



# ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК РОССИИ

# 2005

## ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО



Дорогие коллеги!

В 2005 г. благодаря программе ДЛО отечественный фармацевтический рынок показал небывалый рост – 35%, позволив подняться России в мировом рейтинге на 12-ю позицию.

Российский фармрынок становится все более интересен для зарубежных инвесторов. Не проходит и недели, как рынок обсуждает очередную горячую новость: опять кого-то купили. Не дремлют и остальные, усиленно готовясь к возможной продаже активов.

То, что мы наблюдаем сейчас – только начало процесса интеграции в мировую экономику. Следующий импульс – предстоящее через год вступление России в ВТО. «Лед тронулся, господа присяжные заседатели!»

С уважением,  
Александр Кузин

Генеральный директор DSM Group

Резюме/Summary	3/52
1. Объем фармацевтического рынка России	5
2. Розничный рынок ГЛС России на фоне других стран мира	7
3. Прогноз развития фармацевтического рынка России	9
3.1. Краткосрочный прогноз развития фармацевтического рынка России: 2006 г.	9
3.2. Долгосрочный прогноз развития фармацевтического рынка России: 2010 г.	11
4. Дополнительное лекарственное обеспечение	15
5. Индекс цен	16
6. Структура фармацевтического рынка России	19
6.1. Соотношение ценовых категорий ГЛС на коммерческом рынке	19
6.2. Соотношение импортных и отечественных ГЛС на коммерческом рынке	20
6.3. Соотношение ГЛС рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом рынке	21
6.4. Структура продаж ГЛС по АТС-группам на коммерческом рынке	22
7. Импорт	25
8. Лидеры среди производителей ГЛС на коммерческом рынке	28
9. Препараты – лидеры продаж	30
10. Новые лекарственные препараты	32
11. Биологически активные добавки	38
12. Перспективные региональные фармацевтические рынки России	45
13. Обзор событий фармацевтического рынка	47

Закрытое акционерное общество «Группа Драг-Стор Мониторинг»

Генеральный директор Кузин Александр	Старший аналитик Полякова Анастасия	Аналитический отчет <b>Фармацевтический рынок РОССИИ Итоги 2005 г.</b>  <b>Адрес:</b> 125040, Москва, 5-я ул. Ямского Поля, д. 7 стр. 2  <b>Тел.:</b> (495) 780-72-63, 780-72-64  <b>Факс:</b> (495) 780-72-65  www.dsm.ru
Начальник Департамента исследований Шуляк Сергей	Старший аналитик Хильченко Алексей	
Начальник отдела стратегических исследований Аверин Владимир	Аналитик Маттис Мария	
Начальник отдела розничного аудита Нечаева Юлия	Старший провизор Насекина Екатерина	
	Оформление и верстка Рощупкин Антон Новикова Наталья	



Информация основана на данных розничного аудита фармацевтического рынка России, система менеджмента качества которого соответствует требованиям ISO 9001:2000



© DSM Group, 1999-2006. Все права сохраняются.  
Никакая часть этого документа не может быть воспроизведена любым известным способом без письменного разрешения DSM Group

Объем фармацевтического рынка в 2005 г. составил \$9,0 млрд (с НДС) в розничных ценах и \$7,2 млрд (с НДС) в ценах закупки аптек. Рост рынка в розничных ценах составил 35%.

Основным локомотивом рынка в 2005 г. явилась программа ДЛО. Без учета появившегося в 2005 г. сегмента ДЛО рынок вырос всего на 15%. Внедрение программы ДЛО дало дополнительный рост рынка в 20%.

Темпы роста рынка в России в 2005 г. самые высокие. Россия заняла 12-е место в мире по емкости розничного рынка ГЛС (\$6,6 млрд с учетом ДЛО).

Объем аптечного рынка ГЛС (без учета ДЛО) в целом за 2005 г. составил \$4,0 млрд, а рост по отношению к 2004 г. – 7%.

Исходя из данных Минздравсоцразвития России, объем рынка ДЛО в 2005 г. составляет, по оценкам DSM Group, около \$1,37 млрд в розничных ценах.

Темпы роста рынка парафармацевтики (то, что не относится к ГЛС), в том числе сегмента БАД, по итогам 2005 г. составили 41% в ценах конечных потребителей.

По прогнозу DSM Group объем фармрынка в целом за 2006 г. составит \$10 млрд в розничных ценах, а прирост по отношению к 2005 г. будет равен 10%.

В 2006 г., по оценкам DSM Group, на рост рынка вновь в наибольшей степени повлияет программа ДЛО. Отказалось от участия в программе ДЛО в пользу денег 46% льготников. Согласно «Исследованию рынка ДЛО»<sup>1</sup>, проведенному DSM Group в декабре 2005 г. – январе 2006 г., только 70% планировавших отказаться от участия в программе ДЛО оформили свой отказ письменно. Сумма, запланированная на программу ДЛО в 2006 г., по оценкам DSM Group, составит около 30 млрд руб.

К 2010 г. фармацевтический рынок в ценах конечного потребителя возрастет на 70 – 90% и составит \$15 – \$17 млрд.

Объем импорта ГЛС в Россию в 2005 г. составил \$4,7 млрд в ценах таможенной стоимости<sup>2</sup>, что на 55% выше данного показателя в аналогичном периоде 2004 г.

Крупнейшим дистрибьютором по объему импорта в группе «Дистрибьюторские компании» являются: ЦВ «ПРОТЕК» (27,0%), на втором месте – «СИА Интернейшнл» (22,8%). Остальные дистрибьюторы отстают от них с большим отрывом.

Средневзвешенная стоимость одной упаковки ГЛС возросла почти на 20%. Это в основном связано с появлением нового сегмента ДЛО, где весомую долю лекарств составляют высокоэффективные дорогостоящие препараты. В коммерческом сегменте рост средней стоимости упаковки ГЛС в розничных ценах составил всего 13,2%.

<sup>1</sup> В рамках «Исследования рынка ДЛО» при помощи личных интервью было опрошено 1615 респондентов в 59 субъектах РФ.

<sup>2</sup> В цену таможенной стоимости не входит таможенная пошлина (в большинстве случаев 10%), НДС (10%) и специальный налог (0,15%).

На рост средневзвешенной цены повлияло изменение структуры продаж ГЛС (смещение спроса населения, внедрение новых препаратов и аннулирование устаревших). Индекс цен, используемый DSM Group для ценового анализа, устраняет эту погрешность. При его расчете используется фиксированный список торговых наименований<sup>3</sup>. В 2005 г. индекс цен на ГЛС составил всего 4,7%.

Рейтинг фирм-производителей российского фармрынка по объему продаж в 2005 г. возглавляет компания Sanofi-Aventis.

Впервые российский производитель «Фармстандарт» вошел в тройку лидеров по стоимостному объему аптечных продаж.

Темпы прироста фирм-производителей из ТОП-20 растут быстрее, чем коммерческий аптечный рынок ГЛС (11% против 9,9%). Наибольший рост отмечен у фирмы Schering AG – 35%.

Объем аптечного рынка БАД составил в 2005 г. в стоимостном выражении \$249 млн, а в натуральном – 169 млн уп.

Продолжается активное развитие сегмента аптечных сетей, которое выражается в укрупнении, расширении географии присутствия в регионах России за счет открытия новых аптек и покупки местных региональных сетей, а также в развитии фарммаркетов. Это усиливает позиции аптечных сетей среди игроков фармрынка России.

Среди крупных дистрибьюторов наметилась тенденция к диверсификации бизнеса за счет покупки и строительства фармацевтических заводов. К ним относятся, в частности, ЦВ «ПРОТЕК», «СИА Интернейшнл» и «Биотэк».

Наиболее привлекательными регионами по объему фармацевтического рынка, темпам роста и потреблению ГЛС на душу населения являются следующие регионы:

Свердловская область	Алтайский край
Республика Башкортостан	Новосибирская область
Челябинская область	Хабаровский край
Омская область	Иркутская область
Ханты-Мансийский АО (ХМАО)	Республика Саха (Якутия)
Самарская область	Кемеровская область
г. Санкт-Петербург	Московская область
Ленинградская область	г. Москва

<sup>3</sup> За основу при расчете индекса цен за 2005 г. был взят список всех торговых наименований, которые присутствовали в продажах в АУ РФ в 2004 г.

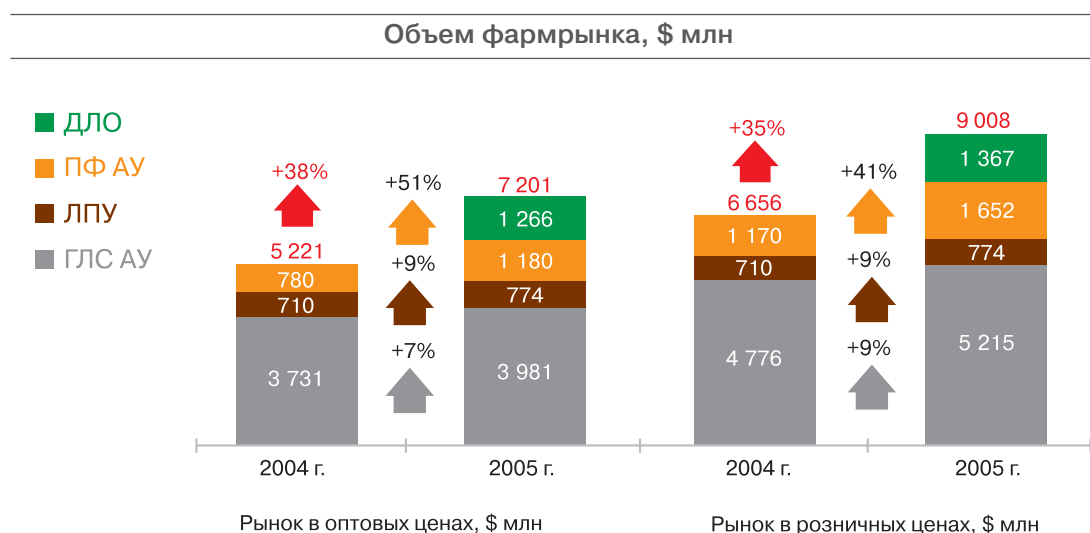
## ОБЪЕМ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

«Самое главное установлено. Деньги у подзащитного есть».  
И. Ильф, Е. Петров. «Золотой теленок»<sup>4</sup>

События, происходившие на фармрынке России в 2005 г., затронули, пожалуй, даже тех, кто к фармрынку непосредственного отношения не имеет. Итоги этого года стали интригой еще задолго до его начала, а именно в тот день, когда в дверях в очередной раз появилось государство с таинственной желтой папкой под названием «Программа ДЛО». Что в папке и чем она обернется для каждого из игроков фармрынка – блюдечком или крышечкой, – изначально в точности не знал никто. Да и в то, что государству удастся эту программу реализовать, верили не все. Но сейчас можно подвести некоторые итоги этого непростого, но удачного, в целом, года.

На графике 1 представлена динамика объема фармацевтического рынка России в 2004–2005 гг. в ценах закупки аптек и в розничных ценах.

График 1



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

**Примечание.** ДЛО – дополнительное лекарственное обеспечение, ПФ АУ – парафармацевтические товары (БАД, косметика и т.д.) в аптечных учреждениях (АУ), ЛПУ – лечебно-профилактические учреждения, ГЛС АУ – готовые лекарственные средства в аптечных учреждениях (АУ).

<sup>4</sup> Далее по тексту цитаты из книги «Золотой теленок», авт. И.Ильф, Е.Петров

Итак, по данным розничного аудита DSM Group, объем фармрынка в 2005 г. составил \$7,2 млрд (с НДС) в ценах закупки аптек и \$9,0 млрд (с НДС) – в розничных ценах.

Рост рынка в розничных ценах составил 35%. На фоне динамики прошлых лет эта цифра выглядит весьма впечатляюще. За счет чего же фармрынок показал такие небывалые темпы роста?

Основным локомотивом фармрынка в 2005 г. оказалась, как и следовало ожидать, программа ДЛО. Без учета появившегося в 2005 г. сегмента ДЛО рынок вырос всего на 15%, то есть внедрение программы ДЛО дало дополнительный рост рынка в 20%.

Однако в истекшем году у фармрынка была и еще одна «пристяжная лошадка» – парафармацевтика. Как видно из графика 1, в 2005 г. сегмент парафармацевтики в розничных ценах вырос почти в полтора раза по сравнению с 2004 г. Это объясняется рядом факторов. С одной стороны, в 2005 г. усилилась тенденция к развитию аптечных сетей и внедрению открытой формы торговли. А доля парафармацевтики в аптечных сетях с открытой формой торговли значительно выше, чем в прочих аптечных учреждениях. С другой стороны, активная пропаганда здорового образа жизни вкупе с ростом доходов населения привела к тому, что люди стали покупать в аптеках больше препаратов, способствующих профилактике здорового образа жизни, например, таких как БАД.

## РОЗНИЧНЫЙ РЫНОК ГЛС РОССИИ НА ФОНЕ ДРУГИХ СТРАН МИРА

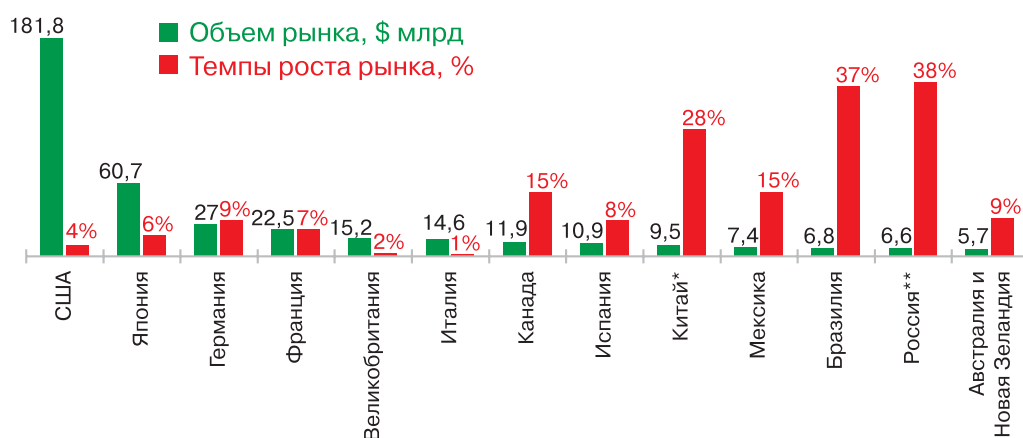
*«— Я с детства хочу в Рио-де-Жанейро. Вы, конечно, не знаете о существовании этого города. Балаганов скорбно покачал головой. Из мировых очагов культуры он, кроме Москвы, знал только Киев, Мелитополь и Жмеринку. И вообще он был убежден, что земля плоская».*

Дабы не уподобляться наивному сыну лейтенанта Шмидта, говоря о высоких темпах роста фармрынка России, необходимо устремить взгляд несколько дальше. Рынок РФ является лишь небольшой частью мирового фармрынка. Насколько же велик объем розничного рынка ГЛС России по сравнению с рынками других стран?

На графике 2 представлен рейтинг ряда мировых стран по объему розничного рынка ГЛС в 2005 г.

График 2

Объем розничного рынка ГЛС России и других стран мира  
(с декабря 2004 г. по ноябрь 2005 г.)



**Источник:** IMS Health, «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям ISO 9001:2000

Как видно из графика 2, в представленном рейтинге Россия занимает почетное 12-е место, оставляя позади Австралию/Новую Зеландию. Уверенно можно сказать, что розничный рынок ГЛС России становится интересным в рамках мирового фармрынка.

\* Объем фармрынка Китая – за 2004 г.

\*\* Объем фармрынка России – за 2005 г., по данным DSM Group.



Если сравнивать темпы роста розничного рынка ГЛС в различных странах, у России в 2005 г. наблюдаются самые высокие показатели. Если тенденция к такому активному росту сохранится, Россия вполне может претендовать на место в ТОП-10 стран мира. Однако Россия вряд ли опередит Китай, у которого за счет внедрения западных стандартов жизни среди многочисленного населения потенциал роста фармрынка весьма высок. С другой стороны, Мексику и Бразилию, скорее всего, Россия оставит позади. Так что в будущем, возможно, мы будем говорить о фармрынке России: «Нет, это не Рио-де-Жанейро!» – уже совсем с другими интонациями.

В любом случае Россия уверенно закрепилась в ТОП-10 по емкости розничного рынка ГЛС в Европе.

## ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

### Краткосрочный прогноз развития фармацевтического рынка России: 2006 г.

*«Набело гадали по руке.  
Линии руки вдовы Грицацовой были чисты,  
мощны и безукоризненны. Линия жизни простиралась так далеко,  
что конец ее заехал в пульс, и если линия говорила правду,  
вдова должна была бы дожить до Страшного суда».*

Итак, если фармрынку России хватит бензина на поддержание заданных в 2005 г. темпов, хрустальная мечта Великого комбинатора станет для нас реальностью, и придется придумывать новую. Насколько же велика вероятность того, что заданные темпы роста рынка сохранятся и в дальнейшем? Это зависит от целого ряда долгосрочных и краткосрочных факторов.

В 2006 г., по оценкам DSM Group, на рост рынка вновь в наибольшей степени повлияет программа ДЛО. Отказалось от участия в программе ДЛО в пользу денег 46% льготников. Важно, что согласно «Исследованию рынка ДЛО»<sup>5</sup>, проведенному DSM Group в декабре 2005 г. – январе 2006 г., только 70% планировавших отказаться от участия в программе ДЛО оформили свой отказ письменно. Сумма, запланированная на программу ДЛО в 2006 г., по оценкам DSM Group, будет несколько меньше, чем в 2005 г. Если в 2005 г. на эту Программу был изначально выделен 51 млрд руб., реально потрачено 39 млрд руб., то в 2006 г. запланированная сумма составит 30 млрд руб.

В то же время часть льготников, получивших денежную компенсацию, будет закупать ГЛС в коммерческом секторе. Поэтому темпы роста аптечного сегмента ГЛС в 2006 г. окажутся выше, чем в 2005 г., и по оценкам DSM Group составят около 16%.

Так как тенденция к дальнейшему развитию аптечных сетей и росту доходов населения в 2006 г. скорее всего сохранится, темпы роста сегмента парафармацевтики вновь окажутся наиболее высокими. По оценкам DSM Group, они составят около 35%, то есть несколько меньше, чем в 2005 г.

Таким образом, в 2006 г. объем фармрынка окажется следующим:

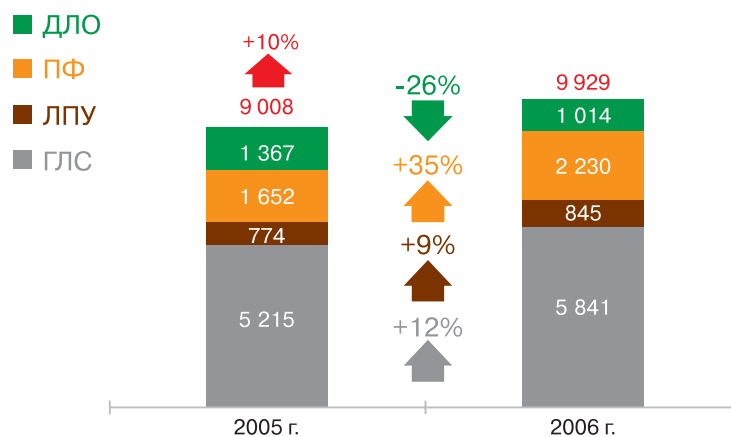
---

<sup>5</sup> В рамках «Исследования рынка ДЛО» при помощи личных интервью было опрошено 1615 респондентов в 59 субъектах РФ.

Краткосрочный прогноз развития  
фармацевтического рынка России: 2006 г.

График 3

Объем фармрынка (в розничных ценах), \$ млн



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

**Примечание.** ДЛО – дополнительное лекарственное обеспечение, ПФ АУ – парафармацевтические товары (БАД, косметика и т.д.) в аптечных учреждениях (АУ), ЛПУ – лечебно-профилактические учреждения, ГЛС АУ – готовые лекарственные средства в аптечных учреждениях (АУ).

Как видно из графика 3, объем рынка в 2006 г. в розничных ценах составит почти \$10 млрд, а его рост по отношению к 2005 г. – 10%.

## ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

### Долгосрочный прогноз развития фармацевтического рынка России: 2010 г.

Большинство факторов, способных повлиять на фармрынок РФ в долгосрочной перспективе, окажет стимулирующее воздействие на его рост. Каковы же составляющие потенциала роста российского фармрынка?

#### **1. «Дайте мне индивида побогаче» (рост доходов населения)**

Тенденция к росту доходов населения, наблюдающаяся в течение последних лет, скорее всего сохранится и в дальнейшем. Это положительно повлияет на фармрынок в целом и в особенности – на сегмент парафармацевтики.

#### **2. «Заграница нам поможет» (вступление России в ВТО)**

Вступление России в ВТО повлечет за собой рост инвестиций в отечественное производство и розничный сектор. Среди отечественных производителей уже сейчас выделяются компании, способные привлечь западных инвесторов. Что же касается ритейла, наиболее привлекательными в этом сегменте станут розничные сети. Все это повлечет за собой, во-первых, увеличение экспорта отечественных ГЛС, а во-вторых – рост сегмента парафармацевтики и, самое главное, активизацию интеграции России в мировой фармрынок.

#### **3. « Попрошу делать взносы» (повышение НДС на ГЛС с 10% до 13%)**

Предполагаемое введение единой ставки НДС вызовет повышение НДС на ГЛС до 13% в 2008 г., что вызовет рост розничных цен. В ответ население частично переключится на более дешевые препараты. В результате объем розничного рынка ГЛС возрастет, но рост этот будет меньше, чем рост НДС.

#### **4. «Спасение утопающих – дело рук самих утопающих» (развитие добровольного фармацевтического страхования)**

Добровольное фармацевтическое страхование – еще одно перспективное направление развития фармрынка. Влияние его будет хотя и незначительным, но положительным. Однако ожидать этого следует не раньше 2009 г., так как внедрение этого вида страхования напрямую связано с развитием добровольного медицинского страхования.

Кроме того, существует группа факторов, влияние которых на фармрынок в долгосрочной перспективе в значительной степени зависит от того, насколько активную позицию на фармрынке займет государство. Исходя из этого, рынок может развиваться по двум сценариям.

**Долгосрочный прогноз развития  
фармацевтического рынка России: 2010 г.**

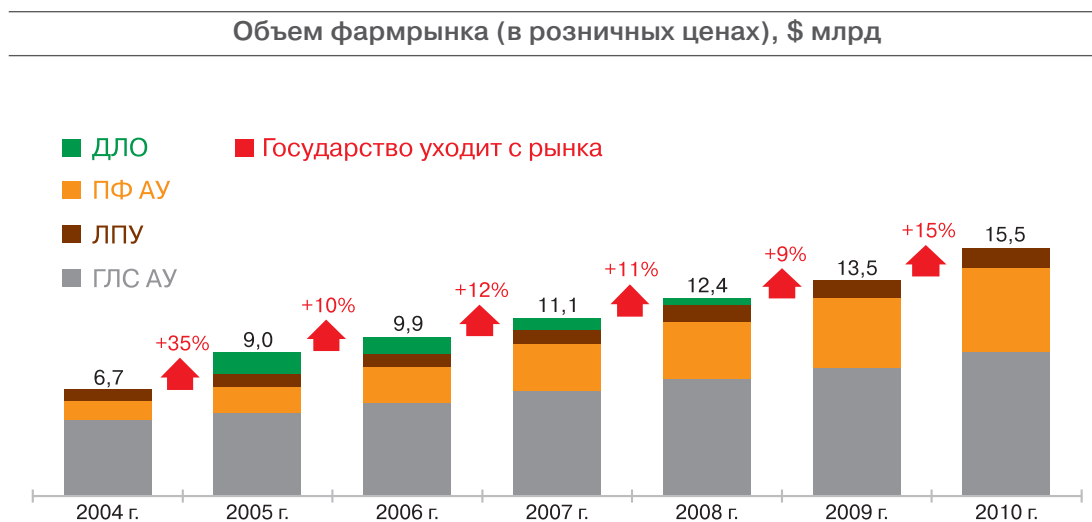
**Сценарий №1: государство уходит с рынка**

*«— Не надо оваций! Графа Монте-Кристо из меня не вышло.  
Придется переквалифицироваться в управдомы».*

В случае, если государство решит не принимать активного участия в развитии фармрынка, в первую очередь это скажется на программе ДЛО. При отсутствии активной поддержки со стороны государства все больше льготников будет выходить из этой программы. В результате после выборов 2008 г. программа вообще может «свернуться». Пока нет серьезных предпосылок для реализации такого сценария, и он выглядит достаточно маловероятным.

По оценкам DSM Group, данный сценарий следующим образом изменит рынок:

**График 4**



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

**Примечание.** ДЛО – дополнительное лекарственное обеспечение, ПФ АУ – парафармацевтические товары (БАД, косметика и т.д.) в аптечных учреждениях (АУ), ЛПУ – лечебно-профилактические учреждения, ГЛС АУ – готовые лекарственные средства в аптечных учреждениях (АУ).

## ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

### Долгосрочный прогноз развития фармацевтического рынка России: 2010 г.

#### Сценарий №2: государство – активный участник рынка

*«– Деньги у подзащитного есть.  
И, судя по тому, что он не моргнув  
отказался от десяти тысяч, – деньги огромные».*

Активное участие государства скажется прежде всего на развитии программы дополнительного лекарственного обеспечения (ДЛО). Данная программа будет развиваться за счет введения в нее новых категорий граждан, которые смогут получать лекарственные препараты со скидкой или бесплатно. В эту группу войдут пенсионеры, беременные женщины и дети до трех лет.

Развитие программы ДЛО ужесточит контроль за оборотом лекарств в данном секторе. Будет реализовано желание государства выписывать лекарственные препараты по международному непатентованному наименованию (МНН) без указания торгового наименования.

С одной стороны, это уменьшит влияние фирм-производителей на выписку врачами рецептов, с другой стороны – повысит роль уполномоченных дистрибьюторов и аптек. Дистрибьюторы обеспечивают ассортимент льготных лекарственных препаратов, а провизоры и фармацевты отпускают данный товар льготникам. Дистрибьютор и аптека будут стараться завозить и отпускать наиболее выгодные с точки зрения прибыльности ЛП.

Мощным стимулом развития фармацевтического рынка может оказаться программа обязательного фармацевтического страхования (ОФС). Данная программа направлена на охрану и профилактику здоровья трудоспособного населения. В преддверии выборов президента РФ реализация этой программы может оказать существенное влияние на емкость фармрынка.

Получит дополнительные стимулы развития госпитальный сектор. Темпы роста продаж ЛП в лечебно-профилактических учреждениях возрастут за счет дополнительного государственного финансирования по программе «Здоровье».

Вступление России в ВТО будет сказываться постепенно, и первые существенные результаты можно ожидать к 2010 г.

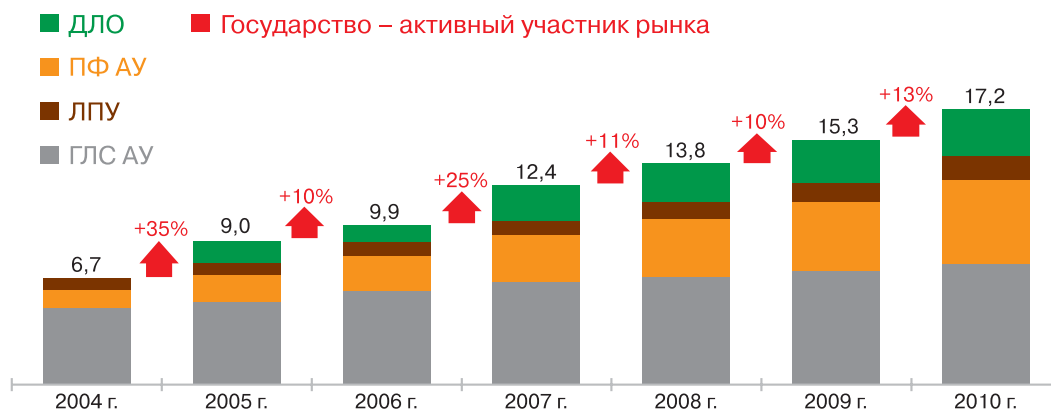
Все перечисленные факторы скажутся на увеличении емкости рынка. К возможным негативным факторам влияния государства на рынок следует отнести ужесточение правил отпуска рецептурных ЛП и введением фиксированных цен на все ЛП.

В этом случае сценарий развития фармрынка, по оценкам DSM Group, будет выглядеть следующим образом:

Долгосрочный прогноз развития  
фармацевтического рынка России: 2010 г.

График 5

Объем фармрынка (в розничных ценах), \$ млрд



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

**Примечание.** ДЛО – дополнительное лекарственное обеспечение, ПФ АУ – парафармацевтические товары (БАД, косметика и т.д.) в аптечных учреждениях (АУ), ЛПУ – лечебно-профилактические учреждения, ГЛС АУ – готовые лекарственные средства в аптечных учреждениях (АУ).

## ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ЛЕКАРСТВЕННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

*« – А теперь буду делить я, – по-хозяйски сказал Остап.  
Он, не спеша, соединил кучки воедино,  
сложил деньги в железную коробочку и засунул ее в карман белых брюк.  
– Все эти деньги, – заключил он, – будут сейчас же возвращены  
потерпевшему гражданину Корейко. Вам нравится такой способ дележки?  
– Нет, не нравится, – вырвалось у Паниковского.  
– Бросьте шутить, Бендер, – недовольно сказал Балаганов. –  
Надо разделить по справедливости».*

Наибольшее влияние на объем и темпы роста фармрынка в 2005 г. оказала программа ДЛО. Согласно данным Минздравсоцразвития, в 2005 г. по программе ДЛО дистрибьюторами было завезено лекарств на сумму 44,81 млрд руб. (\$1,58 млрд). При этом в рамках программы было выписано 154,12 млн рецептов, а из них по 147,68 млн рецептов аптеками были выданы лекарства на сумму 38,70 млрд руб. (\$1,37 млрд). Таким образом, стоимостный объем ГЛС, завезенных дистрибьюторами в 2005 г., на 16% превышает аналогичный объем реализованных аптеками в рамках программы ДЛО лекарств.

Несмотря на все проблемы с внедрением программы ДЛО, сегмент ДЛО является привлекательным как для производителей, так и для дистрибьюторов по ряду причин. Во-первых, завоевание сегмента, занимающего на данный момент около 15% всего фармрынка, позволит как производителям, так и дистрибьюторам существенно увеличить свою долю на рынке. А кроме того, если в коммерческом секторе средневзвешенная стоимость упаковки в 2005 г. составила 28 руб. (\$1,0), а в госпитальном – 53 руб. (\$1,9), то в сегменте ДЛО аналогичный показатель составляет около 179 руб. (\$6,3), то есть более чем в 6 раз больше, чем в коммерческом сегменте.

По соотношению импортных и отечественных ГЛС сегмент ДЛО также отличается от коммерческого и больничного сегментов. Если в коммерческом и больничном сегментах доля импортных препаратов в стоимостном выражении составляет около 75%, то в сегменте ДЛО она выше и равна 88%.

Однако существует и ряд проблем для производителей и дистрибьюторов, которые государство в то же время сумело обратить в свою выгоду.

Во-первых, за счет фиксации цен на ГЛС в рамках программы ДЛО государство закупило у производителей часть препаратов по ценам ниже их стоимости на коммерческом рынке. Суммарный выигрыш государства за счет фиксации цен в 2005 г. составил, по оценкам DSM Group, около \$4 млн.

Во-вторых, оплата поставок ГЛС по программе ДЛО осуществлялась в 2005 г. с отсрочкой до 6 месяцев. То есть производители и дистрибьюторы осуществляют товарное кредитование государства на срок до полугода. В эту сумму входят также НДС и таможенная пошлина, которую дистрибьюторы платят государству при растаможивании ГЛС, а государство отдает с той же отсрочкой. С учетом ставки рефинансирования 12% выигрыш государства от подобного кредитования составляет около \$90 млн.

Таким образом, суммарно государство выиграло около \$94 млн при поставке препаратов льготникам на сумму \$1,37 млрд, что эквивалентно достаточно существенной скидке в 7%.





«Остап наклонился к замочной скважине,  
приставил ко рту ладонь трубой и внятно сказал:  
– Почем опиум для народа?  
За дверью молчали».

Рост объема фармрынка на 35% за счет внедрения программы ДЛО стал для всех его ключевых игроков поистине событием. Однако еще со времен Ильфа и Петрова «параллельно большому миру, в котором живут большие люди и большие вещи, существует маленький мир с маленькими людьми и маленькими вещами. <...> Маленький мир далек от таких высоких материй. У его обитателей стремление одно – как-нибудь прожить, не испытывая чувства голода». Людям, не являющимся экспертами фармрынка, гораздо интереснее знать, насколько же реально подорожали лекарства, за которыми они приходят в аптеку.

Однако и при ответе на этот вопрос не избежать упоминания о программе ДЛО.

На графике 6 отражено изменение средневзвешенной стоимости упаковки ГЛС в 2005 г. по сравнению с 2004 г.

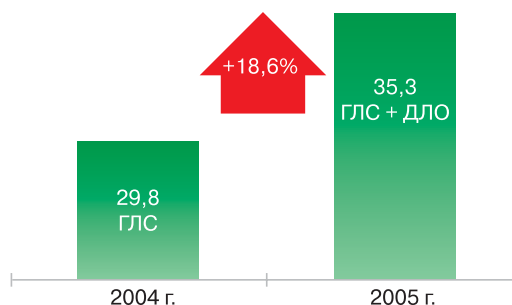
График 6

---

Средняя стоимость упаковки, руб. с НДС

---

■ Средняя стоимость  
упаковки, руб. с НДС



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

Как видно из графика 6, в 2005 г. средневзвешенная стоимость одной упаковки ГЛС возросла почти на 20%. Однако это, в основном, связано с появлением нового сегмента ДЛО, где весомую долю лекарств составляют высокоэффективные дорогостоящие препараты. Если же брать только коммерческий сегмент, рост средней стоимости упаковки ГЛС в розничных ценах составил всего 13,2%.

## ИНДЕКС ЦЕН

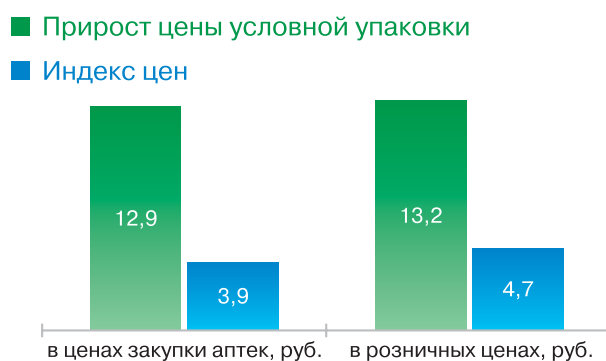
Кроме того, на рост средневзвешенной цены повлияло и изменение структуры продаж ГЛС (внедрение новых препаратов и аннулирование устаревших). Индекс цен, используемый DSM Group для ценового анализа, устраняет эту погрешность, так как при его расчете используется фиксированный список торговых наименований<sup>6</sup>.

В 2005 г. индекс цен на ГЛС составил всего 4,7%.

На графике 7 представлен рост средней стоимости упаковки ГЛС и индекс цен на ГЛС в коммерческом сегменте в оптовых и розничных ценах.

График 7

### Изменение цен ГЛС на коммерческом аптечном рынке, %



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

Как видно из графика, значение индекса цен на ГЛС в коммерческом секторе в 2005 г. оказалось намного ниже роста средней стоимости упаковки ГЛС, причем как в оптовых, так и в розничных ценах. Следовательно, рост средней стоимости упаковки обусловлен отнюдь не ростом цен на ГЛС, а смещением спроса в сторону более дорогостоящих и высокоэффективных препаратов.

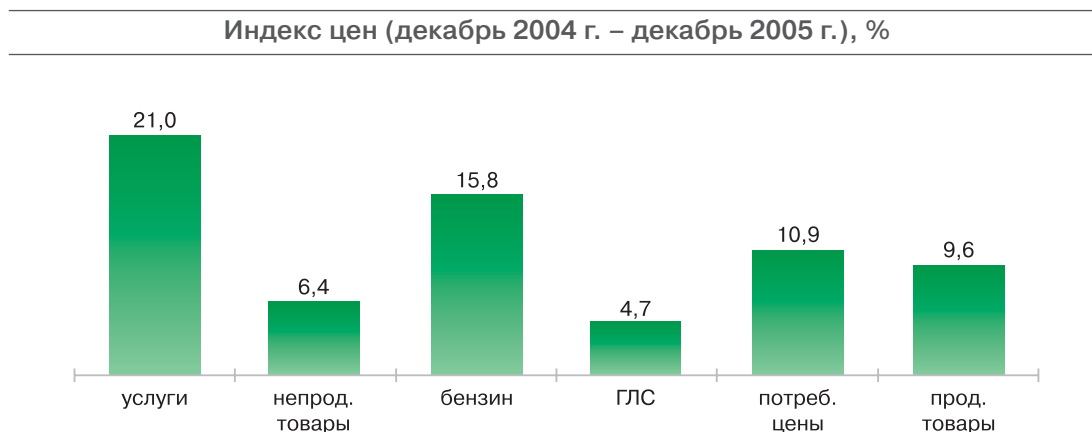
Таким образом, реальный рост цен на ГЛС в коммерческом сегменте не превысил 5%.

В свете разразившихся в последнее время споров о росте цен на лекарства возникает резонный вопрос: 5% – не слишком ли это мало?

На графике 8 представлен общий индекс потребительских цен, а также индексы цен на отдельные категории товаров и услуг.

<sup>6</sup> За основу при расчете индекса цен за 2005 г. был взят список всех торговых наименований, которые присутствовали в продажах в АУ РФ в 2004 г.

График 8



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

Как видно из графика 8, рост на уровне 20% наблюдался только на услуги, а цены на непродовольственные товары, к которым относятся и лекарства, выросли всего на 6,4%. Даже наиболее высокий среди непродовольственных товаров индекс цен на бензин в 2005 г. составил всего 15,8%. На этом фоне рост цен на лекарства на 4,7% представляется вполне адекватным. Так что, как говорил Великий комбинатор своему подопечному Кисе Воробьянинову, не стоит устраивать преждевременных истерик.

При этом индекс цен на ГЛС все-таки оказался ниже показателя по непродовольственным товарам в целом. Это объясняется тем, что выплаты государства за лекарства, поставленные по программе ДЛО, задерживались до полугода. В этой ситуации дистрибьюторам приходилось увеличивать оборачиваемость за счет сдерживания оптовых цен. А аптечные учреждения, устанавливая розничные цены, зачастую ориентируются в первую очередь не на конечную цену, а на величину розничной наценки.

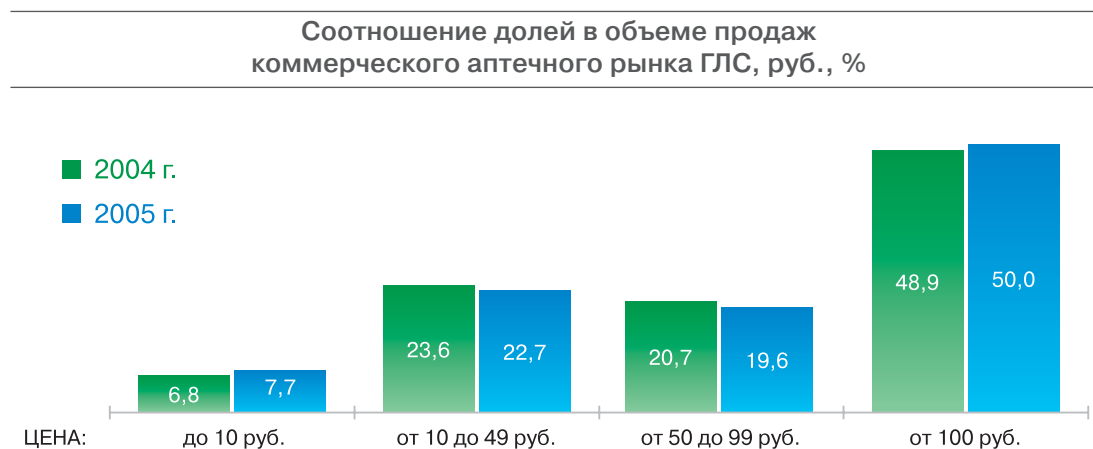
Таким образом, за счет того, что дистрибьюторы сдерживали рост оптовых цен, а розничная наценка при этом существенно не изменилась, темпы роста розничных цен на ГЛС также оказались незначительными.

## СТРУКТУРА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

### Соотношение ценовых категорий ГЛС на коммерческом рынке

Соотношение объемов аптечных продаж ценовых категорий препаратов на коммерческом рынке отражено на графике 9.

График 9



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

Следует отметить, что наибольшие объемы продаж ГЛС осуществляются в ценовом сегменте свыше 100 руб. На данную ценовую категорию приходится половина всех продаж в стоимостном выражении. Отмечается увеличение продаж лекарственных препаратов в самом дешевом сегменте (до 10 руб.) и самом дорогом (свыше 100 руб.), что может объясняться расслоением потребителей по доходам. У основной части трудоспособного населения отмечается рост доходов, и данные потребители могут позволить себе более дорогие и эффективные ЛП. Часть населения вынуждена лечиться дешевыми ГЛС.

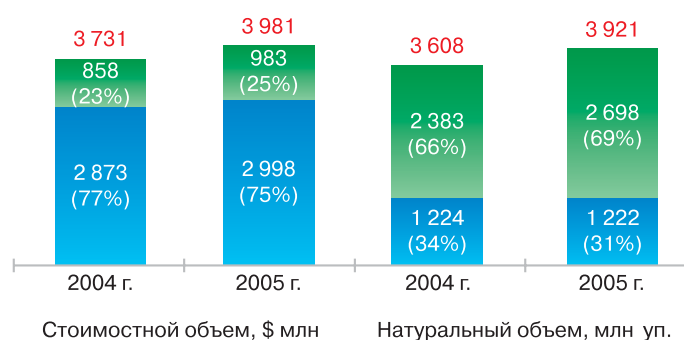
**Соотношение импортных  
и отечественных ГЛС на коммерческом рынке**

Соотношение объемов аптечных продаж отечественных и импортных препаратов отражено на графике 10.

**График 10**

**Соотношение объемов продаж ГЛС на коммерческом аптечном рынке**

- Отечественные
- Импортные
- Общий объем продаж



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

При рассмотрении соотношения отечественных и импортных препаратов на российском аптечном рынке видно, что в стоимостном выражении доля отечественных ЛП значительно ниже, чем доля импортных. Однако в 2006 г. наблюдается рост доли отечественных ЛП на 2% по сравнению с аналогичным периодом 2005 г. При этом в натуральном выражении в аптечных продажах преобладают отечественные препараты, которые в большинстве своем стоят значительно дешевле. Их доля также выросла по сравнению с аналогичным периодом 2004 г. – на 3%.

Рост доли отечественных препаратов как в стоимостном, так и в натуральном выражении может объясняться тем, что отечественные производители стали проводить более активную политику продвижения своих препаратов.

Процесс увеличения доли отечественной продукции, особенно в натуральном выражении, будет усиливаться. Это будет обусловлено частичным переносом производства с зарубежных площадок на российскую территорию и открытием новых производственных мощностей в России.

Дополнительным локомотивом увеличения выпуска отечественных лекарственных препаратов станут крупнейшие российские дистрибьюторы, которые диверсифицируют свою деятельность за счет строительства и покупки заводов по выпуску ГЛС.

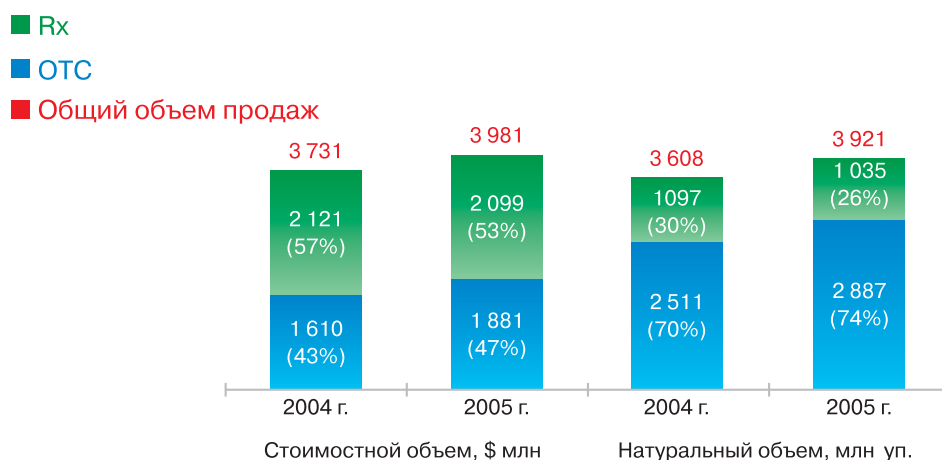
## СТРУКТУРА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

### Соотношение ГЛС рецептурного и безрецептурного отпуска на коммерческом рынке

Соотношение объемов аптечных продаж рецептурных и безрецептурных препаратов показано на графике 11.

График 11

#### Соотношение объемов продаж ГЛС на коммерческом аптечном рынке



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

**Примечание.** При расчете долей Rx- и OTC-лекарственных препаратов было применено официальное деление согласно Перечню лекарственных средств, отпускаемых без рецепта врача<sup>7</sup>. Тот факт, что зачастую в аптечных учреждениях рецептурные препараты отпускаются свободно, не учитывался.

В аптечных продажах в России в 2005 г. доля препаратов рецептурного отпуска в стоимостном объеме составляет 53%, что на 4% меньше, чем в аналогичном периоде 2004 г.

Стоит отметить, что по натуральному показателю в России наблюдается перевес безрецептурных лекарственных препаратов. В 2005 г. их доля выросла на 4% по сравнению с 2004 г. и составила 74%. Введение в действие приказа «О порядке отпуска лекарственных средств» от 14 декабря 2005 г. может усилить данную тенденцию, так как усиливает контроль за отпуском рецептурных препаратов в аптечных учреждениях.

<sup>7</sup> Письмо Департамента государственного контроля лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники от 9 февраля 2004 г. № 294-22/24.

**Структура продаж ГЛС  
по АТС-группам на коммерческом рынке**

Соотношение аптечных продаж ГЛС по АТС-группам I уровня в России представлено в таблице 1.

**Таблица 1**

АТС-группы I уровня	Доля от стоимостного объема продаж, \$, %		Доля от натурального объема продаж, уп., %	
	2004 г.	2005 г.	2004 г.	2005 г.
	А: Пищеварительный тракт и обмен веществ	19,3	19,0	19,7
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	13,7	13,6	21,3	19,8
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	10,8	11,2	11,9	12,4
С: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	12,8	11,1	8,7	7,6
J: Противомикробные препараты для системного использования	8,3	8,2	6,8	6,2
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	7,1	7,9	1,6	1,5
[~] ЛП, не имеющие АТС-группы	5,8	6,7	9,9	12,6
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	5,2	5,6	9,3	10,2
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	5,1	5,5	4,0	3,6
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	4,4	4,1	0,7	0,8
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	3,0	2,8	2,0	1,8
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,0	1,9	2,3	2,0
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	1,4	1,1	0,4	0,3
V: Прочие препараты	0,5	0,7	0,8	0,9
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,6	0,6	0,6	0,6

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

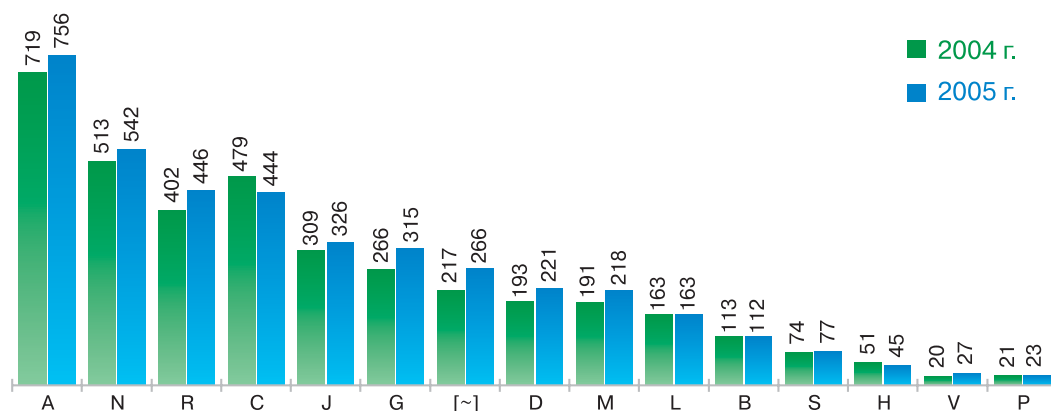
Рейтинг АТС-групп по доле в стоимостном и натуральном объеме аптечных продаж представлены на графике 12 и 13.

## СТРУКТУРА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

### Структура продаж ГЛС по АТС-группам на коммерческом рынке

График 12

Соотношение объемов продаж АТС I уровня на коммерческом рынке, \$ млн

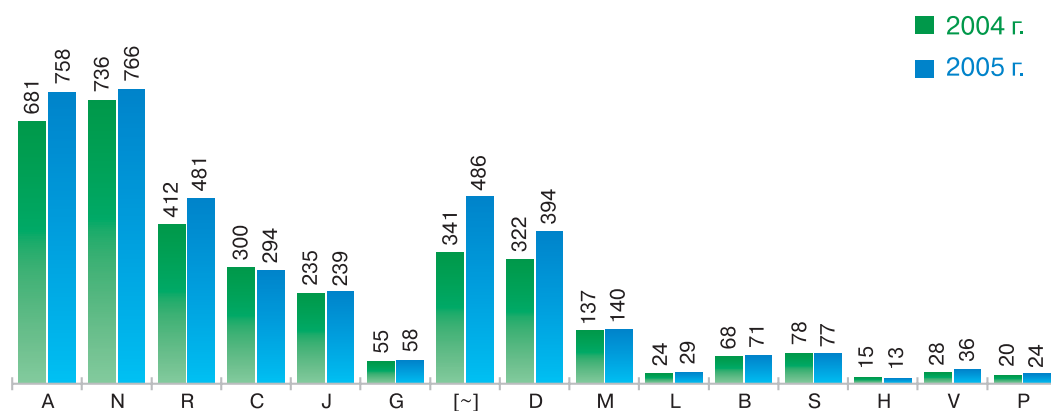


**Источник:** «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям ISO 9001:2000.

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

График 13

Соотношение объемов продаж АТС I уровня на коммерческом рынке, млн уп.



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

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



### Структура продаж ГЛС по АТС-группам на коммерческом рынке

В 2005 г. на аптечном рынке России первое место по стоимостному объему продаж заняла группа А: Пищеварительный тракт и обмен веществ. Ее доля составила 19%. На втором месте – группа N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы (почти 14%), а на третьем – группа С: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы (11,2%).

Необходимо учитывать, что такое соотношение АТС-групп характерно именно для аптечного сектора.

Наибольший вклад в увеличении стоимостной емкости аптечного рынка ГЛС в 2005 г. внесла АТС-группа: ЛП, не имеющие АТС-группы. Ее взвешенный прирост оказался самым высоким. Это обусловлено большим объемом продаж таких препаратов данной группы, как «Боярышник», который увеличил свои продажи в стоимостном выражении в 2005 г. по сравнению с 2004 почти в два раза. «Настойка перца стручкового» из данной группы увеличила продажи в 3,5 раза, а «Анаферон Детский» – в 2,6 раза.

Взвешенный прирост учитывает долю, которую занимает АТС-группа, умноженную на темп ее прироста. Данный показатель может рассчитываться как в стоимостном, так и в натуральном выражении.

На втором месте по взвешенному темпу прироста в денежном выражении оказалась группа G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны. Это произошло за счет полуторократного увеличения продаж Виагры в 2005 г.

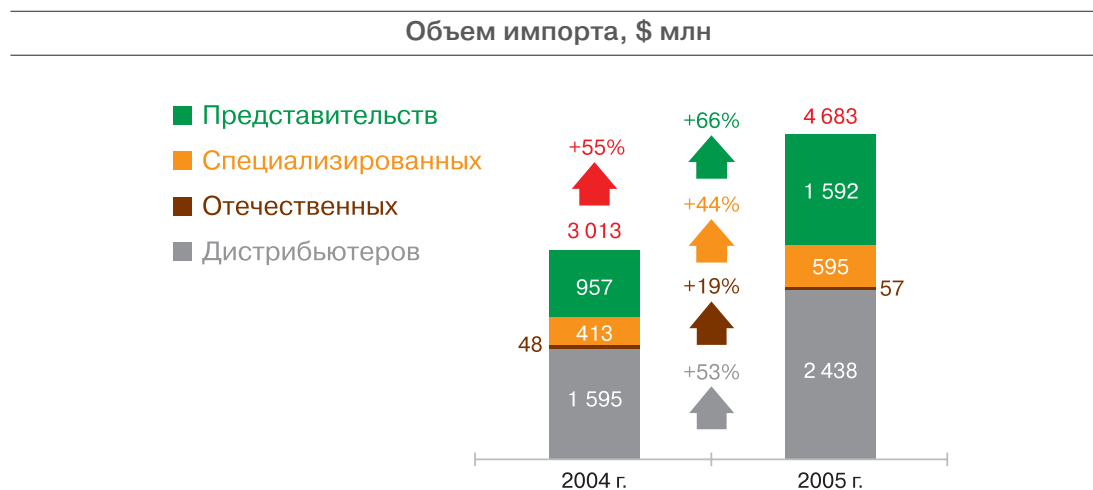
Высокие темпы прироста показала группа R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы (за счет «Терпинкода», «Отривина», «Граммидина») и группа А: Пищеварительный тракт и обмен веществ (за счет «Линекса» и «Компливита»).

## ИМПОРТ

« – В каком полку служили? Придется послужить отечеству.  
<...> Запад нам поможет.  
Крепитесь. Полная тайна вкладов, то есть организации».

На графике 14 представлен объем импорта ГЛС в Россию в 2005 г.

График 14



Источник: Diamond Vision

**Примечание.** Представительств – представительства иностранных компаний; Специализированных – компании, специализирующиеся на прямом импорте; Отечественных – отечественные производители ЛП, Дистрибьютеров – дистрибьюторские компании.

Объем импорта ГЛС в Россию в 2005 г. составил \$4,7 млрд (в ценах таможенной стоимости<sup>8</sup>), что на 55% выше аналогичного показателя 2004 г.

В таблице 2 представлены доли различных групп импортеров ГЛС в Россию в стоимостном объеме импорта конкретной группы в 2004 и 2005 гг.

Как видно из таблицы 2, в 2005 г. более 85% от всего объема импорта ГЛС приходится на две группы импортеров – дистрибьюторские компании и представительства иностранных производителей. Причем отмечается увеличение доли в импорте представительств иностранных производителей с 31,8 до 34,0%. Совокупная доля этих групп в 2005 г. выросла на 1,4% по сравнению с аналогичным периодом 2004 г.

<sup>8</sup> В цену таможенной стоимости не входит таможенная пошлина (в большинстве случаев 10%), НДС (10%) и специальный налог (0,15%).

Таблица 2

**Доля различных групп импортеров ГЛС в Россию  
в объеме импорта ГЛС в 2004 и 2005 гг.**

Рейтинг	Импортеры	Доля к объему импорта, %	
		2004 г.	2005 г.
1.	Дистрибьюторские компании	52,95	52,06
2.	Представительства иностранных компаний	31,75	34,01
3.	Компании, специализирующиеся на прямом импорте	13,71	12,71
4.	Отечественные производители ЛП	1,59	1,22
	Итого:	100	100
	Объемы импорта, \$ млн	3 013	4 683

**Источник:** Diamond Vision

В таблице 3 представлен ТОП-10 дистрибьюторов по объему импорта ГЛС в Россию.

Таблица 3

**ТОП-10 дистрибьюторов по объему импорта ГЛС в Россию в 2004 и 2005 гг.**

Рейтинг	Дистрибьютор	Доля в объеме импорта группы «Дистрибьюторские компании», %	
		2004 г.	2005 г.
1	ЦВ «ПРОТЕК»	26,4	27,0
2	СИА Интернейшнл	18,8	22,8
3	Роста	1,7	6,3
4	Биотэк	1,9	5,2
5	Аптека-Холдинг	3,4	3,1
6	Доминанта-Сервис	3,0	2,8
7	Шрея Корпорейшнл	6,7	2,6
8	Катрен	2,0	2,3
9	Морон	2,4	2,0
10	Генезис	1,8	1,9
	Итого:	68,2	76,0
	Объем импорта группы, \$млн	1 595	2 438

**Примечание.** Доля «Росты» в 2004 г. оценивалась как совокупность долей «Россиб Фармации» и «Фарм Тамда 77».

Как видно из таблицы 3, крупнейшими дистрибьюторами по объему импорта в группе «Дистрибьюторские компании» остаются ЦВ «ПРОТЕК» и СИА Интернейшнл. Остальные дистрибьюторы отстают от них с большим отрывом.

Доля 10 крупнейших дистрибьюторов-импортеров от всего объема импорта группы «Дистрибьюторские компании» в 2005 г. выросла на 7,8% по сравнению с аналогичным периодом 2004 г. и составила 76%.

## ИМПОРТ

Следует отметить, что многие иностранные производители поставляют свою продукцию российским дистрибьюторам через собственный склад в России. Но в таблице 3 указаны данные только по тому объему продукции, которую дистрибьюторы получают напрямую с иностранного завода-производителя.

В таблице 4 представлен ТОП-20 фирм-производителей ГЛС по объему импорта ГЛС в Россию всеми группами импортеров.

Таблица 4

ТОП-20 фирм-производителей ГЛС по объему импорта ГЛС в Россию всеми группами импортеров в 2004 и 2005 гг.				
Рейтинг		Фирма-производитель	Доля стоимостного объема импорта, \$, %	
2004 г.	2005 г.		2004 г	2005 г.
1	1	Sanofi-Aventis	8,56	7,37
2	2	Berlin-Chemie /A.Menarini/	4,59	4,94
4	3	Novartis Pharma	3,92	4,50
5	4	Novo Nordisk	3,69	3,74
3	5	Gedeon Richter	3,92	3,62
12	6	F. Hoffmann-La Roche Ltd	2,22	3,00
6	7	Pfizer International inc.	2,73	2,94
11	8	Egis	2,31	2,77
7	9	KRKA	2,73	2,65
14	10	GSK	2,02	2,36
9	11	Lek DD	2,50	2,26
10	12	Eli Lilly	2,32	2,20
17	13	Solvay Pharma	1,60	2,09
8	14	Servier	2,53	2,04
15	15	Boehringer Ingelheim Pharma KG	1,85	1,91
20	16	AstraZeneca	1,22	1,89
16	17	Nycomed	1,76	1,87
23	18	Janssen Pharmaceutica	1,02	1,60
13	19	Schering AG	2,10	1,60
22	20	Schering-Plough	1,17	1,41
Итого:			-	56,73

**Источник:** Diamond Vision

**Примечание.** Поскольку состав ТОП-20 производителей ГЛС в 2004 и 2005 г. различные, совокупная доля всех участников ТОП-20 за 2004 г. в данной таблице не может быть указана. За 2004 г. представлено место в рейтинге и доля каждого производителя, присутствующего в рейтинге в отчетном периоде.

Как видно из таблицы 4, крупнейшими производителями по объему импорта ГЛС в Россию в 2005 г. являются Sanofi-Aventis, Berlin-Chemie /A.Menarini/ и Novartis Pharma. Доля 20 крупнейших производителей ГЛС по объему импорта в Россию в 2005 г. составила 56,7%.

## ЛИДЕРЫ СРЕДИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ГЛС НА КОММЕРЧЕСКОМ РЫНКЕ



*«— Позади нас, — сказал Остап, — идут пять первоклассных машин.  
Свидание с ними не входит в наши планы.  
Нам надо поскорей снимать сливки. <...> Ходу, Казимирович!»*

В 2005 г. на российском аптечном рынке была представлена продукция 988 фирм-производителей ГЛС; по сравнению с 2004 г. их количество увеличилось на 90 фирм.

ТОП-20 фирм-производителей по объему продаж представлен в таблице 5.

Таблица 5

### ТОП-20 фирм-производителей ГЛС по объему аптечных продаж в России (в стоимостном выражении) в 2004 и 2005 гг.

Рейтинг 2005 г.	Фирмы-производители	Стоимостной объем, \$, тыс.		Натуральный объем, уп.	
		2004 г.	2005 г.	2004 г.	2005 г.
1	Sanofi-Aventis	205 119	188 651	64385	61 809
2	Berlin-Chemie /A.Menarini/	132 277	154 794	60 127	64 193
3	Фармстандарт	101 548	117 148	313 909	274 648
4	Pfizer International inc.	95 884	116 353	11 375	13 134
5	Gedeon Richter	111 513	109 133	41 566	37 680
6	Novartis Pharma	90 617	96 602	36 362	38 319
7	Lek DD	72 473	90 084	29 740	33 282
8	KRKA	91 996	87 641	38 592	32 745
9	Servier	81 708	87 179	11 078	11 715
10	Nycomed	67 133	77 221	16 907	17 210
11	GSK	63 784	75 613	25 030	30 215
12	Schering AG	48 309	64 789	6 487	7 173
13	Solvay Pharma	59 415	63 933	7 906	7 756
14	Dr. Reddys Laboratories Ltd	48 203	55 509	26 304	30 197
15	F. Hoffmann-La Roche Ltd	48 193	54 839	8 011	8 152
16	Egis	52 057	54 353	21 121	20 989
17	Schering-Plough	44 937	50 762	7 408	8 637
18	Ratiopharm	45 477	46 455	17 518	16 952
19	Janssen Pharmaceutica	43 869	46 316	6 101	6 530
20	Actavis	47 953	45 713	47 619	39 952

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

## ЛИДЕРЫ СРЕДИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ГЛС НА КОММЕРЧЕСКОМ РЫНКЕ

Как видно из таблицы 5, ТОП-20 российского рейтинга фирм по объему продаж в 2005 г. возглавляет компания Sanofi-Aventis. Это произошло за счет слияния в 2005 г. отдельных компаний Sanofi и Aventis. Следует отметить, что совокупные продажи Sanofi и Aventis в 2004 г. были на \$16,5 млн выше, чем в 2005 г. Компания Berlin-Chemie /A.Menarini/ переместилась на 2-е место.

Концентрация производителей на аптечном рынке ГЛС увеличилась: на ТОП-20 производителей ЛС приходится почти 43% объема продаж ЛС (в стоимостном выражении) по России, что выше, чем в 2004 г., на 1%.

При анализе темпов прироста фирм-производителей из ТОП-20 следует отметить:

- в среднем фирмы-производители из ТОП-20 растут быстрее, чем коммерческий аптечный рынок ГЛС (11,0% против 9,9%);
- наибольший рост отмечен у фирмы Schering AG – 35%;
- из ТОП-20 только у трех компаний отмечено падение продаж в 2005 г. по сравнению с 2004 г.: Gedeon Richter, KRKA, Actavis.

Отдельно отметим российских производителей. «Фармстандарт» в 2005 г. по стоимостному объему занял 3-е место, что выше на 1 позицию, чем в 2004 г. Второй по стоимостному объему отечественный производитель «Нижфарм» (в 2005 г. 23-е место, +3 позиции). Также выросла доля отечественных производителей в ТОП-100: 16,4% в 2005 г. против 15,4% в 2004 г.

Примечательно, что если строить рейтинг по натуральному объему, то первые 13 мест принадлежат отечественным производителям, и их доля составляет 38%. В ТОП-3 входят: «Фармстандарт», «Верофарм», «Московская фармацевтическая фабрика». Первая из иностранных компаний расположена на 14-м месте в рейтинге – это фирма-производитель Berlin-Chemie /A.Menarini/.

ТОП-20 торговых наименований ГЛС по объему аптечных продаж в России представлен в таблице 6.

Таблица 6

ТОП-20 торговых наименований ЛС по объему продаж в стоимостном выражении в России в 2004 и 2005 гг.

Рейтинг		Торговое наименование	Доля от стоимостного объема продаж, \$, %		Доля от натурального объема продаж, уп., %	
2004 г.	2005 г.		2004 г.	2005 г.	2004 г.	2005 г.
5	1	Виагра	0,78	1,06	0,04	0,05
9	2	Боярышник	0,58	1,04	2,43	4,36
2	3	Актовегин	0,89	0,89	0,16	0,12
3	4	Мезим форте	0,85	0,80	0,68	0,56
1	5	Энап	0,93	0,77	0,45	0,33
8	6	Витрум	0,66	0,73	0,12	0,13
7	7	Эссенциале	0,71	0,73	0,13	0,12
4	8	Но-шпа	0,83	0,72	0,40	0,34
14	9	Терафлю	0,43	0,62	0,21	0,30
24	10	Терпинкод	0,38	0,58	0,22	0,26
10	11	Пенталгин	0,57	0,55	0,48	0,30
6	12	Кавинтон	0,72	0,55	0,18	0,13
16	13	Ксеникал	0,43	0,53	0,02	0,02
37	14	Колдрекс	0,34	0,50	0,21	0,35
47	15	Линекс	0,31	0,49	0,11	0,14
11	16	Предуктал	0,54	0,48	0,05	0,04
67	17	Виферон	0,26	0,47	0,03	0,06
26	18	Простамол уно	0,38	0,45	0,04	0,04
13	19	Церебролизин	0,43	0,45	0,03	0,03
27	20	Дюфастон	0,37	0,40	0,04	0,04
Итого:			-	12,80	-	7,73

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

**Примечание 1.** Ряд торговых наименований Госреестра «Клифар» объединен по принципу ассортиментных линеек («Колдрекс», «Витрум», «Фервекс», «Но-шпа», «Терафлю», «Кавинтон», «Мульти-табс», «Пенталгин», «Компливит», «Предуктал», «Виферон»).

**Примечание 2.** Поскольку состав ТОП-20 торговых наименований ГЛС в каждом полугодии меняется, совокупная доля всех участников ТОП-20 за прошлое полугодие в данной таблице не может быть указана. За предыдущее полугодие указываются лишь места в рейтинге и доли каждого торгового наименования, присутствующего в рейтинге в отчетном периоде.

## ПРЕПАРАТЫ – ЛИДЕРЫ ПРОДАЖ

ТОП-20 торговых наименований ГЛС по стоимостному объему аптечных продаж в России по итогам 2005 г. составил 13% против 12% в 2004 г.

ТОП-20 торговых наименований ГЛС возглавил препарата «Виагра» (1,06%), на втором месте – «Боярышник» (1,04%), на третьем – «Актовегин» (0,89%).

Наибольшие изменения в рейтинге ТОП-20 отмечены по торговым наименованиям «Виферон» и «Линекс». Это связано с активной рекламной поддержкой и продвижением этих препаратов в 2005 г.

Падение доли и места в рейтинге торгового наименования «Энап» связано с включением данного препарата в список ДЛО. Если на коммерческом аптечном рынке объем продаж по данному ТН упало на 2%, то совокупно (коммерческий рынок + ДЛО) объем продаж вырос на 50%.

Отметим, что аналогичная картина наблюдается практически по всем торговым наименованиям из ТОП-20: если препарат был включен в программу ДЛО в 2005 г., его место в рейтинге упало (например, «Актовегин», «Мезим Форте», «Эссенциале», «Но-Шпа»), и наоборот, те препараты, которые не входят в список, улучшили свое место в рейтинге (например, «Виагра», «Боярышник», «Витрум», «Терафлю»).



Под новыми торговыми наименованиями подразумеваются те лекарственные препараты, которые, впервые появились в аптечных продажах в 2005 г. и были зарегистрированы в России с июня 2004 г. Важным условием отбора препаратов в рассматриваемую группу является то, что эти препараты были зарегистрированы в России впервые, а не проходили процедуру перерегистрации.

Если за 2004 г. в целом в аптечных учреждениях России в продаже появилось около 150 новых торговых наименований, то в 2005 г. – 160. Подавляющее большинство из них вывели на рынок в первом полугодии 2005 г. (116 ТН). Такая тактика позволяет компаниям по итогам года рассчитывать на большую прибыль.

Среди всех новых торговых наименований ЛС 3/4 составили препараты рецептурного отпуска, 1/4 – отпускаемые без рецепта. 2/3 от количества всех новых наименований ЛС вывели на рынок иностранные производители и только 1/3 – российские.

Объем продаж новых торговых наименований ГЛС в 2005 г. составил в стоимостном выражении \$14,8 млн, а в натуральном – 4,7 млн уп.

Доля новых торговых наименований ГЛС в объеме аптечных продаж в России в 2005 г. составила 0,35% в стоимостном выражении и 0,12% – в натуральном. В сравнении с 2004 г. доля их снизилась (в 2004 г. она составляла 0,51% долл. и 0,20% уп.). Однако данные цифры учитывают продажи в 2004 г. «Витрум Кардио» (бывший «Витрум Атеролитин»), который на рынке существовал давно и в 2004 году появился под новым названием с целью роста продаж. Без учета его продаж доли ГЛС с новыми ТН в 2004 г. составили 0,33 % долл. и 0,16 % уп.

Таким образом, доля появляющихся в продажах новых торговых наименований ЛС мала и последние два года практически не меняется. Это тревожная тенденция. Российский фармацевтический рынок не является в достаточной мере привлекательным для вывода новых препаратов, либо 2004 – 2005 гг. для новых препаратов стали не очень успешными. В РФ пока нет устойчивой законодательной базы, позволяющей компаниям планировать свое развитие в России и предвидеть развитие фармацевтического сектора. Примером тому может служить принятый в первом чтении законопроект «О внесении изменений и дополнений в закон «О лекарственных средствах», запрещающий врачам выписывать рецепты с торговыми названиями, не заменяя их на непатентованные наименования. В случае принятия данной поправки для многих компаний терялся бы смысл вывода новых ТН.

С данной поправкой может быть связано то, что основная масса новых ЛС была выведена на рынок в первом полугодии 2005 г.

В таблице 7 представлен ТОП-20 новых торговых наименований по стоимостному объему аптечных продаж в России в 2005 г. Препараты «Менопур», «Генферон» и «Витрум Бэби» – лидеры среди новых ТН.

## НОВЫЕ ЛЕКАРСТВЕННЫЕ ПРЕПАРАТЫ

Таблица 7

Стоимостный ТОП-20 новых торговых наименований ЛС, появившихся  
аптечных продажах в 2005 г.

№	Торговое наименование	Фирма	МНН	Объем \$ тыс.	Объем тыс. уп	Средняя опт. цена, \$
1	Менопур	Ferring Arzneimittel GmbH	Менотропины	1 617	8	205,3
2	Генферон	Биокад	-	1 212	143	8,5
3	Витрум Бэби	Unipharm Inc.	Поливитамин+ мультивитаминерал	1 211	264	4,6
4	Ринзасип	Unique Pharmaceutical Laboratories	Парацетамол+кофеин +фенилэфрин+ фенирамин	1 148	1 041	1,1
5	Кальцемин Адванс	Sagmel Inc.	-	870	201	4,3
6	Назол Бэби	Sagmel Inc.	Фенилэфрин	816	405	2,0
7	Тизин ксило	Pfizer International inc.	Ксилометазолин	661	264	2,5
8	Траватан	Alcon-Couvreur	Травопрост	633	36	17,4
9	Линкас Лор	Herbion Pakistan Private Limited	-	411	598	0,7
10	Лозап	Zentiva A.S.	Лозартан	306	52	5,9
11	Гамимун Н	Bayer AG	Иммуноглобулин человека нормальный	275	1	276,7
12	Хондроллар	Эллара	Хондроитин сульфат	260	37	7,1
13	Гинофорт	Gedeon Richter	Бутоконазол	245	22	11,3
14	Симвагексал	Hexal AG	Симвастатин	229	25	9,1
15	Нурофен Форте	Boots Pharmaceuticals	Ибупрофен	202	93	2,2
16	Лозап плюс	Zentiva A.S.	Лозартан+гидрохлоро- тиазид	189	29	6,4
17	Тулип	Lek DD	Аторвастатин	175	11	15,5
18	Инсти	Herbion Pakistan Private Limited	-	166	149	1,1
19	Лома Люкс Псориасис	Loma Lux Laboratories	-	164	5	30,9
20	Парлазин	Egis	Цетиризин	153	46	3,3

Наибольшая суммарная доля (в стоимостном выражении) среди новых препаратов – у компании Sagmel Inc. Данная компания вывела на рынок в 2005 г. Четыре новых ТН. В денежном выражении они занимают 12,3% в сравнении с новыми ТН других фирм. Это пример успешного вывода новых препаратов на рынок.

Больше всего в 2005 г. новых торговых наименований появилось в продаже у компаний:

- 8 ТН – «Брынцалов-А» ЗАО;
- по 4 ТН – Abdi Ibrahim IIAC San. ve Tic. a.s, Egis, Loma Lux Laboratories, Sagmel Inc, Zentiva A.S., «Доктор Н» ООО и «Оболенское – Фармацевтическое предприятие» ЗАО;
- по 3 ТН – Bayer AG, GSK, Pfizer International inc., Quimica Montpellier S.A., «Макиз-Фарма» ЗАО, «Синтез АКО» ОАО;
- по 2 новых ТН – Gedeon Richter, Glenmark Pharmaceuticals Ltd, Herbion Pakistan Private Limited, Hexal AG и некоторые другие.

В 2005 г. были выведены инновационные препараты. Инновационный препарат – это ГЛС с принципиально новым (уникальным) непатентованным наименованием (НН). В 2005 г. на аптечном рынке РФ появились 16 инновационных ГЛС (см. таблицу 8).

Таблица 8

Инновационные препараты – 2005 г.

№	Новое (уникальное) НН	Новое ТН 2005	Фирма
1	Ацетилсалициловая кислота+фенилэфрин+хлорфенамин	Аспирин Комплекс пор шип д/приг р-ра 3547,5 мг №10	Bayer AG
2	Бутконазол	Гинофорт крем вагин 20 мг/г 5 г №1	Gedeon Richter
3	Валганцикловир	Вальцит тб п/щ 450 мг №60	F. Hoffmann-La Roche Ltd
4	Дуастерид	Аводарт капс 50 мкг №30	GSK
5	Кальципотриол+бетаметазон	Дайвобет мазь 30 г №1	Nycomed
6	Камфора+ментол+ореха мускатного скорлупы масло+терпентинное масло+тимол+эвкалипта листьев масло	Доктор Мом Колд раб мазь 20 г №1	Unique Pharmaceutical Laboratories
7	Левоцетиризин	Ксизал тб п/о 5 мг №10	Ucb S.A.
8	Лутропин альфа	Луверис пор лф д/и 75 МЕ №1	Ares-Serono Group
9	Омега-3 триглицериды [эпк/дгк=1,5/1 – 50%]	Витрум Кардио Омега-3 капс №60	Unipharm Inc.
10	Сертаконазол	Залаин крем 2% 20 г №1	Egis
11	Сехифенадин	Гистафен тб 50 мг №20	Olainfarm AS
12	Стронция ранелат	Бивалос пор д/супс оралн 2 г №28	Servier
13	Телмисартан+гидрохлоротиазид	Микардис плюс тб 80 мг+12,5 мг №28	Boehringer Ingelheim
14	Травопрост	Траватан капли глаз 0.004% 2,5 мл №1	Alcon-Couvreur
15	Цефокситин	Анаэроцеф пор д/и 1000 мг №1	Аболмед
16	Эстрадиол+дроспиренон	Анжелик тб п/о №28	Schering AG

## НОВЫЕ ЛЕКАРСТВЕННЫЕ ПРЕПАРАТЫ

Среди инновационных препаратов самыми успешными стали «Траватан» и «Гинофорт», которые вошли в ТОП-20 новых ТН (таблица 8).

Кроме инновационных препаратов с уникальными НН регистрируются новые торговые наименования с уже существовавшими ранее непатентованными наименованиями. Можно отметить, что с определенными непатентованными наименованиями были зарегистрированы два и более новых ТН в 2005 г. (см. таблицу 9).

Таблица 9

Непатентованные наименования, с которыми были зарегистрированы два и более новых ТН в 2005 г. *				
МНН новых ТН в 2005 году	Количество новых торговых наименований	Новые торговые наименования		
Симвастатин	6	Симвагексал	Зокор Форте	Симвалимит
		Атеростат	Симвакол	Зоватин
Амлодипин	3	Амлотоп	Омелар Кардио	Норвадин
Аторвастатин	3	Тулип	Липтонорм	Торвакард
Индапамид	3	Ариндап	Индапрессин	Индапамид МВ
Рибавирин	3	Рибапег	Рибавин	Арвирон
Флуконазол	3	Флуконазол-Верте	Проканазол	Флунол
Цетиризин	3	Парлазин	Зинцет	Зетринал
Азитромицин	2	Азитромицин-Би	Зитролид Форте	
Ацетилсалициловая кислота	2	Аспирин 1000	Кардиаск	
Бетаметазон+салициловая кислота	2	Бетновойт-С	Дипросалик лосьон	
Будесонид	2	Бенарин	Будекорт	
Орнидазол	2	Дазолик	Орнисид	
Офлоксацин	2	Офлоксацин-Промед	Офлоцид	
Парацетамол+хлорфенамин+аскорбиновая кислота	2	Антифлу Кидс	Флюзиоз-Ф	
Поливитамин	2	Адивит	Витагамма	
Поливитамин+мультиминерал	2	Витрум Бэби	Мегадин Джуниор	
Триметазидин	2	Антистен	Триметазид	
Фенилэфрин	2	Назол Бэби	Назол Кидс	
Цефуроксим	2	Кефстар	Проксим	

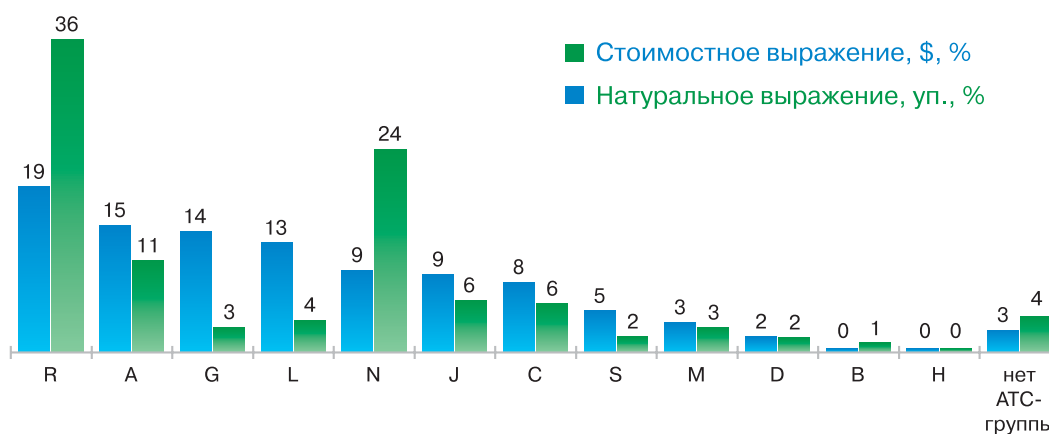
\* Было зарегистрировано 17 ТН без непатентованных наименований.

Очевидно, что компании делают ставку на препараты, содержащие данные действующие вещества, исходя из растущего спроса на них, эффективности и направления развития медицины. Особо отметим, что при окончании срока патента оригинальных препаратов (как, например, для ГЛС «Зокор» с действующим веществом симвастатин) другие компании стремятся захватить часть прибыли от продажи ГЛС на основе ранее защищенного НН, которая до этого принадлежала одной фирме – собственнику патента.

О тенденции развития новых препаратов 2005 г., об успешности отдельных групп в зависимости от их терапевтического действия свидетельствует соотношение объемов продаж новых ТН по АТС-группам (график 15). Наиболее успешными стали новые препараты для лечения заболеваний респираторной системы [R], пищеварительного тракта и обмена веществ [A], для лечения заболеваний урогенитальных органов [G].

График 15

Соотношение объемов продаж новых ТН ГЛС АТС-групп I уровня в 2005 г.



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

На фармацевтический рынок выводятся не только новые торговые наименования, но и препараты с новыми для них лекарственными формами (ЛФ; сюда же мы включаем и новые дозировки). В 2005 г. таких ЛС в аптечных продажах появилось более 20 (ТОП-10 представлен в таблице 10).

## НОВЫЕ ЛЕКАРСТВЕННЫЕ ПРЕПАРАТЫ

Таблица 10

ТОП-10 ЛС с новыми лекарственными формами, которые появились для данных препаратов в аптечных продажах РФ в 2005 г.

№	Торговое наименование	Лекарственная форма (новая для данного ТН)	Фирма	Объем, тыс. \$	Объем, тыс. уп.	Средняя опт. цена, \$
1	Нурофен	гель для наружного применения	Boots Pharmaceuticals	624	195	3,2
2	Фарматекс	капсулы вагинальные	Laboratoire Innotech International	212	44	4,83
3	Мастодион	таблетки для рассасывания гомеопатические	Bionorica Arzneimittel GmbH	199	26	7,53
4	Долгит	гель для наружного применения	Pro.Med.Cs Praha A.S.	68	28	2,44
5	Афлубин	таблетки подъязычные гомеопатические	Richard Bittner AG	25	8	3,16
6	Ременс	таблетки подъязычные гомеопатические	Richard Bittner AG	21	6	3,49
7	Сумамед	лиофилизат для приготовления раствора для инфузий	Pliva DD	21	1	28,08
8	Нейромидин	раствор для внутримышечного и подкожного введения	Olainfarm AS	14	1	10,32
9	Пумпан	таблетки подъязычные гомеопатические	Richard Bittner AG	13	4	3,23
10	Полифепан	таблетки	Сайнтек	10	5	2,05

На некоторые из них (ЛС с новой ЛФ) по итогам 2005 г. пришлось около 50% стоимостных продаж всех лекарственных форм данного торгового наименования: «Долгит» гель 5%, 20г № 1; «Диклак», гель 5%, 50г № 1; «Винпоцетин-Сар», тб 5мг № 20 и «Зодак», капли оралн 10мг/мл, 20мл №1. Таким образом, эти препараты с новыми формами-дозировками оказались востребованными у потребителей.

Ежегодно компании выводят на рынок не много новых препаратов. Вывод на рынок новых ЛС требует от компаний значительных усилий и средств на разработку и исследования, раскрытие новых наименований. Сегодня не наблюдается роста доли новых ЛС в структуре потребления. Также не произошло увеличения доли дорогостоящих препаратов среди новых ЛС – средневзвешенная цена одной условной упаковки новых ЛС снизилась (с \$ 3,64 в 2004 г. до \$ 3,14 в 2005).

*«Феофан Мухин оставил станковистов далеко позади.  
Заведующий гостиничным трестом был изображен  
не масляными красками, не акварелью, не углем, не темперой,  
не пастелью, не гуашью и не свинцовым карандашом.*

*Он был сработан из овса.*

*И когда художник Мухин перевозил на извозчике картину в музей,  
лошадь беспокойно оглядывалась и ржала.*

*С течением времени Мухин стал употреблять также и другие злаки.*

*Имели громовой успех портреты из проса,  
пшеницы и мака, смелые наброски кукурузой и ядрицей,  
пейзажи из риса и натюрморты из пшена.*

*— Овсом оно, конечно, способнее! — воскликнул Остап. —  
А Рубенс-то с Рафаэлем дураки — маслом старались».*

Объемы реализации биологически активных добавок через розничные аптечные учреждения значительно выросли за 2005 г. Количество торговых наименований БАД увеличилось на 2,5 тыс. и в 2005 г. составило более 5 тыс. (в основном, за счет роста числа российских БАД). В настоящее время в общей структуре ассортимента БАД только 1/3 составляют добавки иностранного производства. Российский потребитель отдает свои предпочтения отечественным БАД.

Биологически активные добавки присутствуют на российском рынке уже второе десятилетие. Отношение потребителей к БАД формировалось от настороженного любопытства и недоверия до осознанного выбора. Сегодня БАД довольно прочно вошли в нашу жизнь и активно развиваются.

В 2005 г. через российские аптеки было реализовано БАД на общую сумму \$249 млн (169 млн уп.). 26% стоимостного объема продаж пришлось на две столицы – Москву и Санкт-Петербург. Рынок БАД развивается очень быстро и показывает значительный прирост, в отличие от лекарственных препаратов. Именно поэтому многие производители ГЛС обращают пристальное внимание на сегмент биологически активных добавок. Интерес потребителя к БАД растет, в том числе благодаря рекламным кампаниям, пропаганде комплексного подхода к терапии заболеваний. Сформировалась тенденция регистрации (перерегистрации) ОТС-препаратов как БАД.

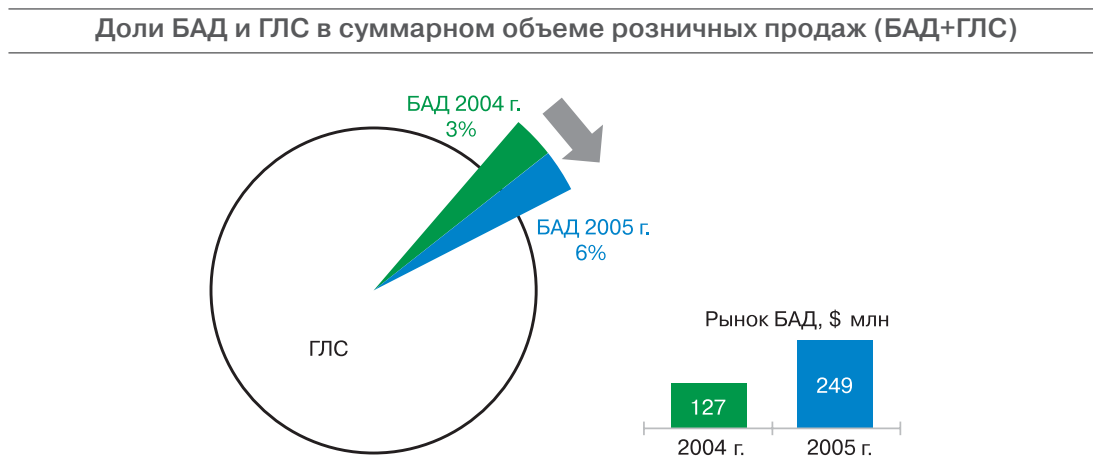
## БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫЕ ДОБАВКИ

График 16



По сравнению с 2004 г., объемы продаж БАД выросли почти в 2 раза – на 96% долл. и 64% уп. (см. график 16). Доля продаж БАД в 2005 г. в общем объеме розничной реализации (БАД+ГЛС) составила 6% (см. график 17). В 2005 г. средневзвешенная упаковка БАД стала стоить дороже, что не было обусловлено увеличением доли иностранных и/или дорогостоящих БАД. Рост ценового уровня БАД ненамного превысил показатель инфляции по итогам 2005 г. (около 11%).

График 17

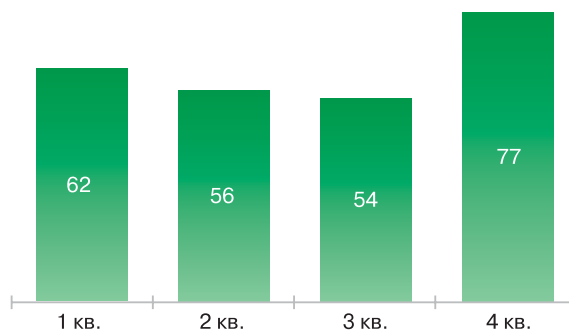


Основной пик продаж БАД в 2005 г. пришелся на последний квартал (его доля в годовом долларовом объеме БАД составила почти 30%). В целом, динамика продаж БАД отражает тенденции всего фармацевтического рынка – снижение во втором и третьем кварталах и значительные объемы в первом и четвертом (см. график 18).



График 18

Поквартальная динамика продаж БАДов в России в 2005 г., \$ млн



Для ТОП-20 в 2005 г. характерным стало наличие новинок: капсулы «Жуйдэмэн» для похудения, «Омегапол», «Селен актив», «Чернега», «Очанка Звездная» и «Овесол». В рейтинге продаж БАД за 2005 г. (см. таблицу 11) произошли значительные изменения. На первое место в 2005 году вышла БАД, в новой для нее форме приема – капсулах Жуйждэмен для похудения (5,72%), которая ненамного потеснила лидера прошлого года «Капилар» (5,69%). Разработка и вывод на рынок удачной и удобной для потребителя формы позволила производителю значительно повысить объемы продаж. «Капилар» и «Алфавит» хотя и переместились на 2-е и 3-е места соответственно, но увеличили свои доли продаж в сравнении в 2004 г.

## БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫЕ ДОБАВКИ

Таблица 11

### ТОП-20 торговых наименований БАД в России по стоимостному показателю

2005 г.				
N п/п	Торговое наименование	Фирма-производитель	\$, %	В сравнении с рейтингом 2004 г.
1	Жуйдэмэн д/похудения капсулы	Пекинский центр продажи Жуйдэмэн чая	5,72	NEW
2	Капилар	Диод	5,69	↓
3	Алфавит	Аквион	3,35	↓
4	Виардо	Диод	2,62	↓
5	Черника-Форте	Эвалар	2,50	↓
6	Йод-Актив	Диод	1,41	↑
7	Окулист	Диод	1,35	↑
8	Атероклефит	Эвалар	1,33	=
9	Лактофильтрум	Сти-Мед Сорб (поставщик – Лексирь)	1,27	↑
10	Артровит	Курортмедсервис (произведено «Мерцана»)	1,25	↑
11	Жуйдэмэн чай №1 д/похудения	Пекинский центр продажи Жуйдэмэн чая	1,24	↓
12	Омегапол	ННПЦ ГИП	1,19	NEW
13	Идеал	Индустри Джаму Сари Сахат	1,18	↓
14	Красный Корень	Эвалар	1,05	↓
15	Цыгапан	Планета Здоровья	1,00	↓
16	Селен Актив	Диод	0,95	NEW
17	Вука-Вука	Biocorp Pharmaceuticals	0,93	↓
18	Чернега	Курортмедсервис (произведено «Мерцана»)	0,91	NEW
19	Очанка Звездная*	Эвалар, Хелми Холдинговая Компания	0,90	NEW
20	Овесол	Эвалар	0,89	NEW

\*«Эвалар» ЗАО – выпускает: «Очанка Звездная», капсулы 0.26г № 30 и «Очанка Звездная», чай 1,5г № 20; «Хелми Холдинговая Компания» ЗАО – выпускает: «Очанка Звездная», брикеты 0,5г № 50.

Таблица 11

ТОП-20 торговых наименований БАД в России по стоимостному показателю

2004 г.			
Торговое наименование	Фирма-производитель	\$, %	Покинули ТОП-20 в 2005 г.
Капилар	Диод	3,83	
Алфавит	Аквион	3,12	
Виардо	Диод	2,73	
Черника-Форте	Эвалар	2,71	
Гематоген Русский	Фарм-Про	2,02	OUT
Гудзон	Nature Way International, Inc.	1,91	OUT
Йод-Актив	Диод	1,85	
Атероклефит	Эвалар	1,56	
Жуйдэмэн Чай N1 д/похудения	Пекинский центр продажи Жуйдэмэн чая	1,37	
Идеал	Индустри Джаму Сари Сахат	1,35	
Красный Корень	Эвалар	1,31	
Артровит	Курортмедсервис (произведено «Мерцана»)	1,30	
Морфей	Курортмедсервис (произведено «Мерцана»)	1,25	OUT
Вука-Вука	Biocorp Pharmaceuticals	1,23	
Лактофильтрум	Сти-Мед Сорб (поставщик Лексирь)	1,13	
Окулист	Диод	1,11	
Цыгапан	Планета Здоровья	1,10	
Золотой Конек	P.T. Ikona Pharmaceutical Industry Jakarta	1,08	OUT
Астин	Источник Долголетия НПО	1,03	OUT
Юй Шу	Юй Шу по Развитию Биостроительства	0,89	OUT

Достаточно прочные позиции – у отечественных производителей БАД (см. таблицу 12). В 2004–2005 гг. первое и второе места удерживают, соответственно, компании «Диод» и компания «Эвалар», которые в 2005 г. увеличили свои относительные доли в общем объеме (суммарная доля продаж БАД этих производителей увеличилась на 2,57 %). На третье место в 2005 г. компании «Пекинский центр продажи Жуйдэмэн чая» позволила выйти ее новинка – капсулированная форма «Жуйдэмэн» для похудения.

## БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫЕ ДОБАВКИ

Таблица 12

ТОП-10 продаж производителей БАД по стоимостному показателю, \$, %

2005 г.			2004 г.	
№ п/п	Фирма-производитель	\$, %	Фирма-производитель	\$, %
1	Диод	12,88	Диод	11,00
2	Эвалар	11,15	Эвалар	10,46
3	Пекинский центр продажи Жуйдэмэн чая	7,62	Курортмедсервис (произведено «Мерцана»)	3,05
4	Курортмедсервис (произведено «Мерцана»)	5,05	Pharma-Med Inc	2,87
5	Аквион	4,72	ФармПро	2,65
6	Natur Produkt	2,58	Ferrosan AG	2,49
7	Фарм-Про	1,97	Аквион	2,39
8	Ferrosan AG	1,88	Natur Product	2,11
9	Pharma-Med Inc	1,85	Nature Way International, Inc.	1,92
10	НРПЦ ГИП/ВИС	1,52	Irwin Naturals	1,57

В настоящее время присутствует некоторая условность и неоднозначность отнесения БАД к той или иной группе классификации, что отражается на рейтинге БАД по разделам. Согласно Федеральному реестру биологически активных добавок, БАД подразделяются на 15 разделов. Лидером по стоимостному объему стали биологически активные добавки группы «БАД к пище, влияющие преимущественно на процессы тканевого обмена» (29,36%), к которому относится подавляющее большинство БАД (см. таблицу 13). Соотношение продаж БАД по группам достаточно четко отражает существующие тенденции потребительского спроса на те или иные добавки, что позволяет определить наиболее популярные направления их развития.

Аптечные продажи биологически активных добавок с каждым годом значительно увеличиваются, ассортимент их неуклонно растет. Большинство населения предпочитает покупать БАД именно в аптеках (доверие покупателей).

В настоящее время популярность БАД в России значительно выросла. Однако недоверие в нашей стране к БАД еще достаточно велико: присутствует недоброкачественная и несертифицированная продукция. В особенности это касается БАД, которые реализуются только через Интернет или телемагазины.

Для повышения доверия потребителя и роста качества и эффективности добавок их производство и исследования должны поддерживаться на государственном уровне.

Таблица 13

Соотношение продаж БАД в зависимости от раздела Федерального реестра биологически активных добавок, \$, %

Раздел реестра БАД	Доля в общем объеме рынка БАД	Лидер продаж в разделе БАД	Доля в общем объеме рынка БАД
Раздел 2: БАД к пище, влияющие преимущественно на процессы тканевого обмена	29,36	Алфавит	3,35
Раздел 9: БАД к пище для лиц, контролирующих массу тела	16,47	Жуйдэмэн д/похудения капсулы	5,72
Раздел 8: БАД к пище, поддерживающие функции органов пищеварения	10,42	Лактофильтрум	1,27
Раздел 5: БАД к пище – источники веществ антиоксидантного действия и веществ, влияющих на энергетический обмен	7,43	Капилар	5,69
Раздел 14: БАД различных групп	6,69	Окулист	1,35
Раздел 1: БАД к пище, влияющие на функции центральной нервной системы	5,04	Морфей	0,73
Раздел 6: БАД к пище, влияющие на функцию сердечно-сосудистой системы	4,95	Атероклефит	1,33
Раздел 11: БАД к пище, поддерживающие функцию опорно-двигательного аппарата	4,71	Артровит	1,25
Раздел 12: БАД к пище, влияющие на гуморальные факторы регуляции обмена веществ	4,55	Красный Корень	1,05
Раздел 3: БАД к пище – источники минеральных веществ	4,16	Йод-Актив	1,41
Раздел 13: БАД к пище, влияющие на процесс детоксикации и способствующие выведению из организма чужеродных и токсичных веществ	1,85	Лэй Дэ	0,63
Раздел 7: БАД к пище, поддерживающие функцию органов дыхания	1,45	Барсучий жир	0,19
Раздел 10: Биологически активные добавки к пище, снижающие риск заболеваний органов мочеполовой системы	1,29	Пролит Супер	0,22
Раздел 4: БАД к пище, поддерживающие функцию иммунной системы	1,16	Долголет	0,25
Раздел 15: БАД к пище, влияющие на лактацию	0,47	Нірр д/кормящих матерей	0,21

## ПЕРСПЕКТИВНЫЕ РЕГИОНАЛЬНЫЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЕ РЫНКИ РОССИИ

*« – Нашли дураков! – визгливо кричал Паниковский.  
– Вы мне дайте Среднерусскую возвышенность, тогда я подпишу конвенцию.  
– Как? Всю возвышенность? – заявил Балаганов. –  
А не дать ли тебе еще Мелитополь впридачу? Или Бобруйск?  
– Ну, не всю возвышенность, – настаивал жадный Паниковский, –  
хотя бы половину. Я, наконец, семейный человек, у меня две семьи.  
Но ему не дали и половины».*

Несмотря на бурный рост фармрынка РФ в 2005 г., конкуренция на нем постоянно растет. Чтобы завоевать дополнительную долю рынка, участники внедряются на смежные сегменты, вводят новые формы торговли, расширяют спектр услуг. Не последним оружием в борьбе за место под солнцем является территориальная экспансия: освоение регионов России, которые являются перспективными, однако еще не полностью поделены между крупными игроками.

Какие же регионы России являются наиболее привлекательными для участников фармрынка? Для ответа на этот вопрос был проведен комплексный анализ субъектов РФ по трем показателям:

- объем фармацевтического рынка;
- темпы роста фармацевтического рынка;
- потребление ГЛС на душу населения.

Показатели по каждому региону сравнивались со средним по России (без учета Москвы).

Ниже представлены регионы, которые являются привлекательными по всем трем параметрам, включая объем рынка:

Свердловская область	Алтайский край
Республика Башкортостан	Новосибирская область
Челябинская область	Хабаровский край
Омская область	Иркутская область
Ханты-Мансийский АО (ХМАО)	Республика Саха (Якутия)
Самарская область	Кемеровская область
г. Санкт-Петербург	Московская область
Ленинградская область	г. Москва

Естественно, высокая привлекательность рынка зачастую предполагает и значительно более высокий уровень конкуренции, что снижает шансы на успех. В первую очередь это касается Москвы и Санкт-Петербурга, однако и в ряде других субъектов РФ, оказавшихся «звездами» по всем трем параметрам, степень концентрации рынка достаточно высока.

Какие же «звезды» являются наиболее доступными? По оценкам DSM Group, относительно низкая концентрация рынка наблюдается в следующих субъектах РФ:

Хабаровский край	Самарская область
Челябинская область	Республика Саха (Якутия)
Омская область	Ленинградская область
Республика Башкортостан	Ханты-Мансийский АО

Именно эти регионы, при всей их привлекательности, имеют наибольший потенциал для освоения. Однако при этом следует помнить завет Великого комбинатора: «Счастье ожидает нас на дороге? Может быть, еще машет крылышками от нетерпения? "Где, – говорит оно, – адмирал Балаганов? Почему его так долго нет?" Вы псих, Балаганов! Счастье никого не поджидает. Оно бродит по стране в длинных белых одеждах, распевая детскую песенку... <...> Но эту наивную детку надо ловить, ей нужно понравиться, за ней нужно ухаживать».

«Нет, это не Рио-де-Жанейро...».

Эти регионы, представленные ниже, не являются привлекательными по двум параметрам: они характеризуются относительно низким уровнем потребления ГЛС на душу населения в сочетании с невысокими темпами роста фармрынка.

К этим регионам относятся:

Волгоградская область	Ульяновская область
Республика Калмыкия	Республика Мордовия
Липецкая область	Рязанская область
Воронежская область	Тульская область
Белгородская область	Республика Алтай
Краснодарский край	Читинская область
Республика Адыгея	Республика Бурятия
Курганская область	Калужская область
Тюменская область (без ХМАО и ЯНАО)	Кабардино-Балкарская республика
Республика Марий Эл	Карачаево-Черкесская республика
Республика Чувашия	Республика Северная Осетия-Алания

## ОБЗОР СОБЫТИЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА

### Аптечные сети

Российские аптечные сети продолжают планомерно развиваться, в том числе, и за счет расширения своего присутствия в регионах. Один из ведущих игроков розничного звена фармацевтического рынка, компания «Аптечная сеть 36,6» в 2005 г. открыла аптеки в нескольких новых регионах. Таким образом, на конец 2005 г. компания насчитывала 445 аптек в 19 регионах (64 городах), в январе 2006 г. число аптек выросло до 482. Консолидированные продажи компании по итогам 2005 г. составили свыше \$300 млн, что на 42% превышает показатели прошлого года. Долг «Аптечной сети 36,6» по итогам 2006 г. составил \$109 млн.

Другая крупная компания – аптечная сеть «Первая помощь» начала франчайзинговую программу. Стоимость франшизы составит 1,5–2,5 млн руб. (в зависимости от срока договора – от 5 до 10 лет), роялти – 5%. Требованиями к франчайзи являются помещение в собственности или в аренде сроком не менее пяти лет, а также открытая форма торговли в аптеке (аптечный супермаркет). За это партнер сети получит право использования торговой марки. Кроме того, «Первая помощь» сделает ремонт помещения и предоставит все торговое оборудование, а также возьмет на себя расходы на рекламу. С запуском программы сеть планирует за два года открыть в регионах около 50–70 аптек. По итогам 8 месяцев работы в 2005 г. оборот аптечной сети «Первая помощь» составил почти 966 млн рублей, что на 30% больше, чем за аналогичный период 2004 г. На данный момент сеть насчитывает 81 аптеку, в том числе 34 фарммаркета. В планах на 2006 г. – расширение сети до 110 аптек (приоритетным направлением станет расширение московского филиала – планируется открыть еще 20 аптек).

Крупнейший российский фармдистрибьютор – ЦВ «ПРОТЕК» собирается вложить в свою аптечную сеть «Ригла» около \$100 млн. В планы компании входит рост к 2009 г. числа розничных точек «Ригла» до 500 аптек, то есть ежегодно количество аптек будет увеличиваться примерно на 50%. Уже в следующем году количество аптек «Ригла» увеличится до 320, а оборот сети превысит \$130 млн. Кроме того, в 2006 г. компания «Ригла» откроет свыше 100 аптечных пунктов для работы в секторе ДЛЮ. Эти предприятия будут выведены в отдельное бизнес-направление с собственной структурой, которое будет функционировать как отдельное юридическое лицо «Ригла – социальные аптеки».

Владельцы аптечной сети «Фармакор» ведут переговоры о продаже этого бизнеса. Тот, кто купит эту сеть, получит сразу порядка 15% петербургского рынка. Сеть оценивают в \$60–70 млн. По предварительным оценкам, оборот компании в 2005 г. может составить \$135–140 млн. Сейчас компания «Фармакор» управляет примерно 200 торговыми точками. Рентабельность составляет 6–12% (собственная Информация «Фармакор»). В следующем году планируется открытие 60 новых точек. Свою долю на рынке Петербурга компания оценивает в 35%, а в 2006 г. намеревается довести ее до 45%.

Общие объемы продаж муниципальных аптек в Москве сокращаются, однако московская сеть ГУП «Столичные аптеки» должна способствовать сохранению государственных аптек и повышению их конкурентоспособности. На данный момент «Столичные аптеки» объединяют 289 точек. По данным DSM Group, на долю сети «Столичные аптеки» приходится около 15% оборота московского рынка емкостью \$1,5 млрд в год.



## Производители

В России начато несколько проектов по производству отечественного инсулина. По предварительным данным, российский рынок инсулинов в 2005 г. составит около \$185 млн, ежегодно он растет на 25–30%. Около 98% рынка занимают иностранные производители (Novo Nordisk, Eli Lilly, Sanofi-Aventis), из отечественных компаний инсулин выпускают лишь «Брынцалов А» – 0,5% и Институт биоорганической химии РАН – 0,1%. Основной канал сбыта – госзакупки, на которые приходится около 67% рынка (\$125 млн), а розничный и госпитальный рынок оценивается в \$57 млн.

Первыми компаниями, объявившими о начале работ по производству российского инсулина, стали группа компаний «Биотэк»<sup>9</sup> и китайская фармкомпания Tonghua Dongbau. Второй компанией, начавшей строительство завода по выпуску инсулина, стала польская Bioton. ООО «Биотон Восток» (российское представительство) рассчитывает запустить предприятие уже в конце 2006 г. Третьей компанией объявившей о выходе на данный сегмент, стал холдинг «Фармстандарт»<sup>10</sup>. Производство инсулинов уже построено на принадлежащем «Фармстандарту» заводе в Уфе, в ближайшее время начнется выпуск.

Российская фарминдустрия продолжает развиваться в соответствии с мировыми тенденциями. В феврале 2006 г. в Новосибирске вступит в эксплуатацию фармацевтическое предприятие, построенное «с нуля» по международным стандартам GMP. Завод будет работать в режиме полного цикла – от разработки новых лекарственных препаратов до их испытания и производства.

Продолжают свое развитие российские фармацевтические холдинги. Компания «Биотэк» приобрела завод «Марбиофарм», входящий в группу производителей лекарств «Фармстандарт», у британской компании Millhouse Capital.

Объемы продаж российских фармпроизводителей продолжают расти. Так, по итогам 2005 г. объем продаж ЗАО «МАКИЗ-ФАРМА», включающий также ЗАО «Скопинфарма» составил \$37,3 млн. Кроме того, компания планирует расширить производственную базу за счет строительства логистического комплекса на 6 тыс. палетто-мест.

Таким образом, российский рынок остается привлекательным для иностранных инвесторов – например, индийская компания JB Chemicals&Pharmaceuticals открывает в Москве свое подразделение. Этот шаг направлен на расширение присутствия компании на российском фармынке – 45% доходов компания получает из России и стран СНГ.

<sup>9</sup> В группу компаний «Биотэк» входит пятая по величине в России фармдистрибуторская компания (8 филиалов и 12 дочерних обществ), производственные предприятия (подмосковный «Биодез», московский МФПДК, ООО «Марбиофарм» (Йошкар-Ола), «Биоситнез» (Пенза)), а также розничная сеть из 152 аптек и аптечных пунктов.

<sup>10</sup> Группа «Фармстандарт» была образована в 2004 г. после приобретения компанией Millhouse Capital российских активов американской ICN Pharmaceuticals Inc. На сегодняшний момент в группу входят ОАО «Фармстандарт-Октябрь» (Санкт-Петербург), ОАО «Фармстандарт-Лексредства» (Курск), ОАО «Фармстандарт-Томскхимфарм» (Томск), ОАО «Фармстандарт-Уфавита» (Уфа) и ООО «Фармстандарт-Фитофарм-НН» (Нижний Новгород).

## ОБЗОР СОБЫТИЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА

### Производители

Западные компании вкладывают свои средства не только в открытие своих представительств, но и в организацию собственных производств на территории России (например KRKA, Gedeon Richter и другие). В январе 2006 г. компания Servier объявила о создании собственного производства на территории России. В Московской области будет построен комплекс по производству лекарств. Объем инвестиций на строительство первой очереди комплекса, получившего название «Сердикс», составит \$45 млн. Плановая мощность первой очереди – 60 млн уп. препаратов в год. Первая пробная партия медикаментов будет выпущена в конце 2006 г., а коммерческое производство начнется в мае 2007 г.

Компания ЦВ «ПРОТЕК», крупнейший российский дистрибьютор фармпрепаратов, объявила об открытии своего завода «Сотекс» – одного из самых больших в Подмоскowie производств лекарственных препаратов. Инвестиции в предприятие составили \$46 млн.

Российские компании также стремятся к расширению географии своего присутствия – компания «Нижфарм» приняла решение об открытии своего представительства в Республике Узбекистан. Представительство «Нижфарм» в Узбекистане станет четвертым региональным офисом компании наряду с уже работающими офисами в Украине, Казахстане и Латвии.

## ● **Дистрибьюторы**

Продолжается процесс создания российскими дистрибьюторами вертикально интегрированных холдингов. Так, компания «СИА Интернейшнл» приобрела контрольный пакет акций одного из крупнейших отечественных производителей фармацевтической продукции – саранского ОАО «Биохимик», а также крупные пакеты акций «Синтеза» (Курган) и «Биосинтеза» (Пенза). Данная сделка обошлась компании в \$26,5 млн. В дальнейшем, пакет акций «Биосинтеза» был доведен до контрольного и продан другому фармхолдингу – компании «Биотэк».

Топ-менеджеры другого крупного российского дистрибьютора лекарств, компании «Катрен», выкупили у ЕБРР блокпакет акций своей компании для продажи его, в дальнейшем профильному инвестору.

Один из крупнейших российских дистрибьюторов – «Аптека-Холдинг» – был приобретен британским фармацевтическим холдингом Alliance UniChem. На данный момент UniChem находится в процессе слияния с британской сетью аптек Boots.

Благодаря проведению программы ДЛО все дистрибьюторы, принявшие в ней участие, смогли значительно увеличить объемы своих продаж.

### Федеральные программы

С 1 января 2006 г. начата реализация национальной программы «Здоровье».

Программа, прежде всего, имеет профилактическую направленность и в первую очередь делает акцент на укрепление здоровья работающих граждан, детей и женщин. В проекте предусмотрено значительное повышение денежных выплат в первичном звене здравоохранения. Программа предусматривает комплексное оснащение медицинским оборудованием лечебных учреждений первичного звена. 30,5 млрд рублей будет направлено в 2006–2007 гг. на денежные выплаты врачам общей семейной практики, участковым терапевтам, участковым педиатрам и медсестрам, с учетом объема и качества медицинских услуг. В 2006 г. федеральный бюджет направит на эти цели 12,8 млрд руб., в 2007 г. – 17,7 млрд руб. На подготовку и переподготовку врачей этих категорий в следующем году будет направлено 200 млн руб., в 2007 г. – 330 млн.

В 2006 г. финансирование федеральной программы дополнительного лекарственного обеспечения (ДЛО)<sup>11</sup> составит более 30 млрд руб.

В прошлом году на платные медицинские услуги россияне израсходовали более 82 млрд рублей, расходы населения на лекарства превысили 162 млрд руб. Государственные расходы на здравоохранение составили почти 480 млрд руб.

Общее число компаний, получивших право осуществлять поставки и отпускать лекарства льготникам программы ДЛО по результатам открытого конкурса на 2006 г. составило более 90 фармацевтических компаний. Единовременно было проведено 75 конкурсов по каждому отдельному или одновременно по нескольким субъектам РФ, объединенных в один лот. Всего о своем участии в конкурсе заявило свыше 120 федеральных и региональных фармацевтических организаций. Из них было отобрано 23 компании федерального уровня и 69 – регионального.

Крупнейшими поставщиками лекарственных препаратов в 2005 г. были компании «ЦВ ПРОТЕК», «Биотэк», «СИА Интернейшнл» и «Роста». Эти же компании останутся основными игроками в сегменте ДЛО и в 2006 году.

---

<sup>11</sup> В программу ДЛО входят: граждане, имеющие право на получение льготных лекарственных средств – 14 689 824 чел. (на 1 февраля 2006 г.); оптовые фармацевтические организации – 133; лечебно-профилактические учреждения – 22 090; врачи – 13 106; аптеки – 10 042; пункты отпуска – 12 226. На реализацию программы в 2005 г. из федерального бюджета выделено 51 млрд руб. Объем поставок лекарственных средств на декабрь 2005 г. составил 40,5 млрд руб. (данные на 1 декабря 2005 г.). Средняя стоимость рецепта: 184 руб. (на март 2005 г.), 191 руб. (на июнь 2005 г.), 245 руб. (на ноябрь 2005 г.). Перечень льготных лекарственных средств включает 2346 наименования (из доклада Тельновой Е.А. от 21.12.05).

In 2005 the Russian pharmaceutical market volume amounted to 9.0 billion dollars (VAT included) in consumer prices, and 7.2 billion dollars (VAT included) in wholesale prices. The market growth is 35% in consumer prices.

Beneficiary Drug Provision (BDP) program turned to be the main market driving force. Without BDP segment market increased only by 15%, so BDP program gave additional growth of 20%.

Russian market growth rate is very high: Russia is now on the 12th place in the world by drug retail market capacity, which amounts to 6.6 billion dollars with BDP segment.

The pharmacy market volume (ready-to-use drugs without regard to BDP segment) over the entire 2005 amounted to 4.0 billion dollars in 2005, with 7% increase in relation to 2004.

From Russian Ministry of Health and Social Development data BDP market volume for 2005 as estimated by DSM Group amounts to about 1.37 billion dollars in consumer prices.

The parapharmaceutical market growth rate, including nutrition segment is 41% in consumer prices in 2005.

As DSM Group predicts, pharmaceutical market volume in 2006 will amount to 10 billion dollars in consumer prices, with 10% increase in relation to 2005. BDP program will make a profound impact on the market again. As estimated by DSM Group, about 30 billion dollars will be laid out for BDP program in 2006.

By 2010 pharmaceutical market will increase by 70-90% and amount to 15-17 billion dollars in the end consumer prices.

Drug import volume in 2005 was 4.7 billion dollars in customs prices<sup>12</sup>, which is 55% higher compared to 2004.

CV Protek has the highest import volume (27.0%) within Distributor companies group, SIA International (22.8%) is the second. Lag to others is great indeed.

Sanofi-Aventis leads the pharmaceutical manufacturers rating by sales volume in 2005.

Pharmstandard is the first Russian manufacturer in TOP 3 companies by pharmacy sales value.

In 2005 nutrition pharmacy market amounted to 249 million dollars which is equal to 169 million packs.

Pharmacy nets reinforced their position among other market players by enlargement, geographic expansion, and pharma-markets development.

Tendency to business diversification due to pharmaceutical plants purchase and construction has been outlined among large distributor companies: such as CV Protek, SIA International and Biotek.

The most attractive Russian areas by pharmaceutical market volume, growth rate and drug consumption per head are: Moscow, Moscow Region, Saint Petersburg, Novosibirsk Region, Irkutsk Region, Altai Territory, Sverdlovsk Region, Khanty-Mansi Autonomous Region, Samara Region, Omsk Region, Bashkir Republic, Khabarovsk Territory, Chelyabinsk Region, Leningrad Region, Kemerovo Region, Sakha (Yakutiya) Republic.

<sup>12</sup> Customs price does not include customs tax (mainly 10%), VAT (10%) and specific tax (0.15%).



**Полное, качественное и  
своевременное обеспечение  
компаний фармацевтического рынка  
России маркетинговыми  
исследованиями и рекламной  
поддержкой**

Маркетинговое агентство DSM Group создано в 1999 году. Два ключевых направления деятельности фирмы – маркетинговые исследования фармацевтического рынка России и рекламная поддержка компаний этой отрасли.

### **ИССЛЕДОВАНИЯ**

- Ежемесячный розничный аудит фарм-рынка РФ (система менеджмента качества соответствует требованиям ISO 9001:2000), у Вас через 25 рабочих дней.
- Ежемесячный анализ емкости рынка, тенденции и прогнозы.
- Анализ конкурентного окружения препарата.
- Мониторинг и анализ продаж препарата через дистрибьюторскую сеть.
- Опросы аптечных учреждений.
- Маркетинговое планирование.

### **РЕКЛАМА**

- Дизайн и разработка фирменного стиля.
- Сувенирная продукция для специалистов фармотрасли и промо-акций.
- Полиграфия любой сложности.
- Организация промо- и корпоративных мероприятий (от 20 до 1500 человек).
- Медиа-размещение.
- Наружная реклама.
- Съёмка корпоративного видео.
- Почтовая рассылка по адресной базе аптечных учреждений России.

Штат компании насчитывает около 60 профессионалов в области фармацевтики, маркетинга и рекламы. Экспертное мнение специалистов DSM Group высоко ценится в фармацевтической среде и в деловых кругах.

С нашей помощью Вы сможете более эффективно использовать потенциал Вашей компании, а значит укреплять и развивать свой бизнес.

Мы будем рады видеть Вас в гостях по адресу: Москва, 5-ая ул. Ямского поля, д.7, стр.2  
Телефон: (495) 780-72-63  
780-72-64  
Факс: (495) 780-72-65  
<http://www.dsm.ru>



Информация основана на данных розничного аудита  
фармацевтического рынка РФ DSM Group,  
система менеджмента качества которого соответствует  
требованиям ISO 9001:2000

