чем в 4 раза. Тройка лидеров в этой категории представлена линейками «Супрадин» (+468,5% относительно 2019 года), «Эвалар» (+1048,8%) и Solgar (+118,3%). Объём реализации добавок для поддержания здоровой иммунной функции растёт ещё и благодаря ежегодному появлению на рынке новых позиций.

Большим спросом во второй половине года стали пользоваться добавки к пище с витамином D. Такой динамике способствовали и результаты исследований: по данным Национального медицинского исследовательского центра имени В.А. Алмазова Минздрава

в России, дефицит витамина D обнаружили у 71,3% людей с выявленным COVID-19, в том числе у 36,3% — тяжёлый дефицит. Также был и обратный вывод о том, что дефицит витамина D в организме человека может привести к тяжёлому течению заболевания, вызываемого коронавирусом.

В результате объём продаж витамина D вырос более чем в 3 раза в денежном объёме. Особую популярность витамин D набрал в 4-м квартале, когда реализация добавок группы ежемесячно превышала 500 млн рублей. При сравнении с третьим кварталом объём реализации вырос на 202,0%, а по отношению к четвёртому кварталу прошлого года — на 342,9%. Ведущими брендами в 2020 году стали «Детримакс» (доля в группе 45,6% в рублях), Solgar (17,4%) и «Эвалар» (5,3%). За год на рынке появилось около 60 новых SKU в различных формах выпуска: как распространённые таблетки и капли для приёма внутрь, так и шипучие таблетки, жевательные пастилки, мицеллированные водные растворы и спреи. Среди «новинок» наиболее востребованными оказались: «Детримакс 2000 таблетки 240 мг №60» (объём реализации в 2020 году составил 282,0 млн руб.), «Эвалар Витамин D3 раствор для приёма внутрь [масляный] 500 ME 10 мл №1» (107,4 млн руб.), «INS Витамин D3 капли для приёма внутрь 20 мл №1» (95,6 млн руб.).

Действие добавок на основе витамина С также направлено на поддержание иммунитета. Аскорбинка повышает сопротивляемость организма инфекциям и вирусам, служит профилактическим средством. Этим и объясняется растущий спрос на БАД с витамином С. За 12 месяцев 2020 года биодобавки этой категории продемонстрировали высокий темп прироста – на 102,2%. В упаковках данный показатель заметно ниже (+6,7% относительно 2019 года), что говорит как о переключении потребителей аптек на более дорогостоящие средства, так и о заметном росте цен (средневзвешенная розничная цена выросла на 5,6%, и составила 190 руб./упак.). ТОП-3 в 2020 году состоял из марок: «Эвалар» (доля в группе 22,8% в рублях), «Аскорбиновая Кислота» (12,8%), которую выпускают 20 производителей, и Solgar (11,9%). Повышенный спрос на витамин С также способствовал появлению на рынке новых позиций – в 2020 году производители биодобавок вывели на рынок более 30 новых SKU. Самая успешная новинка – жевательные таблетки с витамином С и сахаром «Активфрут витамин С+глюкоза таблетки жевательные 2,5 г №10» (объем реализации в 2020 году составил 32,8 млн руб.).

Также за 2020 год аптеки реализовали 2,8 млн упаковок БАД, содержащих комбинацию витаминов D и C, на сумму 830,5 млн рублей. Прирост по отношению к 2019 году составил 28,4% в рублях и 19,7% в упаковках. В этой группе лидируют добавки фирмы «Внешторг Фарма» – «Витаминно-Минеральный Комплекс» и «Фортевит», а также марка «Доппельгерц» от немецкой корпорации Queisser Pharma.

Особое место на рынке занимают средства, способствующие поддержанию и восста-

новлению нормальной микрофлоры кишечника. На протяжении последних 5 лет эта категория БАД ежегодно набирает популярность. А ведущие марки в 2020 году заняли высокие места в рейтинге биодобавок: «Максилак» (7-е место; +29,9%), «Бак-Сет» (9-е место; +26,2%), «Лактобаланс» (25-е место; +122,0%). На изменение микрофлоры ЖКТ может повлиять приём лекарственных препаратов, прежде всего, антибиотиков. Этим и обусловлена востребованность данных биодобавок в условиях существующей эпидемиологической ситуации.

А популярные ранее добавки для снижения веса и очищения организма и БАД, влияющие на репродуктивную систему, в 2020 году в минусе. За год их объём продаж снизился на 6,9% и 6,7% соответственно.

Таким образом, изменение потребительского спроса в пользу приёма витаминов и витаминосодержащих комплексов – одно из основных последствий влияния пандемии на рынок БАД.

Заметим, что в 2020 году усилилось давление законодательных инициатив на регулирование реализации биологически активных добавок.

Так, с 1 января 2021 года отменён СанПиН 2.3.2.1290-03 (утверждён в 2003 году), запрещающий дистанционную продажу БАД. При этом в конце 2020 года Минпромторг доработал законопроект постановления правительства РФ о розничной торговле, согласно которому онлайн-продажа БАД будет доступна только аптечным организациям. Что несомненно повлияет на рынок и ведущих игроков, владеющих интернет-площадками, в данном сегменте. Ранее этот проект подразумевал полный запрет

на онлайн-торговлю биодобавками. Ограничения вводятся с целью избежать риск возрастания оборота фальсифицированной продукции.

Как в таких условиях будет функционировать широко известная американская площадка iHerb – большой вопрос. Проблемы у компании были и на протяжении 2020 года. Весной Роскомнадзор заблокировал IP-адреса мобильного приложения онлайн-ритейлера на основании двух исков от Генеральной прокуратуры. По требованию суда маркетплейс iHerb обязали удалить информацию о 10 товарах с запрещённой информацией, а также приложение iHerb из Google Play и App Store для российских пользователей. Кроме того, онлайн-магазин провёл аудит товарной линейки на соответствие техническому регламенту Таможенного союза, удалив около 1 000 позиций с сайта. Однако при этом не смог выполнить второе постановление суда, так как в его решении не был указан конкретный перечень продуктов, информацию о которых необходимо удалить.

Верховный суд в начале 2021 года признал законной блокировку фирменного приложения iHerb. Принятое решение само по себе неоднозначное, и ведёт к искусственному ограничению конкуренции на рынке добавок к пище, что первоначально ударит по потребителям, стремящимся минимизировать свои расходы на витамины и другие добавки. Если к тому же ещё и будут приняты меры по ограничению доступа крупных игроков к онлайн-рынку, то это приведёт к заметному росту цен.

Роспотребнадзор, уделяющий особое внимание проверке качества и безопасности БАД, направил в Минпромторг своё пред-

ложение о необходимости маркировки БАД к пище средствами идентификации. А также представил их на заседании Госкомиссии по противодействию незаконному обороту промышленной продукции под председательством министра промышленности и торговли. Запустить эксперимент по маркировке БАД предложено с 1 квартала 2021 года.

Количество производителей БАД сравнимо с количеством производителей лекарств (около 1 000). Но производителей, которые делают и ЛП, и БАД, всего около 220. Таким образом, большая часть производителей должна будет готовиться к маркировке с нуля. В результате заметно могут вырасти цены на БАД, так как объёмы продаж БАД ниже, и компенсировать затраты на маркировку объёмами продаж не получится. Также многие производители перестанут производить БАД (в большей мере это касается компаний с низким оборотом), поскольку им совсем будет невыгодно переводить производственные мощности с учётом процесса маркировки.

По итогам 2020 года ёмкость коммерческого рынка биодобавок составила 74,1 млрд рублей (+17,1% относительно 2019 года) или 321,8 млн упаковок (-1,2%). Причём заметное оживление продаж было на протяжении 1 квартала, а после начала пандемии коронавирусной инфекции структура потребления изменилась, и всплески реализации были «точечными», в целом же начиная с апреля продажи пошли на спад. В упаковках рынок просел относительно прошлого года. Таким образом, как и ожидалось ранее, резкий скачок спроса сменился дальнейшим падением продаж. Самым удачным месяцем стал март: темп прироста составил +51,8% в стоимостном

объёме и +29,0% в натуральном при сравнении с третьим месяцем 2019 года.

В среднем одна упаковка БАД в 2020 году обошлась потребителю аптеки в 230 рублей (розничная цена), что на 18,5% выше, чем годом ранее. В ценах закупки аптек средневзвешенная стоимость БАД составляет порядка 174 рублей.

Для поддержания конкурентных цен и привлечения потребителей аптеки продолжили снижать наценку на данную группу ассортимента: в 2020 году наценка на БАД составила 32,1%, относительно 2019 года она снизилась на 2,8%, а при сравнении с 2016 годом данный показатель сократился ещё более существенно — на 8,2%.

Рост цен и переключение потребителей на более дорогостоящие добавки заметно повлияли на структуру продаж по ценовым сегментам. Ощутимый прирост объёма продемонстрировал «высокий» ценовой сегмент (+30,1% в руб., +31,1% в упак.). В результате структура рынка БАД в разрезе ценовых категорий изменилась в пользу

биодобавок с ценой свыше 500 рублей — удельный вес данной группы добавок к пище вырос на 5,2% в стоимостном выражении и на 3,3% в натуральном эквиваленте. Поэтому дорогостоящие добавки к пище принесли аптекам свыше половины выручки (доля 52,2% в руб.). Первые 5 мест по объёму продаж данного сегмента занимают витаминные комплексы. Цена на спрос не влияет. Таким образом, видно, что меняется портрет потребителя, и рынок БАДов растёт за счёт обеспеченных людей, ориентированных на здоровый образ жизни, частью которого являются дорогостоящие витамины.

На втором месте по ёмкости на рынке в стоимостном объёме добавки из категории «от 300 до 500 руб.» (22,0%).

Самыми востребованными у россиян на рынке по-прежнему остаются дешёвые БАД, при этом их объём реализации сократился на 6,9% в рублях и на 11,4% в упаковках. Как результат средства из ценового диапазона «до 50 руб.» постепенно вымываются с полок: в 2020 году их доля сокра-

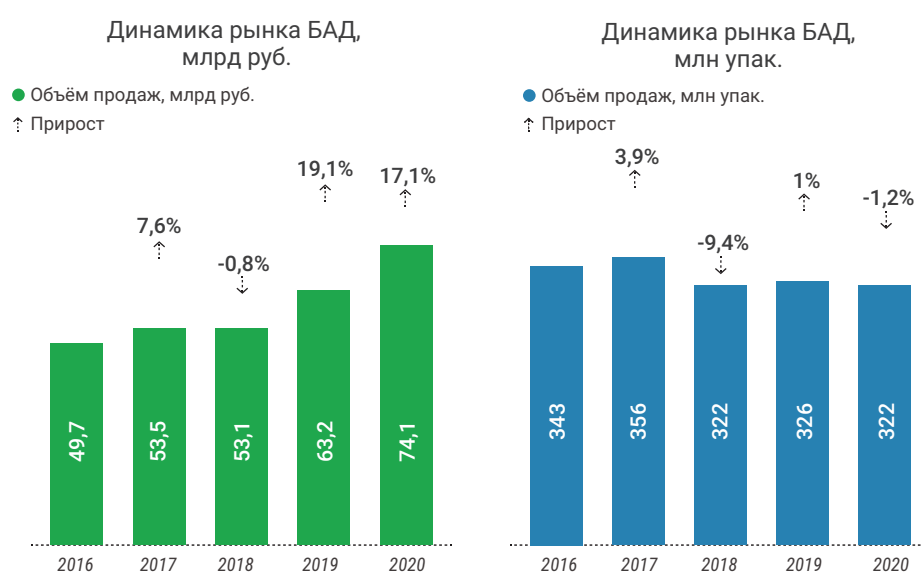


Рисунок 29

Динамика аптечных продаж БАД в России

тилась на 4,4% до 38,3% проданных добавок в упаковках. Из-за низкой стоимости в рублях вес нижнего сегмента не превышает 4% (-1,0% по сравнению с 2019 годом). «Гематоген» и «Аскорбиновая кислота» составляют половину объёма продаж в упаковках сегмента с ценой «до 50 рублей».

Динамика цен на биодобавки была проанализирована с помощью индекса цен Ласпейреса. Одной из причин роста средневзвешенных цен стала инфляция на БАД, показатель которой опять заметно вырос. В 2020 году цены в рублях на БАД увеличились на 8,7%.

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

Рейтинг за год несколько изменился. Сезонные группы [R] «БАД, применяемые при заболеваниях дыхательной системы» (+27,2%) и [I] «БАД, поддерживающие функцию иммунной системы» (+124,4%) заметно укрепили свои позиции в рейтинге, переместившись на 3-и строчки вверх за счёт роста продаж.

Традиционно самыми востребованными на рынке остаются добавки общего назначения группы [V] «БАД, действующие на организм в целом» (доля 34,1% в рублях). При сравнении с 2019 годом объём реализации этой группы БАД вырос на 29,2%. Основные бренды биодобавок в группе [V]: Solgar (доля в продажах группы – 14,9% в руб.) компании Solgar Vitamin and Herb и «Фемибион» (6,6%) корпорации Dr.Reddy's.

Вторую строчку удерживает группа [A] «БАД, действующие на пищеварительную систему» (18,9%), которая продемонстри-

Рисунок 30

Соотношение продаж БАД по ценовым сегментам в 2020 году

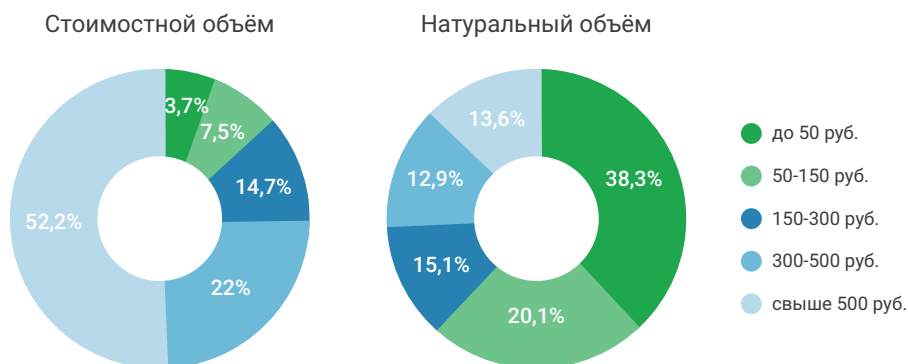
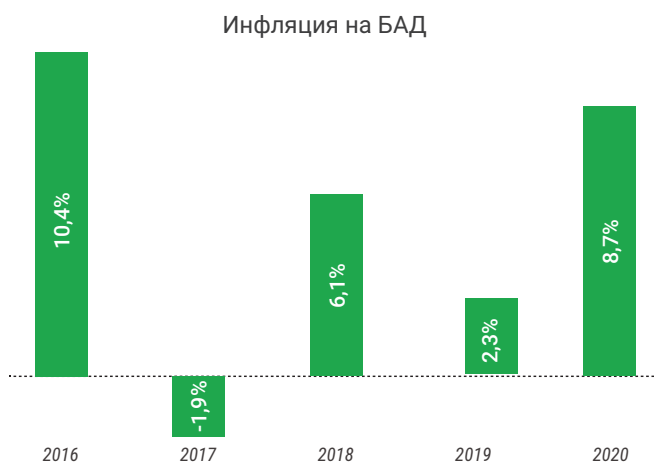


Рисунок 31

Изменение цен БАД на аптечном рынке России



Рейтинг	Изменение	Группа	Стоимостной объём, млн руб.	Доля, %	Прирост, % 2020/2019
1	-	БАД, действующие на организм в целом [V]	25 242,0	34,1%	+29,2%
2	-	БАД, действующие на пищеварительную систему [A]	14 010,6	18,9%	+10,6%
3	-	БАД, влияющие на функции центральной нервной системы [N]	6 779,2	9,2%	+5,3%
4	-	БАД, влияющие на репродуктивную систему [G]	5 940,3	8,0%	-6,7%
5	-	БАД, применяемые при заболеваниях костной системы [M]	5 373,7	7,3%	+75,4%
6	-	БАД для поддержания функций сердечно-сосудистой системы [C]	3 373,8	4,6%	+17,0%
7	+3	БАД, применяемые при заболеваниях дыхательной системы [R]	2 208,7	3,0%	+27,2%
8	-	БАД, применяемые для устранения различных проблем с кожей и волосами [D]	2 177,6	2,9%	+6,6%
9	-2	БАД для похудения и очищения организма [W]	2 095,7	2,8%	-6,9%
10	-1	БАД, действующие на органы чувств [S]	1 533,5	2,1%	-13,3%
11	-	БАД, действующие на кроветворную систему [B]	1 451,8	2,0%	-0,9%
12	+3	БАД, поддерживающие функцию иммунной системы [I]	1 412,1	1,9%	+124,4%
13	-	БАД, применяемые при отравлениях и интоксикациях [T]	898,6	1,2%	+16,1%
14	-2	БАД, действующие на мочевыделительную систему [U]	714,2	1,0%	-8,1%
15	-1	БАД, влияющие на функцию желез внутренней секреции [H]	621,3	0,8%	-2,9%
16	-	БАД, применяемые при вирусных, бактериальных и грибковых заболеваниях [J]	165,2	0,2%	+47,7%
17	-	БАД, применяемые для лечения и профилактики онкологических заболеваний (кроме опухолевых заболеваний репродуктивной системы) [O]	75,4	0,1%	-16,1%

Таблица 19

Рейтинг продаж
по разделам
классификатора БАД

рвала прирост продаж на 10,6%. В данной группе наиболее востребованы позиции «Фитолак» (доля в продажах группы – 13,9% в руб.) отечественного производителя «Эвалар» и «Максилак» (11,5%) компании Alium.

Третье место у группы [N] «БАД, влияющие на функции центральной нервной системы» (9,2%), которая также показала положительную динамику продаж: +5,3%. Группу возглавили добавки отечественного производителя «Эвалар» – «Формула Спокойствия» (доля в продажах группы – 13,3% в руб.) и «Эвалар Глицин» (13,0%).

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

- добавки, поддерживающие функцию иммунной системы (+124,4%): положительную динамику группе [I] обеспечили бренды «Эвалар» (+1048,8%) и «Natrol» (+1020,1%);
- БАД, применяемые при заболеваниях костной системы» (+75,4%): многие добавки группы [M] содержат в своём со-

ставе витамин D3, популярность которого за последние несколько лет выросла во всём мире; витамин D3 положительно влияет на работу иммунной системы, способствует снижению риска развития ОРВИ; реализация брендов группы [M] «Эвалар» и «Детримакс» возросла на 2184,5% и 477,8% соответственно;

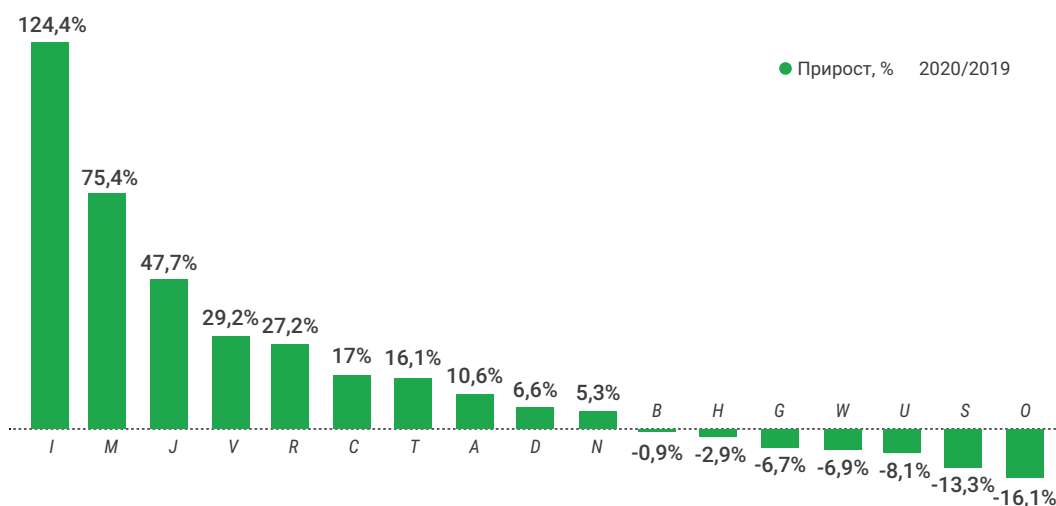
- биодобавки, применяемые при вирусных, бактериальных и грибковых заболеваниях (+47,7%), на третьем месте по годовому темпу прироста: таблетки для рассасывания «Форцис» (+18033,8%), рекомендованные в качестве профилактики при повышенном риске заболеваемости ОРВИ, и капсулы «Канди-Трим» (+3826,3%) при грибковых заболеваниях различных локаций сыграли основную роль в положительной динамике группы.

Итак, наибольший успех имели добавки, позиционируемые производителями как иммуностимулирующие, а также предназначенные для профилактики ОРВИ.

Продажи заметнее всего упали у группы [O] «БАД, применяемые для лечения и профилактики онкологических заболеваний

Рисунок 32

Динамика продаж БАД по разделам классификатора в рублях



(кроме опухолевых заболеваний репродуктивной системы)» – на 16,1%. Объем реализации антиоксиданта «Биодигидрокверцетин» и добавки «Репеин» для улучшения переносимости сеансов лучевой и химиотерапии в 2020 году сократился на 47,0% и на 40,0% соответственно.

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

По итогам 2020 года на аптечных полках было представлено 2 783 бренда БАД (порядка 9 106 СКЮ) от 1 018 производителей. За год на рынке появилось 232 новых бренда. Если раньше новинки легко занимали топовые позиции за счёт грамотного продвижения, то сейчас привести «интересные» продукты стало сложнее. В основном в 2020 году производители биодобавок делали упор на позиционирование своих продуктов как средств профилактики вирусных инфекций.

Самой успешной стала «новинка» «Магний+В6 Форте» (производитель Shandong Yibao Biologics), которая по итогам года разместилась на 56-й строчке (объём продаж – 239,0 млн рублей).

В рейтинге ТОП-20 брендов, лидирующих по стоимостным объёмам продаж, можно отметить ряд существенных изменений. Тройка лидеров осталась прежней. Первое место – у линейки пищевых биодобавок Solgar (доля 8,1% в руб.), действующих как на организм в целом, так и на его отдельные системы. На второй строчке расположились витаминно-минеральные комплексы под маркой «Доппельгерц» (2,8%). Замыкает тройку лидеров БАД со слабым эффектом «Фитолак» (2,6%).

В рейтинг попали две новинки. Марка «Детримакс», предназначенная для восполнения дефицита и поддержания нормального уровня витамина D, производства компании Unipharm за счёт увеличения продаж на 477,8% поднялась на 34 строчки вверх, и заняла 6-е место. В итоге бренд продемонстрировал максимальную положительную динамику среди «двадцатки» лидеров. Объем реализации ещё одной новинки – хондропротектора «Арта» (+6 мест) от фирмы Stada – вырос на 76,4%.

Также среди положительных изменений стоит выделить динамику продаж бренда «Эвалар» (+176,9%; +16 мест) одноимённого производителя, который включает в себя широкую линейку продукции: существенный рост обеспечили добавки, содержащие витамины С и D, цинк – «Эвалар Витамин С» (+1857,8%), «Эвалар Витамин D3» (new) и «Эвалар Цинк+Витамин С» (+1039,5%).

Из отрицательных изменений отметим «-19,8%» у марки «Гематоген», которую выпускают 12 компаний.

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

Компания «Эвалар» остаётся самой представленной в рейтинге брендов – семь позиций из двадцати принадлежат ей, их доля составила 11,2% (+0,3% относительно 2019 года).

На рынке биологически активных добавок преобладают средства российского производства. Отечественные БАД занима-

Таблица 20

ТОП-20 брендов БАД
в России в 2020 году

Рейтинг	Изменение	Бренд	Стоимостной объём, млн руб.	Доля, %	Прирост, % 2020/2019
1	-	Solgar	6 014,5	8,1%	+52,8%
2	-	Доппельгерц	2 069,6	2,8%	+7,1%
3	-	Фитолакс	1 944,4	2,6%	+4,1%
4	+16	Эвалар	1 679,4	2,3%	+176,9%
5	-1	Фемибион	1 678,1	2,3%	+15,4%
6	+34	Детримакс	1 632,2	2,2%	+477,8%
7	-1	Максилак	1 616,5	2,2%	+29,9%
8	-3	Витрум	1 513,7	2,0%	+13,7%
9	-2	Бак-Сет	1 513,5	2,0%	+26,3%
10	+6	Anti-Age	1 103,2	1,5%	+60,4%
11	-3	Турбослим	1 056,1	1,4%	-5,9%
12	-1	Natures Bounty	1 016,0	1,4%	+9,0%
13	-	Супрадин	994,7	1,3%	+10,7%
14	+1	Витамишки	938,7	1,3%	+15,8%
15	-3	Формула Спокойствия	900,3	1,2%	-3,0%
16	-6	Компливит	898,7	1,2%	-6,6%
17	-8	Эвалар Глицин	881,6	1,2%	-11,2%
18	-1	Овесол	734,9	1,0%	+7,4%
19	-5	Гематоген	694,6	0,9%	-19,8%
20	+6	Артра	676,7	0,9%	+76,4%

ют 79,1% натурального объёма продаж. При этом за год структура рынка по происхождению изменилась в пользу импортных добавок к пище: их вес вырос на 4,3% до 51,4% в рублях и на 3,0% до 20,9% в упаковках.

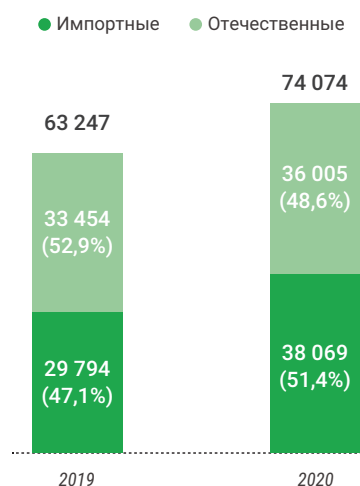
У зарубежных производителей добавок к пище отмечается увеличение реализации на 27,8% в рублях и на 15,2% в упаковках. Отечественные компании также продемонстрировали положительную динами-

ку в стоимостном объёме (+7,6%), однако в упаковках продажи уменьшились на 4,8%.

Средняя стоимость упаковки отечественного БАД в 2020 году составила 142 рубля (+13,0% относительно 2019 года), что приблизительно в 4 раза ниже стоимости упаковки импортного средства – 565 рублей (+10,9%).

Среди иностранных производителей лидируют БАД производства США (36,3%), Германии (22,5%) и Индии (5,6%). Среди

Соотношение продаж импортных и отечественных БАД, млн руб.



Соотношение продаж импортных и отечественных БАД, млн упак.

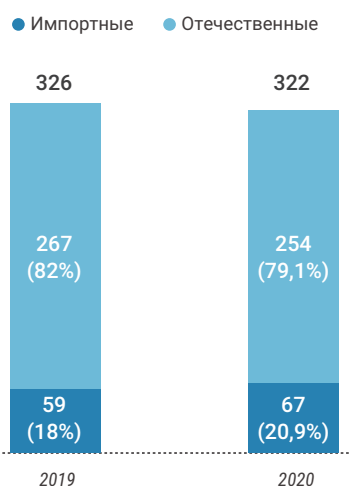


Рисунок 33

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства

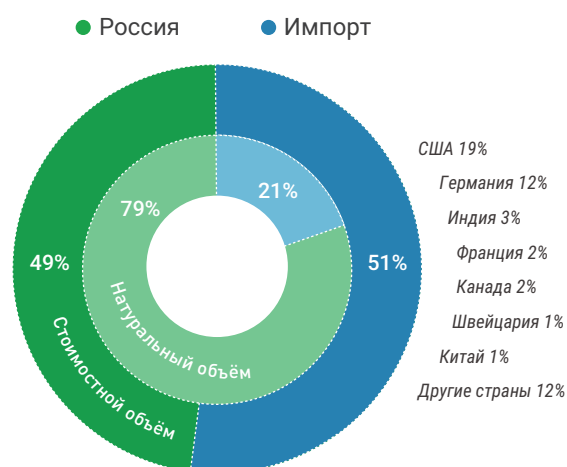


Рисунок 34

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства по странам в 2020 году

американских БАД наиболее популярна продукция компании Solgar Vitamin and Herb (серия БАД Solgar). Список немецких производителей возглавляют корпорации Stada (бренды «Витрум» и «Артра») и Queisser Pharma (серия БАД «Доппельгерц»). Среди производителей из Индии лидируют компании Dr.Reddy's (БАД «Фемибион») и Sun Pharmaceutical («Неотрависил»).

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

Концентрация производителей на фармацевтическом рынке добавок к пище довольно высокая – ТОП-20 компаний занимает 63,0% рынка.

Лидером рынка на протяжении уже многих лет остаётся российская компания «Эвалар» (доля 16,1% в рублях). В 2020 году был зафиксирован подъём объёма реализации на 10,1%. Положительную динамику производителю обеспечили добавка «Эвалар» (+176,9%), которая включает в себя широкую номенклатуру продукции; линейка БАД Anti-Age (+60,4%), направленная на омоложение организма изнутри; коллекция травяных чаёв «Эвалар Био» (+15,7%). А объём продаж витаминов для зрения «Эвалар Черника Форте» и биодобавки «Эвалар Глицин», способствующей повышению умственной работоспособности и нормализации сна, наоборот, сократился на 23,4% и 11,2% соответственно. В настоящий момент в портфеле «Эвалар» находится 332 различных торговых наименования БАД, объединённых в 79 линеек с одним брендом. Ежегодно на рынок запускаются новые продукты компании. В 2020 году «Эвалар» перестроил свои производственные мощности на выпуск актуальных во время

пандемии биодобавок для укрепления иммунитета и защиты от вирусов: витаминов D3 и С, цинка и др. На прилавках аптек появилось более 60 новых БАД с учётом дозировки, назначения и формы выпуска. Самая успешная новинка – витамин D3 в форме масляного раствора «Эвалар Витамин D3 раствор для приёма внутрь [масляный] 500 МЕ 10 мл №1». В 2020 году его объём реализации составил 107,4 млн рублей. Помимо добавок к пище компания пополнила свой ассортиментный портфель антисептиками для обработки рук «Орвис», переоборудовав линию по выпуску косметической продукции в соответствии с запросами рынка и потребителя. Важным событием стало открытие второй линии производственного комплекса в Алтайском крае по выпуску синтетических лекарственных препаратов. Напомним, что годом ранее было запущено производство препаратов растительного происхождения. «Эвалар» намерен не только развивать собственный портфель лекарственных препаратов, но и расширить контрактное производство на своей площадке.

Американский производитель Solgar Vitamin and Herb (8,1%) расположился на второй строчке, показав прирост продаж на 52,8%. У компании всего один бренд – Solgar, который представляет собой серию биологических добавок с различным спектром действия: от БАД для поддержания пищеварительной системы до добавок, влияющих на функционирование ЦНС. Объём реализации у десяти основных торговых наименований компании увеличился. Наибольший темп прироста был отмечен у позиций, рекомендуемых производителем в качестве дополнительного источника цинка – «Solgar Пиколинат цинка» (+335,8%) и витамина С и флавоноидов – «Solgar Эстер-С плюс витамин С» (+315,5%).

Таблица 21

ТОП-20
производителей БАД
в России в 2020 году

Рейтинг	Изменение	Производитель	Стоимостной объём, млн руб.	Доля, %	Прирост, % 2020/2019
1	-	Эвалар	11 929,7	16,1%	10,1%
2	-	Solgar Vitamin and Herb	6 014,5	8,1%	52,8%
3	+1	PharmaMed	3 735,4	5,0%	16,0%
4	-1	Stada	3 628,7	4,9%	2,0%
5	+14	Unipharm	2 377,4	3,2%	292,6%
6	-	Queisser Pharma	2 072,8	2,8%	6,7%
7	-2	Отисифарм	2 064,1	2,8%	-7,2%
8	-1	Dr.Reddy's	1 869,2	2,5%	14,8%
9	+1	Alium	1 624,1	2,2%	30,5%
10	-1	Внешторг Фарма	1 606,9	2,2%	19,2%
11	-3	Bausch Health	1 492,5	2,0%	-7,8%
12	-1	Bayer	1 422,0	1,9%	18,5%
13	-1	Квадрат-С	1 214,9	1,6%	8,7%
14	+7	Laboratoires Ineldea	1 067,2	1,4%	99,0%
15	-2	Natures Bounty	1 016,0	1,4%	9,0%
16	-1	Recordati	832,7	1,1%	-1,7%
17	-3	Polpharma	730,9	1,0%	-16,7%
18	-1	Диод	699,9	0,9%	-8,5%
19	-1	Биокор	679,9	0,9%	3,3%
20	-4	Фарм-Про	622,3	0,8%	-21,6%

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

Производитель PharmaMed (5,0%) с основным продуктом добавкой «Бак-Сет» (доля в продажах производителя 40,5%) поднялся на третье место за счёт увеличения реализации на 16,0% в рублях. Портфель фирмы включает в себя 9 брендов. На рост продаж в большей мере повлиял повышенный спрос на ключевые добавки компании: мульти-пробиотик для взрослых и детей «Бак-Сет» (+26,3%) для поддержания и восстановления нормальной микрофлоры кишечника; биокомплекс «Фитомуцил» (+23,0%) для устранения запоров, восстановления работы кишечника и облегчения симптомов геморроя; детские витамины «Витамишки» (+15,8%) в виде вкусных мармеладных мишек на основе натуральных соков. При этом добавка «СпермАктин Форте» (-24,9%), влияющая на мужскую репродуктивную систему, стала менее популярна, чем годом ранее. Этому способствовало в том числе и снижение интереса к этой категории в целом в 2020 году.

Высокие темпы прироста демонстрирует корпорация Unipharm (+292,6%; +14 мест). Основную выручку американскому производителю принесла биодобавка «Детримакс» (доля в продажах бренда 68,7%; +477,8% относительно 2019 года), которая рекомендуется в качестве дополнительного источника витамина D для укрепления костей и зубов, поддержания иммунитета, снятия усталости и повышения тонуса, под-

держания силы мышц, усвоения информации, концентрации внимания и развития памяти, поддержания репродуктивной функции, восполнения дефицита и поддержания нормального уровня витамина D. При этом максимальный прирост продемонстрировал комплекс нейротропных веществ «Нейроуридин» (+525,0%), необходимых для восстановления нервных волокон, улучшения нервной проводимости, укрепления нервной системы и общего состояния организма.

На втором месте по темпам прироста оказалась компания Laboratoires Ineldea (+99,0%; +7 мест). Производитель имеет небольшую линейку ассортимента — всего 8 брендов, основной рост фирме обеспечили марка Nutri Expert (+823,0%) - линии для похудения и контроля веса, повышения жизнеспособности и иммунитета, здоровья, хорошего самочувствия и комфорта, сна и нервного равновесия, суставов и подвижности, сексуальности, красоты, а также серия специального питания для детей PediaKid (+121,1%).

Одним из ключевых направлений развития компании «Фарм-Про» (-21,6%) является выпуск гематогена по классической технологии. На отрицательный прирост продаж повлияло снижение реализации брендов «Турбогематоген» (-43,4%) и «Боярышник» (-42,5%).

6. Косметика (аптечные продажи)

Лучше быть уверенным в хорошем результате, чем надеяться на отличный
Уоррен Баффет

Исследование любого рынка по итогам 2020 года начинается с анализа влияния на него главного фактора – пандемии коронавирусной инфекции. Продажи аптечной косметики в этом смысле не являются исключением. Даже стоит отметить, что это одна из групп товаров, которая «пострадала» сильнее всего. Падение объемов в стоимостном выражении наблюдается только в «кризисный» период. 2008-2009 гг. стали ярким примером такого поведения. В условиях ухудшения финансово-экономической обстановки в стране продажи данной категории не росли, а в 2010 году даже упали на 3% в денежном эквиваленте при срав-

нении с 2009 годом. Таким образом, показатель динамики реализации косметики можно назвать индикатором состояния экономики и уровня покупательной способности населения.

В 2020 году продажи косметических средств в аптеках снизились почти на 7% в денежном выражении. И это один из максимальных показателей уменьшения объема по основным группам нелекарственного ассортимента. Сильнее сократился только спрос на средства женской гигиены (в связи с переключением на другие каналы, а также заказ данной продукции в ин-

Динамика основных типов товара, 2020/2019



Рисунок 35

Динамика
объёма продаж
основных групп
нелекарственного
ассортимента
в аптеках

тернете) и категорию товаров для реабилитации, к которой относятся эластичные бинты, компрессионное белье и т.д. (снижение этой группы связано в том числе и с действующими ограничениями в связи с COVID-19, в первую очередь речь идёт о запрете на передвижения в период апрель-май 2020 года, а затем и перевод большого количества работающих на удалённый режим работы, который продлился вплоть до декабря и сохраняется в начале 2021 года).

Влияние пандемии коронавирусной инфекции на продажи косметики очевидно. Помимо сокращения потребления отдельно надо отметить и изменение структуры спроса в данном сегменте. Косметика – это ведь не только средства для лица или волос. Заметную долю в косметическом ассортименте всегда занимали категории для очищения. На фоне пандемии наиболее востребованными оказались антибактериальные средства, предназначенные для гигиены рук: влажные салфетки, санитайзеры, мыло. В 2020 году потребители аптек закупили на 6 млн упаковок антибактериальных средств для рук больше, чем годом ранее. В итоге объём реализации этой группы в денежном выражении вырос на 310,8% до 1,2 млрд рублей.

Многие производители в короткие сроки освоили производство антисептических средств для обработки рук. Так, например, предприятие «Эвалар» ещё до начала эпидемии на своём заводе в городе Бийске переоборудовало производственные линии под выпуск антисептических средств в трёх формах: антисептические спреи, гели-санитайзеры и растворы под маркой «Орвис». Производственные мощности компании позволяют выпускать до 500 тыс. упаковок антисептиков в месяц (при полном развёр-

тывании мощностей – до 1,2 млн упаковок ежемесячно).

Крупнейший производитель санитайзеров – компания «Бентус Лаборатории» (марка «Санитель») установила увеличение спроса на внутреннем рынке в три раза. На пике производственные мощности предприятия были полностью загружены, а экспорт заметно ограничен.

Категорий косметики, которые имели положительную динамику, единицы. В первую очередь это касается сезонных групп, которые пользуются особым спросом в периоды действия простудных заболеваний. Таких, например, как: «заболевания полости рта и гортани» (+1179,6%), «заболевания носовой полости и придаточных пазух носа» (+18,1%), «простудные заболевания» (+10,5%).

А вот падающих намного больше. Сильнее всего сократились продажи таких категорий, как средства для удаления волос (-37,4%), солнцезащитные средства (-33,7%) и средства после загара (-31,8%), косметика от педикулёза (-29,5%) и герпеса (-25,5%), антицеллюлитные средства при избыточных жировых отложениях, снижении тонуса кожи (-22,5%), декоративная косметическая продукция (-20,8%), средства, снижающие потоотделение (-14,9%), и т.д.

Несмотря на отрицательные тренды в продажах косметики, представленной в аптеках, ассортимент продолжает пополняться из года в год, причём увеличение происходит как за счёт новых брендов, так и в результате расширения уже существующих линеек. Российские аптеки в 2020 году реализовали порядка 2 000 различных брендов косметики (19 920 СКЮ). При этом производители предложили потребителю 151

новый бренд. Наиболее удачными из них конечно же стали бренды антисептиков и санитайзеров, выпускаемых отечественными производителями: 75-е место – антибактериальный гель для рук Cleanelle (производитель «Триумф Трейд»); 104-е место – лосьон по уходу за кожей «Антисептический Эффект» («Алькор/Малавит»). Данные позиции сумели войти в ТОП-150 по объёму реализации в стоимостном выражении, поскольку их продажи за анализируемый период суммарно превысили 207 млн рублей.

По итогам 2020 года косметика заняла третью строчку (после лекарственных препаратов и БАД) в структуре продаж аптек. На протяжении последних 4-х лет отмечается низкая динамика в рублях и падение объёмов в упаковках. Отразились и последствия кризиса 2014-2015 гг. Кроме того, на рынке разгорелась конкуренция за покупателей, часть которых ушла в другие каналы реализации, особенно в онлайн-сегмент. Производители косметических средств также развивают интернет-площадки собственных торговых марок. 2020 год со всеми его трудностями не принёс роста данному сегменту. Относительно 2019 года продажи снизились на 6,7% в денежном выражении и на 11,4% — в натуральном. Объём реализации косметических средств

через аптечный сегмент составил 163,3 млн упаковок или 42,8 млрд рублей за год.

Уход потребителей в другие каналы может быть также связано и с нежеланием сетей снижать наценку на косметическую продукцию, которая позволяет аптеке дополнительно заработать, т.к. на этот вид ассортимента нет законодательного ограничения по наценке в отличие от препаратов из списка ЖНВЛП. При этом аптечные сети в виду высокой конкуренции вынуждены снижать наценку и на лекарства, которые не входят в перечень, и биологически активные добавки. Косметика же остаётся одной из групп, на которую наценка практически не меняется, а в 2020 году даже выросла: так, в 2019 году она составила 39,5%, а к концу 2020 года – 43,5%.

При анализе ежемесячных данных можно отметить, в начале 2020 года рынок аптечной косметики ощутил высокий спрос. Однако начиная с мая интерес к бьюти-продуктам пошёл на спад при сравнении с показателями прошлого года. Как и на всём розничном фармацевтическом рынке в целом, пик продаж косметики пришёлся на март. В первом месяце весны объём реализации аптечной косметической продукции увеличился на 16,1% в стоимостном



Рисунок 36

Динамика объёма продаж аптечной косметики в России

выражении, в упаковках продажи выросли на 11,2%. Во второй половине 2020 года реализация косметики, наоборот, заметно упала, что и способствовало отрицательной динамике по итогам года.

Косметические средства можно классифицировать по различным признакам: по цене, целевому назначению, возрасту и социальной группе, по действию или показанию к применению. Компания DSM Group провела анализ позиций и предложила свою классификацию косметических товаров в зависимости от назначения, действия и стоимости. Косметика, которая продаётся в аптечных сетях, была разделена на 3 группы:

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

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

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

Если в рублях структура продаж изменилась в пользу mass-market косметики,

то в упаковках в большей мере увеличилась доля лечебных косметических средств — на 1,2%. Сегмент активной (лечебной) косметики занимает половину объёма продаж всей косметики и играет основную роль в динамике рынка аптечной косметики в целом: -7,7% в руб. и -9,4% в упак. За год аптеки реализовали 856 брендов лечебной косметики от 466 производителей (4 482 полных наименования). Продвижение данных товарных позиций на стыке нелекарственного и лекарственного ассортимента, доступная ценовая политика определяет повышенный спрос на эту категорию косметики.

Доля селективной косметики не изменилась при сравнении с прошлым годом (динамика менее 1%). Премиальная косметика является наиболее маржинальной категорией. Если в рублях на неё приходится 36,1%, то в натуральном выражении вес косметики люкс класса заметно ниже — 10,3%. Тренд на падение продаж селективной косметики продолжился: -7,0% в стоимостном объёме, -11,8% в натуральном эквиваленте. Такая динамика обусловлена в большей мере марками Uriage (-27,8% в руб.) и Librederm (-24,3%). И все предпосылки для этого есть: реальные доходы населения продолжают падать, курсы доллара США и евро по отношению к рублю заметно выросли, а целевая аудитория потребителей постепенно уходит в онлайн-каналы.

Для mass-market косметики аптека не является основным каналом продвижения. Однако этот подсегмент занимает 38,1% рынка в натуральном выражении и пользуется популярностью у потребителей, так как представлен достаточно бюджетными средствами. В результате доля в рублях mass-market косметики составляет 16,9%. В упаковках данный сегмент упал сильнее

всего. Чаще всего продажи данной категории в аптеках или носят импульсный характер, или являются дополнительной покупкой к лекарственному ассортименту. В 2020 году посетитель более осознано делал свой выбор и приходил в аптеку за конкретными позициями.

В 2020 году средневзвешенная цена одной упаковки косметического средства в розничных ценах аптек составила 262 рубля. Относительно 2019 года цена стала

выше на 5,4%. При рассмотрении рынка по сегментам можно увидеть, что все категории выросли в цене. Цена одной упаковки активной косметики стала выше на 1,8%, цены на премиальные средства и косметику из масс-маркета выросли на 5,5% и 12,8% соответственно.

Аптека предлагает клиентам большой выбор косметических средств в различных формах выпуска и с различным целевым назначением. Самой востребован-



Рисунок 37

Соотношение аптечных продаж косметики в зависимости от типа косметического товара

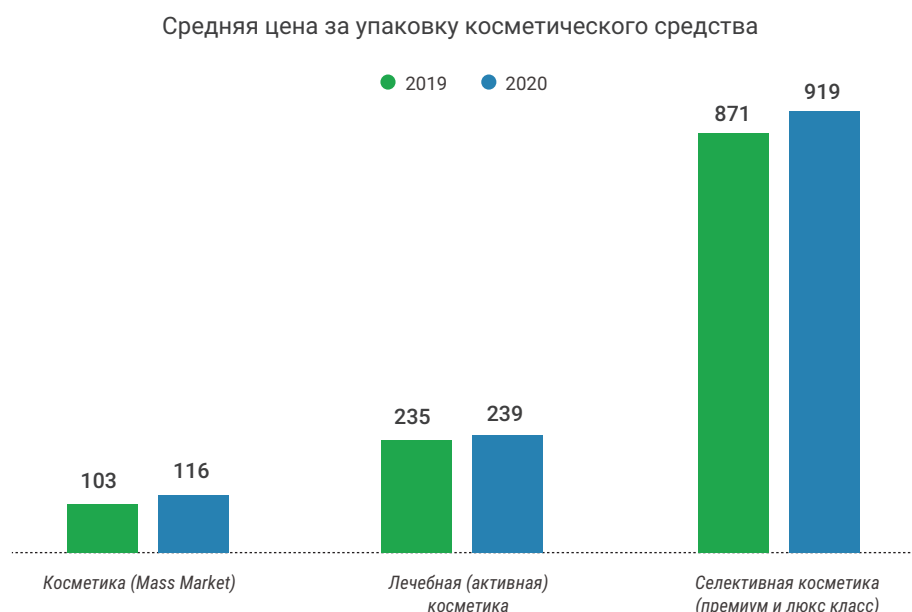


Рисунок 38

Средневзвешенная цена косметического средства в аптеках

ной косметикой оказалась универсальная (на её долю пришлось 36,0% объёма продаж в упаковках). Это не удивительно, так как в структуре многофункциональных косметических средств порядка 48,3% рынка занимают антибактериальные, антисептические, ранозаживляющие средства. В деньгах наибольший вес у средств для лица – 25,2%.

Пять ведущих групп показали отрицательную динамику продаж. Косметические средства для ног (-19,6% в рублях), а также косметика для волос и кожи головы (-10,7%) показали наибольший темп снижения среди всех групп. В натуральном выражении максимальное падение объёма реализации коснулось средств для лица (-29,7%), при этом продажи косметики для губ и для тела упали на 20,3% и на 15,2% соответственно.

Наибольший вес в структуре косметики по возрастному критерию занимает косметика, рассчитанная на все возрастные категории (79,2% стоимостного объёма продаж и 80,0% натурального). На второй строчке

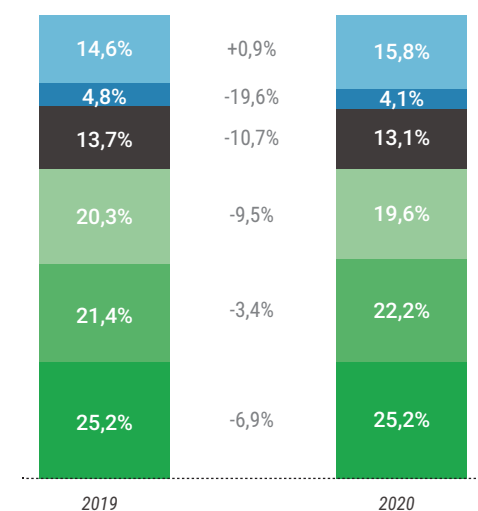
расположилась косметика для детского и младшего детского возраста (от 0 до 14 лет): 8,7% в рублях и 14,4% в упаковках. Замыкает тройку лидеров косметика для людей среднего возраста (после 25 лет) с долей рынка 5,8% в рублёвом эквиваленте. В этой категории наблюдается перевес в сторону высокомаржинальной премиальной и люксовой косметики – 78,2% объёма в рублях данной категории приходится на селективную косметику. Также большой перевес в сторону дорогой косметики наблюдается у сегмента средств для зрелого возраста (после 45 лет), в данной категории селективная косметика занимает порядка 71,7% стоимостного объёма продаж. Сегмент косметики для пожилого возраста (после 60 лет) демонстрирует максимальный темп снижения в деньгах (-44,6%) в результате падения спроса на премиальные марки: доля люксовой косметики в категории «для пожилого возраста» снизилась с 26,3% до 5,8% в рублях.

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

Рисунок 39

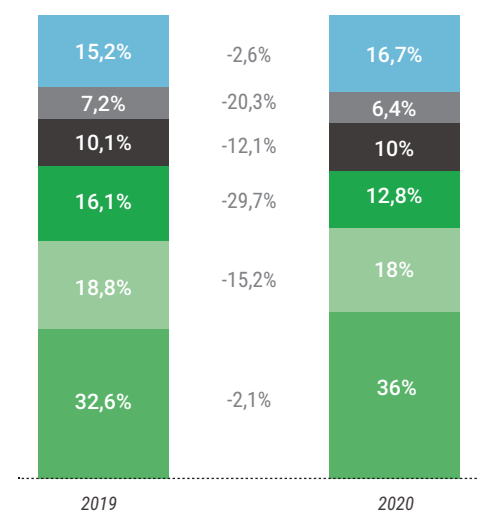
Структура косметики по целевому назначению в 2020 году

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



● Средства для лица ● Универсальное средство
● Средства для тела ● Средства для волос и кожи головы
● Средства для ног ● Другое

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



● Средства для лица ● Средства для тела
● Средства для волос и кожи головы ● Средства для губ
● Средства для ног ● Другое

более 72,6% от натурального объема реализации. При анализе продаж в рублёвом эквиваленте можно отметить, что рынок практически разделён пополам, однако наблюдается небольшой перевес в сторону импортной продукции (порядка 52,3% продаж).

Внутри сегментов соотношение отечественной и зарубежной косметики заметно отличается.

В 2020 году премиальная косметика была представлена в основном импортными косметическими средствами, которые занимают 84% рынка в рублях и 64% в упаковках. На российский бренд Librederm приходится 99,8% продаж отечественной селективной косметики в рублях.

В сегменте лечебной (активной) косметики, наоборот, преимущество на стороне российских брендов, которые лидируют как по стоимостному (69%), так и по натуральному (80%) показателям.

Доля отечественной косметики в масс-маркет сегменте увеличилась относительно прошлого года на 7,3% в рублях и на 4,5%

в упаковках. Ключевыми брендами, произведёнными российскими компаниями, являются «Детский Крем», «Хлоргексидин» и «Моё Солнышко», которые совокупно занимают 26,8% рынка в рублях.

Селективная косметика

В 2020 году аптеки реализовали 16,8 млн упаковок премиальных косметических средств на сумму порядка 15,4 млрд рублей (в розничных ценах). Относительно прошлого года продажи снизились на 7,0% в рублёвом выражении и на 11,8% в натуральном эквиваленте. Шесть брендов первой десятки показали заметное падение продаж относительно показателя 2019 года.

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

Но в большей мере конечно же на спрос данной категории сказались макроэкономические факторы. Ввиду высокой сто-

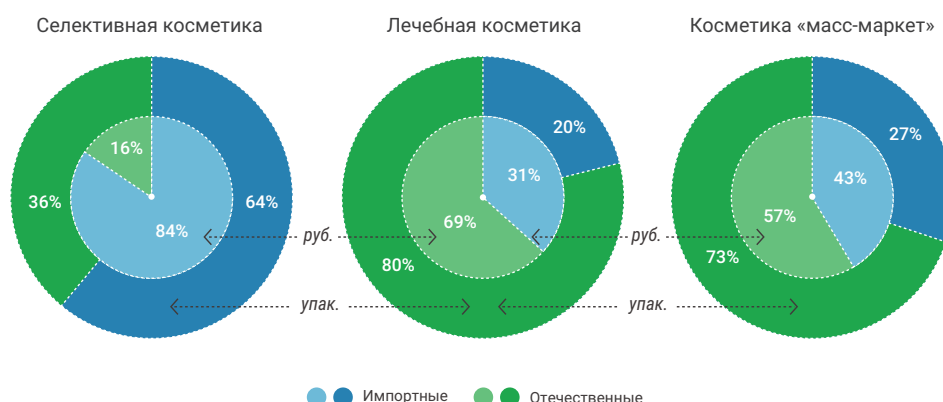


Рисунок 40

Соотношение аптечных продаж косметики по происхождению в зависимости от типа косметического товара в 2020 году

Таблица 22

ТОП-10 брендов
селективной
косметики
в 2020 году

Рейтинг	Изменение	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля, %	Прирост, % 2020/2019
1	-	La Roche-Posay	4 199,6	27,2%	+1,9%
2	+1	Vichy	3 090,1	20,0%	-3,4%
3	-1	Librederm	2 464,9	16,0%	-24,3%
4	+1	Bioderma	1 219,9	7,9%	+7,6%
5	-1	Avene	1 130,6	7,3%	-13,0%
6	-	Uriage	572,3	3,7%	-27,8%
7	-	Mustela	355,7	2,3%	-17,4%
8	+3	CeraVe	350,7	2,3%	+78,7%
9	-1	Filorga	300,7	1,9%	-12,9%
10	-1	Ducray	291,6	1,9%	+4,5%

имости данный сегмент рынка уязвим перед снижением покупательской способности населения.

Французский бренд La Roche-Posay сохранил первую строчку за счёт прироста продаж на 1,9%. Доля марки на рынке заметно выросла – на 2,4% до 27,2% в денежном эквиваленте. Косметические средства La Roche-Posay, разработанные на основе термальной воды, специально предназначены для проблемной кожи, поэтому 39,1% продаж бренда занимают линейки Effaclar (специальная серия для ухода за жирной и проблемной кожей) и Lipikar (средства для лица против раздражения и зуда).

По итогам 2020 года косметическая продукция под маркой Vichy (-3,4%) поднялась на 2-е место. Бренд Vichy также увеличил свой вес в сегменте селективной косметики (+0,7% до 20,0%). Всего в аптеках было реализовано 415 SKU в ассортиментных линейках, средняя цена которых составила 1 517 рублей. 35,0% продукции относятся к категории «старение кожи, морщины» [A13]. Около 43,7% в стоимостном выражении приходится на средства для лица, также в линейке Vichy широко представлены средства для тела (18,4%) и волос и кожи головы (18,1%).

Российская марка Librederm опустилась на 3-ю строчку в категории селективной косметики: доля бренда на рынке сократилась с 19,6% до 16,0% в стоимостном объёме сегмента в результате падения продаж на 24,3% относительно 2019 года. При этом в упаковках на линейку Librederm приходится 36,2% от объёма продаж, поэтому бренд Librederm по-прежнему можно назвать самой востребованной маркой селективной косметики у потребителей. Падение продаж в аптеках данного бренда связано в том числе и с активным продвижением

Librederm в собственных магазинах, а также на различных интернет-ресурсах. В линейку входит 366 полных наименования, из них наибольший вес занимают средства для лица (62,0% в рублях).

Максимальный темп прироста продемонстрировала продукция для интенсивного увлажнения кожи под брендом CeraVe (+78,7%; +3 строчки), которая содержит це-рамиды для восстановления и укрепления защитного барьера кожи. Внутри марки лидируют средства для очищения и увлажняющая косметика.

«Лечебная» косметика

Активная косметика продвигается производителями как средства, которые помимо решения эстетических задач обладают также и «лечебным» эффектом. Данная группа косметических средств занимает ведущее положение на аптечном рынке. Если премиальная косметика в большей мере направлена на решение проблем кожи лица, то лечебная косметика имеет более широкий круг показаний к применению. Основную долю в продажах этой группы ассортимента занимают позиции, применяемые при растяжениях, ушибах, заболеваниях суставов воспалительного характера (доля 10,9% в руб.), при различных повреждениях и заболеваниях кожи – трещинах, ссадинах, порезах, ожогах (9,2%), для ухода за склонной к аллергическим реакциям кожей (8,5%).

На ТОП-10 брендов приходится 27,5% продаж категории активной косметики, что заметно ниже, чем в сегменте люксовых марок (90,5%). Это в том числе связано и с тем фактором, что линейки селективной косметики всегда довольно широкие и призваны решать сразу несколько задач. Бренды активной косметики в основном продвигаются для решения одной конкретной «пробле-

Таблица 23

ТОП-10 брендов
активной (лечебной)
косметики
в 2020 году

Рейтинг	Изменение	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля, %	Прирост, % 2020/2019
1	-	Лошадиная Сила	836,1	4,1%	-28,6%
2	-	Lactacyd	727,4	3,6%	-1,9%
3	-	Alerana	665,7	3,3%	-6,9%
4	-	911 Ваша Служба Спасения	596,2	3,0%	-12,8%
5	-	Эмолиум	493,7	2,4%	-10,1%
6	-	Боро Плюс	473,6	2,3%	-10,2%
7	+4	Cetaphil	462,9	2,3%	+20,2%
8	+5	Липобейз	458,8	2,3%	+34,2%
9	-2	Dry Dry	417,2	2,1%	-14,3%
10	+2	Циновит	403,3	2,0%	+11,9%

мы». Поэтому данная категория довольно широкая: на аптечных полках представлено более 850 брендов «лечебной» косметики.

Перестановки коснулись только нижней части рейтинга. Первое место среди марок лечебной косметики удерживает «Лошадиная Сила» (доля 4,1% в группе) несмотря на падение продаж на 28,6%. 46,2% 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 (доля 3,6%) на основе натуральной молочной кислоты, которая помогает восстанавливать и поддерживать естественную микрофлору интимной зоны. За год реализация марки снизилась на 1,9%. Линейка средств включает в себя около 20 наименований. Наибольшее снижение показали косметические влажные салфетки (-25,9%).

«Алерана» – косметический продукт, созданный для ухода за волосами и кожей головы. Поэтому 68,7% продукции, выпускаемой под данной маркой, – шампуни для волос. Несмотря на снижение продаж на 6,9% марка «Алерана» (доля 3,3%) сохранила третью позицию.

Как и ожидалось в 2019 году, в текущем периоде, сохранив высокие темпы прироста, в ТОП-10 вошли: серия средств для ухода за чувствительной кожей всей семьи против сухости и раздражения «Липобейз» (+34,2%; +5 мест), линейка ежедневного ухода для чувствительной кожи Cetaphil (+20,2%; +4 места) и средства на основе цинка «Циновит» (+11,9%; +2 места), имеющие широкий спектр действия, например,

предназначенные для устранения перхоти, для ухода за кожей, склонной к раздражению и шелушению, и для борьбы с акне.

Рейтинг покинула серия косметических средств «Микостоп» (11-я строчка по итогам 2020 года) при грибковых поражениях кожи, линия кремов «Софья» (13 строчка), средство от вшей и гнид «Педикулен» (15 строчка).

Масс-маркет-косметика

Масс-маркет-косметика на 38,6% состоит из универсальных средств и в большей мере предназначена для очищения (23,6%).

В рейтинг масс-маркет-косметики изменился более заметно, чем в прочих категориях. Только первые два ведущих бренда сумели сохранить за собой позиции прошлого года. Первое место традиционно занимает детская косметика Johnsons (доля 6,7% в руб.). Также в тройку лидеров вошли две отечественные марки «Детский Крем» (4,2%) и «Кора» (3,7%).

Семь марок из десяти, занимающих ключевые места, отметились отрицательной динамикой. Максимальное снижение продаж продемонстрировали косметические средства под брендом «Умная Эмаль» (-24,1% относительно 2019 года), в портфеле которого представлена широкая линейка средств для ухода за ногтями, и антивозрастная лечебно-профилактическая косметика Novosvit (-23,2%). В результате данные позиции переместились вниз по рейтингу на две строчки.

Заметным приростом отметилась марка, под которой выпускаются влажные салфетки, в т. ч. антибактериальные, Kleenex (+96,1%; +12 строчек) и косметические

Таблица 24

ТОП-10 брендов
масс-маркет
косметики
в 2020 году

Рейтинг	Изменение	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля, %	Прирост, % 2020/2019
1	-	Johnsons	483,3	6,7%	-4,9%
2	-	Детский Крем	300,5	4,2%	+2,6%
3	+1	Кора	264,3	3,7%	-6,4%
4	+3	Моё Солнышко	227,1	3,1%	-4,7%
5	+5	Neutrogena	205,5	2,8%	-1,1%
6	+12	Kleenex	190,0	2,6%	+96,1%
7	-2	Novosvit	189,5	2,6%	-23,2%
8	-2	Умная Эмаль	185,8	2,6%	-24,1%
9	+2	EVO	178,7	2,5%	-1,3%
10	+4	Laino	170,4	2,4%	+30,5%

средства Laino (+30,5%; +4 места) – 45,7% продаж приходится на косметику для питания и восстановления кожи.

Одной из особенностей рейтинга косметики масс-маркет, реализуемой в аптечных учреждениях, является большое количество марок, относящихся к детским брен-

дам. 23,2% 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 2020 году, они являются основными в данной категории (на них приходится 60,7% в руб. всей детской масс-маркет-косметики, приобретаемой в аптеках).

7. Аптечные сети

Выживает не самый сильный, а самый восприимчивый к переменам

Чарльз Дарвин

Чем примечателен для аптечной розницы 2020 год? В первую очередь, воплощением в жизнь тех законодательных инициатив, которые на протяжении длительного периода находились в стадии проектов. Во-вторых, влиянием распространения коронавирусной инфекции и изменением тех трендов, которые стали неотъемлемой частью развития аптечного сегмента. Все это заметно меняет бизнес-среду, выстраивание которой происходило последние 20 лет.

В обстановке коронакризиса указ Президента ускорил принятие закона о дистанционной продаже лекарств. И в апреле 2020 года в России разрешили онлайн-продажу безрецептурных препаратов. Пандемия и связанные с ней ограничения стали катализатором для воплощения этого решения в жизнь.

Сама идея интернет-торговли ЛП родилась еще в 2017 году. Тренды, складывающиеся в других рыночных сегментах, говорили об актуальности вопроса: цифровизация каналов продаж во всех областях, изменение потребительского поведения и его ориентация на модель e-commerce. Аптечный рынок – не исключение. И несмотря на то, что официально термин онлайн-продажи лекарств появился только в 2020 году, фактически рынок существовал уже довольно давно. Потребители уже много

лет пользовались услугой онлайн-бронирования лекарств на сайте с последующим самовывозом из аптеки. Так, например, сервис «Apteka.ru» заработал еще в 2011 году, годом позднее – в 2012 году появилась самая популярная на сегодняшний день площадка «Apteka.ru».

Таким образом, открытым оставался вопрос о легализации доставки лекарственных препаратов на дом. Именно такую возможность получили участники рынка с принятием закона о дистанционной торговле. Правила, по которым возможно получить лицензию на этот вид деятельности, появились не сразу, а только в конце мая 2020 года. С этого момента Росздравнадзор начал выдавать соответствующие разрешения. Среди основных требований к компаниям, обращающимся за разрешением на дистанционную торговлю лекарствами, – действующая лицензия на фармацевтическую деятельность не менее одного года и не менее десяти аптечных точек. Кроме того, необходимо наличие электронной системы платежей или мобильного платежного терминала, а также собственной курьерской службы (либо договор со специализированной компанией).

На конец 2020 года около 350 юридических лиц получили разрешение на онлайн-торговлю лекарственными средствами (это

Рейтинг	Сервис дистанционного заказа	Количество точек продаж	Объем, млрд руб.	Прирост оборота по сравнению с 2019	Доля на коммерческом сегменте, 2020
1	Аптека.ру	15 867	50,1	46%	3,6%
2	Сбер Еаптека	731 (116*)	11,0	96%	0,8%
3	Здравсити	15 828	6,3	134%	0,4%

Таблица 25

Рейтинг сервисов дистанционного заказа по обороту в 2020 году

* количество собственных точек

порядка 110 аптечных сетей или 12 тыс. чек продаж).

Подводя итоги года, можно сказать, что с легализацией доставки лекарственных препаратов рынок и его структура изменились не сильно. Потребитель в большей степени остался приверженцем заказа необходимого ассортимента в интернете с последующим самовывозом из удобной аптеки. Это обусловлено несколькими причинами. В первую очередь, это то, что закон действует только на ОТС-препараты. Если рассматривать структуру «онлайна» лекарственных средств, то видно, что большим спросом пользуются рецептурные препараты. Так, по итогам июня-декабря 2020 года доля Rx, заказанных через интернет, составляет 60,2% от общего объема всех лекарств (в целом на рынке этот показатель находится на уровне 50%). Таким образом, разрешенные к доставке безрецептурные препараты в «онлайне» занимают только 39,8% (на 10% меньше, чем на рынке в целом).

Вторая причина, это в принципе тренд на развитие пунктов выдачи, а не курьерской доставки, а также переключения именно потребителя на первый способ получения товара: удобнее зайти в данном случае в аптеку, где квалифицированный

персонал не только выдаст товар, но и еще проконсультирует. И плюс не надо платить за доставку. С учетом средневзвешенной стоимости упаковки в «онлайне» около 400 рублей и среднего чека около 1,5 тыс. рублей, дополнительно увеличение затрат на 150-300 рублей (стоимость доставки) является существенно величиной.

Несмотря на все сложности и ограничения, рынок «онлайн» (бронирование и доставка) растет заметными темпами. Объем аптечного eCom в 2020 году составил порядка 93,2 млрд руб. (совокупно ЛП и парафармацевтика), что соответствует 6,6% от емкости аптечного рынка. В конце года в декабре она уже была на уровне 8,2%. Но если динамика продаж на рынке в целом – это порядка 10%, то оборот, который пришелся на «онлайн», вырос по сравнению с 2019 годом на 62%. Заметим, что в настоящий момент более популярным данный вид приобретения лекарственных средств является у жителей Москвы. Доля аптечного eCom в столице составляет 14,5% (то есть в 2,5 раза выше, чем в среднем в России). Таким образом, на Москву приходится треть продаж всех лекарств, заказанных в интернете.

В начале 2021 года Минздрав РФ разработал проект постановления правитель-

ства, исключая требование о наличии не менее десяти стационарных аптек для допуска к дистанционной торговле лекарствами. Это уравнивает крупные сети с более локальными игроками. Обновленные правила также дают возможность запустить услугу по доставке препаратов онлайн-площадкам и агрегаторам. Владелец агрегатора должен иметь разрешение Росздравнадзора на право заключения договора с аптечной сетью, при этом он может заключать договоры с несколькими сетями. Для получения такого разрешения агрегатор должен быть зарегистрирован не менее чем год назад, его размер выручки за последний год должен составлять не менее 5 млрд рублей, и он должен быть способным обеспечить доставку не менее чем в 10 регионов. Общее количество пользователей сайтов или приложений владельца агрегатора должно составлять не менее 500 тысяч за год, предшествующий подаче заявления в Росздравнадзор. Таким образом, крупные агрегаторы – «Яндекс», Mail.ru, Ozon, Wildberries – получают доступ к продаже безрецептурных лекарственных средств.

Из них разрешение Росздравнадзора на дистанционную торговлю смог полу-

чить пока только Ozon. Wildberries продает исключительно парафармацевтику, «Яндекс» сотрудничает с партнерскими аптечными сетями и доставляет заказы до аптек. Mail.ru организовал доставку через Delivery Club с использованием технического решения сервиса «Все аптеки».

Кроме того, Минздрав впервые предлагает регламентировать доставку заказов до пунктов выдачи. Доставка может осуществляться в пункты выдачи, находящиеся в аптеках. При этом за аптекой сохраняется обязанность предъявлять по требованию покупателя сведения об организации, сформировавшей заказ.

На протяжении последних 10 лет любой обзор по развитию аптечного сегмента начинался с итогов по консолидации, основным драйвером которой были сделки по слиянию и поглощению участников рынка: крупных и локальных игроков. 2020 год в этом плане также стал уникальным. Процесс объединения сетей за счет покупки носил точечный характер; не было крупных сделок, которые заметно перекроили не только федеральный рейтинг, но и региональный. При этом и развитие компании за счет

Динамика количества аптек

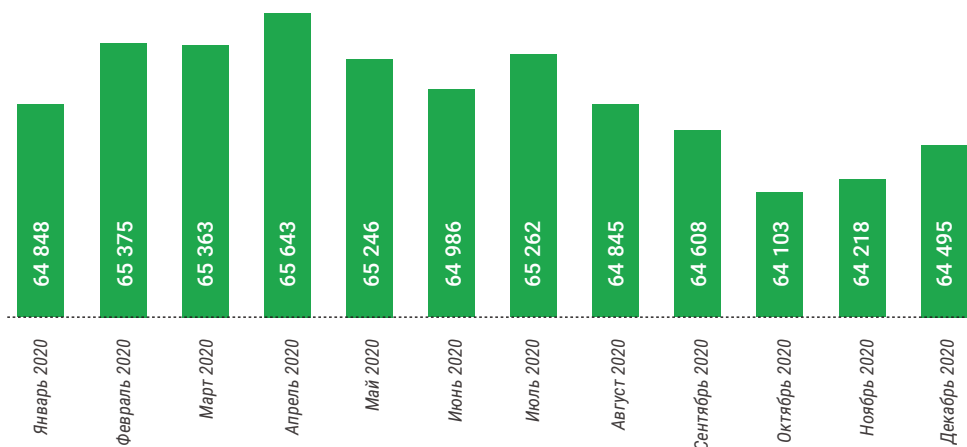


Рисунок 41

Количество
аптечных точек
в России

открытия новых точек также было не столь активно, как до пандемии коронавирусной инфекции.

Это заметно сказалось на динамике количества точек в течении года. Если до марта наблюдался традиционный прирост открываемых аптек, то с введением ограничений количество точек начало сокращаться. И только в конце года наметилась слабая положительная динамика. По данным на декабрь 2020 года в стране работало 64,5 тыс. аптек. Это всего на 1,5% выше, чем годом ранее (+540 точек).

Причем увеличение связано с развитием федеральных (+1100 точек) и межрегиональных сетей (+1445 точек). А вот количество одиночных точек и малых сетей продолжает сокращаться (за 2020 год на 1480 точек).

Емкость аптечного рынка в 2020 году составила 1 407 млрд руб. (+10% к прошлому году). Суммарно ТОП-20 сетей выросли в 2020 году на 15% к аналогичному периоду 2019 года. Доля ТОП-20 составила 66%, что на 3% выше показателя 2019 года. Из рисунка 42 видно, что концентрация

в большей мере идет за счет компаний, расположенных с 5 по 10 место, что привело к росту доли ТОП-10 на 11% за 4 года. А вот доля ТОП-3 по сравнению с 2017 годом увеличилась всего на 3% (по 1% в год).

На рисунке №43 представлены рост оборота и количества точек ТОП-20 аптечных сетей в 2017-2020 годах. В 2020 году ТОП-20 объединяет 36 тыс. аптек, что только на 16% больше, чем в 2019 году. В рейтинге 2020 года 11 сетей имеют в своем количестве более 1000 точек.

Лидером по приросту количества точек стала «АСНА». По итогам года она объединяет на 2 555 аптек больше, чем в 2019 году. Среди традиционных аптечных сетей список по консолидации возглавляет аптечная сеть «Апрель» (+413 точек), при этом она стала присутствовать уже в 53 субъектах РФ (на 5 регионов больше, чем в 2019 году). «Ригла» показала прирост в 290 точек. Далее следует компания «Имплозия», которая увеличилась на 240 аптек.

Меньше всего по количеству точек в 2020 году приросла сеть «Магнит» - всего на 1 аптеку. На протяжении года компания актив-

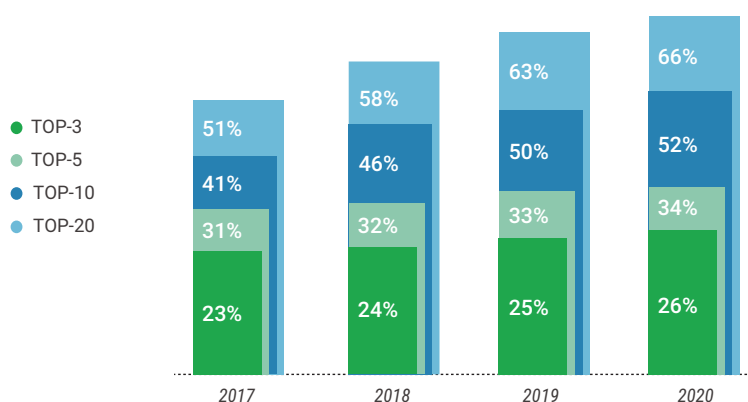


Рисунок 42

Концентрация
ТОП-20 аптечных
сетей

но открывала аптеки: порядка 200 аптек, в результате на 1 сентября сеть насчитывала 1326 точек. Но в 4 квартале ретейлер занялся оптимизацией, что привело к закрытию 185 неэффективных точек. В январе 2021 года будет закрыто ещё порядка 70 объектов. Всего на конец 2020 года сеть насчитывает 1 158 точек.

При этом на базе аптечного бизнеса «Магнит» начал свой первый проект в сегменте интернет-торговли, запустив онлайн-аптеку. Пока работает самовывоз из более 100 точек в Москве и Московской области, где представлено около 5 000 позиций фармацевтических товаров, косметики и пр. На базе онлайн-аптеки сеть планирует отработать модель для собственной доставки продуктов.

В таблице 26 приведён рейтинг аптечных сетей в коммерческом секторе с количественными и стоимостными показателями развития в 2020 году.

Первое место рейтинга остается за компанией «АСНА», которая состоит из 11,9 тыс. точек. «АСНА» объединяет самостоятельные организации единой ценовой политикой, скидоч-

ными акциями, дисконтными программами и т.д., что делает ее в глазах производителей единой структурой. Доля «АСНА» по итогам 2020 года составила 14,4%.

Партнеры «АСНА» получают готовые индивидуальные решения, включающие работу с ассортиментом, обучение персонала, e-commerce-решения. В 2020 году компания начала тестирование нового формата: на площадях в 50–80 кв.м располагаются зоны продуктов питания, бытовой химии, кофейня и аптека. В августе была открыта первая мультимедийная розничная точка.

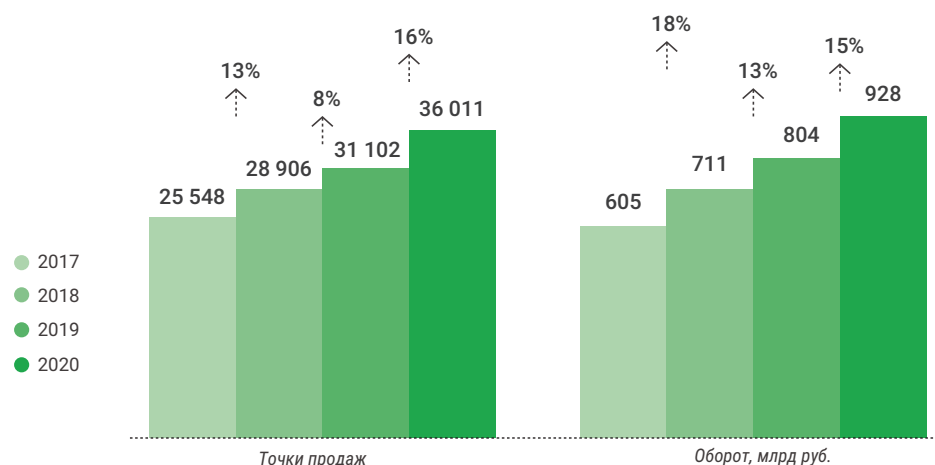
Для развития таких идей «АСНА» в 2020 году получила дополнительное финансирование. «Газпромбанк» в конце года приобрёл миноритарную долю в компании. Инвестиции, полученные в результате сделки, будут направлены на развитие технологической платформы «АСНА», усиление онлайн-сегмента и на выход в другие сегменты розничного рынка.

Среди традиционных аптечных сетей лидерство сохраняет компания «Ригла». Ее доля по итогам года достигла 6,7% (+0,4% к итогу 2019 года). Количество точек в 2020

Рисунок 43

Динамика роста оборота и количества точек ТОП-20 аптечных сетей

Динамика ТОП-20 аптечных сетей (коммерция)



Рейтинг	Аптечные сети	Объем, млрд руб.	Доля на коммерческом сегменте, 2020	Прирост оборота по сравнению с 2019	Количество точек продаж
1	АСНА	202,9	14,4%	13%	11 900
2	Ригла	94,4	6,7%	17%	3 136
3	Эркафарм	67,6	4,8%	4%	1 079
4	Аптечная сеть «36,6»	60,0	4,3%	17%	1 461
5	Планета здоровья	59,5	4,2%	29%	1 826
6	Апрель	52,1	3,7%	33%	1 892
7	Нео-Фарм	51,5	3,7%	17%	820
9	Имплозия	50,6	3,6%	5%	3 305
8	ИРИС	50,3	3,6%	13%	1 792
10	Вита (Самара)	46,9	3,3%	11%	1 817
11	Фармленд	35,5	2,5%	18%	1 320
12	Мелодия здоровья	25,5	1,8%	22%	842
13	Фармаимпекс	22,8	1,6%	3%	661
14	Максавит	21,0	1,5%	25%	664
15	Аптека от склада	18,1	1,3%	-6%	841
16	Здоров.ру	16,1	1,1%	1%	90
17	Фармацевт+	14,2	1,0%	5%	510
18	Невис	13,1	0,9%	30%	546
19	Губернские аптеки	12,7	0,9%	32%	351
20	Магнит	12,6	0,9%	147%	1 158
21	ИДЕЯ	10,8	0,8%	8%	210
22	Петербургские аптеки	8,9	0,6%	4%	86
23	Здоровье (Усть-Лабинск)	8,1	0,6%	21%	176
24	Алоэ	7,4	0,5%	21%	272

Таблица 26

Рейтинг аптечных
объединений по
обороту в 2020 году

25	Монастырёв.рф	7,4	0,5%	27%	96
26	Антей	6,9	0,5%	6%	495
27	Фармэконом	6,5	0,5%	3%	162
28	Надежда-Фарм	5,9	0,4%	57%	300
29	Эдельвейс	5,8	0,4%	1%	206
30	Волгофарм	5,6	0,4%	9%	156
31	Аптечные традиции	5,3	0,4%	24%	326
32	Гармония здоровья	4,3	0,3%	17%	152
33	Алия-Фарм	4,1	0,3%	2%	138
34	Фармация НН	3,9	0,3%	9%	280
35	Советская аптека	3,8	0,3%	5%	288
36	Дешевая аптека	3,6	0,3%	-20%	80
37	Ваша №1	3,5	0,3%	26%	60
38	Диалог	3,3	0,2%	2%	70
39	Сердце России	3,2	0,2%	10%	211
40	О'Вита	3,0	0,2%	9%	102
41	Вита-плюс	2,9	0,2%	33%	197
42	Арбик	2,7	0,2%	35%	140
43	Брянскфармация	2,7	0,2%	31%	138
44	МФК Северо-Запад	2,5	0,2%	31%	94
45	Фармия	2,4	0,2%	37%	158
46	Семейная аптека (Благовещенск)	2,4	0,2%	-6%	195
47	Биотэк	2,1	0,1%	11%	264
48	Столичные аптеки	2,0	0,1%	13%	73
49	Вита Норд	2,0	0,1%	9%	84
50	МРФК	1,9	0,1%	62%	57

Таблица 27

Рейтинг
маркетинговых
ассоциаций по
обороту в 2020 году

Рейтинг	Маркетинговая ассоциация	Количество точек продаж	Объем, млрд руб.	Прирост оборота по сравнению с 2019	Доля на коммерческом сегменте, 2020
1	Pharmmarket.ru	9 170	218,55	50%	15,5%
2	ПроАптека	7 589	118,21	44%	8,4%
3	МФО	5 277	92,32	33%	6,6%
4	Созвездие	4 410	62,33	136%	4,4%
5	Весна	1 453	21,95	19%	1,6%

году перевалило за 3 тыс. аптек. Такое количество точек еще только у одного участника рейтинга.

В 2020 году компания увеличила и на 2 количество регионов, в которых представлена сеть, до 63 субъектов Российской Федерации. Делается это в том числе и за счет выхода в новые регионы компаний, которые входят в аптечную сеть «Ригла». Так, аптечный дискаунтер «Живика» (входит в «Ригла») начал в прошлом году экспансию в сибирский регион. Первые точки открылись в сентябре. В 2021 году «Живика» планирует открыть дополнительно 30-40 аптечных учреждений.

С 25 октября 2020 года аптеки получили разрешение отпускать лекарственные препараты по электронным рецептам, согласно Приказа Минздрава РФ от 07.07.2020 г. №683н. Был определен список препаратов и особенности их отпуска по электронным рецептам. Так, электронный рецепт обязательно должен быть заверен электрон-

ной подписью медицинского работника. На уровне региона должно быть принято решение об использовании таких рецептов. Отпускать препараты по электронным рецептам разрешено, если рецепт выдан на территории региона, в котором расположена аптека, подключённая к ЕГИСЗ.

Фактически отпуск по электронным рецептам начался в пилотном режиме в Москве с февраля 2021 года. Проект по отпуску лекарств по электронным рецептам запущен во всех аптеках, подведомственных Департаменту здравоохранения, а также в ряде коммерческих аптечных сетей. К данному проекту подключилась аптечная сеть «Ригла» (около 400 аптек). Всего по городу электронные рецепты принимают в более 750 аптечных точках.

Вопрос о степени и глубине государственного регулирования аптечного рынка поднимается с регулярной периодичностью. Так, в феврале 2021 года в первом чтении приняли поправки в законы «Об обращении

лекарственных средств» и «Об основах охраны здоровья», которые вводят ограничения на количество аптек в крупных сетях (не более 20% по доле в регионе). Документ законодательно закрепляет понятия «аптечная сеть» и «передвижной аптечный пункт».

С 2021 года утратит силу действующая классификация аптечных организаций, поэтому Министерство здравоохранения РФ представило проект новой классификации (Проект Приказа Министерства здравоохранения РФ «Об утверждении видов аптечных организаций»). Изменяются виды аптечных организаций – останутся аптеки (просто производственные станут теперь «производственными с правом изготовления лекарственных препаратов»), аптечные пункты и аптечные киоски, при этом появится новый вид – «Индивидуальный предприниматель, имеющий лицензию на фармацевтическую деятельность (аптека индивидуального предпринимателя)».

Одновременно появятся «подвиды» аптек: аптека, осуществляющая розничную торговлю (отпуск) лекарственных препаратов населению (аптека «сама по себе») и аптека

как структурное подразделение медицинской организации.

Более важным для отрасли видится поправка в законе, которая регламентирует величину бонусов от производителей на уровне 5% и ограничивает отсрочки оплаты дистрибуторам 90 днями. Сроки оборота товаров в аптечной рознице более длительные, чем в торговых сетях. Поэтому регулирование отсрочки платежей может повлечь за собой образование кассовых разрывов, в этом случае крупные аптечные сети будут быстрее восполнять эти разрывы из-за больших объемов находящейся у них в обороте продукции.

Ограничение маркетинговых бонусов будет способствовать вымыванию дешевых препаратов с рынка, а также спровоцирует рост цен на препараты, так как аптекам придется переложить потерю бонусов на потребителя. Сильнее всего от принятия такой инициативы могут пострадать одиночные аптеки и не крупные локальные сети, которые в настоящий момент получают дополнительный доход, участвуя в различных маркетинговых ассоциациях, которые за счет привлечения большого числа аптек могут представлять им акции производителей.

8. Дистрибуторский сектор фармацевтического рынка

Тот, кто отдает, является более надежным другом, поскольку он, в силу своей доброты, хранит память о признательности

Перикл

2020 год со всеми его вызовами стал проверкой на прочность для дистрибуторского звена. Ведь именно от него во многом зависела бесперебойная работа по обеспечению населения лекарственными средствами: своевременная доставка препаратов в аптеки, работа с производителями по закрытию возникающей дефектуры, — эти и другие существенные задачи в очередной раз подтвердили, что дистрибуторы являются неотъемлемой частью товаропроводящей цепочки и их значимость очень высока.

Конечно, центральная тема всего года — это Covid-19 и его влияние на фармацевтический рынок и его участников. Анализируя официальную статистику, видно, что важность оптовой поставки фармацевтической продукции в 2020 году заметно выросла. По данным Госкомстата, оборот оптовой торговли в России в 2020 году составил 83,7 трлн руб., или 99,9% (в сопоставимых ценах) к 2019 году. Доля предприятий, осуществляющих оптовую торговлю фармацевтической продукцией и изделиями, применяемыми в медицинских целях, в этом объеме составляет 9,3% (в 2019 году аналогичный показатель составлял 8,5%). Таким образом, удельный вес «фармацевтических оптовиков» вырос на 0,8% в общей структуре.

На такую динамику оказывают влияние несколько факторов. Во-первых, в кризисный период фармацевтика остается одной из немногих областей, где продажи продолжают расти. В 2020 году кризис был связан не только с макроэкономическими факторами, но и непосредственно со здоровьем людей. В результате снижения спроса на лекарственные препараты не наблюдалось. Вторая причина — это дополнительное финансирование лекарственного обеспечения из государственного бюджета. На протяжении последних двух лет мы видим увеличение объемов выделяемых денежных средств как на уже существующие программы (речь в первую очередь идет о национальном проекте по онкологии), так и на новые (в 2020 году дополнительное финансирование получило направление кардиозаболеваний).

Последний фактор заметно влияет на расстановку в рейтинге фармацевтических дистрибуторов. Компании, которые имеют заметную долю в государственном сегменте, показывают более высокую динамику по сравнению с компаниями, которые в большей мере сосредоточены на коммерческом сегменте. Не удивительно, что фокус внимания этих дистрибуторов может

расшириться и на эту часть рынка. Тем более, что помимо «стабильного» финансирования открываются и новые подсегменты.

Одним из главных инструментов в борьбе с распространением коронавирусной инфекции должна стать вакцина. Правительство с декабря включило вакцины для профилактики новой коронавирусной инфекции в Перечень ЖНВЛП и зарегистрировала на них предельную отпускную цену. В России зарегистрированы три вакцины. Две, в разных формах выпуска, разработаны НИЦЭМ им. Гамалеи («Спутник V»), а третья — научным центром вирусологии и биотехнологии «Вектор» («ЭпиВакКорона»). Цена «Спутник V» составила 1942 руб. за два компонента. Цена упаковок по пять двухкомпонентных наборов зарегистрирована на уровне 9710 руб.

По оценкам экспертов, ежегодная потребность России в вакцине для профилактики новой коронавирусной инфекции составляет около 70 млн доз (для вакцинации 50% населения по аналогии с профилактикой гриппа). В результате затраты на приобретение вакцины могут составить порядка 140 млрд руб. Таким образом, происходит формирование абсолютно нового сегмента рынка, финансирование которого опять же будет за счет государственных средств.

И дистрибутор, который выиграет тендер на поставку, сможет заметно улучшить свое положение на рынке.

В 2020 году объем фармацевтического рынка России в ценах дистрибуторов составил 1 729 млрд руб., что на 10,2% выше, чем в 2019 году. По итогам 2020 г. совокупная доля 10 крупнейших дистрибуторов на фармацевтическом рынке достигла 74,1%. Относительно 2019 года этот показатель увеличился на 2,7%. За несколько последних лет именно в 2020 году возобновился рост концентрации, до этого доля ТОП-10 сокращалась: на 10% с 82% рынка в 2015 году.

На самом деле центральной темой 2020 года должна была стать маркировка, которая в полном объеме должна была заработать с 1 июля. Covid-19 оказал как негативное, так и положительное влияние на данный процесс. Для того, чтобы обеспечить бесперебойность лекарственного обеспечения, введение маркировки было временно отложено, сначала до 1 ноября, потом были введены упрощенные правила до 1 февраля 2021 года. Таким образом, компании получили дополнительное время для отлаживания всех процессов и устранения всех возникающих проблем. С другой стороны, полной отмены или переноса сроков на более длительное время не произошло, и поэтому

Рисунок 44

Концентрация
в дистрибуторском
сегменте

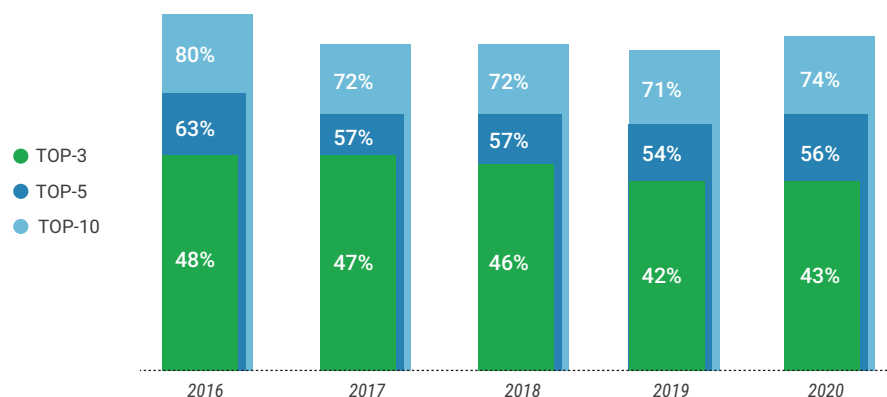


Таблица 28

ТОП-25 дистрибуторов
на фармацевтическом
рынке

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

Рейтинг	Дистрибутор	Объём, млрд руб.	Прирост	Доля
1	Пульс	254,2	15%	14,7%
2	Протек	241,5	5%	14,0%
3	Катрен	239,2	16%	13,8%
4	Р-Фарм	132,7	41%	7,7%
5	Фармкомплект	106,7	16%	6,2%
6	Гранд Капитал	94,9	33%	5,5%
7	БСС	66,5	15%	3,8%
8	Профит-мед	57,0	16%	3,3%
9	Ассоциация «Асфадис»	43,2	4%	2,5%
10	Биотэк	41,1	102%	2,4%
11	Ланцет	38,4	29%	2,2%
12	Фармимэкс	38,2	0%	2,2%
13	Авеста Фармацевтика	36,9	12%	2,1%
14	Джи Ди Пи	36,6	-16%	2,1%
15	Магнит	33,3	8%	1,9%
16	Ирвин 2	31,9	14%	1,8%
17	Агроресурсы	31,0	36%	1,8%
18	ГК «Евросервис»	23,4	-2%	1,4%
19	ЗдравСервис	19,7	14%	1,1%
20	Медипал-онко	14,6	10%	0,8%
21	Фармстор	12,4	29%	0,7%
22	Северо-Запад	11,5	37%	0,7%
23	Фармлайн	9,2	167%	0,5%
24	Волгофарм	7,3	19%	0,4%
25	Мединторг	7,2	6%	0,4%

дистрибуторам пришлось продолжать внедрение и в период дистанционной работы, и в период повышенного спроса, когда нагрузка на них была более высокой.

Особые сложности были в момент, когда начал исчезать немаркированный товар со складов оптовых компаний, а маркированный правильно акцептовать не получалось. В результате возникала дефектура в аптеках, а дистрибуторы обвинялись ими в завышении цен на лекарственные препараты без маркировки.

Хотя если вспомнить, что основной задачей маркировки является недопущение оборота фальсификата, то добавление оптовых процессов в общую систему движения лекарств не добавляет информативности, но при этом увеличивает нагрузку на государственную информационную систему. Исходя из таких выводов, например, дистрибутор «Пульс» предложил рассмотреть вопрос об исключении дистрибуторского звена из системы обязательной маркировки.

Возвращаясь к итогам года и рейтингу дистрибуторов, отметим, что уже довольно длительное время на рынке нет явного лидера, а «борьба» за первое место ведется постоянно. В последние несколько лет на первую строчку постоянно претендуют три компании.

По результатам 2020 года «Пульс» впервые возглавил годовой рейтинг дистрибуторов. Заметим, что в промежуточных рейтингах 2019 года «Пульс» уже поднимался на первую строчку, но тогда по итогам года занял только второе место. В 2020 году компания лидировала по итогам каждого квартала. И закономерный результат. Подняв рейтинги прошлых лет, можно увидеть,

что в 2010 году компания была только на 8 месте с долей в 2,5%. За 10 лет оборот компании вырос в 19 раз. Добиться этого удалось за счет взвешенной стратегии экспансии в регионы, а также отказа от развития собственной аптечной сети, благодаря чему розница не воспринимает компанию как конкурента. На сегодняшний день сформирована охватывающая всю территорию России сеть из 14 региональных высокотехнологичных складских комплексов. Для больших аптечных сетей предоставляется услуга 3pl-логистики (в качестве примера можно привести аптечные сети «Планета здоровья», «АСНА»). Это хранение продукции, сбор заказов, развоз по всей территории России. Подобный проект создан и для производителей.

«Пульс» также идет по пути создания и развития маркетингового объединения. В настоящий момент в союз «Созвездие» интегрировано более 4,4 тыс. аптек, прирост к 2019 году практически в 2,4 раза.

По итогам 2020 года «Пульс» – лидер как по рынку в целом, так и отдельно в коммерческом сегменте. При этом «перспективный» рынок государственных закупок пока охвачен компанией слабо. Но в перспективе дистрибутор планирует развиваться и в этом направлении.

«Протек» в 2020 году занял вторую строчку с долей 14,0%. Компания продемонстрировала прирост продаж на 5,3%.

В прошлом году дистрибутор отметил свой 30-й юбилей. Это самая «взрослая» компания рейтинга. На протяжении длительного периода «Протек» остается основным игроком на оптовом фармацевтическом рынке. И несмотря на различную конъюнктуру,

ктуру, которая складывается в тот или иной год, всегда входит в ТОП-3 ведущих компаний. Наша компания поздравляет «Протек» с такой датой и желает ему новых высот, интересных бизнес-решений и движения только вперед!

«Протек» за время своего развития часто являлся «законодателем» новых трендов: диверсификация бизнеса, развитие собственной розницы, создание ассоциации аптечных учреждений. Компания постоянно пробует различные идеи, которые в дальнейшем повторяет рынок. Разрешение онлайн продажи безрецептурных лекарств спровоцировало новый виток развития сервисов интернет-торговли. Интернет-портал заказа лекарств и товаров для красоты и здоровья «ЗдравСити», который входит в холдинг «Протек», вырос в 2020 году в 2,3 раза, и его оборот составил только 6,2 млрд руб. В середине июня «ЗдравСити» запустил в эксплуатацию функционал маркетплейса, который позволяет покупателям заказывать на сайте www.zdravcity.ru товары сторонних поставщиков. Первой к маркетплейсу подключилась группа компаний «Градиент» – один из ведущих российских дистрибуторов потребительских товаров. Ассортимент «ЗдравСити» дополнили около 2 тыс. новых товаров в категории «Красота и здоровье». До конца 2021 года «ЗдравСити» планирует увеличить ассортимент до 100 тыс. позиций.

Логичным развитием площадки стала возможность не только заказа, но и доставки ОТС-препаратов и парафармацевтических товаров. Партнер «ЗдравСити» по организации курьерской доставки с июля была компания «СДЭК», а в ноябре был заключен договор с компанией «СберЛогистика».

Третью строчку рейтинга занимает дистрибутор «Катрен», оборот которого вырос на 16%. S&P Global Ratings 25 декабря опубликовало отчет по международному корпоративному кредитному рейтингу компании, согласно которому кредитный рейтинг «BB-/B», прогноз «Стабильный». Компания «Катрен» единственная среди российских фармацевтических дистрибуторов, кто получил кредитный рейтинг в международном рейтинговом агентстве.

«Катрен» был одним из первых, кто запустил сервис по онлайн бронированию. Сервис «Apteka.ru» по итогам года обеспечил продажи на 50,1 млрд руб., что почти в 1,5 раза выше, чем в 2019 году. Развитие сервиса требует усовершенствования логистических мощностей. Так, в сентябре 2020 года Краснодарский филиал АО НПК «Катрен» объявил о завершении модернизации и расширении складского комплекса. Необходимость в расширении складского комплекса в Краснодаре возникла в связи с увеличением в 1,5 раза объема заказов, поступающих посредством сервиса Apteka.ru, а также планами по расширению ассортимента склада.

Признанием необходимости и популярности сервиса можно назвать тот факт, что Apteka.ru была включена в список бесплатных социально значимых ресурсов. С 1 апреля по июль 2020 года в России проводился эксперимент, в рамках которого пользователи проводного интернета могли заходить бесплатно на социально значимые ресурсы. В перечень вошли 391 ресурс, в том числе и Apteka.ru.

Высокие темпы прироста у компаний, расположенный ниже 5 места: «Гранд Капитал» (+33%), «Агроресурсы» (+36%). Эти компании

Таблица 29

ТОП-10 дистрибуторов
по сегментам

Аптечный сегмент			Государственные закупки	
Ранг	Дистрибутор	Доля	Дистрибутор	Доля
1	Пульс	21,7%	Р-Фарм	12,2%
2	Катрен	20,6%	Фармимэкс	6,1%
3	Протек	18,9%	Биотэк	5,9%
4	Фармкомплект	8,2%	Ирвин 2	5,0%
5	Гранд Капитал	7,9%	БСС	4,7%
6	Профит-мед	4,4%	Джи Ди Пи	3,6%
7	БСС	3,3%	Протек	3,5%
8	СИА (Магнит)	3,0%	Ланцет	3,5%
9	Агроресурсы	2,8%	ГК «Евросервис»	3,3%
10	Авеста Фармацевтика	2,8%	Медипал-Онко	2,4%

сфокусированы в основном на работе с аптеками. В результате в рейтинге по аптечному сегменту дистрибуторы располагаются выше чем в целом на рынке. Так, «Гранд Капитал» занимает пятую строчку с долей 7,1% (в общем рейтинге шестое место).

Компания «Агроресурсы» вошла в ТОП-10 по итогам 2020 года в сегменте аптечных продаж на 9 позицию (в целом на рынке ее место только 17). Дистрибутор активно развивается, в том числе и за счет открытия новых филиалов: в январе 2020 года был открыт филиал в Нижнем Новгороде. Всего работает 9 филиалов и 3 подразделения компании.

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

Первое место среди «классических» дистрибуторов госсегмента (без учета производителей, которые также могут являться победителями и поставщиками в тендерах) занимает компания «Р-Фарм». Ее общий оборот – 132,7 млрд руб., из которых 57% обеспечены бюджетными средствами.

«Р-Фарм» – это тоже группа компаний, которая была представлена дистрибуторским и производственным звеном. В 2020 году «Р-Фарм» и «Сбербанк» объявили о завершении сделки по совместному инвестированию в компанию «СБЕР ЕАПТЕКА», получив по 45% долей компании. 10% сохранил за собой основатель и генеральный директор «СБЕР ЕАПТЕКИ» Антон Буздалин. Таким образом, «Р-Фарм» теперь имеет акти- вы во всей товаропроводящей цепочки.

При этом несмотря на сложный год, дистрибутор продолжал активно развивать свое

производство. Летом началось строительство биотехнологического цеха в новом корпусе Ярославского завода «Р-Фарм». На территории комплекса планируется вернуть производство вакцины от корона- вирусной инфекции, которую разработал Центр имени Гамалеи.

Производственные мощности в Ярославле были расширены и за счет покупки завода компании Teva в конце 2020 года. На заво- де продолжают производиться препараты, предназначенные для лечения заболева- ний в области кардиологии и неврологии, а также болезней эндокринной системы. Проектная мощность завода составляет почти 2 млрд таблеток в год.

На втором месте в бюджетном сегменте расположен дистрибутор «Биотэк». Компа- ния продемонстрировала один из высоких темпов прироста, увеличив выручку почти в 2 раза. Такая динамика в том числе свя- зана и с тем, что «Биотэк» в 2020 году стал крупнейшим поставщиком лекарственной и медицинской продукции, направленных на борьбу с эпидемией, включая среди прочего противовирусные препараты. С июня компания активно осуществляет поставки лекарственных препаратов с МНН «Фавипи- равир», в частности препаратов «Авифавир» и «Арепливир», во все регионы. Помимо ле- карств, дистрибутор осуществлял поставки диагностических тест-систем BIOZEK и де- зинфицирующих средств. Общая сумма от- грузок ГК «Биотэк» составила 45 млрд.

Проекты «Биотэк» в производстве вклю- чают несколько направлений. Одно из них – линейка минерально-витаминных ком- плексов (нутрицевтиков) «Ренессанс», за- регистрированные как БАД. Следующее

направление производства «БИОТЭК» — дезинфицирующие средства. Их выпускает завод «БИОДЕЗ». Во время пандемии завод запустил производство кожных антисептиков. Диверсификация компании идет не только в сторону лекарственных препаратов, но и медицинских изделий. Уже созданы первые приборы для лапароскопических операций.

В рейтинге представлены компании, которые работают на государственном рынке и имеют еще узкую специализацию. Например, «Ирвин 2». 75% портфеля — это онкология или льгота. В 2020 году дистрибутор активно развивал направление по кардио-программе, выйдя по ней в лидеры. Основными драйверами стали такие блокбастеры как «Ксарелто» и «Прадакса».

Как уже говорилось, бюджетный рынок развивается более высокими темпами, чем коммерческий сегмент. И поэтому привлекает не только традиционных «оптовиков», но и представителей других областей. При приобретении лекарственных препаратов за государственные средства предлагается проводить две закупки: непосредственно медикаментов и логистических услуг. Более 25% стоимости госконтрактов на поставку лекарственных средств уходит на дистрибуционные расходы. Чтобы дать возможность зарабатывать производителям, а не посредникам, предлагается разделить госзакупки: отдельно определять поставщика медикаментов и отдельно —

того, кто их будет доставлять. Единым логистическим оператором может выступить «Почта России». Соответствующий эксперимент по разделению закупок логистической услуги и непосредственно препаратов будет проведен в Ставропольском крае. И если он будет признан удачным, бюджетный рынок для классически дистрибуторов станет закрыт.

Вообще, «Почта России» активно рассматривает все возможности выхода на фармацевтический рынок. Так, компания планировала доставлять лекарственные препараты после разрешения онлайн-торговли. В начале 2021 года «Почта России» в тестовом режиме запустила сайт по продаже лекарств и осуществляет доставку препаратов в две аптеки, открытые при сельских почтовых отделениях Самарской области. «Почта России» открывает аптеки на базе своих отделений с 2019 года. В целом в стране в почтовых отделениях работают 11 аптек.

Также есть инициатива, которая расширит перечень доставки не только на безрецептурные средства. Депутаты Госдумы намерены обратиться к правительству по организации пилотного проекта о дистанционной торговле рецептурными лекарственными средствами. Пока речь идет о доставке таких препаратов льготным категориям населения в отдаленных районах. В полной мере проект может быть реализован только после повсеместного внедрения электронных рецептов.

9. Производство лекарственных средств

Одна законченная результативная задача стоит полусотни незаконченных задач

Форбс

2020 год ознаменовался ростом разработок в области методов лечения и диагностики коронавирусной инфекции. Начиная с производства тестов и заканчивая лекарственными препаратами, многие компании активно включились в этот процесс. Такая тенденция ярко прослеживается как в России, так и на мировом фармацевтическом рынке.

Одним из важных направлений стала разработка и производство вакцин от Covid-19. В мире, согласно данным Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), по состоянию на февраль 2021 года разрабатывается около 250 вакцин (69 вакцин-кандидатов находились на стадии клинических исследований, и около 180 — на стадии доклинических исследований). Разработка и испытания, которые обычно длятся многие годы, в «коронавирусный» год сократились до нескольких месяцев. Производство вакцины стало оценкой работы системы здравоохранения в целом.

В 2020 году завершить клинические испытания и получить разрешение на экстренное использование своих вакцин более чем в одной стране смогли всего несколько производителей. Это американские Moderna и Pfizer, сотрудничающий с немецкой BioNTech, британская компания AstraZeneca с вакциной Оксфордского университета, российский «НИЦ эпидемио-

логии и микробиологии им. Н.Ф. Гамалеи» и китайская Sinopharm. Все они имеют контракты на поставки и производство своих препаратов во множестве стран мира. Евросоюз и другие государства стараются диверсифицировать поставщиков вакцин, чтобы избежать дефицита.

В России масштабная вакцинация населения началась с 18 января 2021 года. На конец 2020 года в России было зарегистрировано две вакцины от Covid-19: «Спутник V» («Гам-Ковид-Вак») от НИЦЭМ им. Н.Ф. Гамалеи и «ЭпиВакКорона» от Новосибирского государственного научного центра вирусологии и биотехнологии «Вектор». В феврале к списку российский вакцин добавилась третья: «КовиВак» «Центра имени Чумакова».

Помимо вакцин на российском рынке появлялись и лекарственные средства, которые были включены в список рекомендаций для лечения коронавирусной инфекции. Так, летом было выявлено, что японский противовирусный препарат «Авиган» (МНН «Фавипиравир») компании Fujifilm Toyama Chemical оказался эффективным в борьбе с Covid-19. Срок действия патента истек в 2019 году, поэтому отечественные компании смогли оперативно запустить производство генериков с МНН «Фавипиравир». Регистрация была одобрена 4 заводам: компания «Промомед» (ТН «Арепливир»), «Р-Фарм» (ТН «Коронавир»), «Фармасинтез»

Таблица 30

Ключевые запуски
производственных
площадок
на российском
фармрынке
в 2020 году

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объём инвестиций
ЗАО «Эвалар»	г. Бийск	Запуск 2-й линии нового производственного комплекса в Алтайском крае по выпуску синтетических лекарственных препаратов. Расширение производственных мощностей в компании планируется использовать как для развития собственного лекарственного портфеля, так и для расширения контрактного производства	1 млрд таблеток и капсул в год	3 млрд рублей
ОАО НПК «Эском»	г. Ставрополь	Новая производственная линия по выпуску инфузионных растворов в полимерных флаконах	До 72 млн флаконов в год	
АО «ВЕРТЕКС»	г. Санкт-Петербург, площадка «Новоорловская», ОЭЗ «Санкт-Петербург»	Фармацевтическая компания полностью ввела в эксплуатацию инновационно-производственный комплекс, реализовав проект строительства 3-й очереди. На его базе будет увеличиваться выпуск существующего ассортимента и будут создаваться оригинальные комбинированные лекарства, не имеющие аналогов	После полной загрузки 3-й очереди, по плану, мощность фармкомплекса может превысить 200 млн упаковок продукции в год	7,3 млрд рублей (3-я очередь – свыше 2,4 млрд рублей)
ОАО «Синтез» (дочерняя компания ЗАО «Биоком»)	г. Курган (г. Ставрополь)	Предприятие расширило мощности по производству препарата «Гидроксихлорохин», рекомендованного Минздравом РФ в протоколах лечения коронавирусной инфекции	Суммарно два завода могут выпускать до 300 тыс. упаковок в неделю	
Renewal («ПФК Обновление»)	р.п. Сузун, Новосибирская обл.	Запуск нового корпуса. Непрерывное полномасштабное производство настоек: валерианы, пустырника, прополиса, календулы, перца стручкового и др. В перспективе производитель рассчитывает занять до 25% российского рынка настоек	Свыше 2 млн упаковок настоек ежемесячно	1 млрд рублей
ЗАО «Биокад»	г. Зеленоград, площадка «Алабушево» (ОЭЗ «Технополис «Москва»)	Запустили 1-ю очередь завода: ввели в эксплуатацию участки контроля качества выпускаемой продукции и вторичной упаковки. Через год - осенью 2021 г. - планируется запуск химического и биологического производства по изготовлению 2-х АФИ и 40 лекарственных препаратов против онкологических заболеваний (22 МНН)	Ожидаемый объём поставок на следующий год составит свыше 400 тыс. упаковок	3 млрд рублей
ООО «АМЕДАРТ»	г. Москва, ОЭЗ «Технополис «Москва»	Компания запустила производство 17 видов лекарств из перечня ЖНВЛП. В число препаратов, которые будет производить резидент ОЭЗ, вошли препараты для лечения ВИЧ-инфекции, почечной недостаточности, а также антикоагулянты, хелаторы и иммунодепрессанты. В 2021 году предприятие запустит производство 3-х наименований препаратов для лечения сахарного диабета, а к 2024 году – ещё 26 препаратов против злокачественных образований	В 2021 г. будут выпущены первые партии препаратов в количестве 100 тыс. упаковок. После выхода производства на полную мощность к 2024 г. предприятие будет выпускать по 1,5 млн упаковок в год	Более 700 млн рублей

«Биннофарм Групп»	п. Оболенск, Московская обл.	Запуск современного участка мелкосерийного производства на заводе «Алиум». Это позволит предприятию разгрузить основное производство и повысит его экономическую эффективность. На новый участок перенесено производство свыше 25 наименований препаратов (4 входят в перечень ЖНВЛП), которые используются для лечения не распространенных, но социально значимых заболеваний	50-100 кг таблеток в сутки	
АО «Активный Компонент»	г. Пушкин, Ленинградская обл.	Запуск первой очереди нового импортозамещающего фармзавода. Новая площадка позволит увеличить номенклатурный ряд с 60 до 100 позиций субстанций, включая противоковидные АФИ — «Азитромицин», «Умифеновир» и «Фавипиравир», а также противовирусные субстанции для лечения ВИЧ-инфекции, противоопухолевые, желудочно-кишечные, нейротропные и др. Всего проект включает 3-й очереди, вторую намерены завершить в 2022-м, а последнюю — в 2024-м	Новый завод позволит увеличить производственные мощности «Активного Компонента» до 250 тонн продукции в год	2,7 млрд рублей
ООО «Фармконцепт»	п. Редкино, Конаковский р-н, Тверская обл.	Линия по производству препарата «Меропенем», антибиотика для внутривенного введения. В 2021 г. на данной линии планируется запуск производства препаратов «Имипенем+Цилластатин» и «Дорипенем»	100 тыс. флаконов в смену	100 млн рублей Общий объем инвестиций в проект составит порядка 830 млн рублей
«Фармасинтез»	Иркутская обл.	Открыт новый цех по производству АФИ для лечения туберкулеза, гепатита, ВИЧ-инфекции и COVID-19. С 2021 г. начнется выпуск субстанции для производства препаратов против онкологических заболеваний	Запуск 2-й очереди в 2 раза до 120 тонн АФС в год увеличит производственные мощности завода. Стратегическая задача — выпускать до 1 000 тонн АФИ в год	

(ТН «Фавибирин») и «Кромис» (совместное предприятие РФПИ и «Химрара» с ТН «Ави-фавир»).

Эти препараты получили регистрацию на основании Постановления Правительства № 441 от 03.04.2020. Оно предусматривает ускоренную процедуру в течение 20 рабочих дней после предоставления отчета о результатах клинических исследований и доступной информации о свойствах препарата. Одобрение по ускоренной процедуре предусматривает обязательный посерийный контроль качества препарата и учет каждого случая применения при Covid-19. Информация заносится в Единую государственную информационную систему в сфере здравоохранения.

Также отечественные компании занимаются разработкой и оригинальных препаратов для лечения коронавирусной инфекции. Компания «Микроген» подала заявку на регистрацию в России препарата «КО-ВИД-глобулин». Препарат представляет собой иммуноглобулин человека противокоронавирусный и успешно прошел I фазу клинических испытаний. Производством займется Национальная иммунобиологическая компания («Нацимбио»). Научный центр биомедицинских технологий ФМБА приступил к регистрации препарата «Лейтрагин». Новое средство предназначено для профилактики пневмонии и тяжелых осложнений Covid-19. Патент на препарат был получен в августе 2020 года.

Несмотря на высокую зависимость рынка в 2020 году от пандемии отечественные производители продолжают свое развитие не только за счет «коронавирусного» ассортимента. В таблице 30 приведен перечень производственных площадок, которые были анонсированы или запущены в действие в прошедшем году.

В 2020 году можно выделить ряд новых проектов по локализации иностранных производителей на территории России:

- «Такеда Россия» начала производство препарата «Иксазомиб», включённого в перечень ЖНВЛП, на заводе в Ярославле, который стал второй площадкой компании в мире по выпуску данного препарата до стадии готовая лекарственная форма. Лекарственное средство «Иксазомиб» является собственной разработкой корпорации, выпускается в форме капсул и показан в комбинации с «Леналидомидом» и «Дексаметазоном» для пациентов с множественной миеломой. Общий объём инвестиций в локализацию производства составил 590 млн рублей. Производственные мощности предприятия позволят полностью удовлетворить потребности россиян и жителей стран ЕАЭС.
- Компания AstraZeneca объявила о запуске полного цикла производства таргетного (прекращающего рост и распространение онкоклеток) препарата «Тагриссо» (МНН «Осимертиниб») для лечения онкологических заболеваний лёгких и инновационного препарата «Форсига» (МНН «Дапаглифлозин») для лечения взрослых пациентов с сахарным диабетом 2 типа и хронической сердечной недостаточностью на своей площадке в Калужской области.
- Компании MSD и «Акрихин» продолжают вести стратегическое партнёрство по трансферу технологий производства инновационных лекарств. Так, компании объявили о локализации производства препаратов grazoprevir/эласвир для лечения хронического гепатита С (ХГС) и доравирин/ламивудин/тенофовир для лечения ВИЧ-инфекции. Производство препаратов будет налажено на производственном комплексе АО «Акрихин» в Московской обл. (г. Старая Купавна). Текущая стадия проекта по локализации

производства препарата гразопревир/элбасвир предполагает коммерческий выпуск. До конца 2020 г. должно быть произведено несколько партий препарата объемом 6 тыс. упак. Ранее в 2020 г. компании заключили соглашение о локализации производства препарата доравирин/ламивудин/тенофовир. Уже завершён подготовительный этап и начался трансфер технологий вторичной упаковки и выпускающего контроля качества для последующего производства фиксированной комбинации ЛП.

- Международная биофармацевтическая компания Sobi и российская фармкомпания «Скопинфарм» подписали соглашение о поэтапной локализации орфанного препарата «Элоктейт» (МНН «Эфмороктоког альфа») для терапии гемофилии А на производственной площадке в Скопинском р-не Рязанской обл. Первый этап будет представлять собой локализацию стадии вторичной упаковки и выпускающего контроля качества в рамках государственной программы по импортозамещению.
- Stada намерена перенести производство препаратов из Сербии и Великобритании в Нижний Новгород (завод «Нижфарм»), а из Ирландии и Германии — в Обнинск («Хемофарм»). Производство препаратов составит около 16 млн упаковок ежегодно.
- Фармкомпании Pfizer и «Фармстандарт» подписали соглашение о контрактном производстве на территории России (на заводе «Фармстандарт-УфаВИТА» в Башкортостане) 4-х инновационных препаратов в восьми дозировках для лечения онкологических заболеваний: «Палбоциклиб», «Акситиниб», «Бозутиниб» и «Кризотиниб». Выпуск первых коммерческих серий ожидается в 2024 г. Все препараты относятся к перечню ЖНВЛП. Партнёры рассчитывают выпускать порядка 2 млн таблеток и капсул ежегодно.

Еще один из механизмов поддержки в том числе для импортозамещения — специальный инвестиционный контракт (СПИК). С начала 2020 года СПИК стало можно заключить уже на новых условиях. В первую очередь, это акцент на инновации. Ранее контракты заключались в простом заявительном порядке, если инвестор соответствовал всем указанным требованиям. А сейчас заключение СПИК осуществляется на основе конкурсного отбора. Стоит заметить, что СПИК может быть заключён одновременно с несколькими участниками. Инициировать заключение контракта теперь может не только инвестор, но и Российская Федерация или субъект РФ совместно с муниципальным образованием.

Было снято ограничение минимального объёма инвестиций в проект, СПИК можно будет заключить инвесторам с любыми капиталовложениями. Срок действия контрактов был увеличен с 10 до 15 лет, при инвестициях свыше 50 млрд рублей — до 20 лет. Однако бюджетные вложения в проект прекратятся, если они превысят 50% от инвестиций компании-участника в проект.

В 2020 году подписанных СПИК было не много. Можно выделить один из проектов. Минпромторг, правительство Санкт-Петербурга и АО «Активный Компонент» подписали первый СПИК на производство АФС. Ранее подобные контракты заключались только с производителями готовых ЛП. В рамках специального инвестиционного контракта будет осуществлено строительство нового производства фармацевтических субстанций «Активного Компонента» в г. Пушкине (г. Санкт-Петербург), а также модернизация существующего предприятия в промзоне Металлострой для расширения номенклатуры АФС, а также снижения зависимости от поставок субстанций из Китая и Индии.

Таблица 31

Выполнение
стратегии
«Фарма-2020»

Примечание:
Локализованные
ЛП – лекарственные
препараты,
произведённые
на территории России
(только упаковка
и маркировка
не являются
признаком
локализации,
необходимо
реализовывать
в России
хотя бы часть
технологического
процесса).

Показатель	Факт, 2020 год		Целевой показатель	
	Отечественные	Отечественные + локализованные	2018 год	2020 год
Доля отечественных ЛП в перечне ЖНВЛП (от SKU)	56%	63%	90%	90%
Доля отечественных ЛП в перечне ЖНВЛП (объем, руб.)	36%	48%	90%	90%
Доля отечественных ЛП от суммарного потребления в денежном выражении	34%	44%	43%	50%
Доля ЛП отечественного производства по номенклатуре перечня стратегически значимых лекарственных препаратов	58%	65%	90%	90%

СПИК предусматривает объём инвестиции в размере 1,57 млрд рублей.

А вот компания «НоваМедика», наоборот, расторгла заключенный еще в 2018 году СПИК. Производитель решил приостановить строительство завода в Калужской области. На площадке планировалось выпускать госпитальные стерильные инъекционные препараты от Pfizer. В связи с заморозкой проекта также будет расторгнут специнвестконтракт, который компания подписала с Минпромторгом и Калужской областью.

В 2020 году закончилось действие государственной программы развития фармацевтической и медицинской промышленности «Фарма-2020». В рамках нее было построено более 50 новых производственных площадок, а модернизировано еще больше. Российский рынок стал более привлекательным для локализации производства зарубежными компаниями, что отражается и в количестве таких проектов, и в доле препаратов, произведенных на территории России. Стратегия «Фарма-2020» показа-

ла, что в первую очередь отрасли необходимо импортозамещение инновационных лекарственных препаратов в дополнение к уже налаженному производству генериков. Именно это должно стать вектором развития отрасли на следующие 10 лет и заложено в стратегию «Фарма-2030». По итогам 2020 года доля локализованных лекарственных препаратов в стоимостном выражении составила 44%. При этом среди оригинальных препаратов этот показатель ниже практически в 2 раза, и составляет всего 25%. Правда стоит отметить, что такая низкая доля в большей мере обусловлена тем, что отечественные производители пока «слабо» представлены оригинальными препаратами – в общем объеме таких лекарственных средств российские компании занимают всего 11%. А вот доля «локализованных» препаратов уже достигла 14%.

В целом же на рынке доля отечественных препаратов из года в год неуклонно растет. Фактором роста потребления лекарственных средств, произведенных на территории России, в том числе является локализация и импортозамещение.

В 2020 году данный процесс остановился. Это произошло за счет увеличения финансирования государственных программ: за счет национальной программы «Онкология» и выделения дополнительного финансирования на высокотехнологичные препараты, по этим направлениям препараты преимущественно пока иностранные. Доля импортных лекарственных средств по итогам года она составляет 56,3% в деньгах и 31,4% в упаковках. При этом локализованные препараты заняли на 43,7% в стоимостном выражении и 68,6% в натуральном.

Рейтинг производителей лекарств в России на 85% представлен импортными производителями. В ТОП-20 три отечественных производителя: «Отисифарм», «Биокад» и «Фармстандарт» (таблица 32).

В 2020 году отмечено много перемещений по таблице. А вот состав не поменялся. Только 5 компаний смогли сохранить свое положение относительно 2019 года. Совокупно доля ТОП-20 производителей в 2020 году составила 46,8%.

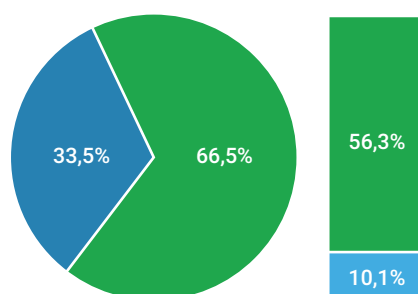
ТОП-3 в 2020 году не поменялась по сравнению с 2019 годом. Верхнюю позицию занимает корпорация Sanofi с отрывом

в 0,5% по доле. Удельный вес продаж в розничном сегменте остается для компании преобладающим (около 54% оборота приходится на аптечные продажи). На втором месте располагается корпорация Novartis с долей 3,9%. Компания имеет также высокую долю за счет продаж в аптеках (69%). Третью строчку сохранил производитель Bayer с минимальных отрывов от второго места. На государственные закупки у производителя приходится только 23% продаж.

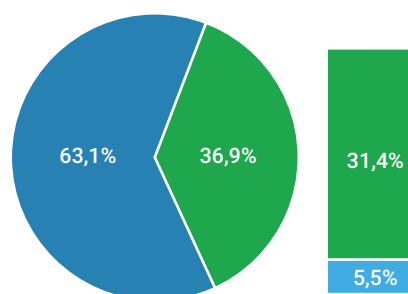
Высокую долю в госзакупках из компаний, представленных в ТОП-20, занимают 7 компаний (свыше 50%). Практически полностью работает в госсегменте «Биокад» – его доля достигает 97%. F.Hoffmann-La Roche 91% своих продаж делает на бюджетном рынке; за счет этого производитель показал один из максимальных приростов в ТОП-20.

Также высокая динамика у отечественной компании «Отисифарм»: +39%. Это позволило ей подняться на 5 строчек вверх, и занять 6 место в рейтинге. Такая динамика обусловлена заметным ростом продаж «Арбидола», который был включен в перечень препаратов, рекомендованных для лечения коронавирусной инфекции.

Структура потребления ЛП, руб.



Структура потребления ЛП, упак.



● Отечественные ● Импортные ● Локализованные

Рисунок 45

Структура потребления по происхождению, 2020 год

Таблица 32

ТОП-20
производителей
по объему продаж
на фармацевтическом
рынке России
в 2020 г.

Рейтинг 2020 г.	Изменение	Производитель	Стоимостной объем, млн руб. 2020 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	Sanofi	76 744,8	4,8%	4,4%
2	-	Novartis	68 103,2	18,1%	3,9%
3	-	Bayer	66 941,2	21,7%	3,8%
4	+1	Johnson & Johnson	47 888,2	2,3%	2,7%
5	-1	GlaxoSmithKline	46 551,2	-2,0%	2,6%
6	+5	Отисифарм	45 422,6	38,7%	2,6%
7	+1	Merck	43 537,8	14,1%	2,5%
8	-2	Stada	42 987,9	3,2%	2,4%
9	-2	Pfizer	40 420,6	1,1%	2,3%
10	-1	Teva	37 616,1	6,2%	2,1%
11	-1	Servier	35 435,0	1,6%	2,0%
12	+2	AstraZeneca	34 091,7	13,8%	1,9%
13	-1	Биокад	34 053,9	8,5%	1,9%
14	+5	F.Hoffmann-La Roche	33 034,5	33,6%	1,9%
15	-2	KRKA	32 880,5	5,9%	1,9%
16	-1	Berlin-Chemie	31 224,4	10,9%	1,8%
17	-1	Фармстандарт	29 143,3	5,0%	1,7%
18	-	Abbott	28 443,0	4,8%	1,6%
19	-2	Gedeon Richter	25 676,5	-5,5%	1,5%
20	-	Astellas Pharma	24 598,1	2,2%	1,4%

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

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



30 000 аптек РФ
Ежемесячно получают газету

Распространение через ФК ПУЛЬС

Портал
для настоящих
профессионалов
www.PHMLIFE.ru

ФМ **WWW** **LIFE**

Сайт для провизоров, фармацевтов
и медицинских работников

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

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

ЕЖЕГОДНАЯ ПРЕМИЯ «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЕЙТИНГ»

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

Проводится с 2016 года.

Более 1300 отечественных и иностранных производителей, более 5800 брендов.

nphr.ru

НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ
РЕЙТИНГ

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



ДЕПАРТАМЕНТ РЕКЛАМЫ ROSM ПОЛИГРАФИЯ ПРОМОПОДАРКИ БИЗНЕС-СУВЕНИРЫ



Актуальные новинки,
большие складские
остатки, разнообразие
промопродукции
и бизнес-подарков
на нашем новом сайте

dsmgifts.ru

ПОЧЕМУ МЫ

Понимание потребностей отраслевых заказчиков
базирующееся на уникальном 20-летнем опыте;

У большинства наших клиентов DSM Group рекомендованный
или единственный поставщик промопродукции и рекламных
материалов;

Поставка рекламной продукции с вашим логотипом от 2-х дней;

Персональный менеджер;

Бесплатный дизайн и вёрстка макетов в рамках работы
над проектом;

Бесплатная доставка и ответственное хранение
изготовленной продукции.

