The background of the cover is a stylized, monochromatic cityscape in shades of purple and grey. It includes silhouettes of skyscrapers, a bridge, and a road with lane markings. A large, dark purple circle is overlaid on the left side of the image, containing the main title text.

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ
РЫНОК РОССИИ

2018

Вступительное слово



Вот уже 20 лет компания DSM Group занимается маркетинговыми исследованиями и аналитикой фармацевтической отрасли. Опыт и компетенции, накопленные специалистами DSM Group, снискали признание всего отраслевого сообщества. Представляем вашему вниманию итоги работы фармацевтического рынка России в 2018 году.

Главным результатом 2018 года для фармацевтического сообщества России стал минимальный рост рынка. Розничный аптечный рынок составляет более двух третей всего фармрынка России, и отсутствие роста доходов населения сказывается на нём негативно.

Главной дискуссионной темой года стало «цифровое будущее» фармотрасли. Прогноз эксперты дают самый благоприятный: несмотря на наличие сдерживающих факторов, из которых главный — нерешенный вопрос госрегулирования онлайн-продаж лекарственных препаратов, возможности для взрывного роста рынка e-commerce есть. На сегодняшний день доставка на дом ЛП, БАД и изделий медицинского назначения невозможна, хотя запрос потребителя на эту услугу существует, и весьма активный (рост рынка

в направлении онлайн-заказов лекарственных препаратов только за 2018 г. составил более 40%).

Фармрынок в целом зависит от экономики страны. К сожалению, в условиях экономического кризиса предпосылок для бурного роста оной не предвидится, что косвенно будет влиять на весь фармацевтический рынок России. Но я уверен, что наше фармацевтическое сообщество сможет выстоять в предложенных обстоятельствах и найти пути выхода из самых сложных ситуаций.

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

Содержание

Резюме	3
1. Объём фармацевтического рынка России	5
2. Коммерческий сегмент ЛП	13
3. Льготное лекарственное обеспечение	35
4. Объём закупок лекарств ЛПУ	54
5. Биологически активные добавки	66
6. Косметика	76
7. Импорт ЛП	88
8. Аптечные сети	99
9. Дистрибьюторский сектор фармацевтического рынка	107
10. Производство лекарственных средств	111

DSM Group

Генеральный директор
Сергей Шуляк

**Директор отдела
стратегических исследований**
Юлия Нечаева

Аналитик
Ирина Олипа

PR-директор
Лидия Малкова

Аналитический отчет
Фармацевтический рынок РОССИИ
Итоги 2018 г.

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

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

www.dsm.ru

Резюме

Если описывать складывающуюся ситуацию на фармрынке одной фразой, то, наверное, ей станет крылатое «Быть или не быть?». Причем выражение это применимо как к государственным инициативам, так и к тем процессам, которые происходят с участниками. Какие-то вопросы решаются с резолюцией «Быть», а какие-то откладываются в сторону с подписью «Не быть». Но надолго ли?

В 2018 году закрылся вопрос с расширением каналов продажи лекарственных средств в продуктовом ретейле. Но более остро встал другой — разрешение онлайн-торговли безрецептурными препаратами. Причем понятно, что развитие экономики во всех отраслях движется в сторону e-commerce, но на традиционные аптеки накладывается большой пул законодательных требований, которые регламентируют работу аптечного учреждения: от получения специальной лицензии на свою деятельность до квалификации сотрудников. Как простым «Быть» не сломать систему, которая выстраивалась годами, и тем самым, наоборот, не понизить лекарственную доступность?

А вот пилотный проект по маркировке ЛП вышел на следующий уровень. И уже точно понятно, что обратной дороги нет. Есть федеральный закон, который регламентирует сроки внедрения и распространения системы на весь рынок. Остались ряд вопросов (криптокодирование, его стоимость для производителя, но так или иначе процесс запущен, и максимум, на который можно рассчитывать — очередной перенос сроков.

Еще одна инициатива так и осталась пока пилотным проектом. Речь в данном случае идет о лекарственном возмещении. На протяжении нескольких лет обсуждались возможные схемы его реализации. Но в 2018 году никаких новых решений принято не было. Регионы сами проводят различные «эксперименты». Например, в Москве с 1 марта по 31 декабря 2019 года льготные категории граждан с московской пропиской могут обратиться за получением компенсационной выплаты на приобретение лекарственного препарата взамен получения бесплатного лекарства или приобретения лекарств с 50% скидкой, если необходимый препарат отсутствует по федеральной программе. То есть, опять эксперимент рассчитан на ограниченный список лиц.

Стоит отметить, что все инициативы, которые получают отметку «Быть», могут привести к существенным изменениям на рынке. С 2019 года заработала новая система ценообразования для препаратов, относящихся к ЖНВЛП. Методика рассчитана на то, что цены на лекарственные средства, входящие в этот список, должны понизиться. Все ли производители пойдут на этот шаг или просто решат уйти с рынка?

И такие системообразующие законы принимаются в не совсем благоприятных экономических условиях для фармрынка. Поэтому его участники ищут новые способы «выживания».

Объем фармацевтического рынка России в 2018 году достиг 1 682 млрд рублей, что на 2,6% выше, чем годом ранее. Объемы

продаж лекарств в натуральном выражении выросли на 1,5%, и составили 6,4 млрд упаковок.

Основной вклад в рост рынка внес коммерческий сегмент лекарств. Динамика розничного рынка продолжила положительную тенденцию 2017 года в упаковках. Прирост рынка в рублях ниже, чем в 2017 году. На это повлиял, в том числе, и низкий уровень заболеваемости гриппом и ОРВИ, который не привёл к росту спроса на «сезонные» препараты. В 2018 году на рынке преобладали две тенденции: снижение доли безрецептурных препаратов и рост рынка за счет двух ценовых сегментов — «до 50 рублей» и «свыше 500 рублей». Таким образом, структура потребления меняется в зависимости от доходов потребителя.

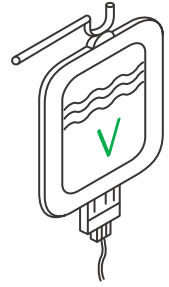
Государственный сегмент в 2018 году в деньгах остался на уровне 2017 года, а вот в упаковках сократился. Основной причиной является перераспределение закупленных лекарств в 2017 году на потребности прошлого года. Также наблюдается продолжающийся рост сегмента льготного лекарственного обеспечения, финансируемого из регионального бюджета.

Доля лекарств импортного производства в целом на рынке по итогам 2018 года составила 70,2% в рублях и 39,4% в упаковках. Первые места в рейтинге производителей сохранили за собой иностранные компании: Sanofi, Novartis, Bayer. В рейтинге ТОП-20 три отечественных производителя: «Отисифарм», «Фармстандарт» и (впервые в него попал) «Биокад».

Консолидация на аптечном рынке принимает всё новые формы: появились партнерские союзы со «средними» и крупными (более 1000 точек) сетями, организовываются объединения для единичных аптек, и это помимо уже сложившихся компаний. Доля ТОП-20 игроков составила 58%. Наилучших результатов в объединении аптек и аптечных сетей добилась «АСНА», заняв 13,2%. Среди «традиционных» сетей максимальную долю занимает аптечная сеть «Ригла» — 5,6%. На третью строчку поднялась компания ГК «Эркафарм» с долей 5,3%. ТОП-5 маркетинговых ассоциаций занимают 12,5% рынка.

В 2018 году дистрибьюторы изменили взаимоотношения с аптечными сетями в сторону ужесточения процесса отгрузки товара. Они стали требовать дополнительных гарантий возврата дебиторской задолженности от аптек (страхование или банковские гарантии). Изменения в принципах работы дистрибьюторов сказались на результатах и динамике лидеров. ТОП-10 компаний заняли порядка 72%. В 2018 году первое место сохранил дистрибьютор «Протек», заняв 16%. Второе место у дистрибьютора «Катрен» с долей 15,5%. Эти две компании показали отрицательную динамику по обороту относительно 2017 года. ТОП-3 в 2018 году замыкает дистрибьютор «Пульс» с долей 14,6%.

1. Объем фармацевтического рынка России



2018 год для фармацевтического рынка и всех его участников был довольно сложным. Как с экономической стороны, так и в вопросах государственного регулирования.

Снижение покупательской способности населения, уменьшение реальных денежных доходов — все это явилось одним из факторов низких темпов роста потребления лекарственных препаратов. Такая динамика привела к тому, что все участники товаропроводящей цепочки — производители, дистрибьюторы, аптечные сети — стали пересматривать свои взаимоотношения, чтобы сохранить прибыль хотя бы на уровне прошлых лет. Крупнейшие дистрибьюторы страны объявили о переходе на обеспечение товарного кредита. Производители также пытаются изменить взаимодействие с аптеками: они предлагают преференции для своего товара в рознице.

При обсуждении государственного законодательства сразу возникает ряд инициатив, которые в ближайшем будущем заметно поменяют правила работы на рынке.

2018 год на российском фармацевтическом рынке прошёл под эгидой проекта по маркировке лекарств. В этот проект были вовлечены все участники рынка. И, наверное, одним из негативных моментов стала некая нелогичность и изменчивость в принятии решений. Сначала регуляторы заложили совершен-

но невыполнимые сроки реализации программы, но в последующем они были немного сдвинуты, хотя все равно остаются слишком оптимистичными. Заметим, что в 2018 год рынок вошел с уже определёнными правилами по маркировке. Большая часть российских и зарубежных производителей закупила и установила оборудование, занялась разработкой изменений в IT-процессах. Дистрибьюторы и сети отработывали считывание кода. Однако в апреле 2018 года вышло распоряжение Правительства РФ о том, что к маркировке добавляется криптокод, нанесение и считывание которого даже в тестовом режиме затруднено. Криптокодирование увеличивает вложения в систему производителей, повышает риск появления брака при повреждении кода. В итоге ряд производителей могут просто уйти с рынка.

Оператор системы маркировки товаров в РФ — Центр развития перспективных технологий — сообщил, что стоимость услуги по маркировке будет составлять 50 коп. без учета НДС за каждую единицу товара. При этом предполагается, что данные расходы производителей лекарственных препаратов не должны повлечь за собой увеличение цен на препараты, включенные в Перечень ЖНВЛП. Соответственно, производители будут компенсировать затраты с помощью повышения цен на иные препараты.

Вторым по важности принятым законом является новая методика формирования цен на лекарственные препараты

из перечня ЖНВЛП. В 2019 году начнется масштабный пересмотр цен на весь список включенных в него препаратов. Подобного события не было ранее. Глобально цены не менялись с 2009 года. Результатом этих действий может быть заметное изменение рынка: поменяется ассортимент аптек, так как, возможно, некоторые торговые марки покинут полки, цены на ЖНВЛП снизятся.

2018 год облегчил жизнь контрактным производителям. Законодательно убрали ограничение на производство двух и более лекарственных препаратов под разными торговыми наименованиями на одной площадке. Ранее существовавшее ограничение не позволяло производителю начать производство препарата, идентичного препарату заказчика, на своей площадке. Принятие данного закона, в том числе, может увеличить рынок собственных торговых марок, которые развивают крупные аптечные сети.

В конце ноября 2019 г. вступит в силу федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу ввода в гражданский оборот лекарственных препаратов для медицинского приме-

нения», принятый в 2018 г. В соответствии с новым порядком фармпроизводители перед вводом в гражданский оборот каждой серии или каждой партии препарата обязаны предоставлять в Росздравнадзор документы, подтверждающие качество препарата, или документы, удостоверяющие соответствие препарата требованиям, установленным при его госрегистрации. В отношении первых трех серий или партий препарата, впервые произведенного в РФ (впервые ввозимого в РФ), дополнительно должен быть представлен протокол испытаний, проводимых федеральными государственными бюджетными учреждениями, аккредитованными в национальной системе аккредитации, подтверждающий соответствие серии или партии препарата показателям качества.

Множество изменений произошли в области государственных закупок. Так, с 2018 года вступили в силу правила описания объекта закупки в отношении лекарственных средств. В результате произошло некоторое упорядочивание и усреднение подхода к описанию требуемого препарата, с другой стороны — у заказчиков потенциально сохранилась возможность устанавливать специфические требования при наличии специфических потребностей.

Минздрав и ФАС разработали законопроект, который расширяет понятие взаимозаменяемости лекарственных препаратов и устанавливает нормативы: около 70% лекарств на рынке РФ должны стать взаимозаменяемыми к 2021 году. На сегодняшний день, в соответствии с действующим законодательством, только 16% позиций могут быть признаны взаимозаменяемыми. 1 января 2018 года была запущена Информационно-аналитическая система мониторинга за закупками лекарственных препаратов. С 2019 года в нее будут вводиться референтные цены для взаимозаменяемых препаратов. Все

” Вторым по важности принятым законом является новая методика формирования цен на лекарственные препараты из перечня ЖНВЛП. В 2019 году начнется масштабный пересмотр цен на весь список включенных в него препаратов

“

это в итоге должно решить главную задачу — не допустить завышения цен при госзакупках.

Определенные изменения произошли в части предоставления преференций отечественным препаратам на закупках. Так, с 2019 года в рамках применения механизма «третий лишний» подтверждать происхождение можно не только сертификатом СТ-1, но и заключением Минпромторга. Что позволяет, например, использовать преференции, предусмотренные для продукции, производимой в рамках специальных инвестиционных контрактов (возможность подтверждения статуса товара, производимого на территории Российской Федерации, до завершения фактической локализации).

Отдельно следует упомянуть и специально введенные дополнительные преференции для производителей, локализующих производство на уровне не только готовой лекарственной формы, но и фармацевтической субстанции. В 2018 году было принято решение, которое стало положительным для отрасли. Правда, нельзя сказать, что лоббирование этого решения было легким. Речь идет об инициативе разрешить продавать лекарства в неаптечном ретейле. Борьба за такое право продолжалась на протяжении 10 лет. В 2018 тема продажи лекарственных препаратов в магазинах была закрыта.

Еще одно направление развития неаптечного сегмента фармрынка — это онлайн-торговля лекарственными препаратами. Законопроект находится на рассмотрении в Государственной думе с 2017 года. Существует большая вероятность, что закон вступит в силу в 2019 году.

С 1 января в России повышен налог на добавленную стоимость с 18 до 20%. В то же время льготная ставка 10% для

лекарств остается прежней. Но, несмотря на то, что цена лекарств не меняется, стоимость услуг по всей товаропроводящей цепочке вырастет хотя бы на разницу в ставках НДС. Таким образом, в итоге можно ожидать и увеличения цен на лекарственные препараты.

Как видно, все законодательные инициативы с одной стороны должны упорядочить все процессы на фармрынке, но с другой — влияние их на его участников очень неоднозначно. В том числе они могут отрицательно повлиять на лекарственную доступность, которая является основной задачей «Фарма-2020». Стратегия программы была рассчитана на запуск отечественной фармпромышленности и снижению зависимости от импортных лекарств.

В 2018 году Минпромторг приступил к разработке «Стратегии развития фармацевтической промышленности до 2030 года» («Фарма-2030»). Задачи, прописанные в этом документе, более масштабны. Среди них усиление государственной политики по поддержке инноваций, развитие локальных компетенций в химическом и биологическом синтезе активных веществ и фармацевтических субстанций. Одним из направлений развития должен стать экспорт. К 2030 году экспорт российских лекарств должен вырасти в 5 раз. Для медицинских изделий по-прежнему главная цель — рост внутреннего производства: к 2030 г. в России должны производиться все критически важные изделия. Производство внутри страны должно вырасти в 3,5 раза по сравнению с 2017 г. — до 200 млрд руб. к 2030 г.

Остановимся и на цифрах.

Министерство финансов России в 2019 году планирует сократить расходы в

нескольких сферах, в том числе в здравоохранении. На него выделяют 459,5 миллиардов рублей, тогда как в 2018 году бюджет по этой статье — 479,7 миллиардов. Затем расходы увеличатся — в 2020 году они составят 563,2 млрд рублей, в 2021-м — 572,5. Бюджет здравоохранения на 2019 год будет ориентирован на повышение доступности и качества медпомощи. Для этого будут реконструироваться старые и строиться новые медучреждения. Что касается соотношения расходов консолидированного бюджета РФ по отрасли здравоохранения и роста ВВП, то в 2019 году расходы вырастут до 3,4 трлн рублей (по сравнению с 3,3 трлн в 2018 году), а ВВП сократится до 3,2% (в 2018 году — 3,3%).

Потребление лекарств является одной из статей расходов на здравоохранение.

По итогам года объём фармацевтического рынка составил 1 682 млрд руб., что на 2,6% выше показателя 2017 года. Динамика роста рынка замедлилась с 2016 года. До этого ежегодно объём потребления лекарственных средств возрастал более чем на 14%. Основными факторами, влияющими на снижение данного показате-

ля, стали низкая инфляция на лекарства, отсутствие индексации цен на препараты, ценообразование которых регулируется государством, а также общеэкономические факторы.

В долларах и евро в последние годы наблюдается снижение емкости рынка лекарств. Девальвация рубля приводит к тому, что динамика в иностранных валютах — отрицательная. Исключением стал только 2017 год, когда было отмечено укрепление российской денежной единицы относительно доллара и евро.

Несмотря на низкую динамику рынка в стоимостном выражении, в последние два года потребление лекарственных препаратов в упаковках растёт. И это является одним из драйверов роста рынка. В 2018 году объём продаж лекарств в натуральном выражении увеличился на 1,5%, и составил 6,4 млрд упаковок.

На рисунке 2 представлена динамика объёма фармацевтического рынка России в 2017-2018 годах в разрезе сегментов.

Государственный сектор — объём рынка, обеспеченный государственными деньгами: госпитальные закупки, льготное лекарственное обеспечение (включая программы ВЗН, ОНЛС) и региональная льгота — занимает около 31% объёма рынка лекарств. В 2017 году доля государственных затрат в потреблении ЛП была 32%, таким образом показатель упал на 1%. Политика правительства в сфере государственного обеспечения лекарствами населения остаётся стабильной, и статьи, носящие социальный характер, не сокращаются. Что касается исполненных контрактов, в 2018 году объём закупок в государственном сегменте остался на уровне 2017 года в денежном эквиваленте и упал на 8% в упаковках.

” По итогам года объём фармацевтического рынка составил 1 682 млрд руб., что на 2,6% выше показателя 2017 года. Динамика роста рынка замедлилась с 2016 года. До этого ежегодно объём потребления лекарственных средств возрастал более чем на 14% “

Динамика фармрынка, млрд руб.

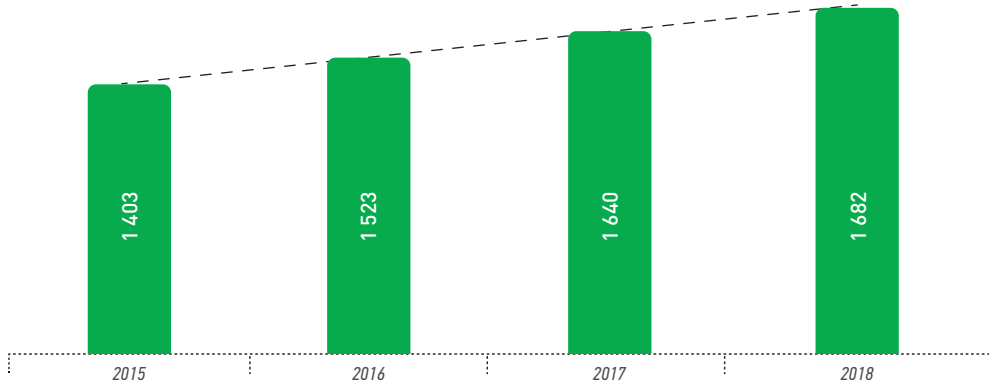
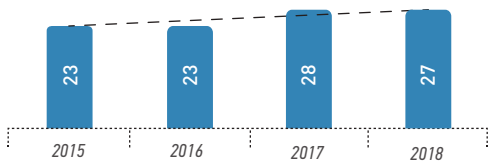


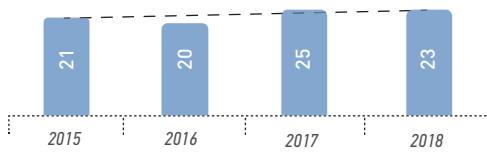
Рисунок 1

Динамика фармрынка

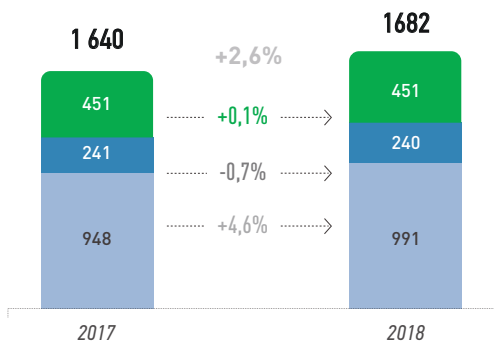
Динамика фармрынка, млрд долл.



Динамика фармрынка, млрд евро



Емкость фармрынка
млрд руб. в ценах конечного потребления



Емкость фармрынка
млн упак.

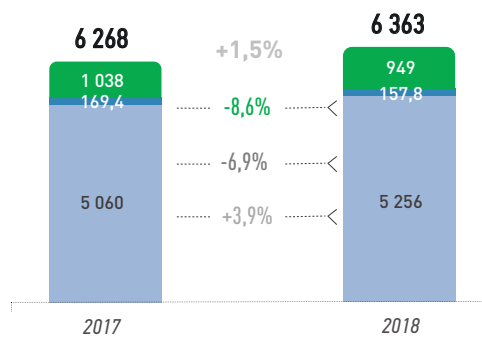


Рисунок 2

Ёмкость фармацевтического рынка

- Государственный сектор ЛП
- Коммерческий сектор парафармацевтики
- Коммерческий сектор ЛП

- Госпитальные закупки
- Льготное государственное обеспечение
- Коммерческий сектор ЛП

Сильнее всего — на 18% — выросли закупки лекарственных препаратов по региональной льготе — до 89 млрд руб. По остальным частям государственного сегмента отмечено снижение объемов: на 7% была снижена закупка лекарств для льготных категорий за счёт федеральных средств — до 108 млрд руб. Объём финансирования лекарств для нужд ЛПУ составил 258 млрд руб., что на 2% ниже показателя 2017 года.

Коммерческий сегмент ЛП является основным сегментом фармацевтического рынка, который уже на протяжении многих лет занимает существенную долю и показывает положительную динамику. Положительная динамика в упаковках в 2017-2018 годах свидетельствует о снижении влияния финансово-экономических факторов на фармацевтический рынок. При этом стоит отметить, что происходит рост упаковок двух сегментов дешевых (до 50 руб.) и дорогих (свыше 500 руб.) препаратов. Таким образом, структура потребления меняется в зависимости от доходов потребителя. Прирост рынка в рублях ниже, чем в 2017 году. На это повлиял, в том числе, и низкий уровень заболеваемости гриппом и ОРВИ, который не привёл к росту спроса на «сезонные» препараты. В 2018 году «сезон гриппа» практически отсутствовал — благодаря аномально тёплой зиме и широкому охвату населения вакцинацией.

За 2018 год через аптечную сеть было реализовано 5 256 млн упаковок лекарств на сумму 991 млрд рублей (в розничных ценах). Это на 4,6% выше, чем в 2017 году в стоимостном выражении и на 3,9% в натуральном.

Рынок в цифрах

Доля лекарств импортного производства в целом на рынке по итогам 2018 года составила 70,2% в рублях и 39,4% в упаковках. Рост рынка в натуральном выражении обеспечен положительным приростом продаж упаковок лекарств отечественного производства (увеличение составило +2,9%), тогда как продажи импортных лекарств упали на 0,5% в упаковках. В рублёвом выражении отечественные препараты выросли на 6,7%, тогда как импортные средства — только на 1,7%.

Структура рынка лекарств по типу отпуска довольно стабильна и зависит от продаж в коммерческом сегменте. Около 64,2% в денежном эквиваленте приходится на рецептурные препараты. Но за счёт более низкой цены ОТС-препараты преобладают в упаковках, и их доля составляет 56,4%.

Заметим, что основной объём продаж безрецептурных препаратов реализуется через аптеки (около 94,4% в рублях от объёма ОТС-препаратов). В государственном сегменте реализуются в основном Rx-препараты — они занимают более 93,6% от объёма потребления в тендерных закупках.

Жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты (ЖНВЛП) — перечень лекарственных препаратов, утверждаемый Правительством РФ в целях государственного регулирования цен на лекарственные средства. При реализации препаратов списка ЖНВЛП основной контроль осуществляется за формированием цены. Жёсткие правила приводят

к тому, что инфляция на препараты, входящие в список, всегда ниже общей инфляции на рынке. Рост цен на препараты из списка ЖНВЛП в целом за 2018 год составил 3,7%, тогда как препараты, не входящие в список ЖНВЛП, выросли на 7,4%.

Препараты из списка ЖНВЛП занимают порядка 50% как в натуральном, так и в стоимостном объёме от общей ёмкости рынка лекарств.

За 2018 год доля оригинальных препаратов составила 38,7% в стоимостном выражении и 14,4% в натуральном. При этом относительно 2017 года доля незначительно, но уменьшилась. Сильнее всего переключение отмечено в госсегменте. В аптечных продажах аналогичный показатель составляет около 0,7%. Но если потребитель переключается в основном на брендированные дженерики, то в госзакупках растут объёмы и дженериков, реализуемых по МНН.

Рейтинг АТС возглавляет группа [А] «Пищеварительный тракт и обмен веществ», её доля составляет 16,5%, что существенно выше, чем ёмкость дру-

гих АТС-групп. Основным каналом, через который реализуются лекарства данной группы, является аптечный сегмент — 79% в рублях приходится на приобретение лекарственных препаратов за счет средств населения.

А вот АТС, которые по объёму занимают вторую и третью строчку, в большей мере реализуются за счет государственного финансирования. Группа [J] «Противомикробные препараты для системного использования» закупается для нужд больниц (52%), а также отпускается в аптеках по льготным рецептам (7%).

Группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» включает в себя дорогостоящие препараты, средняя цена которых составляет 1 600 рублей (это в 7 раз больше, чем средневзвешенная стоимость одного лекарства в целом на рынке). Поэтому основным каналом, за счет которого финансируется отпуск лекарственных средств этой группы, являются программы льготного лекарственного обеспечения (федеральная и региональная льготы) — 51%. Также 32% денежных средств тратится на госпитальные закупки.

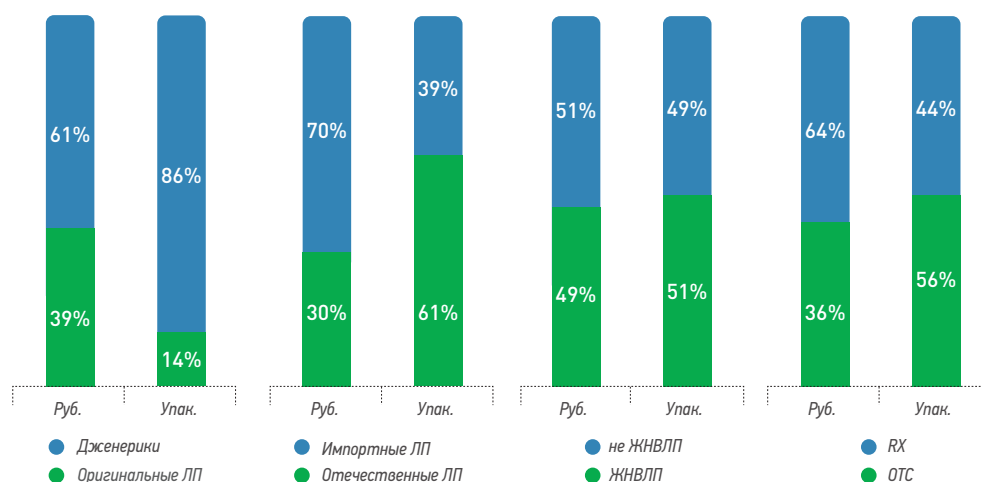


Рисунок 3

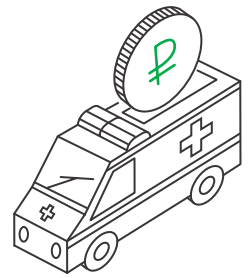
Структура рынка в различных разрезах, 2018 год

Таблица 1

Структура продаж
ЛП по АТС-группам,
2018 год

АТС-группы I уровня	Доля группы в стоимостном объеме, %	Доля группы в натуральном объеме, %
А: Пищеварительный тракт и обмен веществ	16,5%	15,5%
Ј: Противомикробные препараты для системного использования	12,3%	9,7%
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	11,0%	1,3%
С: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	10,5%	11,8%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	9,9%	14,9%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	9,6%	13,1%
В: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	7,6%	7,7%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	6,2%	6,5%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	5,8%	1,8%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	4,5%	10,7%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,2%	2,5%
V: Прочие препараты	1,6%	0,8%
Без АТС	1,4%	2,6%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	1,0%	0,8%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,2%	0,4%

2. Коммерческий сегмент ЛП



Аптечный сегмент лекарственных препаратов всегда был и остается по сей день драйвером развития фармацевтического рынка. Поэтому любые инновации и возможные изменения оцениваются участниками рынка в первую очередь по влиянию именно на этот сегмент.

Комитет Государственной Думы по охране здоровья 17 декабря 2018 года провёл рабочее совещание по обсуждению проекта федерального закона №285949-7 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части розничной торговли лекарственными препаратами дистанционным способом».

Эксперты рынка сходятся во мнении, что онлайн-продажу безрецептурных лекарств следует узаконить, однако при этом следует чётко определить меры контроля за торговыми площадками. Заметим, что данной инициативе уже не первый год. В 2018 году срок вступления в силу законопроекта о дистанционной продаже ЛП снова отложили, работа над ним продолжится в 2019 году.

Возможно, принятие закона об онлайн-торговле ускорится, если в России в полной мере заработает система электронных рецептов, которая позволит регламентировать и доставку рецептурных препаратов. Указом Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ до 2024 года» предусмотрено, что к обозначенному времени не менее 70 субъектов страны реализуют автоматизированное управление льготным лекарственным обеспечением и выписку электронных рецептов.

Но законотворческий процесс в России по внедрению цифрового контура здравоохранения еще не завершился. Например, Комитет Мособлдумы РФ по вопросам охраны здоровья, труда и социальной политики все еще ведет работу над законопроектом, который предусматривает возможность выдачи рецептов не только на бумажном носителе, но и в формате электронного документа. В Санкт-Петербурге только в 2019 г. планируют перевести пациентов на электронные карты с дублированием бумажного варианта.

Пока же Минздрав не может определиться с числом региональных медицинских информационных систем (МИС), а электронные рецепты используются только в государственных аптеках.

Помимо этого, Минздрав России приступил к разработке проекта ведомственного приказа, в соответствии с которым лечащие врачи получают возможность оформления рецептов, содержащих назначение наркотических и психотропных лекарственных препаратов, в форме электронных доку-

” Эксперты рынка сходятся во мнении, что онлайн-продажу безрецептурных лекарств следует узаконить, однако при этом следует чётко определить меры контроля за торговыми площадками “

ментов, подписанных с использованием усиленной квалифицированной электронной подписи. Сейчас такая возможность не предусмотрена — все нуждающиеся в таких препаратах могут получить только бумажный рецепт. Планируется, что документ вступит в силу в октябре 2019 г.

Но самым актуальным оставался на рынке вопрос методики ценообразования на препараты, входящие в список ЖНВЛП.

Правительство приняло новую методику ценообразования на жизненно необходимые и важнейшие препараты (ЖНВЛП). Ее введение может привести к снижению цен на ЖНВЛП в России. Формирование цен на лекарства по новой методике пройдет в 2019–2020 годах, следует из предложенных правительством поправок в федеральный закон «Об обращении лекарственных средств». Перерегистрацией цен займутся Минздрав и ФАС, которые будут проверять всю информацию, поданную производителями.

Пока лекарства из списка ЖНВЛП продолжают обращаться на рынке с ценой, сформированной по предыдущей методике. В новой и старой версиях методик различается список стран, с которыми должны сравнивать цены производители

при регистрации медикаментов в России. По новой методике все цены на зарубежные препараты будут определяться, исходя из их стоимости в Венгрии, Греции, Бельгии, Испании, Нидерландах, Польше, Румынии, Словакии, Турции, Франции, Чехии и в стране производителя. Цена в России должна быть не выше самой низкой в референтных государствах.

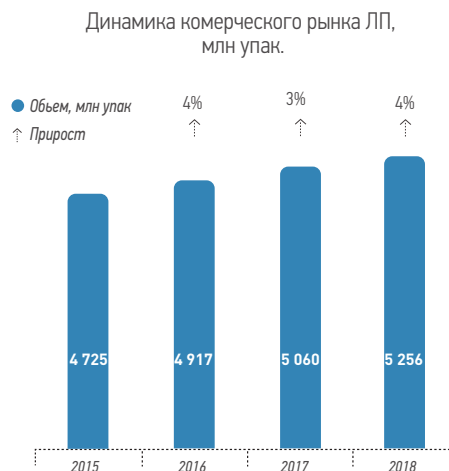
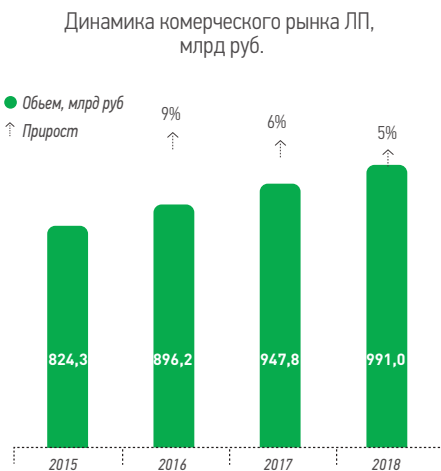
Кроме того, в новом документе предусмотрены коэффициенты снижения стоимости дженериков (препаратов-аналогов, которые выходят на рынок после окончания срока патента на инновационный препарат), чтобы каждый дженерик обязательно был дешевле инновационного препарата.

Несмотря на то, что цены на ЖНВЛП по новой методике еще не зафиксированы, в Госдуме готовятся к обсуждению законопроекта об обязательной перерегистрации цен на жизненно важные препараты. Документ предлагает перерегистрировать цену каждый раз, когда произойдет снижение в какой-либо из референтных стран.

Также предлагается предусмотреть госрегистрацию отпускных цен на лекарственные препараты стоимостью до 50 руб. включительно в уведомительном порядке на основании заявления держателя или

Рисунок 4

Динамика коммерческих продаж ЛП



владельца регистрационного удостоверения лекарственного препарата, или уполномоченного лица. При этом считается, что производители лекарственных средств будут заинтересованы в снижении цен с целью попадания в дешевый сегмент рынка и распространения на них заявленной регистрации цен.

На фоне снижающейся динамики роста рынка после полной перерегистрации цен на ЖНВЛП, возможно, мы увидим и отрицательные темпы роста коммерческого сегмента.

В 2018 году через аптеки было реализовано 5,3 млрд упаковок лекарственных препаратов на сумму порядка 991,0 млрд рублей (в розничных ценах). При сравнении с 2017 годом продажи лекарств выросли на 4,6% в стоимостном и на 3,9% в натуральном эквиваленте. Основными факторами, влияющими на прирост рынка, остаются погода и «масштабность» сезонных заболеваний, а не макрофакторы.

Заметим, что даже при условиях снижения темпов роста в стоимостном выражении последние три года динамика рынка в упаковках положительная, несмотря на довольно высокую инфляцию. В 2018 году она составила 6,1%.

Вторая и, наверное, более важная причина низких темпов роста в рублях продаж в аптеках — неравномерность сезонных заболеваний от года к году. В 2018 году повышенный спрос на противогрибковые и противовирусные препараты наблюдался только в марте, тогда как традиционно высокий уровень заболеваемости отмечается в феврале-марте и сентябре-октябре. 2018 год по данному показателю выбивается из общего ряда. Среди факторов, повлиявших на такую динамику, можно назвать высокую вакцинацию населения, а также нетипично тёплую осень.

” На фоне снижающейся динамики роста рынка после полной перерегистрации цен на ЖНВЛП, возможно, мы увидим и отрицательные темпы роста коммерческого сегмента “

Согласно данным Роспотребнадзора, 30,3% россиян прошли вакцинацию от гриппа (43,8 млн жителей России). За счёт средств федерального бюджета прививку сделали около 11 млн детей, 27,8 млн взрослых, включая 161 тыс. беременных женщин. Из других источников была профинансирована иммунизация примерно 5 млн человек, из них за счёт работодателей — более 3,3 млн человек.

В результате в тенденциях, которые сложились на аптечном рынке лекарственных средств, произошёл ряд изменений: более высокая доля — у рецептурных препаратов, смещение потребления — в пользу более дорогих лекарств.

Соотношение объёмов продаж импортных и отечественных ЛП

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

Несмотря на то, что в целом на рынке количество российских и иностранных производителей практически одинаковое (около 600 и 700 компаний соответственно), в аптеках больше представлены бренды лекарственных средств импортного производства (около 3 926, что составляет 9 831 SKU). Аналогичный показатель для отечественных препаратов на 84% меньше — 2 135 брендов (7 255 SKU). Таким образом,

видно, что иностранные компании больше реализуют «уникальные» позиции — оригинальные препараты и брендированные дженерики. Российские лекарства в большом объеме выпускаются в виде небрендированных дженериков сразу несколькими предприятиями.

В целом за 2018 год доля российских препаратов составила 28,2% в стоимостном и 58,3% в натуральном выражении. К тому же, объем реализации отечественных препаратов вырос более заметно, чем продажи импортных лекарств: +8,3% в рублях и +6,5% в упаковках. Как результат, удельный вес российских препаратов в структуре аптечных продаж продолжает увеличиваться, причём рост доли происходил как в стоимостном объеме, так и в натуральном эквиваленте.

Это произошло за счёт увеличения продаж таких популярных отечественных брендов как «Мексидол» (+13,3% в стоимостном выражении и +11,5% в натуральном), «Риностоп» (+28,5% в рублях и +27,2% в упаковках), «Тримедат» (+47,6% и +34,0% соответственно) и др.

Средневзвешенная цена одной упаковки отечественного препарата в розничных ценах в 2018 году составила 91 руб. (+1,7%

относительно 2017 г.), что приблизительно в 3,6 раза ниже стоимости упаковки импортного лекарственного средства (стоимость препарата зарубежного производства в розничных ценах аптек составила порядка 325 рублей). Вместе с тем, цена импортного лекарства выросла более существенно — на 2,7%.

Соотношение объемов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска

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

По итогам 2018 года в сегменте розничного коммерческого рынка ЛП в денежном эквиваленте выросли продажи как рецептурных, так и безрецептурных препаратов. В период повышенного уровня заболеваемости ОРВИ и гриппом наоборот возрастают объемы реализации безрецептурных лекарств. В 2018 году в отсутствие всплеска таких заболеваний продажи Rx-препаратов росли более значительными темпами, нежели объем реализации OTC-средств: +8,4% в деньгах и +9,7% в упаковках. Поэтому доля рецептурных лекарств на рынке возросла на 1,8% в обоих эквивалентах.

Рисунок 5

Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ЛП розничного коммерческого рынка России



Доля препаратов рецептурного отпуска в рублях составила 50,8%, а в натуральном выражении наибольшая доля приходится на ОТС-средства (65,9%).

Средняя стоимость упаковки рецептурного препарата составила 281 руб., безрецептурный препарат стоил в аптеке в среднем 141 руб. за упаковку. Цены на обе категории препаратов снизились относительно аналогичного периода прошлого года (на 1,2% и 0,2% соответственно).

Соотношение продаж оригинальных и дженериковых ЛП

Основной тенденцией российского фармацевтического рынка на протяжении последних лет является переключение потре-

бителей на дженериковые лекарственные препараты. Дженерики преобладают в объеме продаж, и с каждым годом их доля на рынке растёт. В натуральном выражении объем продаж дженериковых препаратов вырос на 4,6%, в результате чего воспроизведенные лекарства смогли занять в 2018 году 83,9% рынка, увеличив свою долю на 0,6%. В денежном эквиваленте удельный вес дженериковых средств вырос с 61,1% до 61,8%.

Переключение потребителя на дженерики в основном связано с увеличением спроса на небрендированные препараты. Так, в упаковках препараты, продающиеся по МНН, выросли на 5,5%, а брендированные дженерики только на 2,8%. Потребители стремятся сэкономить, и предпочитают более дешёвые средства.

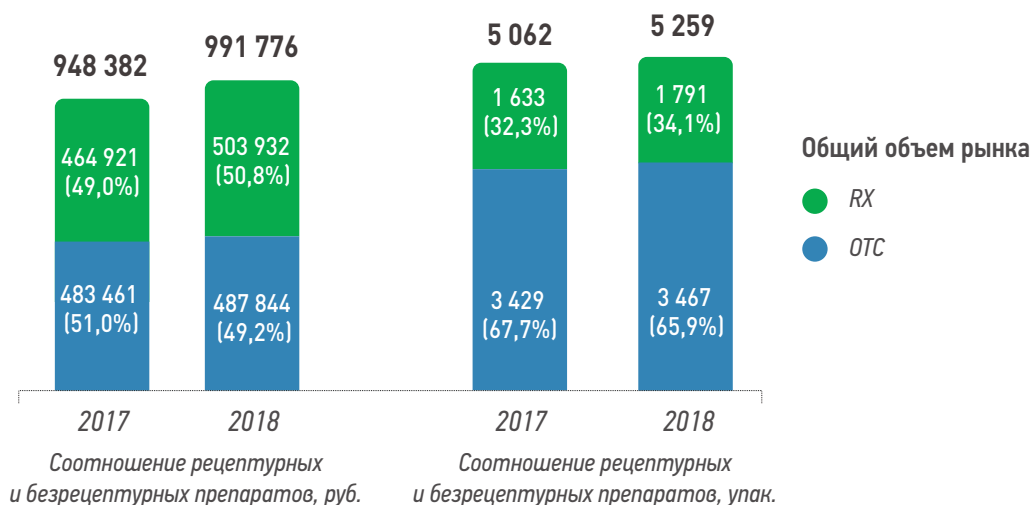


Рисунок 6

Соотношение объемов продаж ОТС и Рх-препаратов розничного коммерческого рынка России



Рисунок 7

Соотношение объемов продаж оригинальных и дженериковых препаратов розничного коммерческого рынка России

Таблица 2

Структура продаж
ЛП розничного рынка
России
по АТС-группам

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

АТС-группы I уровня	Стоимостной объем, млрд руб.	Прирост группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн упак.	Прирост группы в натуральном объеме, %
[A]: Пищеварительный тракт и обмен веществ	186,7	+2,8%	865,9	+1,5%
[C]: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	139,7	+8,9%	664,4	+10,5%
[R]: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	124,0	+4,3%	796,1	+3,4%
[N]: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	112,2	+3,0%	827,3	+1,7%
[M]: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	81,6	+5,6%	390,3	+7,4%
[G]: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	80,0	+3,9%	111,5	+1,2%
[J]: Противомикробные препараты для системного использования	73,3	+2,1%	348,8	+2,1%
[D]: Препараты для лечения заболеваний кожи	61,8	+1,3%	618,9	+3,6%
[B]: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	47,9	+14,7%	169,4	-2,0%
[S]: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	28,0	+7,3%	152,6	+18,3%
[L]: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	27,0	+0,1%	60,9	-3,9%
Без АТС	14,3	+1,3%	161,6	+0,7%
[V]: Прочие препараты	7,3	+0,8%	35,0	+0,8%
[H]: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	5,6	+12,5%	32,4	+20,1%
[P]: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	2,4	+2,6%	23,4	+3,0%

Средняя стоимость упаковки оригинального препарата составила 446 руб. (+2,6% к показателю 2017 года), дженерик продавался в среднем по 139 руб. (+1,1%).

В дальнейшем переключение на дженерики только продолжится. Особенно, если будет принят соответствующий закон. Минздрав внес в Госдуму поправки в Федеральный закон от 12.04.2010 №61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств». Цель поправок — закрепить в законе обязанность аптек в первую очередь информировать покупателя о наличии самого дешевого препарата с одним и тем же МНН и других лекарств с тем же действующим веществом. Эту обязанность устанавливают также Правила надлежащей аптечной практики (приказ Минздрава от 31.08.2016 № 647н) и Правила отпуска лекарственных средств (приказ Минздрава от 11.07.2017 № 403н).

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 1-го уровня в 2018 году практически не изменилась относительно 2017 года:

- Минимальный прирост по итогам двенадцати месяцев показала АТС-группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (+0,1%). За счёт этого она переместилась на одну строчку вниз. Такая динамика в большей мере обусловлена низким ростом «сезонных препаратов» — иммуномодуляторов; по итогам года их объём снизился на 0,5% в деньгах.

Заметим, что и другие группы, в состав которых входят препараты для лечения простудных и вирусных заболеваний, также демонстрируют приросты ниже рынка. Это соответствует сезонности, которая была показана в 2018 году: пик заболеваемости был только в марте, но и он был ниже, чем в прошлые годы, а осенний всплеск продаж не наблюдался.

Рейтинг АТС возглавляет группа [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ», её доля составляет 18,8%, что существенно выше, чем ёмкость других АТС-групп. По сравнению с 2017 годом в данной группе отмечается прирост продаж в денежном эквиваленте на 2,8%. По количеству проданных упаковок в данном сегменте отмечается менее значительный рост продаж, составивший 1,5%. Таким образом, можно сделать вывод, что наблюдаемый рост продаж в рублях по данной группе обусловлен как увеличением объёма продаж в натуральном выражении, так и повышением средних цен на препараты. Лидерами в данной АТС стали препарат для терапии заболеваний печени и желчевыводящих путей «Эссенциале», эубиотик «Линекс», на третьем месте — гепатопротекторный препарат «Гептрал». Существенный рост в данной группе демонстрируют гепатопротектор «Урсосан» (+25,1%) и антисептическое кишечное и вяжущее средство «Де-Нол» (+24,3%).

Порядка 15,9% стоимостного объёма 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 14,7%. «Энтеросгель» и «Энтерофурил» занимают в стоимостном рейтинге 2 и 3-е места с долями 10,3% и 8,1% соответственно. По количе-

ству проданных упаковок лидирует недорогой и преимущественно отечественный препарат «Уголь активированный» (почти 42,0% продаж [A07]).

Подгруппа [A11] «Витамины» в 2018 году опустилась на третью строчку в своём АТС — объём реализации снизился на 11,2% в рублях и на 7,3% в упаковках. Одной из причин является переключение потребителей на покупку препаратов, зарегистрированных как БАД.

На втором месте по стоимостному объёму располагается АТС-группа [C] «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» (14,1%). В данной группе лидируют бренды «Детралекс», «Конкор» и «Лозап». Максимальный вклад в увеличение объёмов продаж внесли такие бренды как «Вальсакор» (+141,0%), «Эналаприл» (+27,1%) и «Беталок» (+14,5%).

АТС-группа [S] «Препараты для лечения заболеваний органов чувств», поднявшаяся на десятую строчку в рейтинге вместо группы [L], показала прирост продаж в размере 7,3% к 2017 году, что помогло ей укрепить свои позиции.

В группе [S] лидирует подгруппа [S01] «Препараты для лечения заболеваний глаз» — 89,3% стоимостных продаж приходится на эту подгруппу. При этом основной объём продаж в подгруппе составляют бренды «Тауфон» и «Офтан». Аптечные продажи «Тауфона» выросли за год на 19,0%. Бренд «Офтан» же, наоборот, продемонстрировал падение продаж (-11,5%) по сравнению с 2017 годом.

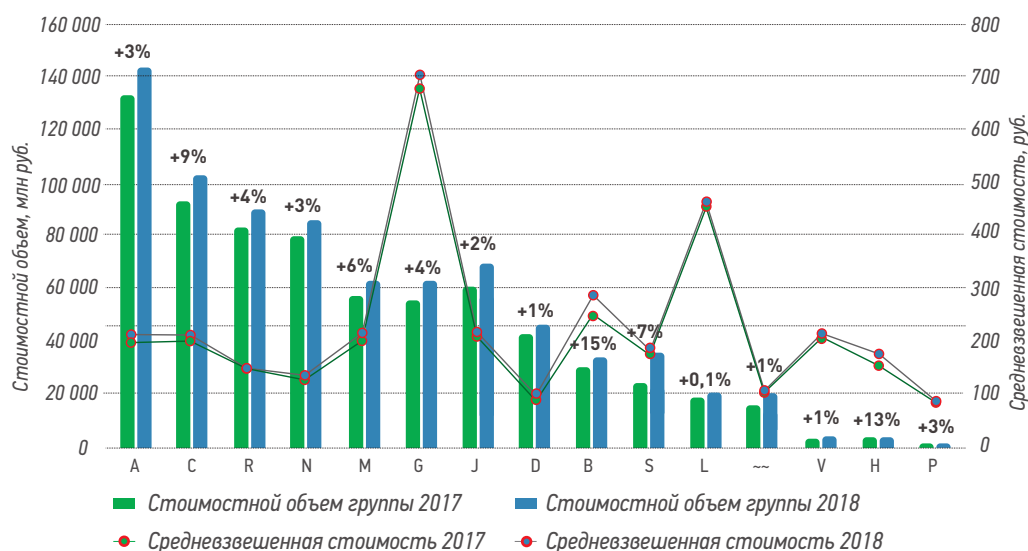
Структура коммерческого рынка по АТС-группам из года в год довольно стабильна. Прирост ёмкости и средней стоимости упаковки в АТС-группах представлен на рисунке 8.

По итогам 2018 года все АТС-группы отметились положительным приростом стоимостного объёма продаж. Наибольший темп прироста был отмечен у препаратов двух групп [B] и [H].

Продажи группы [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» выросли на 14,7%. Из ТОП-20 в данной подгруппе 16 препаратов показывают рост объёма реализации: сильнее всего выросли «Эликвис» (+116,8%) и «Ксарелто» (+50,9%). Помимо «Ксарелто», все лидеры

Рисунок 8

Структура
коммерческого рынка
ЛП в 2017-2018 гг.



отметились увеличением продаж — «Кардиомагнил» (+3,5%), «Актовегин» (+5,7%).

Наибольшая доля стоимостного объёма продаж в группе [B] приходится на подгруппу [B01] «Антикоагулянты» (64,7% от объёма продаж по группе [B]). Лидером в подгруппе является «Ксарелто», на долю которого приходится порядка 23,3% стоимостного объёма продаж за 2018 год.

На 12,5% выросли продажи группы [H] «Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)». В большей мере такая динамика обеспечена ростом объёмов подгруппы [H01] «Гипоталамо-гипофизарные гормоны и их аналоги»: популярные бренды демонстрировали прирост более чем на 40% — «Октреотид» (+151,2%), «Нордистропин» (+43,6%), «Джинтропин» (+54,3%).

В натуральном выражении лидерами по увеличению потребления стали группы [H] «Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)» (+20,1%) и [S] «Препараты для лечения заболеваний органов чувств»

(+18,3%). Сокращение аптечных продаж в упаковках было зафиксировано только у 2-х групп: [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (-3,9%) и [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (-2,0%).

Наибольшая стоимость средневзвешенной упаковки по итогам 2017 г. составила 717 руб. для препаратов группы [G] «Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны». Такая высокая цена объясняется тем, что стоимость упаковки некоторых ЛП этой группы достигает 10 тыс. руб. и выше. Также высокая цена средневзвешенной упаковки отмечается в группах [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (порядка 443 рублей) и [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (около 283 рублей).

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



Рисунок 9

Взвешенный прирост ЛП розничного коммерческого рынка по АТС-группам

Наибольший вклад в увеличение стоимостной ёмкости коммерческого рынка ЛП в 2018 году внесли группы [С] «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы», [В] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» и [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы», что суммарно составило 2,5%, или около 54% от роста рынка в целом.

Производители ЛП розничного

В таблице 3 приведены ТОП-20 производителей, лидирующих по объёму продаж в коммерческом рынке России в 2018 году.

В 2018 году на российском фармацевтическом рынке присутствовало свыше 1 120 игроков. Суммарно на ТОП-20 фирм приходится 54,3% стоимостного объёма продаж ЛП. По сравнению с 2017 годом общая доля двадцатки уменьшилась на 0,4%.

Классически первую позицию по итогам года в аптечном сегменте удерживает компания Bayer (доля 4,5% в рублях), объём продаж которой в аптечном сегменте снизился на 0,4%. Портфель компании Bayer довольно большой (73 бренда, реализуемых в аптеках). Максимальный объём продаж компании приходится на препарат «Ксарелто» — его доля в продажах компании по итогам 2018 года составила 16,0% в денежном эквиваленте, а продажи за год увеличились на 50,9%, что стало наибольшим увеличением продаж среди ключевых препаратов. На втором месте по приросту объёма реализации (из ТОП-10

портфеля Bayer) находится бренд «Клайра»: +27,4% к уровню продаж 2017 года. В натуральном выражении по объёму продаж лидируют такие известные бренды как «Релиф», «Ренни», «Бепантен». На эти три позиции приходится свыше 30,1% проданных упаковок, что почти в два раза превышает суммарную долю этих препаратов в стоимостном объёме продаж компании.

Компания Sanofi заняла вторую позицию в рейтинге, уступив лидеру всего лишь 0,3% по доле в рублях. Объём продаж компании в 2018 году вырос на 0,2% по отношению к предыдущему году. Лидирующий «Эссенциале» по итогам 2018 года занимает 11,7% от совокупного объёма продаж Sanofi, а удельный вес «Лозап» и «Но-шпа», занимающих вторую и третью строчку, составил 11,6% и 6,1%.

На третьем месте расположилась корпорация Novartis с долей 4,2%. Темп прироста продаж компании по итогам 2018 года был положительным (+6,3%). Ряд ключевых препаратов компании отметились заметным увеличением продаж — «Линекс» (+3,7% к уровню продаж 2017 г.), «Амоксиклав» (+8,6%), «АЦЦ» (+14,4%). Наибольший рост среди самых востребованных препаратов компании показал бренд «Азарга» (+28,4%). Но также стоит отметить, что в портфеле Novartis была и «падающая» группа препаратов: «Экзодерил» (-10,4% по сравнению с уровнем продаж 2017 года), «Кетонал» (-2,6%) и др.

По итогам 2018 года улучшили свои позиции 5 компаний из ТОП-20 производителей коммерческого рынка лекарств. У словенской компании KRKA аптечные продажи препаратов выросли на 16,7% благодаря стабильному росту спроса на такие ЛП как «Вальсакор», «Роксера», «Септолете» и др. Темп прироста корпорации Polpharma оказался максимальным среди

” В 2018 году на российском фармацевтическом рынке присутствовало свыше 1 120 игроков “

Рейтинг 2018 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млрд руб. 2018 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	Bayer	45,0	-0,4%	4,5%
2	-	Sanofi	41,5	+0,2%	4,2%
3	-	Novartis	41,5	+6,3%	4,2%
4	-	Teva	36,9	-5,3%	3,7%
5	-	Servier	34,3	+5,0%	3,5%
6	-	«Отисифарм»	34,1	+7,6%	3,4%
7	-	Takeda	30,0	+8,3%	3,0%
8	+1	GlaxoSmithKline	26,8	+0,6%	2,7%
9	+1	Berlin-Chemie	26,7	+3,2%	2,7%
10	+1	Gedeon Richter	26,7	+5,0%	2,7%
11	-3	Stada	26,1	-4,4%	2,6%
12	+1	KRKA	25,2	+16,7%	2,5%
13	-1	Abbott Laboratories	23,4	+7,5%	2,4%
14	-	Johnson & Johnson	20,2	-2,8%	2,0%
15	-	«Фармстандарт»	19,4	+2,0%	2,0%
16	-	Astellas Pharma	17,3	+10,0%	1,7%
17	-	Dr.Reddy's	16,7	+7,3%	1,7%
18	+1	Polpharma	16,5	+19,9%	1,7%
19	-1	«Валента Фарм»	15,8	+3,9%	1,5%
20	-	Pfizer	14,0	+2,6%	1,4%

Таблица 3

ТОП-20 производителей ЛП по стоимостному объёму по итогам 2018 г.

компаний ТОП-20 — 19,9% к уровню продаж 2017 г. за счёт увеличения реализации ряда брендов, в частности, «Омепразола», «Ацикловира» и «Аквадетрима». Фирмам GlaxoSmithKline, Berlin-Chemie, Gedeon Richter также удалось подняться на одну позицию в рейтинге.

Следует отметить, что 12 компаний-участниц ТОП-20 сохранили свои позиции в 2018 г. При этом у большей части производителей был зафиксирован прирост продаж.

Четыре компании из ТОП-20 показали отрицательную динамику. Сильнее всего упали продажи производителя Teva за счёт снижения объёмов реализации гипотензивного средства «Валз». Также снизились объёмы компании Stada, это связано с падением продаж основного препарата производителя — назального спрея «Снуп».

Рейтинг производителей в большей мере представлен иностранными компаниями: по итогам 2018 года только три компании

Таблица 4

ТОП-20
производителей ЛП
по упаковкам
по итогам 2018 г.

Рейтинг 2018 г.	Изменение	Фирма-производитель	Натуральный объем, млн упак. 2018 г.	Прирост натурального объема	Доля
1	-	«Фармстандарт»	396,6	-2,4%	7,5%
2	+1	«Отисифарм»	186,1	+8,6%	3,5%
3	+5	«Озон»	175,3	+32,6%	3,3%
4	+1	«Верофарм»	170,0	+5,9%	3,2%
5	-3	Stada	167,0	-6,3%	3,2%
6	+1	«Обновление»	158,3	+7,0%	3,0%
7	-3	Teva	147,9	-10,1%	2,8%
8	-2	«Тулская Фармацевтическая Фабрика»	146,6	-1,2%	2,8%
9	+3	Polpharma	113,7	+17,0%	2,2%
10	-1	Novartis	111,4	+0,2%	2,1%
11	-1	Dr.Reddy's	109,9	+4,7%	2,1%
12	-1	Sanofi	107,0	+6,6%	2,0%
13	-	«Татхимфармпрепараты»	93,1	-1,7%	1,8%
14	+2	Takeda	91,3	+7,1%	1,7%
15	-1	Berlin-Chemie	88,4	-1,0%	1,7%
16	+1	Gedeon Richter	84,4	+3,3%	1,6%
17	-2	GlaxoSmithKline	81,6	-4,4%	1,6%
18	+1	Servier	80,6	+2,4%	1,5%
19	+1	KRKA	79,4	+9,9%	1,5%
20	-2	Johnson & Johnson	78,5	-3,5%	1,5%

относятся к российским. Максимальную долю занимает «Отисифарм» (3,4%), располагаясь на 6-й строчке.

В упаковках лидерами аптечного спроса по большей мере являются российские производители. Максимальная доля у «Фармстандарта» (7,5%). «Отисифарм» занимает порядка 3,5% в упаковках от аптечных продаж. Тройку лидеров замыкает «Озон» — 3,3%. Концентрация по данному показателю чуть ниже, чем аналогичный показатель в стоимостном выражении: на ТОП-20

производителей приходится 50,7% реализации лекарств в натуральном выражении.

Препараты розничного рынка

В таблице 5 приведены ТОП-20 брендов, лидирующих по объему продаж на коммерческом рынке России в 2018 году.

В рейтинге брендов, лидирующих по стоимостному объёму на коммерческом рынке, можно отметить ряд существенных из-

Рейтинг 2018 г.	Изменение	Бренд	Стоимостной объём, млрд руб. 2018	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	«Нурофен»	7,7	+3,1%	0,8%
2	+11	«Ксарелто»	7,2	+50,9%	0,7%
3	-1	«Детралекс»	6,8	+8,4%	0,7%
4	-1	«Кагоцел»	6,7	+7,6%	0,7%
5	-1	«Конкор»	6,3	+3,6%	0,6%
6	-1	«Кардиомагнил»	6,2	+3,5%	0,6%
7	-	«Ингавирин»	6,1	+7,7%	0,6%
8	-	«Актовегин»	6,0	+5,7%	0,6%
9	-	«Мирамистин»	5,9	+4,8%	0,6%
10	+1	«Мексидол»	5,8	+13,3%	0,6%
11	+1	«Пенталгин»	5,4	+6,4%	0,5%
12	-2	«Терафлю»	5,2	+0,6%	0,5%
13	-7	«Эссенциале»	4,8	-17,7%	0,5%
14	-	«Лозап»	4,8	+3,8%	0,5%
15	+2	«Канефрон»	4,5	+9,8%	0,5%
16	-1	«Найз»	4,4	+2,8%	0,4%
17	-1	«Линекс»	4,3	+3,7%	0,4%
18	+2	«Лориста»	4,2	+10,6%	0,4%
19	-1	«Вольтарен»	4,0	-3,1%	0,4%
20	+2	«Джес»	3,8	+4,3%	0,4%

Таблица 5

ТОП-20 брендов по объёму продаж в стоимостном выражении по итогам 2018 г.

” В 2018 году инфляция на лекарства (6,1%) была выше, чем в целом индекс потребительских цен Госкомстата (4,26%). Таким образом, рост цен на лекарства опередил увеличение цен на основные товарные группы

“

менений. Первое место в тройке лидеров по-прежнему удерживает анальгетик «Нурофен» с долей на рынке 0,8%. На вторую строчку поднялся антикоагулянтный препарат прямого действия «Ксарелто» (+11 мест), показав максимальный прирост среди брендов ТОП-20 (+50,9%). На третью позицию был смещён венотонизирующий и венопротекторный препарат «Детралекс».

Гепатопротектор «Эссенциале» по итогам продаж 2018 года оказался на 13-м месте (-7 строчек), продемонстрировав максимальное снижение продаж (-17,7%).

Из существенных положительных изменений можно отметить +11 мест препарата

«Ксарелто», +2 позиции у «Канефрона» и «Лориста». Покинул рейтинг только стимулятор репарации тканей «Терафлекс» (33-я строчка).

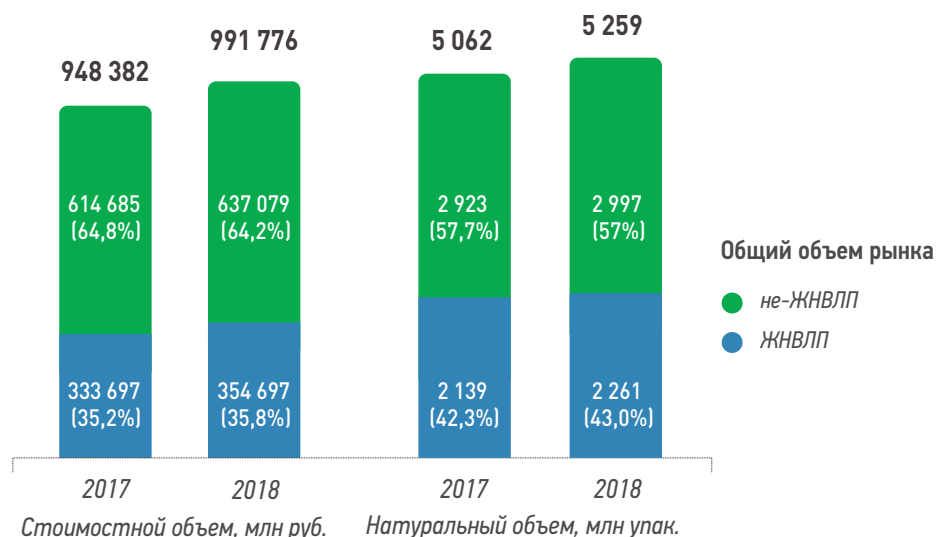
В натуральном выражении продолжают лидировать «традиционные» дешёвые препараты «Бактерицидный пластырь», «Цитрамон» и «Ацетилсалициловая кислота». Только четыре препарата, входящих в ТОП-20 по упаковкам, показали отрицательную динамику: «Цитрамон» (-6,6%), «Активированный уголь» (-6,0%), «Валериана» (-5,8%), «Валидол» (-3,8%). Наибольшие темпы роста демонстрируют «Тауфон» (+149,7%), «Эналаприл» (+39,7%) и «Риностоп» (+27,2%). Отметим, что ТОП-20 брендов по натуральному выражению занимает 21,2% от аптечных продаж, то есть их концентрация выше, чем в стоимостном объёме. Средневзвешенная цена ТОП-20 в упаковках составляет около 29 рублей.

ЖНВЛП

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

Рисунок 10

Соотношение продаж препаратов перечня ЖНВЛП и не-ЖНВЛП



В отчётном году в перечень ЖНВЛП вошло 699 международных непатентованных наименований лекарственных препаратов. С 2017 года перечень ЖНВЛП стал обновляться 1 раз в год. В декабре 2018 года премьер-министр подписал распоряжение Правительства РФ от 10.12.2018 г. № 2738-р, согласно которому перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов в 2019 году будет дополнен 38 препаратами и 2 новыми лекарственными формами для уже включённых в этот перечень препаратов. Всего перечень ЖНВЛП на 2019 год будет содержать 735 МНН.

По итогам 2018 года в продажах аптек было зафиксировано 598 МНН, относящихся к перечню ЖНВЛП (что соответствует 2 086 брендам). Объём продаж препаратов перечня ЖНВЛП составил почти 354,7 млрд рублей или 2 261 млн упаковок (рисунок 10).

Отметим, что в стоимостном выражении объём продаж ЖНВЛП вырос более существенно, чем по остальному перечню препаратов (6,3% — ЖНВЛП, 3,6% — не-ЖНВЛП). В натуральном выражении аналогичная картина: в упаковках препараты ЖНВЛП увеличились на 5,7%, тогда как объём реализации препаратов, не включённых в список, поднялся на 2,6%.

Доля отечественных жизненно необходимых лекарственных препаратов в натуральном выражении составила 53,7%, в деньгах их доля — 28,9%.

Средневзвешенная цена на ЖНВЛП по итогам 2018 г. оказалась равна 157 руб., причём цена одной упаковки отечественного препарата составила около 84 руб., а импортного почти в 2,9 раза выше (241 руб.).

Средняя стоимость препаратов ЖНВЛП не превысила средневзвешенную цену на остальные препараты (213 руб.). Это свидетельствует о том, что в сегменте ЖНВЛП смещение продаж в сторону дорогих ЛП менее очевидно, чем в целом по рынку, что объясняется жёстким регулированием цен на лекарства из перечня ЖНВЛП.

На рисунке 11 приведён индекс цен по различным группам лекарств.

В 2018 году инфляция на лекарства была довольно высокая, особенно на фоне отсутствия ее в 2017 году — по итогам декабря 2018 года цены выросли только на 6,1% относительно декабря 2017 года. Увеличение цен на препараты списка ЖНВЛП было заметно ниже: в 2018 году такие препараты выросли на 3,7%. На остальные лекар-

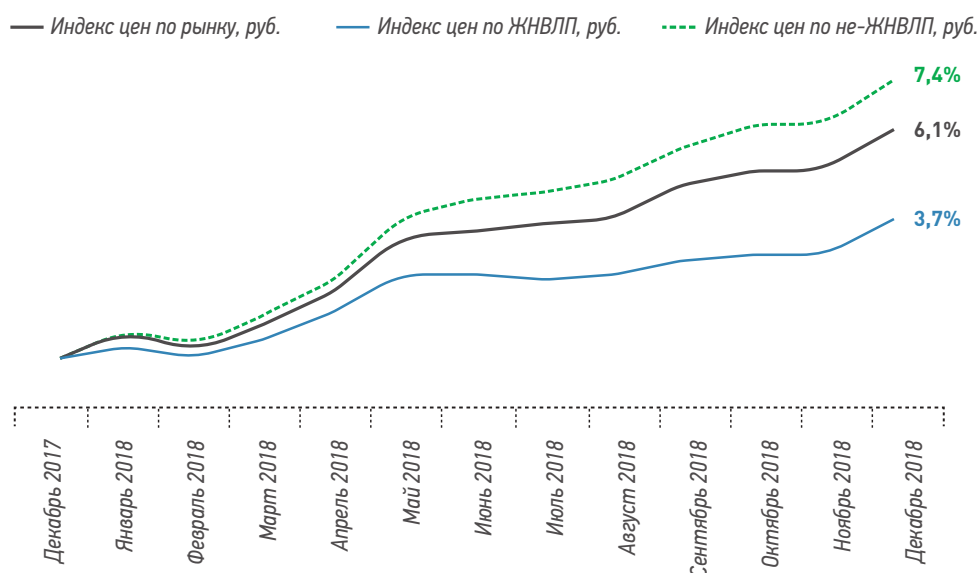


Рисунок 11

Динамика индекса цен на коммерческом рынке в 2018 г.

Таблица 6

 Рейтинг продаж МНН,
включенных в ЖНВЛП

Рейтинг 2018 г.	Изменение	МНН	Доля в продажах ЖНВЛП, руб.	Объём продаж, млрд руб.	Лидер среди брендов внутри МНН
1	-	Ксилонметазолин	4,5%	16,1	«Тизин»
2	-	Ибупрофен	3,3%	11,7	«Нурофен»
3	-	Панкреатин	2,7%	9,4	«Креон»
4	-	Бисопролол	2,6%	9,4	«Конкор»
5	+7	Ривароксабан	2,0%	7,2	«Ксарелто»
6	-1	Этилметилгидроксипиридина сукцинат	1,9%	6,6	«Мексидол»
7	-1	Имидазолилэтанамида пентандиовой кислоты	1,7%	6,1	«Ингавирин»
8	-	Аторвастатин	1,7%	5,9	«Аторвастатин»
9	-2	Амоксициллин+клавулановая кислота	1,7%	5,9	«Амоксиклав»
10	+1	Лозартан	1,6%	5,7	«Лориста»
11	-1	Омепразол	1,6%	5,7	«Омес»
12	+3	Метформин	1,5%	5,2	«Сиофор»
13	+3	Урсодезоксихолевая кислота	1,4%	5,0	«Урсосан»
14	-5	Амброксол	1,3%	4,6	«Лазолван»
15	+2	Тамсулозин	1,3%	4,5	«Омник»
16	+2	Цетиризин	1,2%	4,3	«Цетрин»
17	+2	Периндоприл	1,2%	4,3	«Престариум А»
18	+2	Адеметионин	1,2%	4,2	«Гептрал»
19	-6	Азитромицин	1,2%	4,2	«Сумамед»
20	+1	Амоксициллин	1,2%	4,2	«Флемоксин Солютаб»

ственные позиции, продающиеся в аптеках, инфляция составила 7,4%.

Рейтинг продаж ЛП по МНН, включённым в перечень ЖНВЛП, представлен в таблице 6. Возглавляет рейтинг МНН, включённых в перечень ЖНВЛП, «Ксилометазолин», объём продаж которого вырос в 2018 году на 3,2% относительно прошлого года. Отметим, что в 2016–2017 гг. лидером также был «Ксилометазолин». Расстановка сил в верхней части рейтинга в целом незначительно изменилась: укрепило свои позиции МНН «Ривароксабан», поднявшись на 7 строчек вверх благодаря приросту объёма продаж на 50,9%. Данное увеличение объёма реализации было обеспечено ростом популярности антикоагулянта прямого действия «Ксарелто». В целом продажи всех МНН рейтинга в 2018 г. выросли относительно предыдущего года. Максимальный прирост объёма продаж продемонстрировали МНН «Ривароксабан» (+50,9%), «Метформин» (+20,8%) и «Урсодезоксихолевая кислота» (+17,0%). Два МНН отметились снижением про-

даж — максимальное у МНН «Амброксол» (-15,2%).

Ценовая сегментация препаратов розничного рынка

Средняя стоимость упаковки ЛП на коммерческом рынке в 2018 году выросла на 0,7%, и составила 189 рублей. Рассмотрим, из чего складывается эта величина.

На рисунке 12 представлена структура коммерческого рынка и средняя стоимость упаковки в ценовых сегментах в 2017–2018 гг.

Доля препаратов стоимостью ниже 50 рублей за последний год не изменилась, согласно рисунку 12. Стоит отметить, что доля данных препаратов в списке ЖНВЛП выросла на 0,1%. Наметилась тенденция смещения спроса в пользу «самых дешёвых» и «самых дорогих» препаратов. Это обусловлено изменением покупательских предпочтений, которые во многом зависят от платёжеспособности: при ухудшении ситуации потребитель переключается и начинает

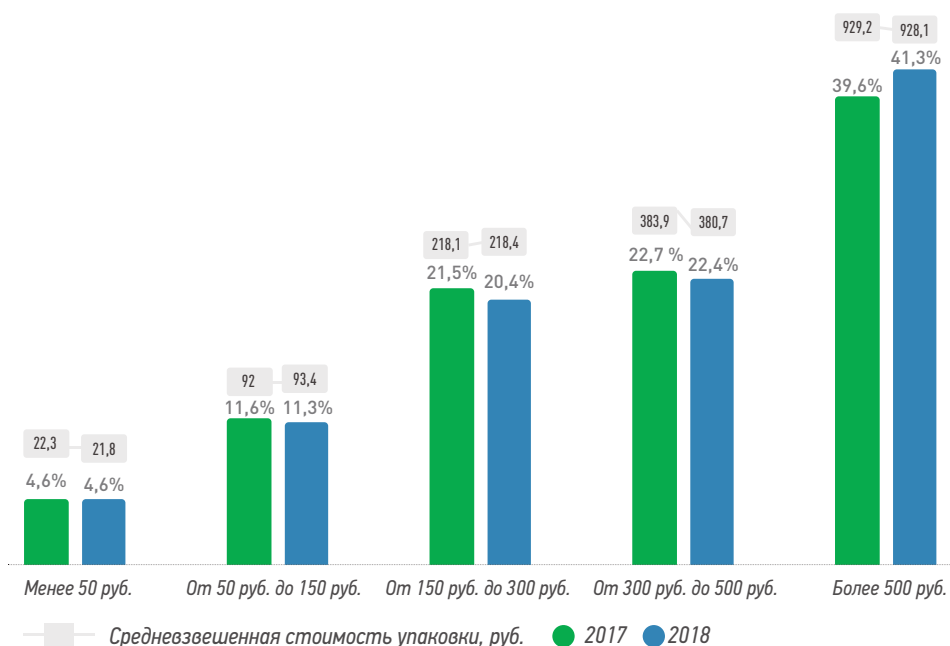


Рисунок 12

Структура стоимостных продаж ЛП розничного рынка по ценовым сегментам

экономить; при стабильной ситуации может позволить себе лекарственные средства с более высокой ценой.

При этом, если «закрепить» потребительскую корзину на уровне 2017 года (то есть вне зависимости от того, какая цена у препарата в 2018 году, он попадёт в тот же сегмент, в котором оказывается по итогам 2017 года), то доля препаратов с ценой менее 50 руб. в 2018 году составит 5,4%, то есть на 0,8% больше, чем в 2017 году. Это свидетельствует о том, что происходит смещение спроса в сторону более дешёвых препаратов за счёт роста потребления, а не вследствие снижения цен. Этот фактор подтверждается ещё и тем, что доля средних сегментов снизилась относительно уровня 2017 года. И только сегмент с ценой свыше 500 рублей вырос в доле на 1,6% в рублях. Таким образом происходит фокусирование потребителя на более дешёвых и дорогостоящих ЛП.

Сегмент препаратов с ценой до 50 руб. остаётся самым ёмким в натуральном выражении, и составляет 40,1%. При сравнении с 2017 годом было отмечено увеличение доли данной ценовой категории на 1,2%.

Наиболее быстрорастущая ценовая группа как в стоимостном (+8,9%), так и в натуральном выражении (+9,0%) — группа препаратов стоимостью от 500 рублей, её доля увеличилась на 1,6%, и составила 41,3% в рублях. В упаковках доля этой группы не столь высока — 8,4%.

Объём продаж остальных ценовых сегментов увеличивался более низкими темпами, и вырос в пределах 4,5%.

Индекс цен препаратов розничного рынка

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

Несмотря на рост рынка в упаковках, ценовой фактор также внёс свой вклад в рост аптечного рынка. В большей мере это было связано с изменением структуры продаж. Но стоит отметить, что и инфляция на лекарства была довольно высокая. По итогам декабря 2018 года цены выросли на 6,1% относительно декабря 2017 года.

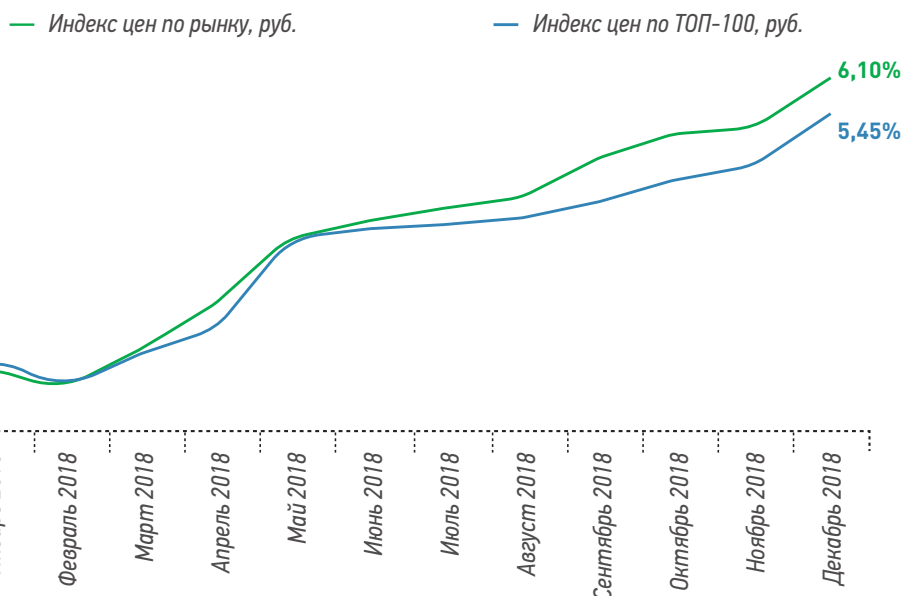


Рисунок 13

Изменение цен на ЛП на коммерческом рынке России в 2018 г.

В 2018 году инфляция на лекарства (6,1%) была выше, чем в целом индекс потребительских цен Госкомстата (4,26%). Таким образом, рост цен на лекарства опередил увеличение цен на основные товарные группы.

Наиболее востребованные препараты росли в цене чуть медленнее, чем в целом была инфляция на лекарства: индекс цен на ТОП-100 торговых наименований по обороту в 2018 году составил 5,45% (рис. 13). Заметим, что до мая 2018 года увеличение стоимости было практически одинаково, а вот с лета аптеки стали работать с ассортиментом по-разному, пытаясь привлечь потребителя более низкими ценами на ходовые позиции, но повышая более существенно цены на остальной ассортимент.

Индекс цен на импортные и отечественные препараты в 2018 г. показан на рисунке 14.

Высокий рост цен на препараты отмечается во всех подгруппах: импортные увеличились в цене на 5,9%, российские лекарства стали стоить дороже на 6,5%. Рецептурные препараты в среднем потребителю стали

” **Высокий рост цен на препараты отмечается во всех подгруппах: импортные увеличились в цене на 5,9%, российские лекарства стали стоить дороже на 6,5%. Рецептурные препараты потребителю стали обходиться в среднем на 4,9% дороже, безрецептурные — на 7,3%** “

обходиться на 4,9% дороже, безрецептурные — на 7,3%.

Согласно данным Госкомстата, в 2018 г. лекарственные препараты заняли долю около 2,16% в базовой структуре потребительских расходов населения России, данный показатель вырос на 0,03%. Таким образом, Госкомстат ежегодно незначительно увеличивает значимость лекарств в потребительских расходах: за десять лет вес стал больше на 0,6% (в 2009 году — 1,56%).

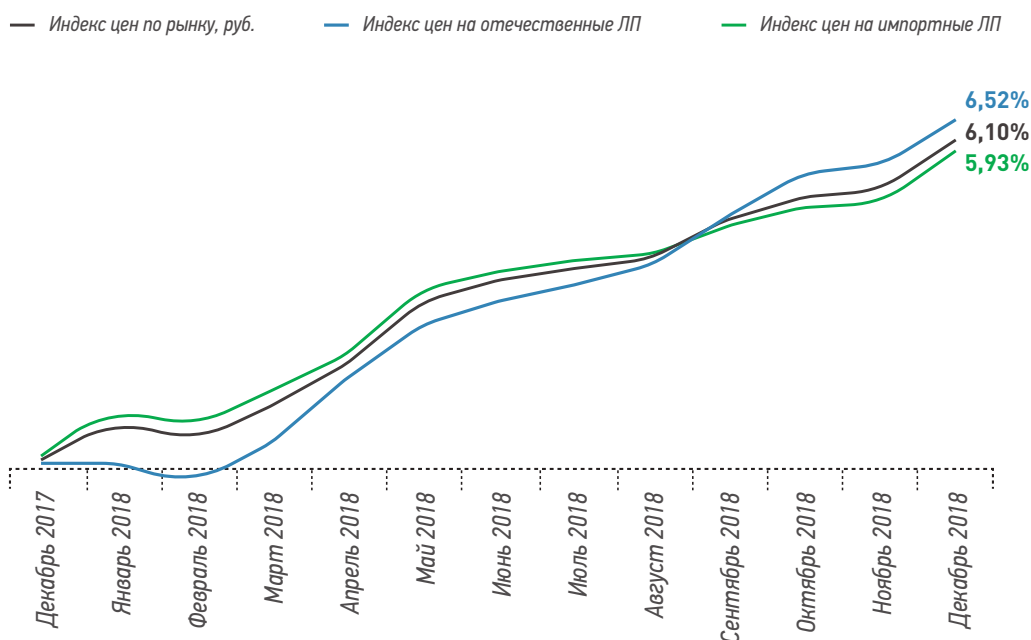


Рисунок 14

Индекс цен на препараты импортных и отечественных производителей на коммерческом рынке России в 2018 г.

Таблица 7

ТОП-20 новых брендов
2018 года
на коммерческом
рынке РФ

№	Бренд	Фирма-производитель	Объем продаж, млн руб.	Дата появления в аптеке
1	«Ангидак»	«Гротекс»	173,0	Апрель 2018
2	«Детрагель»	Servier	136,7	Март 2018
3	«Артогистан»	«Гротекс»	117,1	Январь 2018
4	«Триалгин»	«ФармВИЛАР»	114,1	Январь 2018
5	«Костарокс»	Novartis	94,9	Апрель 2018
6	«Дезгrippин»	«ФармВИЛАР»	86,7	Февраль 2018
7	«Корвалол Форте»	«Фармак»	81,3	Февраль 2018
8	«Фри-Ал»	«Алси Фарма»	65,9	Январь 2018
9	«Мидзо»	«Ласа Лабораториос»	61,9	Апрель 2018
10	«Ангиорус»	Marathon Pharma	44,1	Январь 2018
11	«Ранавексим»	«Авексима»	38,1	Январь 2018
12	«Пикодинар»	«Гротекс»	36,3	Март 2018
13	«Престилол»	Servier	30,2	Апрель 2018
14	«Мексилек»	«Лекфарм»	27,0	Февраль 2018
15	«Телзап»	Sanofi	25,6	Апрель 2018
16	«Имновид»	Celgene	25,4	Март 2018
17	«Ревмарт»	«Алси Фарма»	23,7	Апрель 2018
18	«Энцетрон-Солофарм»	«Гротекс»	23,2	Июль 2018
19	«Форливер Хелп»	«ФармВИЛАР»	21,7	Август 2018
20	«Тадалафил»	«Северная Звезда»	20,6	Июль 2018

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

Общий индекс потребительских цен в 2018 году составил 4,26%. При этом самый большой рост цен наблюдался на бензин (9,2%). Менее всего выросли цены на услуги (3,9%).

Новые препараты розничного рынка

В 2018 году в аптеках появилось около 300 новых брендов лекарственных препаратов. Общий объем продаж новых препаратов в 2018 году превысил 1,8 млрд руб. и 6,0 млн упаковок, что составило 0,2% стоимостного и 0,1% натурального объема аптечных продаж всех лекарственных средств розничного коммерческого рынка. Средневзвешенная цена одной условной упаковки нового препарата составила 302 рубля.

Рассмотрим бренды, вошедшие в рейтинг ТОП-20 новых торговых наименований на коммерческом рынке РФ по итогам 2018 года. Наиболее высокие продажи в стоимостном выражении среди лекарственных препаратов, которые вышли на рынок в 2018 году, показал отечественный бренд «Ангидак» («Гротекс»). Данный бренд относится к группе нестероидных противовоспалительных средств и применяется в стоматологии в виде дозированного спрея для местного применения. Объем продаж данного препарата составил 173,0 млн рублей.

Вторую строчку рейтинга занимает вено-тонизирующий препарат «Детрагель» французской фармацевтической компании Servier в форме геля для наружного применения с объемом 136,7 млн руб. «Детрагель» — препарат, предназначенный для терапии синдрома варикозного расширения вен. Действующим веще-

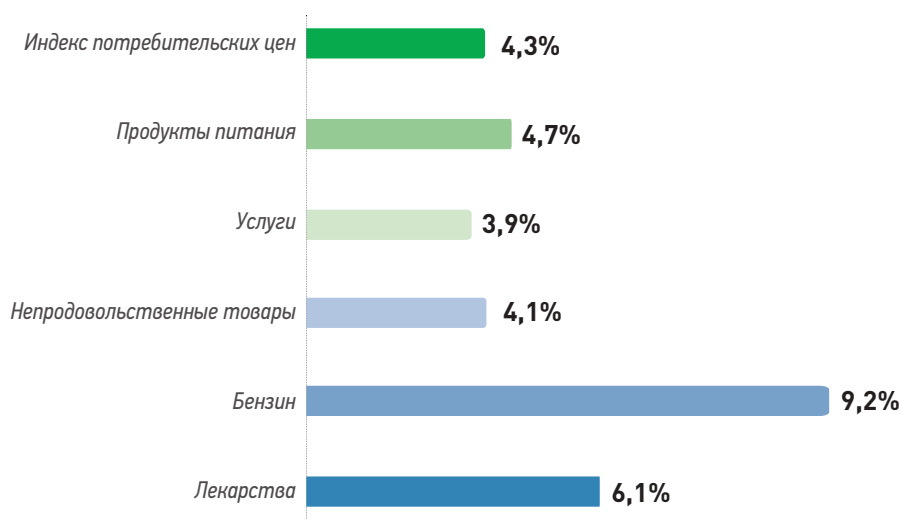


Рисунок 15

Индекс потребительских цен в России (декабрь 2018 г. к декабрю 2017 г.)

ством данного бренда является «Гепарин натрия+фосфолипиды+эсцин».

Замыкает тройку лидеров ещё одна новинка от фирмы «Гротекс» с объёмом 117,1 млн руб. — стимулятор репарации тканей «Артогистан» в форме раствора для внутримышечного введения. Продажи данного бренда в аптеках были зафиксированы с января 2018 года, и он является российским аналогом немецкого препарата «Терафлекс». «Артогистан» считается очень эффективным средством, применяемым при дегенеративно-дистрофических заболеваниях суставов и позвоночника, а также для ускорения формирования костной мозоли при переломах.

Препарат «Триалгин» («ФармВИЛАР») с действующим веществом «Кофеин + метамизол натрия + фенobarбитал» выпускается в таблетированной форме. Данный отечественный препарат применяется при болевом синдроме различного генезиса (зубная боль, головная боль, боли в мышцах и суставах, при болезненных менструациях), а также для ослабления симптомов ОРЗ и простуды.

Вышедший на рынок в апреле 2018 года новый противовоспалительный и противоревматический препарат «Костарокс» (Novartis), объём продаж которого составил в рассматриваемом периоде 94,9 млн руб., содержит в своём составе действующее вещество «Эторикоксиб». Данное средство, которое выпускается в форме таблеток, покрытых плёночной оболочкой, относится к сегменту дорогостоящих препаратов (свыше 300 руб./упак.).

В заключение необходимо отметить, что большинство новых препаратов зарубежного производства. Тем не менее, российские компании в 2018 году вывели на рынок 143 новых бренда, и 12 из них вошли в ТОП-20 новых торговых наименований в стоимостном выражении за заданный период времени.

3. Льготное лекарственное обеспечение



Уже не первый год в России действует программа, предполагающая выдачу бесплатных или льготных медикаментов определённым категориям граждан. Согласно статистике, около 15,5 млн человек в стране имеют право на подобные лекарства. 77% из этого перечня предпочитают получать вместо льготных препаратов денежную компенсацию, и только 3,5 млн человек пользуются этой возможностью. Законодательство Российской Федерации гарантирует льготное обеспечение отдельных категорий граждан лекарственными препаратами за счёт бюджетных средств различных уровней.

Одной из основополагающих программ ЛЛО является ОНЛС, предусматривающая обеспечение льготников необходимыми препаратами в соответствии со стандартами медицинской помощи. Точный перечень льготных лекарств ежегодно регламентируется Министерством здравоохранения и социального развития РФ. Речь идёт об утверждённом документе, который регулярно обновляется — одни препараты исключаются, тогда как другие, наоборот, попадают в список. Например, на 2019 год перечень лекарственных препаратов для обеспечения отдельных категорий граждан дополнен 27 лекарственными препаратами, 3 новыми лекарственными формами для уже включённых в этот перечень лекарственных препаратов.

Набор социальных услуг для льготных категорий граждан регламентируется Федеральным законом от 17.07.1999 г. №178-ФЗ «О государственной социальной помощи». Кроме того, закон устанавливает норматив финансовых затрат в месяц на одного гражданина, получающего государственную социальную помощь в виде социальной услуги по обеспечению лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения, а также специализированными продуктами лечебного питания для детей-инвалидов. В 2018 году норматив вырос на 2,0%: расходы увеличились с 807,2 до 823,4 рублей. В апреле 2018 года норматив был ещё раз изменён до 826,3 руб. в месяц на 1 гражданина. В 2019 году данный показатель составит 861,8 руб.

Изначально Правительство РФ распределило регионам в общей сложности 31,651 млрд рублей субвенций из федерального бюджета в 2018 г. (распоряжение Правительства РФ от 27.12.2017 г. №2965-р) на обеспечение отдельных категорий граждан льготными лекарственными препаратами. Но в течение года эта сумма несколько раз корректировалась. Так, во втором квартале объём финансирования составил уже 34,262 млрд руб. (в том числе и за счёт увеличения числа граждан, имеющих право на получение государственной социальной помощи, на 129,4 тыс. человек).

В 2019 году правительство выделило (распоряжение Правительства РФ от 28.12.2018 г. № 2973-р) из федерального бюджета регионам на финансирование программы льготного лекарственного обеспечения 31,367 млрд рублей.

Отдельно регулируется обеспечение лекарственными препаратами лиц, больных особыми категориями заболеваний — программа «7 нозологий», или ВЗН (высокозатратные нозологии): гемофилией, муковисцидозом, гипопизарным нанизмом, болезнью Гоше, злокачественными новообразованиями, рассеянным склерозом, находящимся в состоянии после трансплантации органов или тканей. В 2018 году в регистре лиц по этой программе было 181 054 человека. Больше всего зарегистрировано лиц по нозологиям «злокачественные новообразования» (47%) и «рассеянный склероз» (35%). Ежегодно происходит рост числа пациентов в регистре (8-15%).

Изначально бюджет программы ВЗН на 2018 год был утверждён в размере 43,6 млрд руб. Увеличение финансирования лекарственного обеспечения отдельных категорий граждан в текущем году составило более 5,6 млрд руб., из которых 4,35 млрд руб. было направлено на оказание паллиативной помощи, в том числе на обеспечение паци-

ентов обезболивающими средствами. В ходе проведения конкурсных процедур Минздраву удалось сэкономить свыше 543 млн руб., на которые был закуплен дополнительный объём лекарственных препаратов.

Программа ВЗН, как уже отмечалось выше, включает в себя 7 нозологий. И это обстоятельство не менялось на протяжении всего периода существования данной программы с 2008 года. Включение новых препаратов происходило только в рамках закрепленных групп. Так, с января 2018 года список лекарств, закупаемых по программе ВЗН, пополнился еще тремя наименованиями: «Терифлуномидом», «Нонаког Альфой» и «Элиглулатом». В результате перечень ВЗН включал в себя 27 МНН.

А вот с 2019 года список ВЗН пополнился ещё 5 нозологиями (гемолитико-уремический синдром, юношеский артрит с системным началом и мукополисахаридоз I, II и VI типов). Для терапии пациентов с данными заболеваниями необходимо будет закупать дополнительно 8 препаратов. Таким образом, теперь программа ВЗН имеет также новое название — «12 нозологий». В проекте бюджета на 2019-2021 годы предусмотрено увеличение финансирования по программе высокозатратных нозологий с учетом расширения данной программы на 12 млрд рублей.

Законом «Об основах охраны здоровья граждан» установлено, что лица, страдающие заболеваниями, включёнными в перечень жизнеугрожающих и хронических прогрессирующих редких (орфанных) заболеваний, также обеспечиваются соответствующими лекарственными препаратами. По состоянию на начало 2018 года Минздравом

” С 2019 года список ВЗН пополнился ещё 5 нозологиями (гемолитико-уремический синдром, юношеский артрит с системным началом и мукополисахаридоз I, II и VI типов)



РФ в список включены 24 орфанных заболевания. Обеспечение граждан лекарственными препаратами для лечения редких (орфанных) заболеваний осуществляется за счёт средств региональных бюджетов.

Обеспечение орфанными препаратами необходимо узкому кругу лиц, внесённых в соответствующий Федеральный регистр, — это 17,651 тыс. человек (в том числе 8 940 детей). В 2017 году было отпущено ЛП для лиц, страдающих орфанными заболеваниями, на 16,2 млрд руб., при этом дефицит составил около 6,1 млрд руб. В 2018 году прогнозировался дефицит на уровне 7 млрд руб.

Последние несколько лет активно обсуждалась тема перевода финансирования закупок лекарственных препаратов для больных орфанными заболеваниями с регионального на федеральный уровень. Однако министр здравоохранения Вероника Скворцова предполагает другой путь поддержки регионов, нежели чем централизацию закупок. Помощь субъектам федерации будет осуществляться путём выделения субсидий. Так, Минфин предусмотрел в федеральном бюджете на 2019–2021

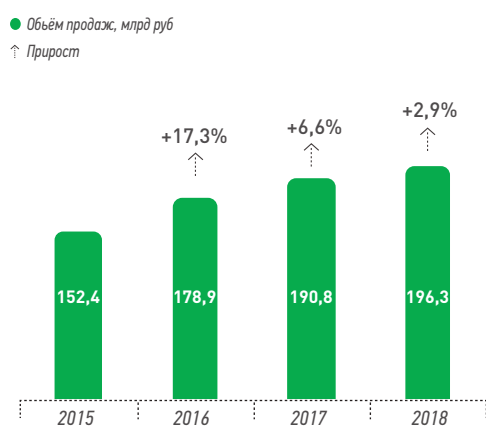
годы 7,9 млрд рублей на софинансирование закупок лекарств от орфанных заболеваний.

Помимо федеральной, существует и территориальная программа, реализуемая за счёт региональных бюджетных средств (закупка орфанных препаратов является частью этой программы). Данная программа предусматривает получение лекарственных средств бесплатно или с 50%-й скидкой, и регламентируется Постановлением Правительства РФ от 30.07.1994 г. «О государственной поддержке развития медицинской промышленности и улучшении обеспечения населения и учреждений здравоохранения лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения». В некоторой степени программа может являться заменой федеральной программе ОНЛС, потому что льготник может быть как федеральным, так и региональным.

Поэтому Минздрав РФ в 2019 году планирует создать единый для всей страны регистр получателей льготных препаратов, чтобы не было дублирования.

Объём региональной льготы сравним с федеральной программой. В 2018 году было закуплено лекарств на 89 млрд руб-

Динамика ЛЛО, млрд руб.



Динамика ЛЛО, млн упак.

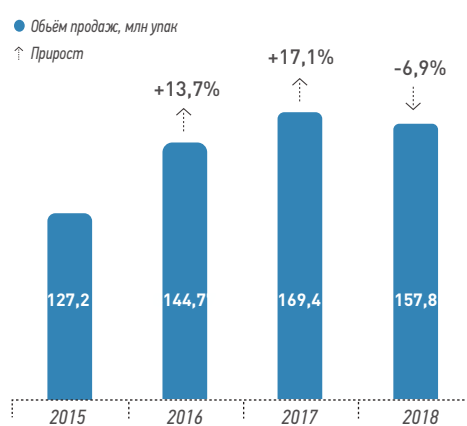


Рисунок 16

Динамика программы ЛЛО

” Если рассматривать отдельно льготные программы по частям, то можно отметить, что наблюдается тенденция роста региональной льготы. А вот доля ВЗН, наоборот, снижается

“

лей, что составляет 76,8 млн упак. Это на 18% больше в деньгах, чем в 2017 году. Но при этом в натуральном выражении произошло падение на 14%.

Совокупно в 2018 году финансирование лекарств для льготных категорий граждан составило 196,3 млрд рублей, что на 2,9% выше, чем показатель 2017 года. В упаковках наблюдается тенденция к сокращению объёмов — в 2018 году было закуплено 157,8 млн упаковок (-6,9% относительно 2017 г.).

Если рассматривать отдельно льготные программы по частям, то можно отметить, что наблюдается тенденция роста региональной льготы. А вот доля ВЗН, наоборот, снижается. Доля препаратов, отпускаемых по общим нозологиям,

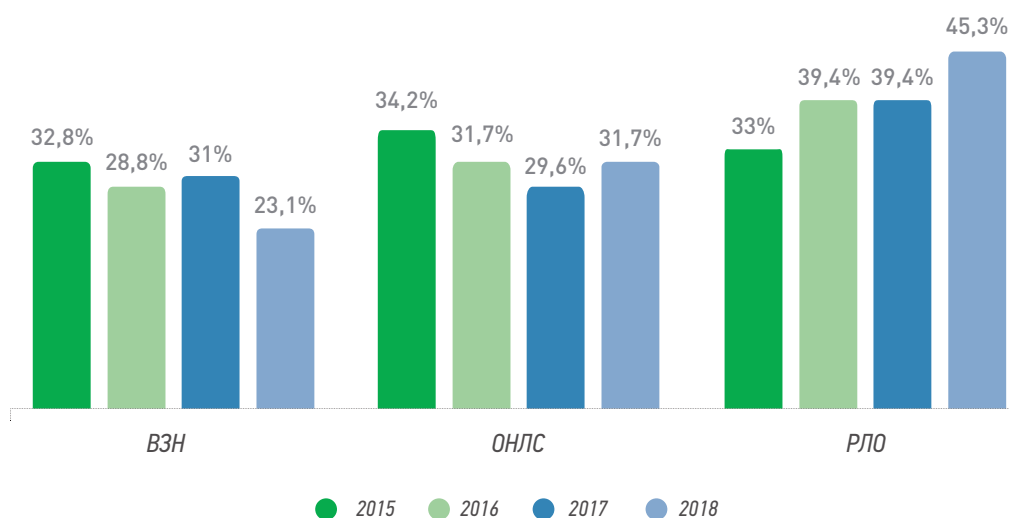
сохраняется на уровне 30–33%.

Впервые с момента появления подпрограммы ВЗН отмечено снижение затраченных денежных средств на приобретение лекарств. В качестве основной причины можно назвать уменьшение количества упаковок, которые поступили в систему по ВЗН. Это произошло за счет того, что закупка препаратов на федеральном уровне позволяет перераспределять остатки медикаментов между субъектами, что снижает риски дефектуры лекарственных препаратов или их списания в субъектах страны. Таким образом, лекарства, которые были в большем объеме закуплены в 2017 году, перешли на обеспечение льготников в 2018 году. С другой стороны, федеральный уровень позволяет закупать лекарства на более выгодных условиях за счет объемов, а также появились отечественные аналоги оригинальных препаратов, но с меньшей ценой. За счет этого снижение стоимостного объема в 2 раза превышает уменьшение закупки в упаковках.

На программу ВЗН в 2018 году было потрачено 45,4 млрд руб., что на 23% меньше, чем в 2017 году, и было реализовано около 4,3 млн упаковок, что на 11% ниже, чем в 2017 году.

Рисунок 17

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



Объем финансирования программы ОНЛС в 2018 году составил 62,2 млрд руб., что на 10% больше, чем в 2017 году. В натуральном выражении отмечено небольшое увеличение приобретенных упаковок: около 76,7 млн штук, что на 1,8% выше, чем в 2017 году.

Соотношение импортных и отечественных ЛП в ЛЛО

По итогам 2018 года доля отечественных препаратов в натуральном выражении увеличилась на 2,4% (рис. 19). Объем потребления отечественных

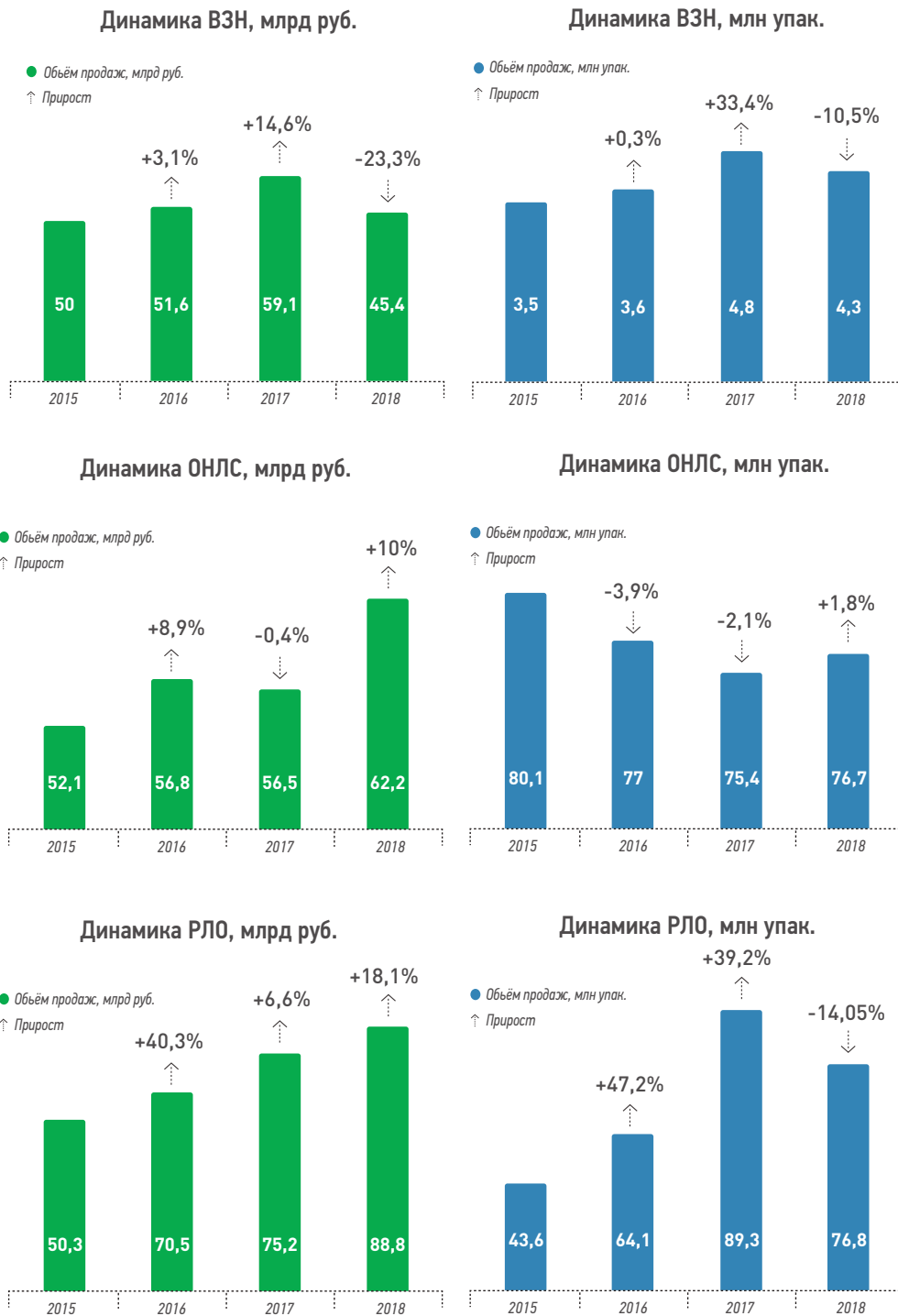


Рисунок 18

Динамика затрат по льготным программам

препаратов показал отрицательную динамику (-2,5%), тогда как объем импортных средств снизился еще сильнее — на 11,6%. Прирост затрат в деньгах на закупку отечественных препаратов остался на уровне 2017 года (-0,4%), а вот на импортные препараты потратили на 4,2% больше. За счет этого доля лекарств иностранных производителей выросла на 0,9% впервые за много лет, до этого всегда наблюдался обратный процесс, обусловленный «импортозамещением».

Соотношение отечественных и импортных препаратов в денежном выражении

сохранилось в пользу импортных препаратов. В 2018 году 72% стоимостного объема приходится на препараты импортного происхождения, 28% — на отечественные лекарства.

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

В части ЛЛО, соответствующей высокозатратным нозологиям, доля отечественных препаратов в стоимостном объеме впервые сократилась на 7% (из-за падения закупок на 37%). Такая ди-

Рисунок 19

Соотношение продаж импортных и отечественных ЛП

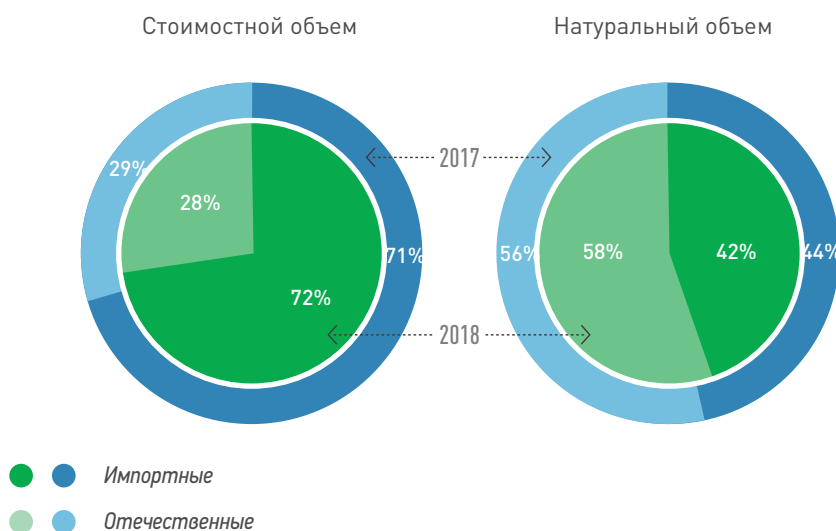
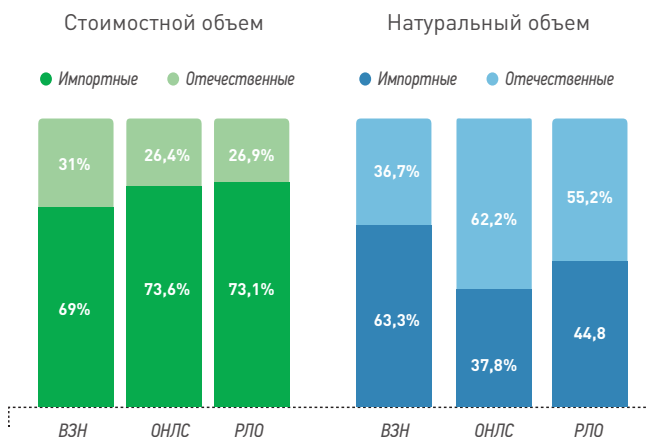


Рисунок 20

Соотношение продаж импортных и отечественных ЛП по подпрограммам



намика обусловлена появлением большого количества дженериков, в том числе импортных с меньшей ценой. В упаковках объем не только не сократился, но и вырос на 3%.

По программе ОНЛС доля российских препаратов выросла, и составила порядка 26,4% в деньгах (против 24% в 2017 году) и около 62,2% в упаковках (в 2017 году на их долю пришлось 57%).

В региональной льготе в деньгах преобладают импортные препараты (73%, но также наблюдается сокращение доли), в упаковках лекарства российских за-

водов занимают 55%.

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

Соотношение ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска в ЛЛО

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

МНН	Доля отечественных ЛП, руб.		Рост доли	Лидер, 2017 год	Препарат «переключения», 2018 год
	2017 г.	2018 г.			
«Дазатиниб»	0,00%	84,45%	84,45%	«Спрайсел» (Bristol-Myers Squibb)	«Дазатиниб» («Натива»)
«Сунитиниб»	2,02%	64,61%	62,58%	«Сутент» (Pfizer)	«Сунитиниб» («Натива»)
«Капецитабин»	35,28%	93,67%	58,39%	«Кселода» (F.Hoffmann-La Roche)	«Капецитабин» («Озон»)
«Сорафениб»	0,00%	53,08%	53,08%	«Нексавар» (Bayer)	«Сорафениб» («Натива»)
«Темозоломид»	34,73%	78,58%	43,85%	«Темомид» (Jodas Expoim)	«Темозоломид» («Биокад»)
«Валганцикловир»	47,61%	86,96%	39,35%	«Вальцит» (F.Hoffmann-La Roch)	«Цивалган» («Изварино Фарма»)
«Бозентан»	1,62%	40,57%	38,95%	«Траклир» (Actelion Pharmaceuticals)	«Бозенекс» (ГК «Протек»)
«Инфликсимаб»	0,00%	31,70%	31,70%	«Ремикейд» (Merck & Co)	«Инфликсимаб» («Биокад»)
«Интерферон Бета-1а»	20,65%	48,20%	27,55%	«Генфаксон» (Genfa Medica)	«Тебериф» («Биокад»)
«Трастузумаб»	64,25%	91,33%	27,08%		«Гертикад» («Биокад»)

Таблица 8

Топ-10 МНН по «импортозамещению»

В 2018 году доля лекарственных средств рецептурного отпуска составила в стоимостном объеме 93% (-2% относительно 2017 г.), в натуральном — 90% (-0,5%).

Структура продаж ЛП по АТС-группам в ЛЛО

Соотношение закупок ЛП по программе ЛЛО по АТС-группам I уровня в России в 2018 году представлено в таблице 9.

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

Препараты группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» по-прежнему остаются самой финансируемой статьей программы ЛЛО. В 2018 году на их закупку было потрачено около 42,6% от общего объема государственного финансирования. Это самая дорогостоящая группа препаратов в ЛЛО — средневзвешенная цена за упаковку около 9 940 руб. (за последние два года наметилась тенденция снижения данного показателя за счет появления отечественных дженериков). Затраты на закупку данных средств в сравнении с 2017 годом увеличились в рублях на 1,4%. В упаковках было отмечен прирост на 2,8%. В 2018 году лидером группы остался бренд «Ревлимид» (МНН «Леналидомид») производства Celgene, несмотря на снижение объема закупки препаратов на 18%. На втором и третьем месте расположились отечественные бренды «Солирис» (МНН «Экулизумаб») компании Alexion Pharma и «Ацеллбия» (МНН «Ритуксимаб») компании «Био-

кад». Препараты занимают примерно 7% и 4% соответственно от стоимостных объемов реализации группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы».

АТС, расположенное на втором месте, имеет объем более чем в 2 раза меньше, чем лидер. В 2018 году это место принадлежит [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ». В сравнении с 2017 годом было отпущено препаратов группы больше на 14,4% в рублях и на 6,2% в упаковках. Порядка 76% этой группы приходится на препараты для лечения сахарного диабета ([A10]). В 2018 году лидером данной группы по стоимостным объемам продаж стал препарат «Туджео Солостар» (МНН «Инсулин Гларгин») производства компании Sanofi. «Левемир» занимает вторую строчку. «Новорапид» замыкает тройку лидеров.

На третьем месте в рейтинге находятся [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (14%). В 2018 году данная группа потеряла в объеме 2,2% в стоимостном выражении. В упаковках закупки сократились на 17%.

В структуре ЛЛО пятерка лидеров по АТС-группам в 2018 году не претерпела изменений по сравнению с предыдущим годом: доля в стоимостных объемах выросла на 1%, и составила порядка 87,2%. Основной рост обеспечила группа [A], которая реализуется преимущественно в РЛО и ОНЛС.

Интересно посмотреть, сколько тратится по программе ЛЛО на лечение основных групп заболеваний. С этой целью мы соотнесли препараты с соответствующими

Таблица 9

Структура продаж ЛП
по АТС-группам
на рынке ЛЛО

АТС-группы I уровня	Стоимостной объем, млн руб.	Доля группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн упак.	Доля группы в натуральном объеме, %
Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы (L)	83 632,9	42,6%	8,4	5,3%
Пищеварительный тракт и обмен веществ (A)	36 650,3	18,7%	46,2	29,2%
Препараты, влияющие на кроветворение и кровь (B)	27 562,0	14,0%	8,9	5,6%
Противомикробные препараты для системного использования (J)	13 803,3	7,0%	9,3	5,9%
Препараты для лечения заболеваний нервной системы (N)	9 526,8	4,9%	26,9	17,0%
Препараты для лечения заболеваний респираторной системы (R)	8 311,2	4,2%	10,5	6,6%
Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны) (H)	5 244,6	2,7%	2,0	1,3%
Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы (C)	4 444,9	2,3%	36,2	22,9%
Прочие препараты (V)	3 490,2	1,8%	2,5	1,6%
Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы (M)	2 540,5	1,3%	3,8	2,4%
Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны (G)	553,1	0,3%	1,4	0,9%
Препараты для лечения заболеваний органов чувств (S)	400,0	0,2%	1,0	0,7%
Препараты для лечения заболеваний кожи (D)	121,6	0,1%	0,6	0,4%
ЛП, не имеющие АТС-группы	102,2	0,1%	0,3	0,2%
Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты (P)	15,8	0,0%	0,1	0,0%

показаниями к назначению. В результате получился следующий рейтинг затрат в ЛЛО по заболеваниям (табл. 10).

По итогам 2018 года препараты для лечения заболеваний иммунной системы сохранили лидирующую позицию в рейтинге продаж. Наибольший прирост затрат в данной группе отмечается для препаратов, оказывающих иммуномодулирующее и иммунодепрессивное действие. Основной объем затрат приходится на региональную льготу.

Вторую строчку рейтинга занимают препараты для лечения онкологических заболеваний, на долю которых приходится 20,3% от стоимостного объема всего сегмента ЛЛО. 50% лекарств отпускается по программе ВЗН.

Третью строчку в 2018 году заняли препараты для лечения сахарного диабета, которые в равных долях отпускаются как по программе ОНЛС, так и на региональном уровне.

Производители в сегменте ЛЛО

В таблице 11 представлены ТОП-20 производителей, лидирующих по объему потребления в программе ЛЛО в 2018 году.

В 2018 году по программе льготного лекарственного обеспечения закупались препараты, производимые 742 компаниями. Причем в ВЗН участвуют только 39 производителей, в ОНЛС — 353, а в региональной льготе закупаются препараты 722 предприятий. Такая картина складывается из-за того, что списки препаратов в ВЗН и ОНЛС законодательно регламентируются, а в региональной льготе соответствуют потребностям того или иного льготника.

Рейтинг довольно заметно поменялся. Только одна компания смогла сохранить свою позицию. Остальные переместились на новые строчки. Лидером рейтинга стала компания Sanofi с долей 7,1%. Ее препаратов закупили на 26% больше, чем в 2017 году. Основной рост

Рисунок 21

Соотношение продаж АТС-групп в программе ЛЛО

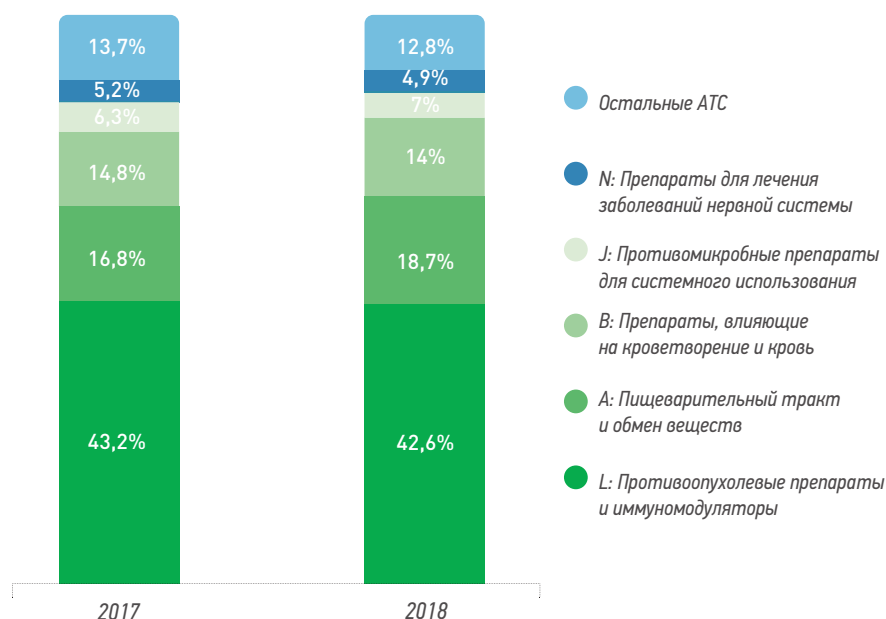


Таблица 10

Рейтинг затрат
в ЛЛО по заболеваниям,
2018 г.

Заболевания	Объём продаж, млн руб.	Прирост	Доля, руб.		
			ВЗН	ОНЛС	РЛО
Заболевания иммунной системы	40 605,1	-1,9%	14,8%	36,6%	48,6%
Онкологические заболевания	39 858,0	2,0%	48,8%	19,4%	31,9%
Сахарный диабет	28 603,7	21,5%	0,0%	44,3%	55,7%
Заболевания крови и органов кроветворения	26 895,1	-2,7%	64,3%	17,1%	18,6%
Заболевания нервной системы	9 725,7	-4,4%	0,0%	24,6%	75,4%
Заболевания, вызванные различными инфекционными агентами	9 553,1	-2,5%	0,0%	46,0%	54,0%
Заболевания органов дыхания	8 604,8	35,6%	13,1%	36,0%	50,9%
Заболевания пищеварительной системы	8 457,6	-4,2%	0,0%	34,5%	65,5%
Заболевания, связанные с гормональными нарушениями	5 236,7	13,7%	12,9%	29,3%	57,8%
Заболевания сердечно-сосудистой системы	4 160,5	-13,6%	5,2%	55,4%	39,4%
Заболевания костно-мышечной системы	2 545,2	-5,0%	0,0%	40,2%	59,8%
Заболевания органов зрения	316,3	-12,7%	0,0%	53,4%	46,6%
Заболевания репродуктивной системы мужчин и женщин	219,5	-11,2%	0,0%	47,3%	52,7%
Заболевания кожи	98,0	-17,4%	0,0%	28,1%	71,9%
Прочее	11 520,0	3,2%	0,0%	11,5%	88,5%

Таблица 11

ТОП-20
 производителей ЛП
 по потреблению ЛЛО
 в 2018 г.

Рейтинг 2018 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млн руб. 2018 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	1	Sanofi	13 920,6	25,7%	7,1%
2	1	«Биокад»	11 899,0	10,2%	6,1%
3	2	Johnson & Johnson	9 503,8	0,6%	4,8%
4	7	Novo Nordisk	9 287,2	32,8%	4,7%
5	5	Novartis	9 237,0	25,6%	4,7%
6	0	Baxter	8 240,5	3,3%	4,2%
7	-3	Celgene	8 071,3	-16,2%	4,1%
8	-7	«Натива»	7 763,1	-31,8%	4,0%
9	0	AstraZeneca	7 703,6	0,3%	3,9%
10	-2	«Генериум»	6 561,3	-15,0%	3,3%
11	-4	F.Hoffmann-La Roche	6 539,6	-15,4%	3,3%
12	3	Alexion Pharma	5 650,4	52,7%	2,9%
13	3	Pfizer	4 574,3	28,8%	2,3%
14	-2	Merck & Co	4 171,6	-22,7%	2,1%
15	-1	Octapharma	3 894,4	-4,4%	2,0%
16	1	AbbVie	3 820,6	9,7%	1,9%
17	1	Takeda	3 502,8	18,5%	1,8%
18	1	GlaxoSmithKline	3 423,7	22,2%	1,7%
19	2	«Фармстандарт»	2 784,2	15,5%	1,4%
20	5	Bayer	2 501,9	20,8%	1,3%

обеспечили инсулин «Туджео Солостар» и иммунодепрессант «Абаджио».

На второе место вышла отечественная компания «Биокад», объем реализации которой — 6,1% от льготных лекарств. Динамика закупок препаратов компании положительная. В 2018 году это произошло за счет противоопухолевых лекарственных средств «Гертикад» и «Авегра», а также за счет реализации «новых» иммуномодуляторов «Тебриф» и «Тимексон».

Третья строчка в прошлом году досталась Johnson&Johnson. Рост закупки противоопухолевых препаратов «Имбрувика» и «Тизабри» позволил компании подняться на две строчки вверх, несмотря на низкое увеличение объемов закупок препаратов производителя в целом.

А вот лидер 2017 года «Натива» переместился на 7 позиций вниз. Его продажи снизились на 32%. В том числе это произошло из-за появления на рынке более дешевых аналогов, относящихся к тем же МНН брендов «Филахромин», «Аксоглатиран».

По итогам 2017 года четыре российских производителя вошли в ТОП-20 по стоимостным объемам продаж благодаря программе импортозамещения.

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

Компания Celgene сохранила за собой лидерскую позицию по программе «7 нозологий», в программах ОНЛС и РЛО лидирует компания Sanofi. В каждой из подпрограмм присутствует по пять отечественных производителей.

Препараты сегмента ЛЛО

В таблице 13 представлены ТОП-20 брендов, лидирующих по объёму продаж по программе ЛЛО в 2018 году.

Доля продаж ТОП-20 брендов в 2018 году составила 30% стоимостного объёма, что чуть меньше, чем в 2017 году.

Первую строчку рейтинга стоимостных объёмов продаж по-прежнему занимает зарубежный бренд «Ревлимид» производства компании Celgene, на второй расположился также иммунодепрессант «Солирис». На третью строчку поднялся инсулин «Туджео Солостар», нарастивший объёмы реализации на 52%.

В 2018 году в рейтинг попало только 7 «новичков»: сильнее всех по рейтингу вверх, на 32 позиции, переместился гемостатик «Вилате» компании Octapharm. Максимальный прирост объёма показал противоопухолевый препарат «Афинитор» компании Novartis (91%).

Средневзвешенная цена для брендов ТОП-20 составила около 8 000 руб./упак. Из ТОП-20 препаратов в 2018 году самым дорогим средством оказался препарат «Солирис», средневзвешенная стоимость которого чуть выше 367 тыс. рублей, гипогликемический препарат «Хумалог» оказался самым «дешёвым» (около 1,6 тыс. рублей).

Большинство препаратов ТОП-20 относятся к группе [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (9 брендов). Второе место по данному показателю делят группа [B] «Заболевания крови и органов кроветворения» и [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (5 брендов).

Таблица 12

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

Рейтинг 2018 г.	7 нозологий		ОНЛС		РЛО	
	Фирма- производитель	Объем продаж, млн руб.	Фирма- производитель	Объем продаж, млн руб.	Фирма- производитель	Объем продаж, млн руб.
1	Celgene	7 682,9	Sanofi	5 141,5	Sanofi	7 015,4
2	Baxter	6 977,2	Novo Nordisk	3 988,4	Novo Nordisk	5 145,7
3	«Генериум»	5 850,1	AstraZeneca	3 665,5	Novartis	4 973,4
4	«Биокад»	5 423,8	Novartis	3 531,4	Alexion Pharma	4 866,7
5	Octapharma	3 706,2	«Натива»	3 499,3	Johnson & Johnson	4 319,5
6	Johnson & Johnson	1 904,9	Johnson & Johnson	3 279,4	«Биокад»	4 195,2
7	Sanofi	1 763,7	«Биокад»	2 280,0	AstraZeneca	4 038,1
8	F.Hoffmann-La Roche	1 533,8	F.Hoffmann-La Roche	2 232,1	«Натива»	3 345,4
9	Csl Behring	1 490,4	Pfizer	1 854,5	F.Hoffmann-La Roche	2 773,6
10	Dr.Reddy's Laboratories	1 175,6	AbbVie	1 538,4	Pfizer	2 719,6
11	Merck & Co	1 079,0	GlaxoSmithKline	1 293,4	AbbVie	2 282,2
12	Genfa Medica	1 072,3	«Протек»	1 248,9	GlaxoSmithKline	2 130,4
13	Cinnagen	1 013,8	Merck & Co	1 177,9	Takeda	2 072,7
14	«Натива»	918,5	Takeda	1 170,7	Merck & Co	1 914,7
15	Astellas Pharma	749,0	«Фарм Синтез»	1 145,5	Bayer	1 699,1
16	Novartis	732,2	«Фармстандарт»	1 125,4	«Фармстандарт»	1 421,6
17	«Фармасинтез»	677,3	Boehringer Ingelheim	1 072,6	Boehringer Ingelheim	1 291,0
18	Takeda	259,3	Eli Lilly	1 025,7	«Фармасинтез»	1 212,5
19	«Фармстандарт»	237,2	Bristol-Myers Squibb	980,0	«Протек»	1 176,3
20	Talecris BioTherapeutics	215,3	Thermo Fisher Scientific	961,1	Abbott	1 076,3

Рейтинг 2018 г.	Изменение	Бренд	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млн руб. 2018 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	«Ревлимид»	Celgene	7 693,3	-17,6%	3,9%
2	1	«Солирис»	Alexion Pharma	5 527,1	49,4%	2,8%
3	1	«Туджео Солостар»	Sanofi	4 777,0	51,9%	2,4%
4	8	«Левемир»	Novo Nordisk	3 573,1	56,0%	1,8%
5	-3	«Ацеллбия»	«Биокад»	3 266,3	-36,5%	1,7%
6	0	«Адвейт»	Baxter	3 030,7	6,0%	1,5%
7	13	«Имбрувика»	Johnson & Johnson	2 964,4	72,5%	1,5%
8	3	«Хумира»	AbbVie	2 853,5	23,8%	1,5%
9	4	«Новорапид»	Novo Nordisk	2 648,6	16,5%	1,3%
10	-3	«Лантус»	Sanofi	2 624,7	-7,2%	1,3%
11	18	«Афинитор»	Novartis	2 601,4	90,8%	1,3%
12	12	«Гертикад»	«Биокад»	2 532,4	64,7%	1,3%
13	-3	«Октофактор»	«Генериум»	2 439,0	0,8%	1,2%
14	1	«Фейба»	Baxter	2 269,2	10,8%	1,2%
15	-7	«Коагил»	«Генериум»	2 027,7	-27,5%	1,0%
16	18	«Тизабри»	Johnson & Johnson	1 889,4	51,0%	1,0%
17	32	«Вилате»	Octapharma	1 716,9	83,9%	0,9%
18	7	«Хумалог»	Eli Lilly	1 609,0	11,1%	0,8%
19	14	«Энбрел»	Pfizer	1 565,8	23,2%	0,8%
20	24	«Октреотид»	Разные	1 538,5	46,1%	0,8%

Таблица 13

ТОП-20 брендов по стоимостному объёму продаж в ЛЛО в 2018 г.

” Действие программы «импортозамещения» сработало правильно — основная задача по увеличению доступности лекарств выполняется “

Большинство препаратов рейтинга — это лекарства, отпускаемые по программе ВЗН (9 брендов). Но если принадлежность к ВЗН практически исключает отпуск препаратов по другим программам (в региональную льготу попадает менее 5%, то препараты списка ОНЛС очень часто в таком же количестве отпускаются еще и по региональной льготе. Например, «Туджео Солостар», «Хумира» имеют равные пропорции между ОНЛС и РЛО. Есть позиции, объем которых в РЛО, несмотря на наличие в ОНЛС, существенно больше. В качестве примера можно привести «Солирис» (соотношение 14% на 86% в пользу РЛО) или «Левемир» (38% на 62%).

Именно поэтому рейтинги ОНЛС и РЛО очень похожи. При этом в ТОП-20 брендов по РЛО есть позиции, не представленные в других льготных программах («Диаскинтест»).

Ценовая сегментация в ЛЛО

В 2018 году средняя стоимость упаковки по программе ЛЛО выросла на 10%, и составила около 1 240 рублей. Если говорить по подпрограммам, то в ВЗН самые дорогие лекарственные препараты: в среднем одна упаковка закупается государством по 10 667 рублей. В региональной льготе цена составляет 1 150 рублей. «Дешевле» всего закупается препараты по программе ОНЛС — по 810 рублей.

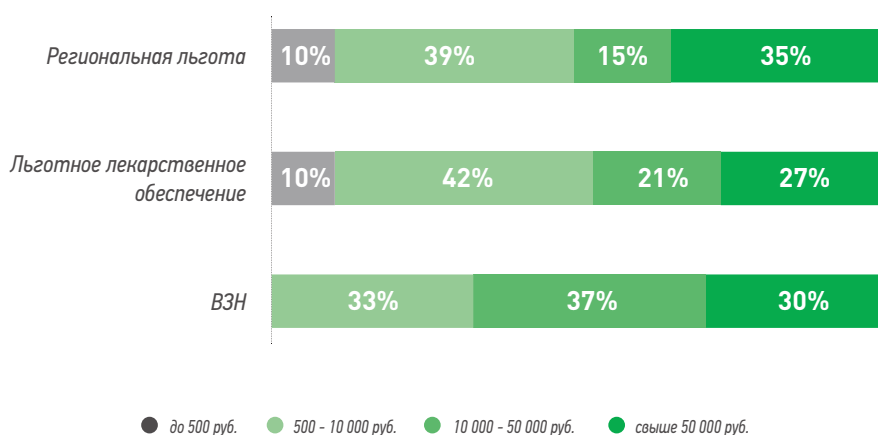
Структура потребления лекарственных средств по программе ЛЛО представлена на рисунке 22.

Объемы закупок в программе ВЗН по дорогостоящему сегменту (свыше 50 000 рублей) сократились на 11%, при этом в упаковках было закуплено на 5% больше. Таким образом, действие программы «импортозамещения» сработало правильно — основная задача по увеличению доступности лекарств выполняется.

При этом в региональной льготе наблюдается обратная картина. Доля дорогих препаратов растет: в 2018 году было закуплено на 43% препаратов с ценой выше 50 тыс. руб. больше, чем в 2017 году.

Рисунок 22

Структура программы ЛЛО по ценовым сегментам



Рейтинг 2018 г.	ВЗН		ОНЛС		РЛО	
	Бренд	Объем продаж, млн руб.	Бренд	Объем продаж, млн руб.	Бренд	Объем продаж, млн руб.
1	«Ревлимид»	7 682,9	«Туджео Солостар»	2 360,5	«Солирис»	4 771,1
2	«Ацеллбия»	3 058,1	«Хумира»	1 454,8	«Туджео Солостар»	2 416,5
3	«Адвейт»	3 030,7	«Афинитор»	1 444,7	«Левемир»	2 206,4
4	«Октофактор»	2 438,4	«Левемир»	1 366,7	«Имбрувика»	1 787,8
5	«Фейба»	2 264,0	«Новорапид»	1 343,9	«Хумира»	1 398,7
6	«Коагил»	1 965,7	«Лантус»	1 231,1	«Лантус»	1 393,6
7	«Тизабри»	1 858,4	«Гертикад»	1 195,3	«Гертикад»	1 337,1
8	«Вилате»	1 716,9	«Имбрувика»	1 176,5	«Новорапид»	1 304,8
9	«Октанат»	1 452,7	«Энбрел»	879,3	«Афинитор»	1 156,7
10	«Инфибета»	1 354,9	«Эральфон»	875,0	«Авегра»	975,7
11	«Пульмозим»	1 254,1	«Хумалог»	865,2	«Метформин»	866,8
12	«Реддитункс»	1 175,6	«Октреотид»	864,1	«Элапраза»	815,1
13	«Ребиф»	1 078,0	«Октреотид-Лонг ФС»	809,0	«Совриад»	776,7
14	«Генфаксон»	1 047,0	«Иресса»	806,0	«Хумалог»	743,7
15	«Синновекс»	1 013,8	«Золадекс»	766,6	«Энбрел»	686,5
16	«Тебериф»	964,2	«Солирис»	756,0	«Октреотид»	674,4
17	«Абаджио»	934,0	«Нетостерил»	742,9	«Новомикс»	672,5
18	«Церезим»	829,6	«Фазлодекс»	719,5	«Энплейт»	661,3
19	«Тимексон»	811,5	«Спирива»	606,4	«Диаскинтест»	648,4
20	«Гемате П»	729,4	«Формисонид»	592,4	«Иресса»	643,0

Таблица 14

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



MICE - КАК ВЫ ЛЮБИТЕ,

MICE - КАК НУЖНО ВАМ

**ПРОФЕССИОНАЛИЗМ
КОЛОССАЛЬНЫЙ ОПЫТ**

Мы - признанный эксперт фармацевтического рынка в сегменте B2B.
Мы, как никто другой, понимаем специфику отрасли.
Мы были и остаёмся первопроходцами не только в розничном аудите, но и в подходе к организации mice-мероприятий.

**МЫ ДЕЛАЕМ НЕ ПРОСТО МЕРОПРИЯТИЕ,
МЫ РЕШАЕМ БИЗНЕС-ЗАДАЧИ!**

Мы приумножаем возможности и расширяем компетенции.
Повышение лояльности, усиление сплочённости команды, улучшение имиджа компании, стимулирование продаж – вам это по плечу вместе с DSM.

MICE С DSM - ТОЛЬКО ВАШ МИР!

**ГОРЯЧАЯ ЛИНИЯ ПОДДЕРЖКИ
MICE DSM МЕРОПРИЯТИЙ 24/7**

АНАСТАСИЯ ЦЕГЕЛЬНИК
MICE-директор
+7 (495) 780-72-64
Atsegelnik@dsm.ru



ИНДУСТРИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ+2019

СЕРИЯ КОНФЕРЕНЦИЙ ФЕДЕРАЛЬНОГО МАСШТАБА

09/19 - Здравooхранение Крыма. Алушта

10/19 - Нижний Новгород

10/19 - Владивосток

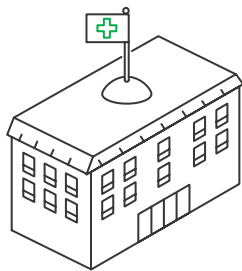
11/19 - Тюмень

Уникальная целевая аудитория врачебного сообщества, представители МЗ и регуляторных органов, аптечные сессии и круглые столы с экспертами отрасли!



**Приглашаем к сотрудничеству
и участию**

Самохина Ольга
Project manager
+7 495 780-72-63
osamokhina@dsm.ru



4. Объём закупок лекарств ЛПУ

Модернизация системы здравоохранения происходит в стране постоянно, среди ключевых программ — дополнительное обеспечение лекарствами льготных категорий граждан (с 2005 года), национальный проект «Здоровье» (2006 — 2013 гг.), закон об обязательном медицинском страховании (с 2010 г.), указ президента о совершенствовании политики в сфере здравоохранения (с 2012 г.) и, наконец, «дорожная карта» Правительства РФ по достижению к 2018 году определенных показателей в этой сфере.

Все изменения в той или иной степени направлены на стандартизацию медицинских технологий, формирование комплексных программ и охрану здоровья.

Одним из инструментов для повышения чего-либо является оптимизация, и чаще всего она связана с сокращением. На начало 2018 года российская система здравоохранения, по данным Росстата, была представлена 5,3 тыс. больничных организаций и 20,2 тыс. врачебных амбулаторно-поликлинических организаций. Оптимизация привела к нехватке коечного фонда: число больничных коек сократилось на 29,2% при сравнении с 2000 годом (с 1 671,6 тыс. до 1 182,7 тыс.). Всё это привело к снижению доступности медицинской и лекарственной помощи. В результате начался обратный процесс. С 2013 года наблюдается рост амбулаторий, ФАПов, кабинетов врачей общей практики

в сельской местности: всего за 5 лет их количество увеличилось на 3,7 тыс. учреждений.

На фоне снижения количества больничных организаций уменьшается и численность медицинского персонала. В 2018 году на 35% снизилась численность санитаров в ЛПУ. Менее значительно, но все же снизилось количество медсестер (на 2,7%) и врачей (на 1,2%).

На фоне сокращений количество обращений в медучреждения не только не сократилось, но даже выросло. Например, число посещений поликлиник за 16 лет возросло с 3,5 миллиона до 3,9 миллиона в год, а в расчете на 10 тысяч человек — с 243 до 266. Выросла и заболеваемость — со 106 тысяч в 2000 году до 115 тысяч в 2016 году (зарегистрировано больных с диагнозом, установленным впервые в жизни).

Государственная система здравоохранения в России требует реформирования по всем направлениям работы: капитальному строительству, ремонту, оснащению новым оборудованием, повышению зарплаты врачам. Правительство разработало и подготовило к введению реформу медицинской сферы, которая рассчитана на длительный период — до 2035 года.

В составе национального проекта «Здравоохранение» предусмотрены расходы по восьми федеральным проектам: раз-

витию системы оказания первичной медико-санитарной помощи, борьбе с сердечно-сосудистыми заболеваниями, борьбе с онкологическими заболеваниями, развитию детского здравоохранения, обеспечению кадрами, развитию сети национальных медицинских исследовательских центров, цифровизации здравоохранения, развитию экспорта медицинских услуг.

Отметим некоторые направления проекта, которые повлияют на работу медицинских организаций в ближайшее время:

1. В перечне целевых показателей национального проекта «Здравоохранение» значится подключение не позже 2022 года всех государственных медицинских учреждений к ЕГИСЗ. При этом не менее 80% медицинских организаций должны не только подключиться к ЕГИСЗ, но и участвовать в электронном документообороте, а к 2023 году не менее 70% медучреждений должны реализовать систему выписки электронных рецептов и направлений на лекарственное обеспечение.

2. С 1 января 2019 года клинические рекомендации обрели законную силу и стали обязательными к применению в практической медицине благодаря поправкам к федеральному закону №323 «Об основах охраны здоровья граждан в РФ». При Минздраве создан научный практический совет, основная функция которого — рассмотрение разрабатываемых клинических рекомендаций, окончательный список которых планируется создать до 31 декабря 2021 года.

3. Реформированию подверглась система ОМС. Рассматривается перспектива использования полиса ОМС для получения помощи как в государственных, так

и в частных медучреждениях, основная задача — покрыть часть расходов на коммерческие медицинские услуги.

В 2019 году стартовала программа по общественному здоровью, профилактике и формированию ответственного отношения к своему здоровью, включающая в себя обеспечение безопасности условий труда, борьбу с неинфекционными заболеваниями, сокращение потребления алкоголя и табака, а также популяризацию активного долголетия и здорового образа жизни. Проектом предусмотрено, что ежегодно по 2024 год на информационные кампании будет направляться 403,5 млн рублей. Таким образом, всего на кампании по мотивированию россиян к ЗОЖ планируется потратить 2,825 млрд рублей.

29 ноября 2018 года был принят Федеральный закон №459-ФЗ «О федеральном бюджете на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов», согласно которому объем расходов на госпрограмму «Развитие здравоохранения» в 2019 году составит 506,1 млрд рублей, что превышает на 31% расходы 2018 года. В 2020 году предусмотрены расходы в объеме 761,2 млрд руб., в 2021 году — 694,6 млрд руб. В общей сложности в последующие три года на госпрограмму планируется направить 1 трлн 961,9 млрд руб.

Одна из статей в общих расходах на здравоохранение — закупка лекарственных средств для лечебно-профилактических учреждений (ЛПУ). С 1 января 2018 года были установлены единые правила описания лекарственных препаратов для медицинского применения в целях унификации процедуры их закупки для государственных и муниципальных нужд.

” С 1 января 2018 года были установлены единые правила описания лекарственных препаратов для медицинского применения в целях унификации процедуры их закупки для государственных и муниципальных нужд “

В частности, определено, что при описании в документации о закупке заказчик помимо сведений, предусмотренных положениями Закона о госзакупках, указывают лекарственную форму препарата, его дозировку с возможностью поставки лекарственного препарата в кратной дозировке и двойном количестве, остаточный срок годности лекарственного препарата.

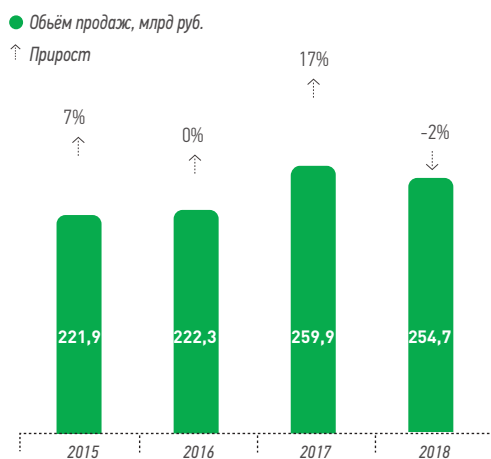
По итогам 2018 года объём госпитальных закупок сократился в рублях (по сравнению с 2017 годом) на 2%, и составил 254,2 млрд руб. В натуральном выражении объём закупленных препаратов снизился более заметно — на 9% —

до 949 млн упаковок. Заметим, что динамика закупки больницами лекарственных препаратов носит неравномерный характер: год наблюдается прирост, год — падение. Это объясняется корректировкой и объемом расходования некоторых групп лекарств, в первую очередь это относится к инфузионным растворам. В среднем же уровень потребления, особенно в натуральном выражении, остается примерно на одном уровне — около 1 млрд упаковок.

Стоимость одной упаковки ЛП, закупленной ЛПУ, составила в среднем 269 руб. Относительно 2017 года стоимость упаковки по сегменту ЛПУ выросла на 7,3%.

Госпитальные закупки как часть общей системы государственных закупок лекарственных средств попадают под контроль одного из целевых показателей, озвученных в Указе президента 2012 года, в котором предусмотрен пункт о том, что к 2018 году нужно достичь «доведения объема производства отечественных лекарственных средств по номенклатуре перечня стратегически значимых лекарственных средств и перечня жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов

Динамика госпитальных закупок ЛП, млрд руб.



Динамика госпитальных закупок ЛП, млн упак.

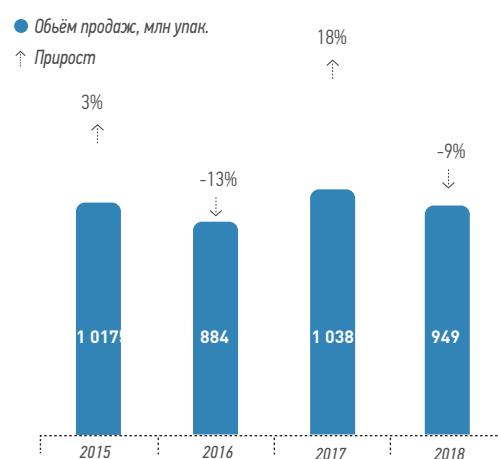


Рисунок 23

Динамика госпитальных закупок

до 90 процентов». Также этот параметр известен как «импортозамещение». Действие правила «третий лишний» в последние годы позволяет планомерно увеличивать долю отечественных производителей при поставках препаратов в больницы. При этом, как и в предыдущем году, в сегменте ЛПУ в стоимостном объеме наибольшая доля приходится на импортную продукцию, в то время как по объёму в упаковках лидируют отечественные препараты. Препараты отечественного производства занимают порядка 40% от объёма в деньгах и 76% в натуральном выражении. Только за 2018 год доля российских лекарств выросла на 5% в рублях и на 2% в упаковках. Если сравнивать показатель с 2015 годом, то доля увеличилась на 9% в стоимостном выражении. При этом в упаковках изменения составили около 5%. Таким образом, видно, что происходит переключение на отечественные препараты по дорогостоящим нозологиям.

Объём закупок импортных лекарств в 2018 году упал как в рублях, так и в упаковках: -9% и -16% соответственно. На 3,7 млн упаковок стали покупать меньше МНН «Натрия хлорид». На втором месте по снижению МНН «Цефотаксим»: -2,1

млн упак. Высокий положительный рост отмечен у МНН «Цефазолин»: +1,8 млн упак., причем такая динамика сохраняется на протяжении последних лет.

Объёмы закупок отечественных препаратов показали разнонаправленные тренды: в рублях прирост составил 10,9%, в упаковках также наблюдается падение на 6%. На первом месте по абсолютному приросту МНН «Вакцина для профилактики гриппа инактивированная» (+2,6 млн упак.), закупленная по программе «Национальный календарь прививок». Заметный прирост отечественных производителей в натуральном выражении связан с увеличением объёмов МНН «Натрия хлорид» — в отчётном году было закуплено на 2,2 млн упаковок больше: таким образом видно переключение с импортных препаратов на отечественные. На 6,1 млн упаковок больницы закупили меньше отечественного спирта (МНН «Этанол»), этот факт хорошо демонстрирует неравномерность закупки некоторых позиций (в 2017 году наблюдался, наоборот, рост на 9 млн упак.).

Ниже приведём ТОП-10 МНН с максимальной долей «переключения» на

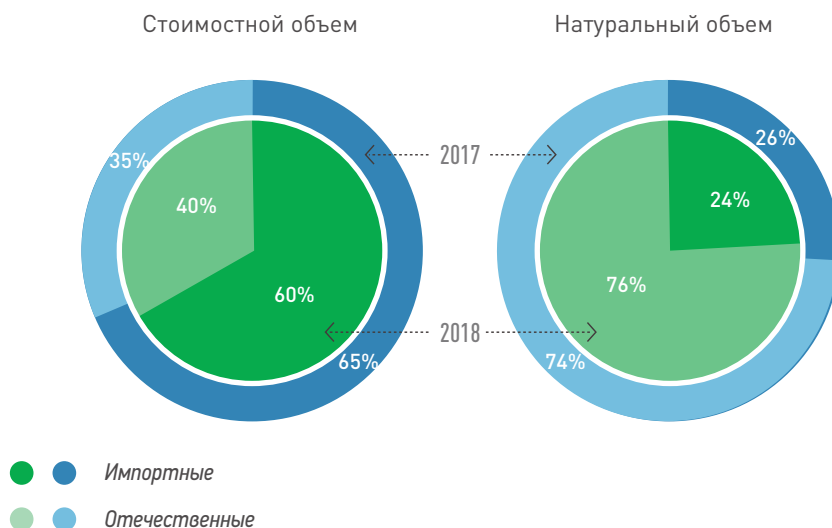


Рисунок 24

Соотношение продаж импортных и отечественных ЛП

отечественные препараты из ТОП-100 по объёму закупок (на данные МНН приходится 59% всех госпитальных закупок в деньгах).

Отметим, что в 2017 году список состоял из других МНН, таким образом процесс «импортозамещения» охватывает с каждым годом дополнительный объем номенклатуры.

По данным за 2018 год, из 2 061 МНН, которые закупались больницами, в 640 МНН доля отечественных препаратов превышает 90%. При этом остаётся ещё 1 014 МНН, в которых преобладают импортные препараты (их доля в закупках более 90%), причём 43 из них попадают в ТОП-100 по объёму. Наиболее

ёмкими МНН, представленными только импортными ЛП, пока остаются «Вакцина для профилактики пневмококковых инфекций», «Ралтегравир», «Этравирин» — на эти три МНН приходится 5% госпитальных закупок.

Стоимость одной упаковки импортного лекарственного препарата в 4,8 раз выше, чем стоимость одной закупленной ЛПУ упаковки отечественных препаратов, однако разрыв в средне-взвешенной стоимости упаковки продолжает сокращаться — в основном за счёт увеличения закупок отечественных препаратов более дорого сегмента. В 2018 году одна импортная упаковка ЛП в среднем обошлась в 675 руб., отечественная — в 141 руб. По сравне-

Таблица 15

ТОП-10 МНН
по «импортозамещению»

МНН	Доля отечественных ЛП, руб.		Рост доли	Лидер, 2017 год	Препарат «переключения», 2018 год
	2017 г.	2018 г.			
Атазанавир	28,06%	99,19%	71,13%	«Пеатаз» (Bristol-Myers Squibb)	«Симанод» (Фармасинтез)
Дарунавир	44,84%	93,13%	48,29%	«Презиста» (Johnson & Johnson)	«Кемерувир» (Фармасинтез)
Пеметрексед	2,17%	48,17%	46,00%	«Алимта» (Eli Lilly)	«Пеметрексед» (Натива)
Сорафениб	0,00%	35,63%	35,63%	«Нексавар» (Bayer)	«Сорафениб» (Натива)
Ритуксимаб	52,39%	83,46%	31,06%	Разные	«Ацеллбия» (Биокад)
Адеметионин	37,21%	61,16%	23,95%	«Гептрал» (Abbott Laboratories)	«Гептор» (Верофарм)
Абакавир	73,78%	95,22%	21,44%	Разные	«Олитид» (Фармасинтез)
Сунитиниб	0,97%	21,70%	20,72%	«Сутент» (Pfizer)	«Сунитиниб» (Натива)
Эноксапарин натрия	40,45%	60,51%	20,05%	«Клексан» (Sanofi)	«Эниксум» (ГК Протек), «Анфибра» (Верофарм)
Трастузумаб	64,63%	82,26%	17,63%	«Герцептин» (F.Hoffmann-La Roche)	«Гертикад» (Биокад)

нию с 2017 годом стоимость одной закупленной импортной упаковки препарата выросла на 8,3%, а одна отечественная упаковка в 2018 году обошлась больницам на 18% дороже.

Структура закупок ЛПУ по ценовым сегментам представлена на рисунке 25.

В 2018 году произошли незначительные изменения в ценовой структуре закупок. Все ценовые категории кроме сегмента средств со стоимостью «от 500 руб.» отметились сокращением доли в объёме закупок лекарственных препаратов для ЛПУ.

В натуральном объёме самым ёмким остаётся сегмент препаратов с ценой до 50 руб. — его доля составляет 62%. Однако последние несколько лет данный сегмент сокращает объёмы закупок: в 2018 году на 8% в сравнении с 2017 годом. Такое сокращение происходит за счёт перехода части препаратов в более дорогой сегмент. Как и прежде, здесь наиболее покупаемым препаратом остаются препараты МНН «Натрия хлорид» (36,5% от натуральных объёмов сегмента «менее 50 руб.»).

” Стоимость одной упаковки импортного лекарственного препарата в 4,8 раз выше, чем стоимость одной закупленной ЛПУ упаковки отечественных препаратов “

Среди импортных препаратов наибольшую долю занимает сегмент препаратов с ценовой категорией свыше 500 руб. (85%) (рисунок 26). Отечественные препараты занимают невысокую долю в ценовых категориях «менее 50 руб.» (11,6%), «от 150 до 500 руб.» (8,1%) и «от 50 до 150 руб.» (18,8%), а наибольший объём продаж, составивший 62%, приходится на сегмент «более 500 руб.». Заметим, что этот показатель по сравнению с 2017 годом вырос на 7%.

Если в сегментах со стоимостью упаковки до 500 руб. разница между средневзвешенной ценой у импортных и отечественных препаратов не столь ощутима, то в самом ёмком сегменте «более 500 руб.» разница между отечественными и им-

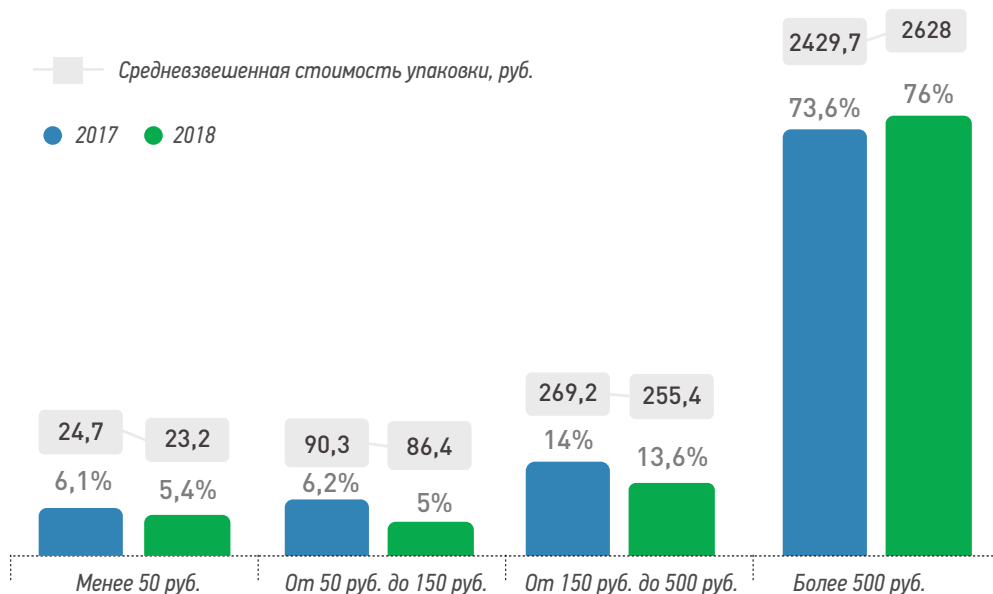


Рисунок 25

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям в 2017 и 2018 гг.

портными лекарствами остается значительной: почти в 1,5 раза.

Соотношение больничных закупок ЛПУ по АТС-группам I уровня в России по итогам 2018 года представлено в таблице 16.

Рейтинг лекарственных препаратов сегмента ЛПУ по АТС-группам существенно отличается от коммерческого рынка. Рейтинг АТС-групп по сравнению с 2017 г. практически не изменился.

В госпитальных закупках бесменным лидером остаётся группа [J] «Противомикробные препараты для системного использования». С 2012 года наблюдается положительная динамика в росте этой группы (в 2018 прирост был минимальный: +0,6%). Он происходил в основном за счёт увеличения объёмов продаж вакцин [J07] (+15,8%). Увеличение закупок в подгруппе [J07] «Вакцины» коснулось таких препаратов как «Совигрипп» (+51%), «Пентаксим» (+35%) и другие. В ТОП-6 закупленных препаратов вошла новая гриппозная вакцина «Флю-М».

Неизменный лидер группы [J] — подгруппа [J05] «Противовирусные препараты для системного применения» — сократила объём в рублях на 2%. В данной подгруппе [J05] среди наиболее ёмких брендов — препараты «Калетра» (+2% в рублях), «Исентресс» (-17%), «Интеленс» (-9% в рублях). Высокую динамику и рост группе обеспечивают относительно новые препараты «Эвиплера», «Симанод», «Тивикай».

Второе место в рейтинге АТС-групп в госпитальном сегменте по итогам 2018 года заняла группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы». С 2013 года в подгруппе наблюдаются положительные тенденции: стоимостной объём закупок препаратов этой группы увеличивается на 19,8%. В натуральном выражении также наблюдается один из максимальных приростов: +22,3%.

Увеличение объёмов продаж группы [L] главным образом произошло за счёт увеличения объёмов закупок в самой ёмкой подгруппе [L01] «Противоопухолевые препараты» (+25% в рублях).

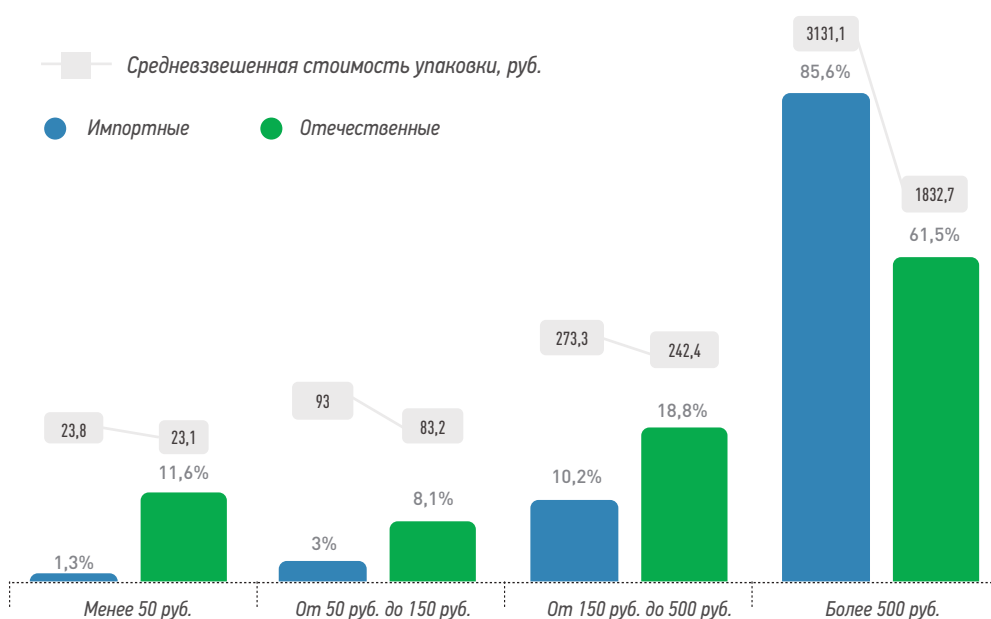


Рисунок 26

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям для препаратов импортного и отечественного производства в 2018 г.

Таблица 16

Структура больничных закупок ЛП по АТС-группам в 2018 г.

АТС-группы I уровня	Стоимостной объем, млн руб.	Доля группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн упак.	Доля группы в натуральном объеме, %
[J] Противомикробные препараты для системного использования	91 197,9	35,8%	257,5	27,1%
[L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	50 658,6	19,9%	11,9	1,3%
[B] Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	33 658,1	13,2%	313,6	33,1%
[N] Препараты для лечения заболеваний нервной системы	20 471,0	8,0%	92,0	9,7%
[A] Пищеварительный тракт и обмен веществ	14 596,0	5,7%	75,7	8,0%
[V] Прочие препараты	12 523,7	4,9%	13,7	1,4%
[C] Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	6 869,7	2,7%	48,7	5,1%
[R] Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	5 577,9	2,2%	25,4	2,7%
[M] Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	4 722,8	1,9%	22,5	2,4%
[G] Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	3 251,4	1,3%	4,4	0,5%
[H] Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	3 105,7	1,2%	16,1	1,7%
[S] Препараты для лечения заболеваний органов чувств	3 081,0	1,2%	5,3	0,6%
[-] ЛП, не имеющие АТС-группы	2 503,6	1,0%	2,4	0,3%
[D] Препараты для лечения заболеваний кожи	2 476,5	1,0%	59,1	6,2%
[P] Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	30,7	0,0%	0,3	0,0%

Таблица 17

ТОП-20
производителей
в сегменте ЛПУ
по итогам 2018 г.

Рейтинг 2018 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млн руб. 2018 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	Pfizer	11 460,5	-13,1%	4,5%
2	6	«Фармасинтез»	11 237,5	36,7%	4,4%
3	3	«Биокад»	10 932,9	32,3%	4,3%
4	3	«Микроген»	10 389,9	26,3%	4,1%
5	-3	Merck	10 057,2	4,2%	3,9%
6	-3	AbbVie	9 902,3	10,3%	3,9%
7	-3	Johnson & Johnson	8 289,1	-4,1%	3,3%
8	-3	Sanofi	7 576,6	-11,8%	3,0%
9	3	«Верофарм»	6 994,8	27,9%	2,7%
10	-2	Novartis	6 897,9	-12,7%	2,7%
11	5	GlaxoSmithKline	5 720,7	43,3%	2,2%
12	-1	Bayer	5 609,7	-0,1%	2,2%
13	-3	AstraZeneca	5 074,1	-14,5%	2,0%
14	0	Takeda	4 721,5	2,5%	1,9%
15	0	F.Hoffmann-La Roche	4 517,1	4,4%	1,8%
16	-3	Marathon Pharma	4 415,3	-17,5%	1,7%
17	0	«Фармстандарт»	3 567,9	-1,3%	1,4%
18	1	Boehringer Ingelheim	3 290,7	-3,4%	1,3%
19	16	«Гротекс»	3 238,4	81,3%	1,3%
20	2	ГК «Протек»	3 227,8	2,7%	1,3%

Самым «закупаемым» препаратом данной подгруппы стал «Гертикад», который в рамках «импортозамещения» вытесняет лидера прошлых лет — «Герцептин». На второе место вышел бренд «Авегра» («Биокад»), который практически полностью заменил «Авастин» (F. Hoffmann-La Roche). Третье место в группе занимает оригинальный препарат «Эрбитукс» (Merck), который пока на рынке не имеет аналогов.

Группа [B] «Препараты, влияющие на кровь» сохранила за собой третью позицию по объёму госпитальных закупок, несмотря на снижение объемов на 7%. Самой ёмкой подгруппой остаётся [B05] «Плазмозамещающие и перфузионные растворы», на долю которых приходится 45% группы. Как в денежном выражении, так и в натуральном лидерами закупок являются препараты на основе МНН «Натрия хлорид».

Самый высокий прирост в рублях среди АТС показала группа [L]: +19,8%. 11 АТС 1-го уровня демонстрируют падение объемов закупок. Самое большое падение (-49,3%) у препаратов группы [P] «Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты».

Отметим, что, несмотря на то, что сердечно-сосудистые заболевания (ССЗ) представляют наиболее острую проблему современной медицины, ведь смертность от патологии сердца и сосудов находится на первом месте наряду с опухолями, в 2018 году объем закупок данной группы препаратов сократился на 24,6%.

В таблице 17 представлен рейтинг ТОП-20 производителей в сегменте ЛПУ по итогам 2018 года, который существенно поменялся относительно 2017 года.

Лидером 2018 года остался иностранный производитель Pfizer. В 2018 году данная компания показала падение объёма закупок в госпитальном сегменте: -13%. Причиной тому стало сокращение закупок бренда-лидера «Превенар» на 17%. 61% госпитального портфеля Pfizer приходится именно на это препарат.

На второе место по итогам года за счет одного из высоких приростов в ТОП-20 вышла отечественная компания «Фармасинтез». Компания поставляет в госпитальный сегмент более 80 брендов. Высокие объёмы приходятся на «Симанод» и «Кемерувир». Более 10 новых препаратов стало закупаться больницами в 2018 году: в ТОП-10 брендов «Фармасинтез» сразу вошло средство для лечения ВИЧ-инфекции «Ретвисет», являющийся дженериком МНН «Ритонавир».

Третью строчку также занял отечественный производитель «Биокад». Госпитальный портфель состоит уже из 29 брендов, которые по программе импортозамещения заменяют импортные аналоги.

Отечественные производители, попадающие в ТОП-20, представлены уже 8 компаниями (+3 относительно 2017 года). Практически все демонстрируют высокую положительную динамику. Наилучший результат показала компания «Гротекс» (+81% в рублях и +16 мест в рейтинге). Компания активно реализует в больничном сегменте «Натрия хлорид» (60% объема продаж компании приходится на него).

Наибольшее перемещение вверх (+5 мест) среди иностранных компаний показал производитель GlaxoSmithKline, объёмы закупок которого увеличились на 43%. Рост компании обеспечил про-

Таблица 18

ТОП-20 брендов
в сегменте ЛПУ
по итогам 2018 г.

Рейтинг 2018 г.	Изменение	Бренд	Стоимостной объем, млн руб. 2018 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	3	«Совигрипп»	7 152,2	50,9%	2,8%
2	-1	«Превенар»	6 962,1	-16,6%	2,7%
3	-1	Натрия хлорид	6 284,3	-6,7%	2,5%
4	-1	«Калетра»	5 933,8	2,0%	2,3%
5	1	Вакцина	3 218,1	23,9%	1,3%
6	-1	«Исентресс»	3 118,6	-16,6%	1,2%
7	5	«Гертикад»	2 933,2	77,1%	1,2%
8	-1	«Интеленс»	2 341,7	-8,8%	0,9%
9	27	«Эвиплера»	2 317,5	146,0%	0,9%
10	67	«Авегра»	2 261,0	275,2%	0,9%
11	33	«Симанод»	2 259,9	163,3%	0,9%
12	10	«Диаскинтест»	2 192,2	68,9%	0,9%
13	0	«Пентаксим»	2 156,2	34,6%	0,8%
14	748	«Тивинай»	1 994,0	3309,2%	0,8%
15	6	«Викейра пак»	1 783,7	32,0%	0,7%
16	-7	«Куросурф»	1 750,7	-5,6%	0,7%
17	-6	«Севоран»	1 725,2	3,0%	0,7%
18	-3	«Актилизе»	1 724,3	9,2%	0,7%
19	-9	«Ультравист»	1 697,4	1,1%	0,7%
20	-1	«Цефтриаксон»	1 535,3	10,3%	0,6%

тивовирусный препарат прямого действия «Тивикай».

Максимальное падение объема закупок по сравнению с 2017 годом отмечено у отечественной компании Marathon Pharma, которая объединяет в себе 3 завода: «Биоком», «Синтез (Курган)» и «Форт». Такая динамика могла быть в том числе из-за смены собственников компании.

В таблице 18 представлен ТОП-20 брендов в сегменте ЛПУ по итогам 2018 г. Доля ТОП-20 брендов в госпитальных закупках составляет 24,2% — больше на 3%, чем в предыдущий год.

В 2018 году ни один из препаратов не сохранил своей позиции с 2017 года. Изменения в рейтинге довольно существенны. На первую строчку переместилась вакцина «Совигрипп», объемы закупок выросли на +50,9%. Такая динамика связана с программой вакцинации населения, которая активно проводилась осенью 2018 года. А препарат «Совигрипп» входит в список рекомендованных отечественных сывороток.

На второе место переместился препарат «Превенар», при этом объем закупок упал на 16,6%. Также снизились объемы «Натрия хлорид» на 6,7%, это способствовало снижению занимаемой позиции на одну строчку.

В рейтинг попадают как дорогие импортные лекарственные средства, так

и дешёвые отечественные препараты («Натрия хлорид», «Цефтриаксон»).

Наибольший прирост показал препарат «Тивикай», о котором мы уже упоминали. Существенный прирост объемов в стоимостном выражении позволили бренду занять сразу 14-ю позицию.

В 2018 году рейтинг покинули препараты «Таксакад», «Ультрикс», «Луцентис», «Фраксипарин». Первые два были вытеснены из госпитальных закупок отечественными аналогами.



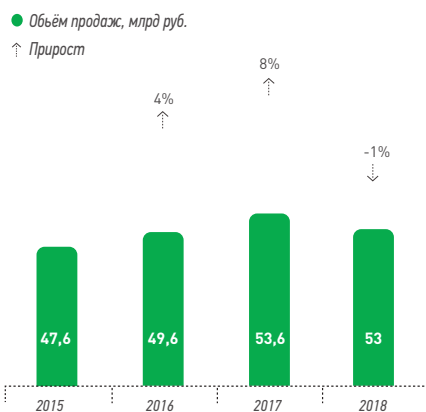
5. Биологически активные добавки

Аптечный рынок БАД за последние несколько лет заметно изменился. Основным трендом является ужесточение правил, регулирующих оборот БАД, которые являются главным инструментом в продвижении данной категории ассортимента. Роспотребнадзор предложил обязать производителей пищевых биологически активных добавок указывать на упаковке, что данные средства не являются лекарственными препаратами, посредством маркировки «Не является лекарством». Документ также запрещает использование для БАД названий, схожих с наименованиями лекарственных средств. Критерием сходства является семантический (смысловой), фонетический (звуковой) или транслитерационный (связанный с использованием для передачи названия другого алфавита) признак, определяющий сходство придуманных названий.

Проект соответствующего документа опубликован 15 февраля 2019 года на портале проектов нормативных актов.

Аптечный рынок БАД, ещё недавно так успешно развивающийся, впервые за последние несколько лет продемонстрировал падение объема реализации. В 2018 году розничный объем продаж составил 318 млн упаковок биологически активных добавок на сумму порядка 53 млрд рублей (в розничных ценах). За год рынок БАД сократился на 1% в рублях и на 10% в упаковках. Основные причины снижения — сезонные колебания и снижения реальных доходов россиян. БАД хоть и является околولةкарственной категорией, но в целом не относится к товарам первой необходимости. Поэтому с ухудшением финансово-экономического положения в стране рост категории замедляется. Среди при-

Динамика рынка БАД, млрд руб.



Динамика рынка БАД, млн упак.

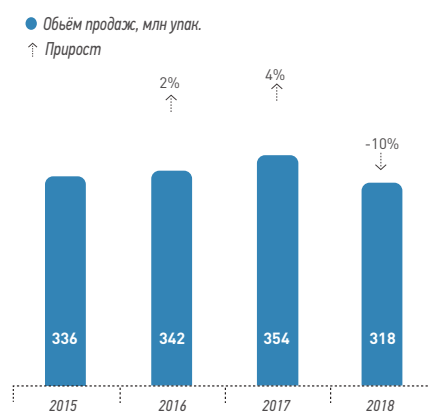


Рисунок 27

Объемы аптечных продаж БАД в России

чин также можно назвать и пристальное внимание проверяющих органов к некоторым группам БАД, которое привело к изменению структуры потребления.

Также отметим, что для поддержания конкурентных цен аптекам приходится снижать наценку на данную группу ассортимента (по итогам 2018 года наценка на БАД составила 36,7%, тогда как годом ранее аналогичный показатель был на уровне 38,3%).

При анализе ежемесячной динамики продаж пищевых добавок в стоимостном эквиваленте можно отметить, что основное снижение продаж пришлось на октябрь — рынок упал на 11,4% относительно аналогичного месяца прошлого года. Наиболее удачными месяцами оказались июль и август: объём реализации БАД увеличился на 6,9% и 8,4% соответственно.

В натуральном выражении наблюдается стабильное снижение спроса. Максимальное падение продаж было отмечено в октябре (-21,6%) и ноябре (-21,3%). БАДы продолжают терять свою востребованность на фоне низкого роста

” Аптечный рынок БАД, ещё недавно так успешно развивающийся, впервые за последние несколько лет продемонстрировал падение объёма реализации “

аптечных продаж в целом. Средний ценовой сегмент уступил свою долю на рынке дешёвым и дорогостоящим добавкам.

В среднем одна упаковка БАД обошлась потребителю в 167 рублей (розничная цена). Средневзвешенная цена в 2018 году выросла на 15,4 рублей. В ценах закупки аптек средневзвешенная стоимость БАД составляет порядка 122 рублей.

Самыми популярными среди потребителей оказались биодобавки с ценой менее 50 рублей. На долю этого сегмента приходится около 46,5% проданных БАД в натуральном эквиваленте (ценовая структура приведена на осно-

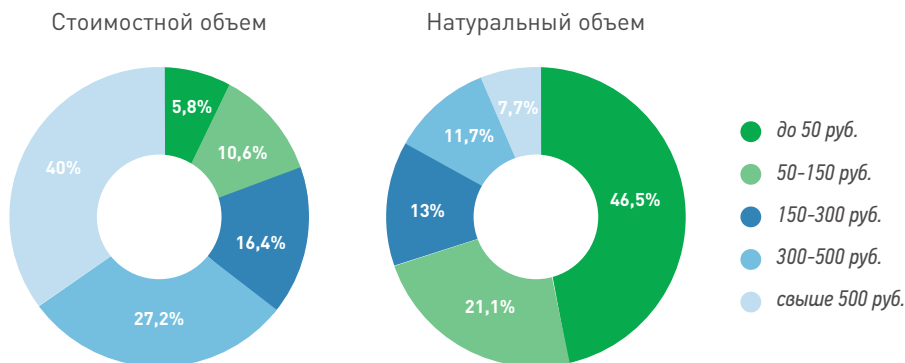


Рисунок 28

Соотношение продаж БАД по ценовым сегментам

” Наибольшую выручку аптекам приносят самые дорогостоящие БАД, удельный вес этого сегмента составляет 40,0% “

ве розничных цен). При этом отметим, что из-за низкой цены доля дешёвого сегмента в стоимостном выражении не превышает 6%. Вкусные «Гематоген» и «Аскорбиновая кислота» составляют половину объёма продаж в упаковках сегмента с ценой «до 50 рублей».

Наибольшую выручку аптекам приносят самые дорогостоящие БАД, удельный вес этого сегмента составляет 40,0%. Также заметную долю (27,2%) занимают добавки из категории «от 300 до 500 руб.». За год структура рынка БАД изменилась в пользу высокого ценового сегмента «свыше 500 рублей», который единственный показал прирост объёма реализации: +11,9% в рублях и +10,0% в упаковках. Первые 5 мест по объёму продаж данного сегмента занимают различные витаминные комплексы.

Как и в продажах лекарственных препаратов, наблюдается тенденция сокращения доли «дешёвых» БАД как в стоимостном, так и в натуральном выражении. Относительно 2017 года

доля БАД с ценой до 50 рублей сократилась с 6,4% до 5,8% в стоимостном выражении и с 46,8% до 46,5% в натуральном.

Динамика цен на БАД была проанализирована с помощью индекса цен Ласпейреса. Одной из причин роста средневзвешенных цен стала инфляция на БАД, показатель которой опять заметно вырос. В 2018 году цены в рублях на БАД увеличились на 6,1%.

Фармпроизводители позиционируют биологически активные добавки как средства для профилактики различных заболеваний. Существующий официальный классификатор не совсем удобен для оценки рынка БАД, так как многие БАД, применяемые для профилактики одних и тех же патологий, находятся в разных разделах классификатора (например, препараты, улучшающие зрение). Поэтому специалисты компании DSM Group разработали свой классификатор БАД, который более чётко отражает реалии современного рынка БАД. Классификатор БАД по действию состоит из 17 разделов, большинство из которых имеет 2-й подуровень, а некоторые разделы — 3-й.

Традиционно наиболее востребованными на рынке остаются универсальные добавки группы [V] «БАД, действующие на организм в целом» (доля 30,1%). За год эта группа БАД незначительно сни-

Инфляция на БАД

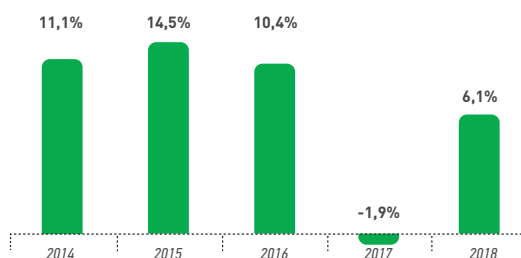


Рисунок 29

Изменение цен БАД на аптечном рынке России

Таблица 19

Рейтинг продаж
по разделам
классификатора
БАД

Рейтинг 2018 г.	Изменение	Группа	Стоимостной объем, млн руб. 2018 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	V БАД, действующие на организм в целом	15 950,7	-0,5%	30,1%
2	-	A БАД, действующие на пищеварительную систему	11 376,5	-0,9%	21,4%
3	-	G БАД, влияющие на репродуктивную систему	6 066,5	-3,1%	11,4%
4	-	N БАД, влияющие на функции центральной нервной системы	5 138,7	2,2%	9,7%
5	1	C БАД для поддержания функций сердечно-сосудистой системы	2 415,2	-4,2%	4,6%
6	-1	W БАД для похудения и очищения организма	2 275,5	-11,7%	4,3%
7	-	M БАД, применяемые при заболеваниях костной системы	1 739,7	9,6%	3,3%
8	1	D БАД, применяемые для устранения различных проблем с кожей и волосами	1 557,7	6,0%	2,9%
9	-1	S БАД, действующие на органы чувств	1 546,4	-0,7%	2,9%
10	-	R БАД, применяемые при заболеваниях дыхательной системы	1 428,8	-2,2%	2,7%
11	-	B БАД, действующие на кроветворную систему	1 175,9	-18,0%	2,2%
12	-	U БАД, действующие на мочевыделительную систему	784,2	12,6%	1,5%
13	-	T БАД, применяемые при отравлениях и интоксикациях	546,0	5,4%	1,0%
14	-	H БАД, влияющие на функцию желез внутренней секреции	523,9	6,0%	1,0%
15	-	I БАД, поддерживающие функцию иммунной системы	359,4	4,7%	0,7%
16	-	O БАД, применяемые для лечения и профилактики онкологических заболеваний (кроме опухолевых заболеваний репродуктивной системы)	88,1	-4,5%	0,2%
17	-	J БАД, применяемые при вирусных, бактериальных и грибковых заболеваниях	70,4	-17,7%	0,1%

зила свои продажи — на 0,5%. Самыми популярными в группе [V] оказались бренды Solgar (доля в продажах группы — 10,4%) компании Solgar Vitamin And Herb и «Фемибион» (8,9%) производителя Merk Selbstmedikation.

Второе место заняла группа [A] «БАД, действующие на пищеварительную систему», показав падение объема реализации на 0,9%. В данной группе наиболее популярны позиции «Фитолак» (14,6%) отечественного производителя «Эвалар» и «Максилак» (10,5%) компании Генехо.

На третьей строчке оказалась группа [G] «БАД, влияющие на репродуктивную систему», которая продемонстрировала сокращение продаж (-3,1%). Группу возглавил препарат, влияющий на женскую репродуктивную систему — «Индинол» (8,7%) от производителя «Мираксбиофарма». На втором месте в данной группе расположился БАД, устраняющий эректильную дисфункцию у мужчин — «Вука Вука» (5,1%), сместив на третью позицию «Виардо» (4,3%). Основную роль в таком расположении брендов сыграл запрет на продажу марок «Сеалекс Форте Плюс» и «Али Капс Плюс» петербургского холдинга «РИА Панда».

Десять подгрупп показали отрицательную динамику. Наибольшее снижение продаж было отмечено у таких групп: [B] «БАД, действующие на кроветворную систему» (-18,0%) — гематоген в различных вариантах уже не так востребован у покупателя; [J] «БАД, применяемые при вирусных, бактериальных и грибковых заболеваниях» (-17,7%) — продажи лидера группы, бренда «Ромашка», упали на 22,9%; [W] «БАД для похудения и очищения организма»:

-11,7% за счёт падения продаж основной линейки «Турбослим» на 7,5%.

А вот продажи группы [U] «БАД, действующие на мочевыделительную систему», наоборот, выросли на 12,6%. Объёмы реализации добавки в форме капсул «Фитолизин», способствующей поддержанию нормального функционирования почек и мочевыводящих путей, за год увеличились на 335,3%.

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

Для аптеки биологически активные добавки остаются наиболее важной категорией нелекарственного ассортимента. В 2018 году на аптечных полках было представлено 2 718 различных брендов БАД, которые производят около 968 компаний; за год на рынке появилось 311 новых позиций. Но если раньше на рынок БАД постоянно выводились новые позиции, которые за счёт успешной промоции могли сразу занять высокие места в рейтинге, то в настоящий момент этот процесс замедлился, и привести «интересные» продукты очень сложно. Наиболее успешной оказалась новинка «Ливесил Премиум» для поддержания работы печени в форме капсул, которая по итогам года вошла в ТОП-100 (объём продаж — 108,9 млн рублей).

В рейтинге ТОП-20 брендов, лидирующих по стоимостным объёмам продаж, можно отметить ряд существенных изменений. Лидером рынка, как и в прошлом году, стала линейка витаминных комплексов Solgar, действующих на организм в целом и на отдельные системы (доля 4,8%). На втором месте в рейтинге за 2018 год оказался бренд «Доппель-

Таблица 20

ТОП-20 брендов БАД
по стоимостному
объёму продаж
в России за 2018 год

Рейтинг 2018 г.	Изменение	Бренд	Стоимостной объем, млн руб. 2018 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	Solgar	2 531,7	30,1%	4,8%
2	-	«Доппельгерц»	1 728,9	-2,3%	3,3%
3	-	«Фитоланс»	1 662,1	-3,6%	3,1%
4	-	«Фемибион»	1 425,0	4,6%	2,7%
5	2	«Максиланс»	1 189,7	-4,4%	2,2%
6	-	«Турбослим»	1 176,4	-7,6%	2,2%
7	3	«Эвалар Глицин»	967,2	5,9%	1,8%
8	-3	«Витамишки»	947,4	-27,6%	1,8%
9	-	«Нормобакт»	908,5	-8,2%	1,7%
10	7	«Бак-Сет»	841,3	58,3%	1,6%
11	-3	«Гематоген»	817,4	-29,7%	1,5%
12	4	«Супрадин»	688,3	26,7%	1,3%
13	2	«Компливит»	683,2	9,5%	1,3%
14	-	«Овесол»	667,5	-0,1%	1,3%
15	-2	«Алфавит»	620,5	-21,6%	1,2%
16	43	«Витрум»	597,7	212,0%	1,1%
17	-6	«Эвалар Пустырник»	579,9	-32,8%	1,1%
18	20	«Индинол»	525,1	91,6%	1,0%
19	-7	«Юнивит»	485,4	-39,0%	0,9%
20	-	«Линекс Для Детей»	468,9	-7,3%	0,9%

герц» (удельный вес — 3,3%). Третью строчку занял БАД со слабительным эффектом «Фитолакс» производителя «Эвалар» с долей 3,1%. Отметим, что компания «Эвалар» — самая представленная в рейтинге: 5 брендов из ТОП-20 занимают суммарную долю 9,5%.

Из существенных положительных изменений можно отметить прирост продаж брендов «Витрум» (+212,0%), «Индинол» (+91,6%) и «Бак-Сет» (+58,3%); из отрицательных: -39,0% у марки «Юнивит» отечественной компании «Отисифарм».

Из брендов, расположенных ниже ТОП-20, стоит отметить марки Natures Bounty — одноимённую с линейкой средств БАД с широким спектром действия (+168,0%) и «Вука Вука» — добавку производства фирмы Stada (+57,9%) поддерживающую мужское здоровье.

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

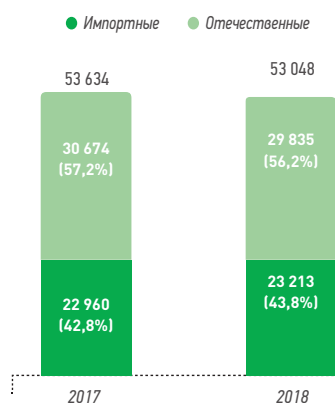
В отличие от рынка лекарств, на рынке биологически активных добавок преобладают средства отечественного производства. Российские БАД занимают 56,2% стоимостного и 81,4% натурально

го объема продаж. В результате разнонаправленной динамики отечественных (-2,7%) и зарубежных добавок (+1,1%) удельный вес российских компаний за год снизился в денежном эквиваленте. В натуральном выражении структура рынка изменилась в пользу отечественных БАД, однако отмечается снижение активности как отечественных производителей биодобавок (-7,6%), так и импортных (-11,7%).

Средняя стоимость упаковки отечественного препарата в 2018 году составила 115 руб. (+7,9% к 2017 году), что приблизительно в 3,2 раза ниже стоимости упаковки импортного средства. В этот же период стоимость упаковки БАД иностранного производства в среднем составляла 392 руб. — средневзвешенная цена выросла на 14,6%.

Среди иностранных производителей лидируют БАД производства Германии (31,6%), США (20,2%) и Канады (12,0%). Список немецких производителей возглавляет Queisser Pharma (серия БАД «Доппельгерц») и Stada Arzneimittel (бренды «Бактистатин» и «Вука Вука»). Среди американских БАД наиболее популярна продукция компании Solgar Vitamin and Herb (серия БАД Solgar). Среди канадских производителей ли-

Соотношение импортных и отечественных препаратов, руб.



Соотношение импортных и отечественных препаратов, упак.

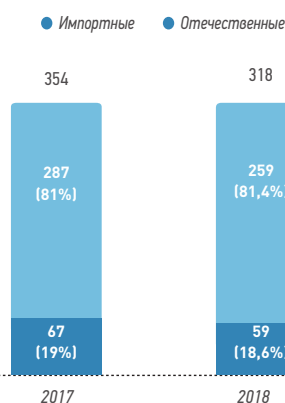


Рисунок 30

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства

дируют компании Bausch Health (БАД «Натурино») и Pharma-Med («Фитомуцил»).

Концентрация на фармрынке производителей добавок к пище довольно высокая — ТОП-20 компаний занимает 66,1% рынка. В рейтинге производителей также можно отметить заметные изменения. Не все компании из тройки лидеров сумели сохранить за собой позиции 2017 года. Так, например, канадский производитель Bausch Health уступил третью строчку американской фирме Solgar Vitamin And Herb, которая за год увеличила свои продажи на 30,1%.

Лидером рынка на протяжении уже многих лет остаётся компания «Эвалар» (при этом в 2018 году был зафиксирован отрицательный прирост объёмов реализации: -2,1%). Отрицательная динамика обусловлена в том числе снижением популярности БАД для похудения в целом на 11,7%, к которым относится линейка производителя «Турбослим». Стоит отметить высокую динамику линейки средств нового поколения с эффектом омоложения организма изнутри Anti-Age (+1 364,3%) и коллекции травяных чаёв «Эвалар Био» (+22,5%). В настоящий момент в портфеле «Эвалар» находится 276 различных наименований БАД, объём

единённых в 126 линеек с одним торговым наименованием. Ежегодно на рынок запускаются новые продукты компании: так, в 2018 году на прилавках аптек появилось порядка 26 новых БАД с учётом дозировки, назначения и формы выпуска. Наиболее успешная новинка «Эвалар Калий+Магний Форте таблетки 316 мг+280 мг 1,2 г №60» — добавка для поддержания здоровья сердечно-сосудистой системы — продажи составили около 13,9 млн рублей.

Для реализации своей продукции производитель использует и другие каналы сбыта (не аптеки): открывает «Фитомаркеты», развивает собственную аптечную сеть (по итогам 2018 года — 41 аптека), расширяет продажи через интернет-канал. Однако «Эвалар» перенёс запуск нового производства фармпрепаратов в Бийске на I кв. 2019 года.

Кроме того, компания «Эвалар» заключила контракт с австралийским фармдистрибьютором API и уже отгрузила первую партию продукции для реализации на рынке Австралии. «Эвалар» будет поставлять линейку из 15 наименований продукции — 9 БАД и 6 чаёв. Несмотря на жёсткое регулирование рынка БАД в Австралии, где БАД рассматриваются как медицинские добав-

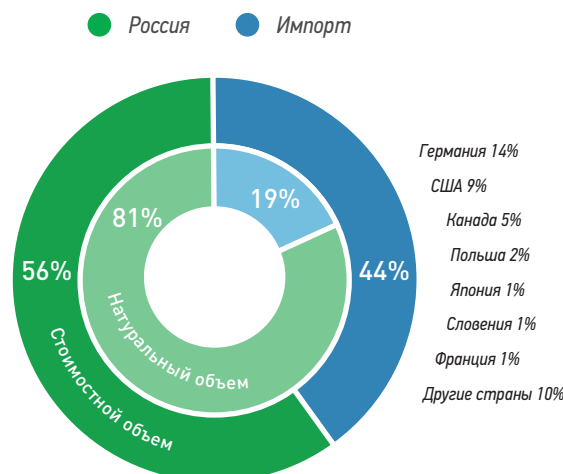


Рисунок 31

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства по странам

Таблица 21

ТОП-20 фирм-
производителей БАД
в России за 2018 год

Рейтинг 2018 г.	Изменение	Компания	Стоимостной объем, млн руб. 2018 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	«Эвалар»	9 896,8	-2,1%	18,7%
2	-	Pharma-Med	2 867,6	-5,5%	5,4%
3	2	Solgar Vitamin And Herb	2 531,7	30,1%	4,8%
4	-	«Отисифарм»	2 089,0	-1,8%	3,9%
5	-2	Bausch Health	1 911,3	-18,2%	3,6%
6	3	«Аквион»	1 741,3	19,3%	3,3%
7	-1	Queisser Pharma	1 728,9	-2,3%	3,3%
8	-	Stada Arzneimittel	1 612,3	7,2%	3,0%
9	1	Merk Selbstmedikation	1 425,0	4,6%	2,7%
10	1	«Оболенское»	1 189,7	-4,4%	2,2%
11	2	Genefar	1 074,1	-3,6%	2,0%
12	6	Takeda	1 052,1	85,4%	2,0%
13	-1	Recordati	1 014,6	-17,2%	1,9%
14	5	Bayer	822,1	46,6%	1,5%
15	1	«Диод»	774,8	3,0%	1,5%
16	-2	«Фарм-Про»	752,2	-22,5%	1,4%
17	-10	«РИА Панда»	738,2	-51,5%	1,4%
18	-3	«В-Мин»	656,3	-18,3%	1,2%
19	4	«Квадрат-С»	601,9	54,2%	1,1%
20	6	«Мираксбиофарма»	583,7	90,0%	1,1%

ки (medical supplements), а их оборот контролируется минздравом, этот рынок оценивается в «Эвалар» как весьма перспективный. Согласно аналитическим данным компании, более 60% населения Австралии регулярно употребляют БАД, тогда как в России эта цифра не доходит и до 20%. Ежегодный оборот рынка БАД в Австралии достигает 5 млрд долл.

Второе место занимает компания Pharma-Med, практически все позиции которой сократили свои объёмы реализации. Основной бренд компании — детский жевательный мармелад «Витаминки» — потерял 27,6% продаж. Однако, за счёт увеличения продаж биодобавки «Бак-Сет» для пищеварительной системы на 58,3%, компании удалось сохранить за собой вторую строчку и потерять только 5,4% продаж. С июля 2018 года корпорация Valeant была переименована в Bausch Health. Однако решение руководства компании о ребрендинге не спасло ситуацию. Из-за существенного сокращения объёмов реализации Bausch Health (-18,2%) на третью позицию поднялся американский производитель Solgar Vitamin And Herb (+30,1%), продвигающий на рынок линейку с широким спектром действия одноимённого наименования Solgar.

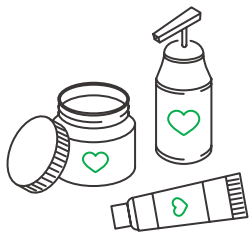
Фармацевтический холдинг «РИА Панда», специализирующийся на производстве и реализации биологически активных добавок, уступил 10 строчек в рейтинге в результате существенного падения продаж на 51,5% в денежном эквиваленте. В мае 2016 года Роспотребнадзор аннулировал свидетельства о государственной регистрации двух самых популярных БАД компании — «Сеалекс Форте» и «Аликапс». Так как в обеих добавках был обнаружен «Та-

далафил» — действующее вещество рецептурного лекарственного средства для повышения потенции. Дальнейшее негативное развитие ситуации было вызвано уголовным делом об уклонении от уплаты налогов на сумму свыше 144 млн рублей. Прямое нарушение законодательства привело холдинг «РИА Панда» к банкротству.

Высокие темпы прироста демонстрирует производитель «Мираксбиофарма» (+90,0%), наиболее востребованным брендом компании является «Индинол», влияющий на женское здоровье, — его продажи выросли более, чем в 2 раза.

На втором месте по темпам прироста — производитель Takeda (+85,4%). В портфеле компании всего 3 бренда. В 2018 году японская фармацевтическая компания закрыла сделку по покупке у фирмы Unipharm бренда «Витрум», который по итогам года показал наилучшие результаты относительно прошлого года (+212,0%), и попал на 16-ю строчку рейтинга.

Ещё одним новичком ТОП-20, помимо «Мираксбиофарма», стала российская компания «Квадрат-С» (+54,2%). Производитель имеет небольшую линейку ассортимента — всего 21 бренд, основной рост фирме обеспечили добавки «Лизоприм ЛОР» (+773,5%), рекомендуемые при инфекционных патологиях горла, и «Магний В6 Витамин» (+505,1%), применяющийся в качестве дополнительного источника магния и витаминов В2 и В6.



6. Косметика (аптечные продажи)

В последние годы косметика основательно закрепились в нелекарственном ассортименте аптек, став её неотъемлемой частью. Главной отличительной особенностью аптечной косметики является то, что она проходит в обязательном порядке процедуру сертификации, что подтверждает её надежность, эффективность, лечебные свойства и т. д. Потребители становятся всё более требовательными к составу и качеству продукции. При этом аптека выступает гарантом качества, формирует доверие к рекомендациям.

Основой продвижения косметической продукции на рынке считается грамотная маркетинговая политика. На сегодняшний момент в аптеке можно найти косметические средства, которые не только обладают лечебным эффектом, но и отвечают за уход и красоту. Косметика может быть для лица, волос, рук и др., делиться по возрастам потребителей. Сетям и одиночным точкам необходимо систематически

изучать косметические бренды, появляющиеся на рынке, чтобы удовлетворять потребительский спрос и следить за новинками.

Крупные сети, такие как «Мега Фарм» и «Эркафарм», в 2018 году стали развивать новый сетевой формат — дрогери. Дрогери представляет собой классический аптекарский магазин: помимо лекарственных препаратов, в ассортименте торговой точки представлена бытовая химия и парафармацевтика (БАД, косметика, товары для детей, бытовая химия, товары для животных и товары ежедневного спроса и т. д.). А ретейлер «Магнит» планирует объединить свои аптеки с магазинами «Магнит косметик». Новый формат отличается от обычных аптек более выраженным стремлением работать с маргинальными и популярными у потребителей позициями.

Российские аптеки в 2018 году реализовали 1 711 различных брендов косметики, более 15 тыс. полных наименований. Ассортимент аптечных сетей постоянно изменяется и дополняется новинками — производители предложили потребителю более 70 новых брендов. Лидерами продаж оказались марки CeraVe (линейка средств по уходу за кожей, предназначенная для её увлажнения, восстановления и укрепления естественного защитного барьера) и «Лайснер» (педикулёзный шампунь). Данные бренды сумели войти в ТОП-300

” **Сетям и одиночным точкам необходимо систематически изучать косметические бренды, появляющиеся на рынке, чтобы удовлетворять потребительский спрос и следить за новинками** “

по объёму реализации в стоимостном выражении, поскольку их продажи за первый год превысили 95,6 млн рублей.

Косметика не относится к товарам первой необходимости, поэтому динамика её продаж часто отражает «состояние здоровья» экономики и потребительских возможностей. Конечно, косметический ассортимент имеет мультиканальную реализацию, и возможен переход покупателя из аптеки в специализированные магазины, из гипермаркетов в онлайн-канал. Но в целом динамика 2018 года демонстрирует отрицательные тренды (-4% в стоимостном выражении по данным ГФК «Русь», первое полугодие 2018 года). «Общий тренд для всех магазинов косметики — падение среднего чека при стабильной частоте покупок. Покупатель сейчас ищет выгодные предложения и постепенно уходит в онлайн». Возможно, именно с этим фактором связана стагнация продаж косметики в аптеках. Так или иначе потребители, реальные доходы которых падают, начинают экономить на парфармацевтической группе товаров.

За 2018 год российские аптеки реализовали 184,9 млн упаковок косме-

тических средств на сумму 44,8 млрд рублей (в розничных ценах). В рублёвом эквиваленте рынок аптечной косметики увеличился на 0,6% относительно аналогичного периода прошлого года, в натуральном выражении продажи остались на уровне 2017 года. Заметим, что аналогичная картина была и в 2016 году.

При анализе ежемесячных данных можно увидеть нестабильную динамику относительно 2017 года. Самое значительное падение как в рублях, так и в упаковках было отмечено в апреле (-5,2% в рублях и -6,9% в упаковках) и июне (-5,3% и -6,3% соответственно). Наиболее удачным месяцем стал сентябрь — объём реализации косметических средств увеличился на 10,2% в стоимостном выражении и на 5,4% в натуральном. В сентябре, когда активность ультрафиолета снижается, а зимние холода ещё впереди, наступает благоприятный и безопасный сезон для косметологических процедур, чем, возможно, и обусловлен прирост продаж. В половине месяцев года динамика объёмов реализации косметики отрицательная. Заметим, что активному росту данного сегмента не способствуют даже праздники

Динамика аптечной косметики

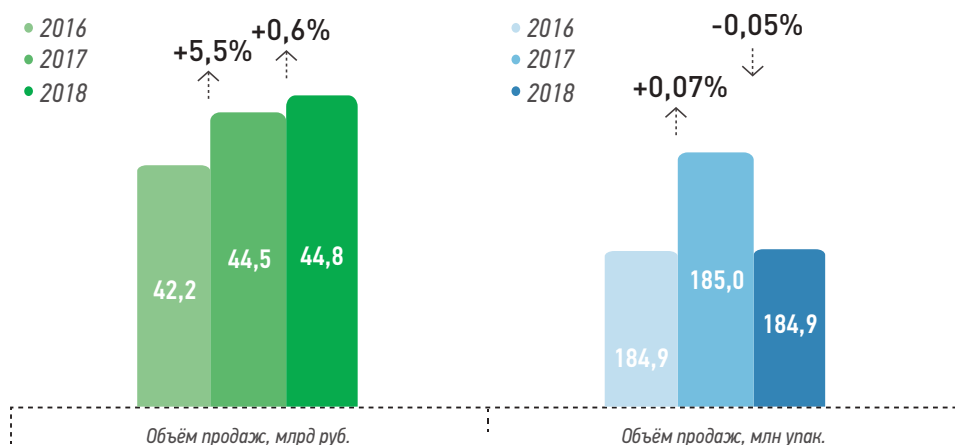


Рисунок 32

Объёмы продаж косметики в России

8 Марта и Новый год, хотя раньше именно на эти периоды приходился как пик в абсолютных показателях, так и максимальный прирост.

Косметические средства можно классифицировать по различным основаниям: по цене, назначению, форме выпуска. Компания DSM Group провела анализ позиций и предлагает свою классификацию косметических товаров. Косметику, которая продаётся в аптечных сетях, аналитики разделили на 3 группы:

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 (Garnier, Nivea и др.).

Активная (лечебная) косметика применяется для лечения и профилактики определённых заболеваний, содержит различные биологически активные вещества («Софья») (кремы и бальзамы), кремы «Боро Плюс» 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 (Vichy, Avene, Uriage и др.).

Стабильный сегмент активной (лечебной) косметики обеспечил рост объёма реализации косметических средств в денежном выражении на фармацевтическом рынке. Данная группа занимает 49,5% рынка в рублях (+3,0% к объёму реализации 2017 года) и 56,3% в упаковках (-0,2%). Это самый широко представленный сегмент в аптеках: в 2018 году можно было купить 830 различных брендов лечебной косметики от 445 производителей (4 172 полных наименования).

Продажи селективной косметики в 2018 году снизились как в рублях, так и в упаковках. Как раз для сегмента «дорогой» косметики наиболее реальна угроза ухода потребителя «в Интернет». Причём, и сами производители способствуют этому, начиная работать с крупными интернет-магазинами. Таким

Рисунок 33

Соотношение аптечных продаж косметики в зависимости от типа косметического товара



образом, позиционирование селективной косметики как аптечной перестает быть актуальным. По сравнению с 2017 годом объём косметики премиум и люкс-класса снизился на 1,4% в рублях и на 0,1% в упаковках. Как результат, доля данного сегмента сократилась с 36,7% до 36,0%. В натуральном выражении вес премиальной косметики заметно ниже — 10,8%.

Для масс-маркет-косметики аптека не является основным каналом продвижения. Однако этот подсегмент занимает 33,0% рынка в натуральном выражении и пользуется популярностью у россиян, так как представлен достаточно бюджетными средствами. Поэтому доля масс-маркет-косметики в рублях составляет 14,6%.

Средняя стоимость косметического средства в розничных ценах за 2018 год составила 242 рубля за упаковку. По сравнению с аналогичным периодом 2017 года цена выросла на 0,7%. При рассмотрении рынка по сегментам можно увидеть, что все категории, кроме лечебной косметики, упали в цене. Стоимость одной упаковки ак-

тивной косметики стала дороже на 3,4%, а вот цены на средства из масс-маркет- и премиум-сегментов снизились на 2,6% и 0,9% соответственно.

Аптека предлагает клиентам огромный выбор косметических средств в различных формах выпуска и с различным предназначением. Самой востребованной косметикой оказалась многофункциональная (на её долю пришлось 34,8% в упаковках). Это не удивительно, так как в структуре универсальных косметических средств более половины рынка занимают бренды лечебной косметики. А вот больше всего денег аптеке приносят средства для лица (25,4% от всей продажи косметики). Такой объём обеспечивают селективные марки: 75% в рублях и 44% в упаковках приходится на бренды, относящиеся к этой категории. Но именно средства для лица демонстрируют отрицательную динамику. Остальные группы косметики растут.

Средства для ног (+8,3% в рублях и +10,0% в упаковках) показали наибольший прирост среди всех групп косметики. Максимальное снижение

Средняя цена за упаковку косметического средства

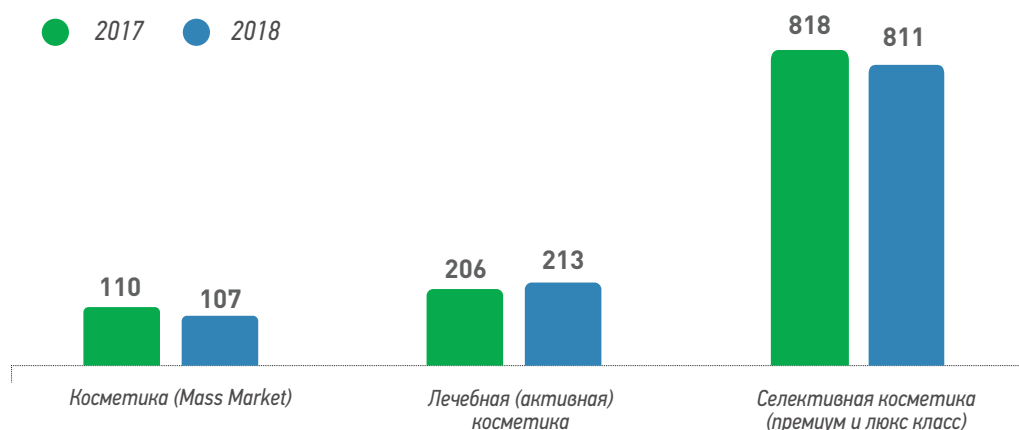


Рисунок 34

Средневзвешенная цена косметических средств

объёма реализации было отмечено у средств для рук и ногтей (-32,5% в рублях и -19% в упаковках).

Наибольшую долю в структуре косметики по возрастному критерию занимает косметика, рассчитанная на все возрастные категории (78,0% стоимостного объёма продаж и 78,7% натурального объёма). На второй строчке расположилась косметика для детей (от 0 до 14 лет): 9,0% стоимостного и 15,7% натурального объёма. Третье место заняла косметика для людей среднего возраста (после 25 лет) с долей рынка 5,6% в стоимостном выражении. В этой категории наблюдается перевес в сторону премиальной и люксовой косметики — 77,5% объёма

в рублях данной категории приходится на селективную косметику. Также большой перевес в сторону дорогой косметики наблюдается у сегмента для пожилого возраста (после 60 лет), в данной категории селективная косметика занимает 77,9% стоимостного объёма продаж. При этом сегмент косметики для пожилого возраста демонстрирует максимальный темп снижения в деньгах (-68,7%).

Российская косметика более востребована на фармрынке, чем зарубежная: отечественные косметические средства занимают более 73,7% от натурального объёма реализации. При анализе продаж в денежном эквиваленте можно от-

Структура аптечных продаж косметики по типам средств (руб.)

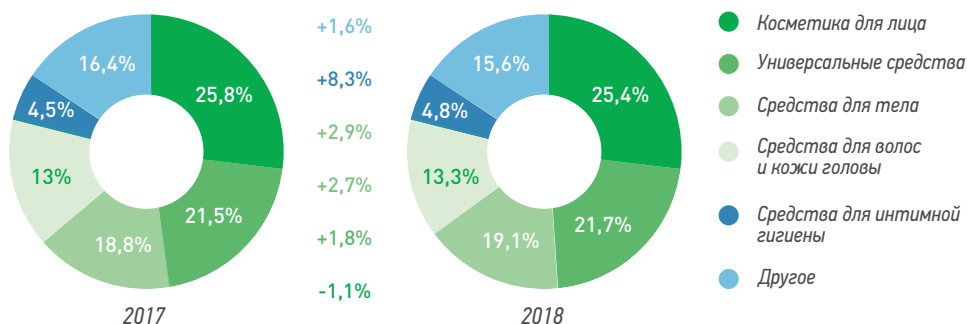
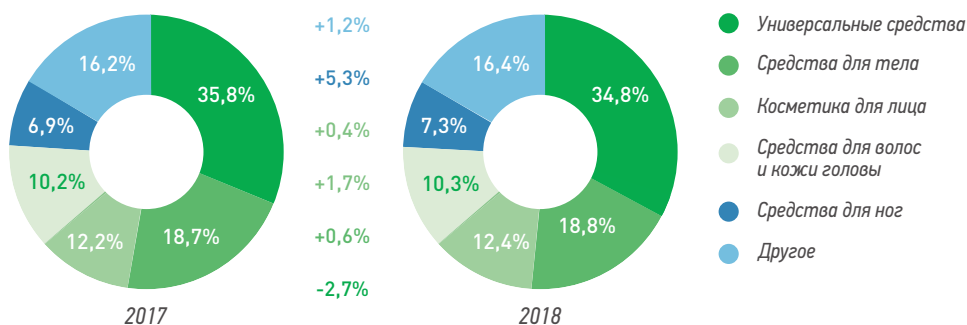


Рисунок 35

Структура косметики по месту применения

Структура аптечных продаж косметики по типам средств (упак.)



метить, что рынок практически поделён пополам, однако наблюдается перевес в сторону импортной косметики (около 52,1% продаж).

Внутри сегментов наблюдается различное соотношение отечественной и зарубежной косметики.

В 2018 году премиальная и люксовая косметика была представлена в основном импортными косметическими средствами, которые занимают 77,0% рынка в рублях и 53,9% в упаковках. Отечественный бренд Librederm, который частично производится на территории нашей страны, занимает 100% продаж отечественной селективной косметики в рублях.

Сегмент лечебной косметики, наоборот, преимущественно представлен российскими брендами, которые лидируют как по стоимостному (64,3%), так и по натуральному (78,5%) показателям.

В сегменте mass-market доля отечественной косметики возросла относительно прошлого года в стоимостном выражении, и составила 53,8%. Основ-

ными отечественными брендами являются «Кора» и «Детский крем», которые совокупно занимают около 20% рынка в рублях.

Селективная косметика

В 2018 году в аптеках было реализовано 19,9 млн упаковок селективных средств на сумму порядка 16,1 млрд рублей (в розничных ценах). Это на 1,4% меньше, чем за аналогичный период 2017 года, в стоимостном выражении и на 0,1% меньше в натуральном. Рейтинг селективных марок довольно стабилен. И лидеры с 1 по 8-е места сохранили свои позиции. Одна компания покинула ТОП-10 (Lierac), уступив место в рейтинге косметике Ducray. Только 4 бренда сумели нарастить свои объёмы продаж относительно прошлого года.

Librederm смог удержать лидирующую позицию в категории селективной косметики, несмотря на отрицательную динамику: доля марки на рынке сократилась с 25,2% до 23,9% в стоимостном объёме сегмента. При этом продажи бренда уменьшились на 6,3% относительно 2017 года. Такая дина-

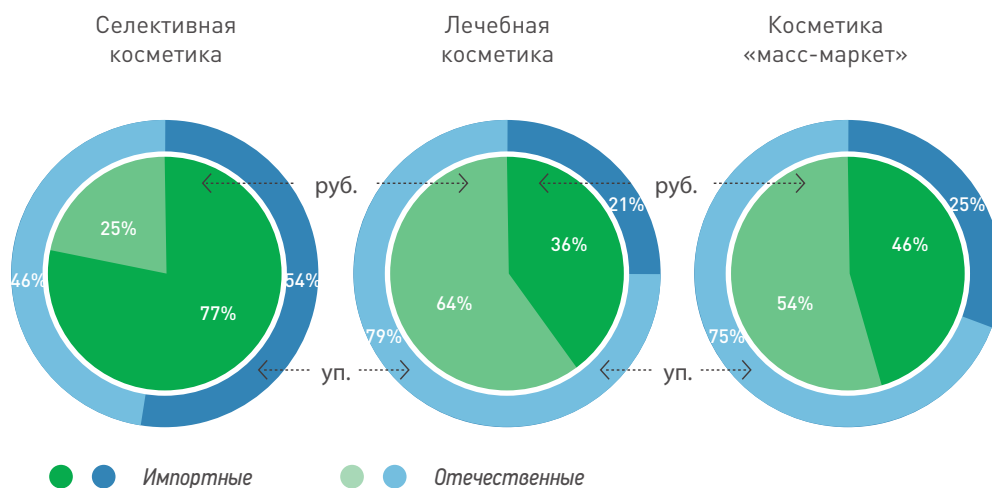


Рисунок 36

Соотношение аптечных продаж косметики в зависимости от типа косметического товара, 2018 год

мика может быть связана и с оттоком потребителя в собственные магазины с одноимённым названием, которые открываются в крупных городах. Заметим, что в упаковках на линейку Librederm приходится 47,1% от натурального объёма. Поэтому в настоящий момент Librederm можно назвать самой популярной маркой селективной косметики. В линейку входит более 240 различных торговых наименований, но большую долю занимают средства для лица (31,0% в руб.).

Бренд La Roche-Posay продемонстрировал прирост продаж на 15,2% и вплотную приблизился к лидеру: были месяцы, когда продажи La Roche-Posay превышали Librederm. Косметические средства La Roche-Posay, разработанные на основе термальной воды, специально предназначены для проблемной кожи, поэтому около 65% продаж бренда занимают средства для лица. Основ-

ные линейки марки — Effaclar (специальная серия от прыщей, угрей и акне) и средства Lipikar (средства для лица против раздражения и зуда).

Третье место занимает французский бренд Vichy. В 2018 году объём продаж продукции под этой маркой вырос на 2,5% впервые за несколько лет после отрицательных трендов. В аптеках было представлено около 400 полных наименований бренда Vichy, около 44% в стоимостном выражении приходится на средства для лица, также в линейке Vichy большой ассортиментный ряд средств для тела (18%) и волос (17%).

Шесть ведущих брендов селективной косметики отметились в 2018 году снижением продаж в рублях. Наиболее высокий темп снижения продемонстрировал бренд Filorga: объём продаж средств под данной маркой снизился на 23%.

Таблица 22

ТОП-10 брендов селективной косметики

Номер в рейтинге	Изменение	Бренд	Доля, 2018 г.	Прирост 2018 г. / 2017 г.
1	-	Librederm	23,9%	-6,3%
2	-	La Roche-Posay	23,4%	15,2%
3	-	Vichy	19,9%	2,5%
4	-	Avene	8,2%	1,6%
5	-	Bioderma	5,9%	-16,5%
6	-	Uriage	4,4%	-8,7%
7	-	Mustela	2,6%	-15,8%
8	-	Filorga	2,0%	-23,4%
9	+1	Klorane	1,6%	-3,4%
10	+1	Ducray	1,6%	10,1%

«Лечебная» косметика

Средства активной косметики, которые обладают терапевтическим эффектом, занимают лидирующее положение на аптечном рынке. Если селективная косметика в большей мере решает проблемы кожи лица, то активная косметика имеет широкий круг показаний к применению. Основную долю в продажах данной группы ассортимента занимают позиции, используемые при растяжениях, ушибах, заболеваниях суставов воспалительного характера (12,4%), различных повреждениях и заболеваниях кожи — трещинах, ссадинах, порезах и ожогах (8,5%), для склонной к аллергическим реакциям кожи (7,9%).

На ТОП-10 брендов приходится 27,7% продаж категории активной косметики, что заметно ниже, чем в сегменте селективных марок (93,6%). При этом в

аптеках реализуется порядка 830 различных брендов «лечебной» косметики.

Первое место среди марок данного типа удерживает «Лошадиная сила», несмотря на снижение продаж на 5,4%. Около 42% объема продаж бренда в рублях приходится на средства для тела, используемые при растяжениях, ушибах и заболеваниях суставов.

На вторую строчку поднялся бренд Lactacyd, который представляет линейку средств для интимной гигиены, за счет прироста продаж на 13,2%. Линейка средств включает в себя уже около 20 наименований. 26% объема приходится на «Lactacyd средство д/интим гиги. деликатное 200 мл №1».

«Алерана» — косметический продукт, созданный для ухода за волосами и кожей головы. Поэтому 66,4% продук-

Номер в рейтинге	Изменение	Бренд	Доля,	Прирост
			2018 г.	2018 г. / 2017 г.
1	-	«Лошадиная сила»	5,5%	-5,4%
2	+1	Lactacyd	3,4%	13,2%
3	-1	«Алерана»	3,2%	-5,6%
4	-	«911»	2,8%	1,8%
5	-	«Эмолиум»	2,6%	3,1%
6	+2	«Боро Плюс»	2,3%	5,0%
7	-	Dry Dry	2,1%	-5,4%
8	-2	«Софья»	2,0%	-12,8%
9	-	«Микостоп»	2,0%	9,0%
10	+6	«Педикюлен»	1,7%	43,0%

Таблица 23

ТОП-10 брендов активной (лечебной) косметики

ции, выпускаемой под данной маркой, — шампуни. В результате разнонаправленной динамики с Lactacyd «Алерана» уступила вторую строчку и опустилась на третье место (-5,6%).

Максимальным темпом прироста отмечен бренд «Педикулен» (+43%), который в 2018 году сумел подняться на 6 позиций вверх и занять 10-ю строчку рейтинга. Основной прирост линейке средств, предназначенных для терапии педикулёза, обеспечил шампунь «Педикулен Ультра шампунь 200 мл №1». Из отрицательных изменений отметим снижение продаж бренда «Софья» на 12,8%. Рейтинг покинуло средство для уничтожения вшей и гнид «Паранит» (-7 позиций вниз) за счёт снижения продаж на 29%.

Высокие темпы роста на протяжении последних лет демонстрируют марки «Липобейз» (+56%), Cetaphil (+25%), «Спасатель» (+22%). При сохранении такой динамики мы сможем в 2019 году увидеть их в рейтинге ТОП-10 активной косметики.

Масс-маркет-косметика

Масс-маркет-косметика на 42,7% состоит из универсальных средств и в большей мере предназначена для очищения (13,5%).

Изменения в рейтинге масс-маркет-косметики заметно больше, чем в остальных двух группах. Не все лидеры сумели сохранить свои позиции. Продажи американской линейки средств для ухода за ногтями «Умная эмаль» сократились на 10,7%. В результате на третью строчку поднялась марка «Детский крем», продажи которой выросли на 30%.

Первое место традиционно заняла детская косметика Johnsons Baby (доля 9,0%). На втором — марка «Кора» (4,8%). Отметим, что лидеры в 2018 году показали отрицательную динамику.

А вот бренды, занимающие позиции рейтинга с третьего места, показали в основном положительную динамику. Так, бренд EVO продемонстрировал в отчётном периоде в рублях максимальный прирост (+54,2%), в результате чего попал в ТОП-10 на десятое место. Из положительных изменений также стоит отметить +2 строчки у марки «Флоресан», продажи которой выросли на 18%.

Заметим, что одной из особенностей рейтинга косметики масс-маркет, реализуемой в аптеках, является большое количество марок, относящихся к детским брендам. 32% в объёме продаж приходится на категорию, предназначенную для детского и младшего возраста. Четыре бренда попадают в рейтинг ТОП-10 и являются основными в данной категории (на них приходится 66% всей детской косметики, приобретаемой в аптеках).

Таблица 24

ТОП-10 брендов
масс-маркет
косметики

Номер в рейтинге	Изменение	Бренд	Доля, 2018 г.	Прирост 2018 г./ 2017 г.
1	-	Johnsons Baby	9,0%	-13,0%
2	-	«Кора»	4,8%	-1,5%
3	+3	«Детский крем»	4,7%	29,6%
4	-1	«Умная эмаль»	4,2%	-10,7%
5	2	«Флоресан»	4,2%	17,9%
6	-2	Nivea	4,1%	2,5%
7	-2	Bubchen	4,1%	11,4%
8	-	«Моё солнышко»	3,6%	4,2%
9	-	«Neutrogena норвежская формула»	3,1%	5,1%
10	+6	EVO	2,1%	54,2%

ДЕПАРТАМЕНТ РЕКЛАМЫ DSM GROUP

СУВЕНИРЫ И ПОДАРКИ ПОЛИГРАФИЯ И POSM

НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА

- ✔ Партнёрские отношения со всеми ведущими поставщиками «каталожной» промопродукции с широчайшим ассортиментом и минимальными сроками поставки со складов Москвы, Санкт-Петербурга, Европы;
- ✔ Гибкая ценовая политика;
- ✔ Двадцатилетний стаж производства отраслевых сувениров и подарков;
- ✔ Чёткий контроль за соблюдением сроков и качества производства;
- ✔ Понимание потребностей отраслевых заказчиков, базирующееся на уникальном накопленном опыте;
- ✔ Регулярный мониторинг новинок рынка сувенирной продукции и новых подрядчиков;
- ✔ У большинства наших клиентов мы входим в реестр рекомендованных поставщиков или являемся единственным партнером по поставке промопродукции и рекламных материалов;
- ✔ При расчетах мы руководствуемся существующими стандартами и правилами финансового взаимодействия, принятого у каждого конкретного клиента (предоплата, постоплата, разбивка и отсрочка платежей). При условии постоплаты наша компания не применяет дополнительную наценку.



ПРОИЗВОДСТВО КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ЛОГИСТИКА

КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС

- ✔ Персональный менеджер и индивидуальные предложения;
- ✔ Бесплатный дизайн и верстка макетов в рамках работы над проектом, бесплатная доставка продукции, предоставление образцов, отсутствие нижней ценовой планки по заказу, ответственное хранение, годовые программы рекламного сопровождения.

«ФМ. Фармация и Медицина»

надежный и грамотный помощник фармацевта в его повседневной работе

Газета для фармацевтов, провизоров и первостольников



РАСПРОСТРАНЕНИЕ:

- ✓ 30 000 аптек 2 раза в месяц получают газету
- ✓ распространение через ФК ПУЛЬС
- ✓ по подписке (подписной индекс ПР176)

КОНТЕНТ ИЗДАНИЯ:

- ✓ профессиональный
- ✓ полезный
- ✓ практичный
- ✓ авторы статей высокопрофессиональные эксперты-практики

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

«PALLIUM: паллиативная и хосписная помощь»

Российский научно-практический журнал

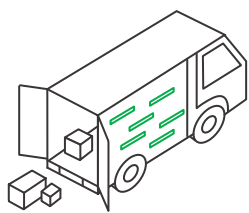


ИЗДАНИЕ:

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

ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ:

- ✓ повысить уровень знаний по вопросам паллиативной медицинской помощи взрослому населению и детям
- ✓ информировать о новых исследованиях и научных результатах в области паллиативной помощи, включая лекарственное обеспечение, работу с пациентами и их родственниками



7 • Импорт лекарственных препаратов

Импортозамещение в фармацевтической промышленности в России идет не просто по классическому пути разработки внутреннего продукта, а по более широкой «трассе» трансфера технологий и компетенций, локализации и предоставления преференций отечественным производителям. Более того, обсуждаемая сейчас новая государственная программа развития «Фарма-2030» ставит даже более амбициозные задачи, такие как экспортоориентированность фармацевтической промышленности, производство фармацевтических субстанций, разработка инновационных препаратов и технологий.

За последние десять лет в разных регионах России открылись более 20 заводов иностранных производителей лекарственных средств. Но пока это не особо сказалось на динамике ввоза как лекарств, так и субстанций. Таким образом, зависимость российского фармацевтического рынка от политики в области импорта еще очень высока. И любое возможное ограничение, в первую очередь, повлияет на потребителя.

Так, одной из мер контрсанкций весной 2018 года рассматривалась возможность запрета ввоза в Россию лекарств, если их аналоги производятся либо отечественными фармкомпаниями, либо производителями из государств, не присоединившихся к антироссийским санкциям. Одной из мер предлагалось полностью ограничить поставку лекарств из США. При принятии такого постановления на рынок не смогли бы поступать 90 пре-

паратов, которые не имеют аналогов. Общий объем реализации этих препаратов составляет 37 млрд руб. В целом на рынке обращается свыше 1 000 препаратов, произведенных в США.

Помимо лекарственной доступности для населения запрет на ввоз препаратов мог негативно сказаться на разработке новых препаратов отечественными компаниями. В современных исследованиях используются три категории препаратов: изучаемые лекарства, препараты сравнения, препараты базовой терапии. Если «запрещенное» лекарство окажется в любой из этих трех категорий, клиническое исследование отечественного препарата не состоится.

В конце концов все закончилось хорошо: лекарства были выведены из возможных мер контрсанкций. Правда, это не мешает самим производителям принимать решения о прекращении поставок на территорию Российской Федерации. Чаще всего причиной таких решений бывает снижение объемов реализации за счет появления отечественных аналогов или более современных препаратов. Например, BMS прекращает поставки трех препаратов для лечения ВИЧ-1-инфекции («Реатаз», капсулы; «Зерит» в форме порошка для приготовления раствора для приема внутрь; «Видекс», капсулы и порошок для приема внутрь). Вауер прекращает поставки в Россию рентгеноконтрастного средства «Урографин».

Нередко звучит инициатива разрешить в нашей стране параллельный импорт ле-

карств. В Европейском союзе эти нормы применяются, но действуют лишь внутри его границ. То есть допускается параллельный импорт лекарственных препаратов исключительно с рынка одного из членов Евросоюза на рынок другого. Параллельный импорт с внешнего контура границ Евросоюза запрещен.

В настоящий момент разрешение параллельного импорта лекарств в России должно согласовываться со странами, которые входят в Таможенный союз. На сегодня все страны, кроме Белоруссии, подтвердили свое согласие на параллельный импорт.

ФАС уже подготовила поправки в Гражданский кодекс о легализации импорта без разрешения владельцев товарных знаков. Они позволяют правительству с 2021 г. на срок до пяти лет открывать границу для параллельного импорта отдельных товаров. Сейчас Гражданский кодекс запрещает его — ввезти товар в Россию может только правообладатель или официальный дилер. Хотя в феврале 2018 года Конституционный суд разрешил ввозить товары без разрешения владельца бренда, завышающего цены.

Решение о параллельном импорте может войти в конфликт с развитием проекта по маркировке в России, так как товар сможет ввозиться с рынка зарубежных стран, не имеющих такой маркировки.

В целом же переход на «промаркированные» препараты и так может негативно сказаться на объемах поставки импортных лекарств. В Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ) считают, что форсированный переход на новую систему маркировки препаратов в России приведет к перебою с поставками. К 2020 году все поставщики должны начать маркировку препаратов по новой технологии, требующей от про-

” Лекарственные препараты из стран Евросоюза, США и Японии, не прошедшие клинические испытания в России, могут быть допущены на отечественный фармацевтический рынок, чтобы ускорить доступ пациентов к новым лекарствам “

изводителей определенных инвестиций, которые в АЕБ оценивают в «несколько миллионов долларов для одного завода». Зарубежные производители, которые занимаются небольшими поставками в Россию, не смогут себе этого позволить. В результате это станет запретительным барьером для торговли в России.

Одним из позитивных предложений для увеличения доступности новых препаратов стал вопрос о допуске импортных лекарств на отечественный рынок без клинических испытаний. Лекарственные препараты из стран Евросоюза, США и Японии, не прошедшие клинические испытания в России, могут быть допущены на отечественный фармацевтический рынок, чтобы ускорить доступ пациентов к новым лекарствам. Такое предложение озвучено в «дорожной карте» «Развитие конкуренции в здравоохранении». Медикаменты планируют маркировать предупредительной надписью о том, что препарат не прошел клинические исследования на территории РФ. На каждой упаковке будет отмечено, что медикамент прошел исследования только в Европейском союзе, США или Японии. В числе не испытанных в России импортных лекарств могут быть востребованы препараты для

онкологических больных, средства для эпилептиков и орфанные препараты для лечения редких болезней.

Ввозом импортных лекарственных препаратов сегодня занимаются свыше 1000 различных организаций: это и сами иностранные производители, и дистрибьюторы, и отечественные компании. Для упорядочивания и контроля этого процесса в октябре 2018 года правительство предложило создать единого импортера лекарств, не имеющих аналогов, производимых в стране, для нужд государственных медицинских учреждений. Ожидается, что объемы закупок составят порядка 200 млрд руб. в год. Кроме того, эта же компания должна получить полномочия по экспорту не имеющих аналогов за рубежом российских лекарств на сумму \$500 млн ежегодно. Разговоры об едином государственном дистрибьюторе уже поднимались раньше, теперь речь идет об импортере. Желание весь процесс замкнуть на одной организации связано с необходимостью более жесткого контроля за ценами. С другой стороны, «монополия» не способствует конкуренции, и может стать

фатальной для поставщиков оригинальных препаратов.

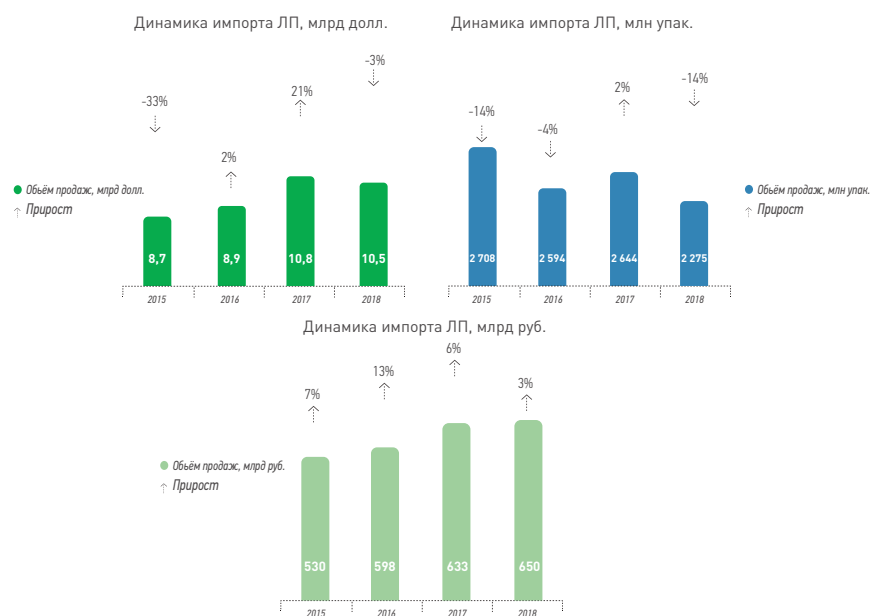
Импорт ЛП

Динамика импорта последние несколько лет демонстрирует отрицательные тренды в натуральном выражении. За 5 лет объем ввоза лекарств снизился на треть: с 3,34 млрд упак. в 2013 году до 2,28 млрд упак. в 2018 году. Основное снижение пришлось на 2015 год: из-за валютных колебаний импортеры боялись ввозить большие партии лекарств и пользовались сформированными запасами. Также на 14% уменьшился объем ввозимых препаратов в 2018 году. Здесь уже основной причиной можно назвать появление на рынке отечественных аналогов и преференции для них в госзакупках.

В долларах объем ввезенных лекарственных препаратов в 2018 году составил 10,5 млрд долл., это на 3% ниже показателя 2017 года. Стоимостные объемы завезенных лекарств в пересчете на рубли показывают положительную динамику от года к году — в 2018 году прирост 3%. Такая

Рисунок 37

Объем импорта ЛП



динамика практически соответствует росту рынка в целом.

В таблице 25 представлены доли различных групп импортёров ЛП в Россию.

Как видно из таблицы 25, в 2018 г. около 76% объёма импорта лекарств приходится на группу импортеров — представительств иностранных производителей. По сравнению с 2017 годом поставки данной категории импортеров сократились на 4,3%.

На втором месте по емкости пока еще находится группа «Дистрибьюторские компании», но за последние 4 года ее доля сократилась на 6,5% — так же, как и объёмы ввоза данной группой импортёров. Причем они имеют максимальную отрицательную динамику среди всех категорий.

Сегмент «Отечественные производители ЛП» в 2018 году показал высокую динамику, и доля составила уже 7% (в структуре импорта). Прирост обусловлен увеличением объемов лидера груп-

пы на 6,4%. Главным импортёром среди отечественных производителей лекарств является «Фармстандарт»: его доля по итогам 2018 года составила 39%. На втором месте завод «Нижфарм» с долей 18%. Третье место у «Верофарм», который занял долю 10%. Переквалификация отечественных производителей-импортеров связана с процессами «импортозамещения»: локализацией на заводах препаратов иностранных компаний или, как для «Нижфарм» и «Верофарм», переносом производства на отечественные площадки после вхождения в международную корпорацию.

Положительную динамику демонстрирует и сегмент импортеров «Компании, специализирующиеся на прямом импорте». Основным игроком в данном сегменте является компания «Фармацевтический импорт, экспорт» — её доля составляет 53%. Далее идет компания «Орфе» с долей 11%.

В таблице 26 представлены ТОП-10 представителей иностранных производителей по объёму импорта в 2018 году.

Импортёры	Доля к объёму импорта, %				Прирост, долл. 2018 / 2017
	2015	2016	2017	2018	2018/2017
Дистрибьюторские компании	15,7%	13,9%	9,7%	9,2%	-8,5%
Представительства иностранных компаний	72,7%	74,1%	76,9%	76,3%	-4,3%
Компании, специализирующиеся на прямом импорте	5,4%	5,1%	7,0%	7,5%	3,4%
Отечественные производители ЛП	6,1%	6,9%	6,3%	7,0%	6,4%

Таблица 25

Доля различных групп импортеров ЛП в Россию в объеме импорта ЛП

Группа «Представительства иностранных компаний» сократилась в долларовом выражении в 2018 году на 4,3%. При этом концентрация в группе импортеров «Представительства иностранных компаний» немного увеличилась по сравнению с 2017 годом. Хотя практически все компании (7 из 10) демонстрируют отрицательную динамику.

Лидером группы импортеров «Представительства иностранных компаний», как и в прошлые годы, остается «Новартис» с долей 9,1%. Это одна из немногих компаний, которая не «упала» по объему ввозимых медикаментов. На втором месте традиционно уже представительство компании «Санофи». В 2018 году объем импортируемых лекарств данного производителя вырос на 20% (лидер по приросту в ТОП-10). За счет этого произошло увеличение доли на 1,7%. Третье место в отчетном году заняло представительство компании «Байер», ввоз лекарств которого снизился на 1,4%.

Из компаний, показавших высокий рост, стоит отметить представительство «Берингер» (+13%). Падение около 20% продемонстрировали компании «Тева» и «Берлин-Хеми».

Из компаний, не вошедших в ТОП-10, отметим представительства производителей «Мерк» и «Рош», оборот ввозимых ЛП которых вырос существенно (на 94% и 35% соответственно). Таким образом, компании более активно стали завозить лекарства через свои представительства.

В таблице 27 представлен ТОП-10 дистрибьюторов по объему импорта ЛП в Россию.

Доля десяти крупнейших дистрибьюторов-импортеров от всего объема импорта группы «Дистрибьюторские компании» в 2018 году составила 87%.

Как видно из таблицы 27, крупнейшим дистрибьютором по объему импорта

Таблица 26

ТОП-10
представительств
иностраных
производителей
по объему импорта

Представительство иностранных производителей	Доля в объеме импорта группы, %		Прирост к 2017 г., долл.
	2017 г.	2018 г.	
1 «Новартис»	8,6%	9,1%	0,4%
2 «Санофи»	6,3%	8,0%	19,6%
3 «Байер»	5,0%	5,2%	-1,4%
4 «Пфайзер»	4,7%	4,8%	-3,0%
5 «Джонсон & Джонсон»	4,7%	4,8%	-4,0%
6 «Тева»	4,8%	4,1%	-19,5%
7 «Эбботт»	4,2%	3,7%	-15,4%
8 «Берлин-Хеми»	4,3%	3,7%	-19,2%
9 «Берингер»	3,1%	3,7%	12,7%
10 «ГлаксоСмитКляйн»	3,5%	3,5%	-6,0%
Итого:	49,1%	50,5%	

в группе «Дистрибьюторские компании» в 2018 году является компания «Протек» с долей 23%. Далее можно выделить три игрока: «Р-Фарм», «Пульс», «Катрен», которые находятся примерно на одном уровне — 15-18%. Из перечисленных компаний только «Р-Фарм» показывает прирост объема ввозимых лекарств, причем показатель один из максимальных: +33%.

Высокую динамику демонстрирует и «Гранд-Капитал», за счет этого поставщик улучшил свое положение в рейтинге на 4 позиции (с 10 до 6-го места).

Периодически дистрибьюторы, имеющие головной офис за пределами Москвы и осуществляющие доставку лекарственных средств в аптеки в рамках своего и близлежащих регионов, также начинают работать как импортеры. Так, в 2016 году самостоятельно начал осуществлять поставки лекарств в Россию дистрибьютор «Годовалов», головной офис кото-

рого расположен в Перми. В 2017 году компания даже попала в рейтинг ТОП-10. Но в 2018 году объем ввоза лекарств упал на 70%. Такую же динамику демонстрирует и воронежская компания «Норман», которая впервые отметилась в импорте в 2017 году: за отчетный год поставки сократились на 55%.

А вот самарский дистрибьютор «Фарм-перспектива» продолжает наращивать объемы по этому направлению, продемонстрировав прирост поставок практически в 2 раза, за счет чего доля достигла 2%, и компания вошла в ТОП-10. Из дистрибьюторов, которые расположены ниже, также можно отметить московский «Мединторг» и омский «Здравсервис», которые заметно увеличили объемы поставок с 2017 года.

В таблице 28 представлен ТОП-20 фирм-производителей по объёму импорта ЛП в Россию всеми группами импортёров.

Дистрибьютор	Доля в объеме импорта группы, %		Прирост к 2017 г., долл.	
	2017 г.	2018 г.		
	1	«Протек»		25,2%
2	«Р-Фарм»	12,4%	18,3%	33,4%
3	«Пульс»	15,8%	15,6%	-10,6%
4	«Катрен»	15,2%	14,8%	-12,5%
5	«Фармкомплект»	3,1%	3,2%	-4,0%
6	«Гранд Капитал»	2,1%	3,1%	34,0%
7	«Евросервис»	3,1%	3,0%	-14,0%
8	«СИА»	3,1%	2,7%	-22,1%
9	«Биотэк»	3,9%	1,9%	-56,1%
10	«Фармперспектива»	0,9%	1,9%	90,3%
Итого:		84,7%	87,1%	

Таблица 27

ТОП-10 дистрибьюторов по объёму импорта ЛП

Таблица 28

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

Рейтинг		Фирма-производитель	Доля стоимостного объема импорта, %		Прирост к 2017 г., долл.
2017 г.	2018 г.		2017 г.	2018 г.	
1	1	Novartis	6,1%	6,0%	-6,4%
2	2	Sanofi	4,7%	5,9%	17,7%
4	3	Bayer	3,6%	3,9%	0,8%
10	4	Takeda	3,0%	3,8%	17,6%
5	5	GlaxoSmithKline	3,5%	3,6%	-2,4%
6	6	Johnson & Johnson	3,5%	3,4%	-8,9%
8	7	Celgene	3,4%	3,3%	-8,1%
3	8	Teva	3,8%	3,2%	-19,1%
9	9	Abbott	3,2%	3,2%	-7,8%
13	10	Merck	2,6%	3,0%	8,0%
7	11	Berlin-Chemie	3,4%	2,8%	-23,5%
11	12	Gedeon Richter	2,8%	2,7%	-9,7%
15	13	Boehringer Ingelheim	2,2%	2,6%	10,8%
12	14	Pfizer	2,6%	2,4%	-15,9%
20	15	F.Hoffmann-La Roche	1,7%	2,3%	28,1%
14	16	AstraZeneca	2,5%	2,0%	-23,3%
18	17	Baxter	1,8%	1,9%	3,5%
16	18	KRKA	1,9%	1,9%	-8,3%
19	19	Dr.Reddy's Laboratories	1,8%	1,8%	-4,8%
23	20	Bristol-Myers Squibb	1,3%	1,7%	28,7%
Итого:			59,4%	61,3%	

Доля 20 крупнейших производителей ЛП по объёму импорта в Россию в 2018 г. составила 61%. Крупнейшими производителями по объёму импорта ЛП в Россию являются Novartis, Sanofi. На третью строчку с четвертого места поднялась компания Bayer. Из ТОП-20 производителей по объёму продаж на фармацевтическом рынке (см. раздел №10 «Производство») три компании не попадают в рейтинг импортёров — это Stada, которая локализована в России (в состав корпорации входит завод «Нижфарм»); Servier, завод которой был запущен в 2007 году на территории Новой Москвы; Astellas Pharma, локализирующая свои препараты на предприятии «ЗиО-Здоровье».

Импорт субстанций

Главной в вопросе лекарственной безопасности остается проблема малого производства субстанций на территории

России. Сейчас разрабатывается ряд мер для поддержки производителей отечественных субстанций. Министерство промышленности и торговли приступило к разработке поправок, направленных на упрощение российским производителям АФС выхода на зарубежные рынки.

В целом отечественные компании начинают двигаться в сторону разработки и производства собственных субстанций. «Фармасинтез» вложит 200 млн долл. в производство фарм субстанций с планируемым запуском завода в 2021 году. «Герофарм», «Биокад», «Натива» — это не полный список компаний, которые будут производить лекарства по полному циклу.

Пока же производимые на территории страны лекарства в большей мере делаются из импортной субстанции. Отечественные компании производят только

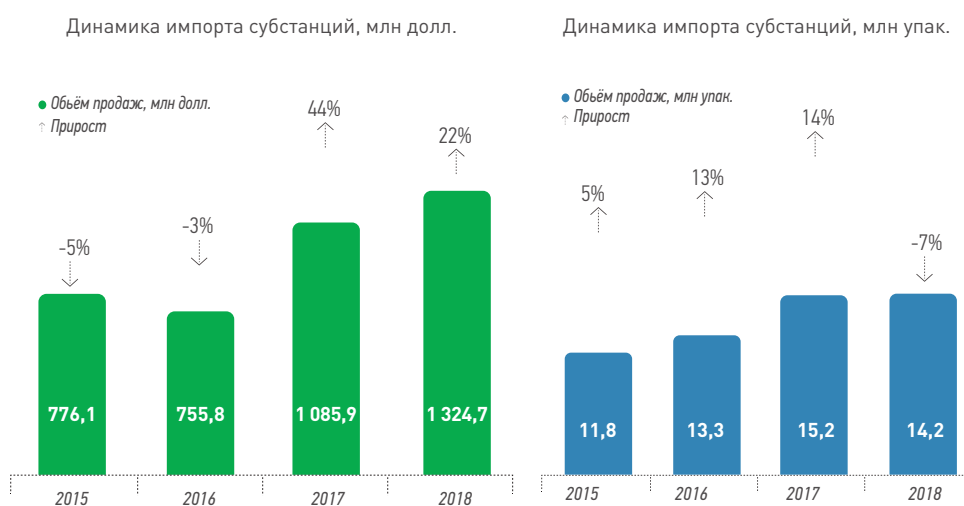


Рисунок 38

Объём импорта субстанций

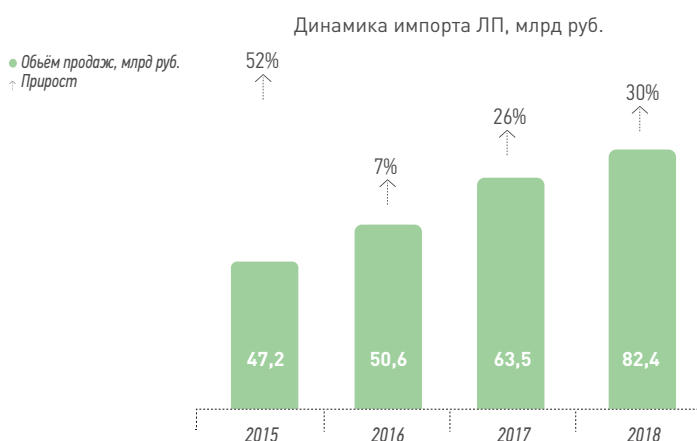


Таблица 29

ТОП-10 стран
происхождения
субстанций

Рейтинг	Страна	Доля, долл. 2018	Прирост, 2018/2017
1	Китай	19,8%	11,3%
2	Франция	15,8%	3,6%
3	Германия	12,7%	105,6%
4	Индия	10,4%	11,7%
5	Словения	8,4%	5,5%
6	Швейцария	6,4%	47,2%
7	Италия	6,0%	-5,6%
8	Венгрия	4,2%	38,2%
9	Ирландия	3,6%	13,9%
10	Испания	2,0%	41,6%
		89,2%	

Рейтинг	Страна	Доля, кг, 2018	Прирост, 2018/2017
1	Китай	56,4%	-13,0%
2	Индия	16,7%	3,8%
3	Франция	12,2%	13,7%
4	Германия	4,4%	-2,9%
5	Венгрия	2,2%	0,2%
6	США	1,1%	-59,6%
7	Словения	1,0%	51,2%
8	Италия	1,0%	-3,7%
9	Испания	0,8%	25,3%
10	Чехия	0,6%	288,9%
		96,3%	

Таблица 30

ТОП-10 наименований
субстанций,
импортируемых
в Россию

Рейтинг	Наименование	Доля, долл. 2018	Прирост, 2018/2017
1	«Инсулин»	12,0%	164,2%
2	«Периндоприл»	8,0%	-2,1%
3	«Тамсулозин»	4,4%	107,9%
4	«Ралтегравир»	4,2%	-5,9%
5	«Гесперидин+Диосмин»	4,1%	10,3%
6	«Лозартан»	3,6%	-20,2%
7	«Индапамид»	3,4%	7,9%
8	«Ривароксабан»	3,1%	-
9	«Обинутузумаб»	3,1%	5667,3%
10	«Лизиноприл»	3,0%	111,8%
		48,9%	

Рейтинг	Наименование	Доля, кг 2018	Прирост, 2018/2017
1	«Парацетамол»	15,4%	-13,1%
2	«Ацетилсалициловая кислота»	15,2%	7,2%
3	«Метформин»	14,6%	30,6%
4	«Сорбитол»	6,7%	21,0%
5	«Аскорбиновая кислота»	5,8%	45,5%
6	«Метамизол натрия»	3,6%	-25,9%
7	«Омепразол»	3,3%	-15,4%
8	«Панангин»	2,5%	-7,1%
9	«Кремния диоксид»	2,1%	2,5%
10	«Карбонат кальция»	2,0%	-28,7%
		71,1%	

около 15% необходимых субстанций, что едва покрывает их собственные нужды.

Объем импорта субстанций в 2018 году составил около 14,2 млн кг. В стоимостном выражении этот показатель составляет около 1 324 млн долл., или 82 млрд руб. Положительная динамика поставок в тоннаже, которая наблюдалась последние годы, прервалась в прошлом году. В страну было ввезено на 7% ниже в натуральном выражении, чем в 2017 году.

В 2018 году осуществлялись поставки из 42 стран.

В стоимостном и натуральном выражении преобладают субстанции китайского производства (20% и 56% соответственно). Отметим, что динамика импорта субстанций из Китая замедлилась, а в тоннаже имеет даже отрицательные значения (-13%). Совокупно из европейских стран завозится наибольший объем импорта — около 64% в денежном выражении. Франция занимает первую строчку среди европейских стран-импортеров и вторую в рейтинге в целом.

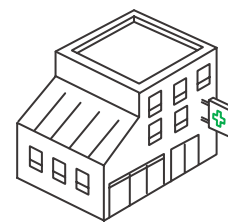
Отрицательную динамику по тоннажу демонстрируют субстанции из США (-60%).

В 2018 году не было поставок из Финляндии и Аргентины. Наоборот, в список стран-импортеров добавились Сингапур, Новая Зеландия, Гонконг.

В 2018 году заметно вырос импорт субстанций из Ирландии и Чехии. Из Ирландии в 2018 году осуществлялись поставки субстанции с МНН «Тамсулозин», которые осуществлял производитель Astellas для локализации своего препарата «Омник» на заводе «ЗиО-Здоровье».

В отчетном году завозилось свыше 770 различных наименований субстанций.

8. Аптечные сети



В сложившейся рыночной среде получение достоверной информации о продажах в аптеках является одним из актуальных вопросов. Аптечные сети связаны с производителями маркетинговыми контрактами, но последние все чаще говорят о недоверии из-за переливов, отчетности, которая печатается в Excel. Оперативное предоставление точных данных должно быть обязательным условием партнерства между ретейлом и производственным звеном. Именно по пути прозрачности рынок сейчас и движется — сначала 54-ФЗ и онлайн-кассы, в будущем — система маркировки. Сразу 3 крупнейшие аптечные сети («Эркафарм», «Ригла» и «Неофарм») приняли решение о вхождении в Союз профессиональных фармацевтических организаций (СПФО). Теперь Ассоциация СПФО будет представлять всю товаропроводящую цепочку и выражать мнение отрасли.

Таким образом, в ближайшие 5 лет источники получения данных о рынке могут измениться. Но в первую очередь такая прозрачность повлечет за собой и изменение условий взаимодействия «аптечная сеть-производитель», которая сложилась сегодня. И, наверное, большим вопросом будет, «останется ли в живых» то большое количество маркетинговых объединений, которые сейчас сложились на рынке и продолжают появляться.

Один из «молодых» союзов организован в ноябре 2018 года. Заключать до-

говору с производителями от лица нового аптечного объединения решили сети «Планета Здоровья» (социальные аптеки «Опека»), «Максавит» и «Социальные аптеки» (Ростов). Уже в декабре к партнерству присоединилась аптечная сеть «Монастырев.рф». Таким образом, совокупно в объединении находятся более 2300 точек продаж.

К аптечному партнерству «ИРИС» присоединилась хабаровская сеть, состоящая из двух брендов: «Новая аптека» и «Аптека Миницен» (161 точка в 32 городах). Вхождение нового партнера позволило ассоциации выйти в новый регион — Дальневосточный федеральный округ. В итоге общее число точек возросло до 1563 аптек на конец 2018 года.

Таким образом на рынке может закрепиться новый тренд — создание партнерских союзов средними и крупными (более 1 000 точек) сетями. Подобные партнерские сделки позволяют сетям получить лучшие финансовые показатели, а производителям — лучшую управляемость.

Помимо этого, малые сети и единичные точки также объединяются. Маркетинговый союз аптек «ПроАптека» по итогам 2018 года объединил более 5700 участников во всех регионах РФ. В рамках союза налажены партнерские отношения по совместному продвижению лекарственных средств, а также товаров для красоты и здоровья более чем с 100

компаниями-производителями. Аптеки-участники союза пользуются льготами по покупке лекарств, участвуя в маркетинговых программах производителей, получая финансовые гарантии со стороны ЦВ «ПРОТЕК», а также имеют доступ к собственным торговым маркам (СТМ). К началу октября более 1 000 членов маркетингового союза «ПроАптека» перешли на почечковую отчетность перед фармпроизводителями. Со второго квартала 2019 г. «ПроАптека» планирует масштабировать франшизу под брендами «ПроАптека» и «ЗдравСити».

Создавать аптечное объединение на базе крупного дистрибьютора тоже становится трендом. В 2017 году появился маркетинговый союз «СОЗВЕЗДИЕ», развитием которого занимается дистрибьютор «Пульс». По итогам года в него вошло уже около 1 600 аптек.

На фоне процессов консолидации есть и обратный тренд. Так, например, с 2019 года курская сеть «Аптечные традиции» покидает аптечное объединение «АСНА». По мнению экспертов, это связано с желанием собственника самостоятельно формировать товарную матрицу и выстраивать взаимоотношения с производителями.

Переформатирование российского фармацевтического рынка в пользу федеральных аптечных сетей стало необра-

тимой реальностью. Сегодня происходит активный выход крупных игроков на региональные рынки — глобальная консолидация и объединение.

Аптечная сеть «Мелодия здоровья» (принадлежит фармдистрибьютору «Катрен») в рамках реализации своей стратегии развития в 2018 году поглотила несколько сетей аптек: «Медицина для вас» (87 точек в Москве и области), «Столетник» (57 точек), «Русский госпиталь» (13 аптек в г. Реутове), «Горные вершины» (13 точек в Санкт-Петербурге).

ГК «Апрель» поглотила сеть «Казанские аптеки» (112 точек в Татарстане). Большинство из аптек начали работать под брендом «Аптечный склад». Эксперты рынка оценили сделку в 400–600 млн рублей.

«Социальные аптеки» приобрели несколько сетей в ростовском регионе: аптечную сеть «Юг-Фарма» (порядка 50 точек) и несколько аптек «Панацея-Фарм».

Федеральная сеть «Фармлэнд» придерживается тактики укрепления своих позиций в регионах путём покупки местных игроков. Так, весной 2018 года было объявлено о покупке сетью двух региональных игроков на Урале — «Медики» (Челябинская область) и «Фармарты» (Екатеринбург). В итоге «Фармлэнд» добавил к своим точкам в Челябинской области 18 аптек, в том числе 12 с собственными помещениями, и 22 в Екатеринбурге.

Сеть аптек «Ригла» (входит в ГК «Протек») в 2018 году активно развивалась не только в Москве и Подмосковье, но и в российских регионах приобрела несколько аптечных сетей: «Аптеки 003» (29 точек в Пскове), «Панацея» (31 точка

” Переформатирование
 российского
 фармацевтического рынка
 в пользу федеральных
 аптечных сетей стало
 необратимой реальностью “

в Костроме и Ярославле), «Аптека-Сити» (14 точек в Екатеринбурге), «Атэк» (28 точек в Крыму). Также в отчётном году «Ригла» закрыла сделку по переуступке прав аренды помещений иркутского фармацевтического ретейлера «Русичи», благодаря чему сеть откроет 8 точек аптек у дома «Будь здоров!» в Иркутске. Уже в 2019 году анонсирована сделка по приобретению доли в компании «Аптека №313», которая позволит федеральному игроку укрепить свои позиции на нижегородском рынке.

Кроме того, «Ригла» запустила программу франчайзинга в тех регионах, где сеть менее представлена. Франчайзинговый пакет включает в себя не только вывеску и фирменный стиль, но и ценовые и ассортиментные матрицы, автоматизацию закупок, контроль остатков и программы лояльности. 26 аптек было открыто к августу 2018 года, ещё 20 точек открылись совсем недавно.

Но если «Ригла» предпочитает покупать небольшие региональные сети, то ГК «Эркафарм» приобретает более крупных игроков. Так, в 2018 году «Эркафарм» купил крупную московскую сеть аптек-дискаунтеров «Самсон Фарма» (59 точек) с рекордным для столицы показателем среднего чека — 1 290 рублей. «Самсон

Фарма» занимает существенную часть рынка в Москве, что позволило «Эркафарму» обойти в рейтинге одного из своих основных конкурентов — «Аптечную сеть 36,6».

Сделки 2018 года привели к тому, что суммарно ТОП-20 сетей выросли в 2018 году на 17% к аналогичному периоду 2017 года. Доля ТОП-20 составила 58%, что на 7% выше показателя 2017 года. Из рисунка видно, что процессы объединения, слияний и поглощений в последние 3 года коснулись в большей мере ТОП-10, что привело к росту концентрации на 20% в этом сегменте. А вот доля ТОП-3 по сравнению с 2017 годом увеличилась всего на 1%.

На рисунке 40 представлены рост оборота и количества точек ТОП-20 аптечных сетей в 2015–2018 годах. Последние три года наблюдается существенный прирост по показателю количества точек, так как сети начали активно расти за счет объединения и сделок поглощения. Прирост в количественном составе ТОП-20 сетей составляет 134% к уровню показателя 2014 года. В рейтинге 2018 года уже 10 сетей имеют в своем количественном составе более 1 000 точек. Совокупно ТОП-20 игроков управляют более 58% всех аптечных точек России, которых насчи-

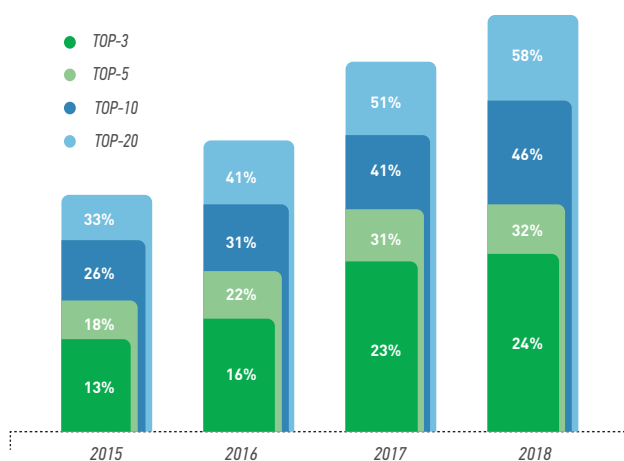


Рисунок 39

Концентрация ТОП-20 аптечных сетей

тывается свыше 63 тыс. по итогам 2018 года (количество аптечных точек выросло с 61,0 тыс. в 2017 году).

В таблице 31 приведён рейтинг аптечных сетей в коммерческом секторе с количественными и стоимостными показателями развития в 2018 году.

Рейтинг за последние годы довольно сильно поменялся: несколько крупных имен исчезли из него, появились новые союзы, постоянно происходит ротация игроков внутри ТОП-20.

Один из относительно новых игроков уже стабильно входит в рейтинг. В сети «Мега Фарм» к концу 2018 года работает уже около тысячи аптечных учреждений в 30 субъектах России. Сейчас она объединяет аптеки с вывесками «А-Мега», «Да, здоров!», а также аптеки премиум-класса «Азбука LIFE».

Производитель «Эвалар» продолжает расширять свою собственную аптечную сеть. Компания сделала ставку на открытие флагманских аптек в крупных городах: за последние полгода открылись 8 новых точек в Москве, Санкт-Петербурге, Волгограде, Нижнем Новгороде и Самаре.

А вот положение одной из старейших аптечных сетей в рейтинге продолжает ухудшаться. Это связано и со стратегией развития сети, и со сменой в очередной раз собственников. В марте 2018 года стало известно о том, что акционеры аптечной сети «36,6» разделили аптеки. Условием выхода из бизнеса Владимира Кинцурашвили и Ивана Саганелидзе стала передача бизнесменам части аптек. Они стали обладателями 12 премиальных розничных точек, работающих под брендом A.v.e Luxury, а также питерской сети «Фармакор», которая была присоединена к «Аптечной сети 36,6» в конце 2017 года. Поэтому в 2018 году после смены команды «36,6» опять занималась сокращением: более 20% аптек, которые являлись убыточными, были закрыты. По итогам года в сети осталось чуть более 1 300 точек. Также «36,6» собирается развиваться в регионах и выйти на рынок госзакупок, так как аптечное направление группы остаётся убыточным.

Несмотря на большое количество работающих аптек и сложности, которые в последнее время есть на рынке, аптечная розница остается привлекательной для открытия новых точек продаж и появления новых игроков. Это подтверждается

Динамика ТОП-20 аптечных сетей (коммерция)

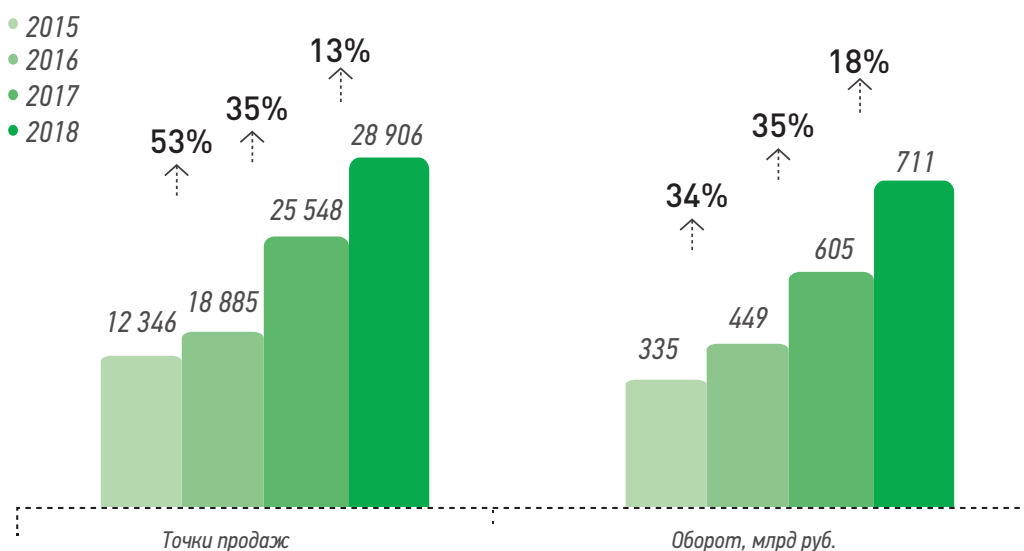


Рисунок 40

Динамика роста оборота и количества точек ТОП-20 аптечных сетей

Таблица 31

Рейтинг сетей по обороту в 2018 г. на аптечном коммерческом рынке

Рейтинг	Аптечные сети	Объём продаж, млрд руб.	Доля на коммерческом сегменте, 2018	Прирост оборота по сравнению с 2017	Количество точек продаж
1	«АСНА»	162,2	13,2%	2%	8 585
2	«Ригла»	69,4	5,6%	24%	2 417
3	ГК «Эркафарм»	64,9	5,3%	48%	1 266
4	Аптечная сеть «36,6»	50,6	4,1%	-12%	1 319
5	«Имплозия»	49,1	4,0%	5%	2 710
6	«ИРИС» ¹	40,7	3,3%	14%	1 563
7	«Планета здоровья»	35,7	2,9%	14%	1 650
8	«Нео-Фарм»	34,9	2,8%	37%	606
9	«Вита»	32,5	2,6%	63%	1 700
10	«Апрель»	31,0	2,5%	43%	1 135
11	«Фармлэнд»	25,0	2,0%	25%	1 114
12	«Фармаимпекс»	18,5	1,5%	9%	720
13	«Аптека-Таймер»	17,2	1,4%	29%	869
14	«36,7С&Максавит»	15,4	1,3%	11%	488
15	«Мелодия здоровья»	14,0	1,1%	42%	830
16	«Фармацевт+»	12,8	1,0%	27%	405
17	«Мега Фарм»	10,4	0,8%	136%	835
18	«ИДЕЯ» ²	9,7	0,8%	4%	204
19	«Невис»	8,9	0,7%	7%	427
20	«Здоров.ру»	8,7	0,7%	24%	63
21	«Губернские аптеки»	7,8	0,6%	7%	277
22	«Алоэ»	6,9	0,6%	33%	268
23	«Монастырёв.РФ»	5,9	0,5%	7%	47
24	«Здоровье» (Усть-Лабинск)	5,8	0,5%	34%	144
25	«Фармэконом»	5,4	0,4%	8%	110
26	«Антей»	5,2	0,4%	14%	224
27	«Дешевая аптека»	5,0	0,4%	3%	80
28	«Волгофарм»	5,0	0,4%	-4%	157
29	«Петербургские аптеки»	4,8	0,4%	9%	90
30	«Алия-Фарм»	4,1	0,3%	2%	145
Рейтинг маркетинговых ассоциаций					
	«ПроАптека»	66,1	5,4%	48%	5 740
	МФО	44,8	3,6%	3%	2 550
	«Созвездие»	16,2	1,3%	NEW	1 577
	«Весна»	15,5	1,3%	26%	1 242
	«ФармХаб»	11,2	0,9%	89%	680

¹«ИРИС» включает в себя следующие региональные аптечные сети: «Фармакопейка», «Аптеки Farmani», «Здесь Аптека», «Твой доктор», «ХЕЛМИ», «Аптечество», «Городская аптека», «Новая аптека», «Аптека Миницен».

²«ИДЕЯ» объединяет сети «Родник здоровья», «ЛекОптТорг» и «Аптека для бережливых».

и планами крупнейшего ретейлера «Магнит» по развитию собственного направления «Магнит Аптеки». Пока под этой вывеской работает около 100 аптек. Сейчас эти магазины присутствуют во многих областных городах и поселках. Большая часть аптек также открывается в поселках с населением 3–5 тыс. человек, где нет конкуренции с федеральными и региональными сетями, но уже есть «Магнит Косметик». В целом аптечной сети «Магнита» есть куда расти, поскольку плацдарм в лице «Магнит Косметик» сегодня насчитывает почти 4 тыс. точек по всей стране. В ноябре «Магнит» завершил сделку по приобретению фармдистрибьютора «СИА Интернейшнл». Ретейлер обосновывал интерес к сделке логистикой и складской инфраструктурой «СИА» для своего ассортимента косметики и фармпродукции.

Конечно, обзор аптечного сегмента будет не полным, если не уделить внимание законодательным инициативам, которые активно обсуждались и продолжают обсуждаться на рынке.

Дискуссии о допуске безрецептурных лекарств в магазины шли с 2012 года. И, наконец-то, в 2018 году в этом вопро-

се была поставлена точка. Кабмин прекратил работу над резонансным законопроектом Минпромторга, разрешающим ретейлерам продавать безрецептурные лекарственные средства при наличии соответствующей лицензии. Проект обсуждался на разных уровнях и получил резко негативные отзывы экспертного сообщества. Аптеки остаются единственным легальным каналом продажи лекарств, поэтому многие представители продуктовой розницы развивают собственные аптечные проекты.

Наверное, данная тема потеряла свою актуальность еще и потому, что аптечные сети активно сотрудничают с продуктовой розницей и развивают совместный формат — «магазины, внутри которых аптеки». Подобные проекты есть у многих крупных аптечных сетей. В 2018 году «Мелодия здоровья» также начала работать в этом направлении. Сеть активно сотрудничает с ретейлером «Дикси», открывая аптеки в прикассовых зонах магазина. Стороны уже запустили 32 точки, в начале 2019 года планируется открыть ещё 28 аптек.

При этом открытым остается еще один вопрос, который может существенно изменить конъюнктуру рынка. Речь идет об интернет-торговле лекарственными средствами. На сегодняшний день законодательно она запрещена. Напомним, что в декабре 2017 г. Госдумой был принят в первом чтении законопроект об интернет-торговле лекарствами, разработанный Минздравом РФ. После чего работа над документом была заморожена. В 2019 году планируется возобновить обсуждение законопроекта об электронной торговле медицинскими препаратами, которые можно приобретать без рецепта. Минздрав проявляет осторожность в вопросах интернет-торговли рецептурными

” Несмотря на большое количество работающих аптек и сложности, которые в последнее время есть на рынке, аптечная розница остается привлекательной для открытия новых точек продаж и появления новых игроков “

лекарственными препаратами: “Необходимо посмотреть, как будет проходить продажа безрецептурных лекарств после принятия Госдумой соответствующего закона”. Также и президент России В. В. Путин говорит о том, что «это то, куда нам нужно двигаться». Поэтому сомнений в том, что разрешение интернет-торговли лекарствами произойдет в ближайшее время, нет.

Заметим, что уже сейчас набирает обороты тенденция перемещения парафармацевтического ассортимента из аптек в «большую розницу», в т. ч. в онлайн, особенно это касается косметических средств.

Конечно, аптечные сети и дистрибьюторы уже давно готовятся к онлайн-торговле. У многих уже функционируют собственные сайты с системой бронирования лекарств в конкретной, выбранной потребителем аптеке.

Аналогичные сервисы по заказу лекарств предоставляют и крупные дистрибьюторы — «Катрен» (Apteka.ru) и «Протек» («Здравсити»). Сейчас Apteka.ru — самый крупный в России сервис по поиску и заказу аптечных товаров, в 2018 г. он второй год подряд вошёл в пятёрку крупнейших аптечных сайтов мира (рейтинг SimilarWeb). А в рейтинге аналитического агентства Data Insight, который формирует рейтинг e-commerce в России, Apteka.ru заняла 21-е место в общем рейтинге, это на две позиции выше, чем годом ранее. Согласно данным рейтинга, объем продаж и количество заказов, совершенных с помощью сервиса в 2017 г., выросли на 30%. По общему количеству заказов Apteka.ru занимает 6-е место.

За последнее время на рынке, помимо официальных сайтов аптек, появилось

множество маркетплейсов аптечных товаров, где можно заказать доставку лекарственных средств в аптеку, а затем забрать заказ. В сентябре 2018 года Ozon.ru отказалась от совместных проектов с компаниями «36,6» и «Здравсити», так как быть просто «онлайн-витриной» лекарств оказалось невыгодно. В итоге интернет-магазин Ozon.ru получил лицензии на фармацевтическую деятельность (в Москве и Твери), и открыл два аптечных офлайн-пункта. Компания наделала немало шума на рынке из-за тестирования системы доставки лекарств.

В апреле 2018 года был запущен сервис Mail Group «Все аптеки» (vseapteki.ru), который пока работает только на заказ. К системе подключено свыше 28 тыс. аптек.

В середине мая компании «Яндекс.Маркет» и «Сбербанк» запустили маркетплейс «Беру!» (beru.ru), который будет развиваться при поддержке фармкомпаний «Протек». В этой категории можно будет купить более 70 тыс. товарных позиций: лекарства, медизделия и косметiku.

Компания «Ютека» запустила приложение, которое позволяет найти и забронировать лекарства. Принципиальное отличие нового сервиса — сотрудничество сразу с несколькими крупными аптечными сетями и фармацевтическими дистрибьюторами, чтобы потребители смогли найти самое выгодное предложение на рынке.

Кстати, зарубежный опыт свидетельствует, что при легализации интернет-торговли лекарствами около 10% продаж осуществляется онлайн, остальные продажи реализуются в рамках традиционной фармацевтической розницы. Поэтому, возможно, этот канал не сильно повлияет на развитие традиционных

аптек. Главное — точно определить все правила и законы, под которые должна будет попасть интернет-торговля лекарственными средствами: как можно будет торговать лекарствами и кто может их доставлять.

Отметим, что деятельность интернет-ресурсов даже по бронированию и заказу лекарств также попадает под госрегулирование. Вступивший в силу 1 января 2019 г. ФЗ №250-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» расширяет сферу правового регулирования отношений с участием потребителей и включает в нее интернет-платформы, агрегирующие информацию о товарах и услугах, которые ранее не несли ответственности перед потребителями. Действие нового закона распространяется и на аптечные агрегаторы.

Согласно информации, опубликованной на сайте Роспотребнадзора, законом введено понятие «владелец агрегатора информации о товарах (услугах)», а также установлена обязанность владельцев подобных сервисов предоставлять на своих сайтах потребителям информацию о себе и продавце (исполнителе), а также обо всех произошедших в такой информации изменениях. Также на агрегаторов возлагается ответственность за убытки потребителя из-за недостоверных сведений о товаре либо продавце.

Общественная организация по защите прав потребителей «Общественная потребительская инициатива» представила данные исследования ведущих интернет-магазинов и агрегаторов. Были среди них и нарушители, которые относятся к аптечным агрегаторам. Так, в категории «Магазины с отсутствием наименования продавца» попали сразу 5 интернет-адресов из категории «Аптеки»: farm-m.ru, likitoriya.com, smed.ru, apteka-klassika.ru, amt.allergist.ru и одна

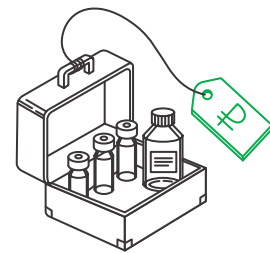
оптика: optix.su. Четыре из пяти перечисленных выше интернет-аптек отличались и отсутствием юридического адреса продавца на сайте. К магазинам, у которых на сайте не указан фактический адрес, отнесены Apteka.ru, zhivika.ru, likitoriya.com, smed.ru.

В рейтинге, да и на слуху, в основном частные аптечные сети. Несмотря на это, в России работает порядка 180 государственных аптечных сетей, которые объединяют около 5,4 тыс. точек продаж. Из них около 100 существуют в форме ГУП и МУП (и их вариациях). ГУП и МУП суммарно объединяют 3,0 тыс. аптечных учреждений и занимают чуть выше 3% рынка. ГУП и МУП закрывают потребности по наркотическим препаратам, только у них остались производственные отделы, чаще всего именно в них льготники могут получить лекарства в рамках льготного лекобеспечения.

Правительство внесло в Госдуму законопроект № 554026-7 «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ (в части установления запрета на создание и осуществление деятельности унитарных предприятий)». Документ предполагает, что на рынке останутся только ГУП и МУП в сфере обороны, госбезопасности или естественных монополий. Все остальные предприятия правительство намерено ликвидировать до 1 января 2021 года. Таким образом, около 3 тыс. точек могут быть закрыты после подписания соответствующего закона.

2018 год был трудным и неоднозначным для аптечной розницы. Изменения продолжатся и в 2019 году. Консолидация и объединения — это тренд, который ещё некоторое время будет превалировать на рынке. Но чем окажется этот процесс: «камнепадом», который сметёт одиночные аптеки, или «мыльным пузырьём», который лопнет от собственных размеров?

9. Дистрибуторский сектор фармацевтического рынка



В сложных отношениях между аптечными сетями и производителем в последнее время пострадавшей стороной выступает дистрибутор. Такого количества уходов крупных оптовых компаний за последние годы рынок ещё не видел.

За последние несколько лет из рейтинга и с рынка исчезли уже три игрока: «Империя-Фарма», «Ориола», Alliance Healthcare. Правда, это не помешало Alliance Healthcare («Аптека-Холдинг») выставить финансовые претензии к екатеринбургской сети «Валета», которые в суде были признаны необоснованными. Теперь «Валета» намерена взыскать с дистрибутора свои расходы, связанные с судебной тяжбой.

В 2018 году проходила процедура банкротства компании «РОСТА». В январе в компании было введено наблюдение. Несмотря на продажу аптечной сети «Радуга», входящей в группу «РОСТА», группе «Эркафарм», погасить все долги компания не смогла. Завод группы «РОСТА» в Санкт-Петербурге выставлен на продажу. Это имущество находится в залоге у «Сбербанка», которому компания задолжала свыше 4 млрд руб. Претендовать на него могут и фармдистрибуторы. Здесь можно рассматривать быстрорастущие компании, которые пока либо совсем не представлены в Санкт-Петербурге, например «Фармкомплект», либо могут быть заинтересованы в развитии своего присутствия в регионе: «Гранд Капитал», «Пульс» или «ПрофитМед». Оборудование за-

вода, производственная мощность которого достигает 1 млрд таблеток или капсул в год, находится в залоге у производителя лекарств «Нижфарм» (российская структура немецкой Stada).

Именно поэтому дистрибуторы положительно отзываются о перспективах переключения только на логистические услуги. Чаще всего проблемы возникают не с крупными сетями, а с малыми и средними. В результате быть логистическим оператором для них становится надежней. В 2017-2018 годах многие аптечные сети стали переходить на прямые контракты с производителями, что также ослабляет фармацевтический рынок дистрибуции. Производители только привыкают к новой возможности. Но уже есть представители отрасли, которые активно внедряют практику использования дистрибуторского звена как логистического моноканала для определённой категории аптечных сетей.

Несмотря на эту тенденцию, дистрибутор является важным звеном в товаропроводящей цепочке на фармацевтическом рынке. В 2018 году, чтобы обезопасить себя финансово, «оптовикам» пришлось изменить взаимоотношения с аптечными сетями в сторону ужесточения процесса отгрузки товара. Дистрибуторы стали требовать дополнительные гарантии возврата дебиторской задолженности от аптек (страхование или банковские гарантии). Также ужесточились и условия для производителей: приостановление оплаты

в случае достижения порогового объёма стоков по конкретным продуктам.

Так, компания «Протек» с 2018 года стала выдавать товарные кредиты под банковские гарантии, а также требовать договоры поручительства. Для части сетей, которые отказались предоставить обеспечение, лимит товарного кредита был сокращён. Таким образом компания страхует бизнес, не допуская роста дебиторской задолженности.

Дистрибьютор «Пульса» также ужесточил работу с аптечными сетями, переводя около 70% клиентов компании на предоставление финансовых гарантий. Оптовик в основном требует гарантий от маленьких аптек, соответственно, это приводит к уменьшению доли в поставках клиентов с маленьким оборотом. Такая политика проводится, несмотря на негативное влияние на доходы компании.

«Катрен» в целях снижения безнадёжной дебиторской задолженности опубликовал реестр недобросовестных контрагентов с указанием суммы долга и неустойки, взысканных судом. В таблице указаны наименование юрлица, регион, наличие обеспечения, фамилии директоров и собственников на момент подачи судебных исков, цена продажи. В списке значились 417 должников.

Переходя на более жёсткие условия взаимоотношений с аптеками, дистрибьюторы ничего не теряют. Практически все компании из ТОП-10 в рамках холдинга имеют и розничную сеть, которая сможет сгенерировать стабильный оборот. При этом в своей диверсификации поставщики идут и дальше.

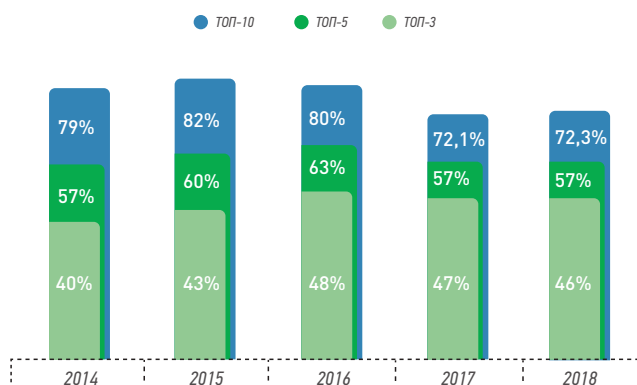
Тренд последних лет — маркетинговые союзы. Такие уже есть у «Протека» («Проаптека») и «Пульса» («Созвездие»).

Помимо этого, компании развивают и виртуальное направление: «Катрен» принадлежит сервис по онлайн-бронированию и заказу аптечного ассортимента «Apteka.ru»; «Протек» развивает интернет-портал заказа лекарств и товаров для красоты и здоровья «ЗдравСити». В рамках этих проектов дистрибьюторы готовятся, в том числе, и к разрешению интернет-торговли лекарствами.

Так, в октябре 2018 года «Утконос» запустил новое направление «Аптека». На сайте онлайн-гипермаркета появилась возможность заказа лекарств. Партнёрство было заключено с онлайн-сервисом бронирования лекарств «ЗдравСити». Кроме «Утконоса», сервис «ЗдравСити» также сотрудничает с интернет-площадками beru.ru, uteka.ru, vseapteki.ru.

Рисунок 41

Концентрация
в дистрибьюторском
сегменте



И «Катрен», и «Протек» активно рекламируют свои сервисы в СМИ. По итогам первого этапа рекламной кампании, который прошёл в ноябре-декабре 2018 г., выручка сервиса онлайн-заказа лекарств «ЗдравСити» в сравнении с предыдущим периодом увеличилась почти втрое — на 180%. Во втором полугодии 2019 г. рекламная кампания будет возобновлена в городах с населением от 100 тыс. человек. Таким образом население привыкает покупать лекарства в Интернете.

Изменения в принципах работы дистрибуторов сказались на результатах и динамике лидеров. Объём фармацевтического рынка России в ценах дистрибуторов составил 1 401 млрд руб., что на 5% выше, чем в 2017 году. По итогам 2018 г. совокупная доля 10 крупнейших дистрибуторов на фармацевтическом рынке составила 72,3%. Относительно 2017 года этот показатель практически не изменился: рост концентрации составил +0,2%. Но наметилась положительная динамика после трёхлетнего отрицательного тренда. Максимально ТОП-10 занимали 82% рынка в 2015 году.

Лидеры рейтинга по итогам 2018 года демонстрируют сокращение выручки, а следом и рыночной доли. Состав первой тройки игроков не изменился по сравнению с 2017 годом, но разница между компаниями уже приблизилась к границам статистической погрешности, так что в 2019 году борьба за лидерство развернётся с новой силой.

По итогам 2018 года произошло падение продаж ЦВ «Протек» в пределах 7%. Это ожидаемый для компании результат, который стал следствием новой кредитной политики, направленной на минимизацию рисков и очищение

рынка от недобросовестных игроков. Тем не менее, «Протек» по-прежнему возглавляет рейтинги дистрибуторов.

Вторую строчку рейтинга занимает дистрибутор «Катрен». Оборот оптового звена на фармацевтическом рынке в 2018 году также сократился почти на 8%, что привело к снижению доли на 2,1%. При этом компания «Катрен» единственная из национальных фармацевтических дистрибуторов в 2018 году была отмечена Росздравнадзором. На сайте ведомства был опубликован список компаний, отличившихся при реализации государственных программ по улучшению качества и доступности лекарственной и медицинской помощи, а также в сфере обращения медицинских изделий и лекарственных средств. Практики, внедрённые «Катрен» на своих складах, рекомендуются Росздравнадзором для использования во всех регионах. «Катрен» отмечена за внедрение системы менеджмента качества в соответствии с требованиями надлежащих практик GDP.

Компания «Пuls» продолжает наращивание оборотов и уже практически приблизилась к лидерам. Разрыв между первым и третьим местом составляет всего 1,4%. Индивидуальный подход к клиентам и поставщикам позволил выработать взаимовыгодные решения, что привело к качественному улучшению показателей компании. Эффективная работа по оптимизации логистических процессов повысила

” **Переходя на более жёсткие условия взаимоотношений с аптеками, дистрибуторы ничего не теряют** “

“

операционную эффективность и обеспечила устойчивый рост в нестабильной экономической ситуации. Заметим, что по обороту за второе полугодие 2018 года «Пульс» уже вышел на вторую строчку, опередив «Катрен».

Компании, расположенные ниже 6-го места, демонстрируют высокую положительную динамику (за исключением «СИА»), и именно за счёт них растёт концентрация в дистрибьюторском сегменте. Отметим, что «Гранд Капитал» поднялся с 8-го места в 2017 году на 6-е место в рейтинге за 2018 год; при этом из ТОП-10 игрок показывает максимальные темпы прироста. На 10-ю строчку (+4 позиции) переместилась компания «Авеста Фармацевтика», продемонстрировав увеличение объёма продаж на 48%.

Весь год не утихал шум вокруг компании «Р-Фарм». Дистрибьютор неоднократно был замечен в нарушениях исполнения госконтрактов. В итоге Минздрав направил несколько исков в суд против недобросовестного поставщика. Ранее ФАС подозревала

Минздрав и «Р-Фарм» в сговоре. Такой конфликт не помешал компании показать положительную динамику на рынке и сохранить рыночную долю.

В 2018 году определилась судьба дистрибьютора «СИА». Покупка, в которой уже многие начали сомневаться, всё-таки состоялась. Новым владельцем «СИА» стала розничная компания «Магнит», сделка была завершена осенью. Фармкомпания оценена в 5,7 млрд руб. с учётом долга. Сделка оплачена акциями «Магнита» на эту сумму, выкупленными в рамках расширенной программы buy back.

Покупка СИА позволила «Магниту» выстроить эффективную логистику для сети аптек и дала синергию с форматом магазинов дровери. В 2019 году «Магнит» планирует открыть около 2 тыс. аптек, интегрированных в магазины дровери, а также в продовольственные форматы ретейлера — магазины «у дома» и супермаркеты. Таким образом как в рейтинге дистрибьюторов, так и в рейтинге аптечных сетей может появиться новый игрок.

Таблица 32

ТОП-10 дистрибьюторов на фармацевтическом рынке

Рейтинг 2018 г.	Дистрибьютор	Объём продаж, млрд руб.	Прирост	Доля
1	«Протек»	224,7	-7,1%	16,0%
2	«Катрен»	216,6	-7,9%	15,5%
3	«Пульс»	205,0	24,0%	14,6%
4	«Фармкомплект»	80,0	22,0%	5,7%
5	«Р-Фарм»	65,9	1,5%	4,7%
6	«Гранд Капитал»	58,9	59,0%	4,2%
7	БСС	52,4	13,2%	3,7%
8	«Профит-мед»	43,4	34,0%	3,1%
9	«СИА»	40,0	-32,9%	2,9%
10	«Авеста Фармацевтика»	26,0	48,0%	1,9%

10. Производство лекарственных средств



В теме развития производственного сегмента фармацевтического рынка есть ряд вопросов, которые на слуху уже последние несколько лет: GMP, импортозамещение, СПИК. Но в 2018 году одной из резонансных тем, обсуждаемых в отрасли, стала тема развития проекта по маркировке.

Несмотря на техническую неготовность системы маркировки и участников к запуску, в декабре 2018 года был подписан законопроект о маркировке лекарственных препаратов. История вопроса началась с федерального закона №425 от 28 декабря 2017 г. «О внесении изменений в Федеральный закон “Об обращении лекарственных средств”», который предусматривал создание и внедрение с 1 января 2019 года государственной информационной системы мониторинга за движением лекарственных препаратов от производителя до конечного потребителя с использованием контрольных идентификационных знаков. Основной задачей системы является обеспечение прозрачности и возможность отслеживать товарооборот на фармрынке, пресечение распространения контрафактной и фальсифицированной продукции.

Согласно постановлению Правительства РФ №1557 от 15 декабря 2018 года, маркировка будет производиться в формате DataMatrix в соответствии с международным стандартом GS1. Уникальность российской системы маркировки заключается в том, что она будет единой для всех торговых групп,

и к 2024 году охватит весь рынок. Все участники оборота будут работать в едином пространстве — без адаптации своих бизнес-процессов под разные системы и ведения нескольких учётных записей.

Камнем преткновения в вопросе маркировки для большинства участников стала длина «хвоста» криптокода. В феврале-марте 2018 г. участники пилотного проекта узнали, что введен защитный «криптохвост», увеличивший размер маркировочных данных на 92 символа (88 символа — шифр и 4 символа — ключ). Итого 2D-код вырос до 119 символов. В результате существенно понизилось качество печати и распознавания данных в системе. А значит, есть риски, что упаковки уже в процессе оборота перестанут считываться сканерами. Несмотря на принятие итогового закона о маркировке, решение о длине криптокода остается открытым.

С 1 ноября 2018 г. произошёл переход информационной системы эксперимента по маркировке лекарств от ФНС к «Центру развития перспективных

” Уникальность российской системы маркировки заключается в том, что она будет единой для всех торговых групп, и к 2024 году охватит весь рынок “

“

технологий» (ЦРПТ). По данным ЦРПТ, в эксперименте по маркировке лекарственных препаратов зарегистрировано более 11 800 участников (65% всех производителей, а также крупнейшие оптовые предприятия, медицинские организации, аптечные сети); всего с февраля 2017 года в информационной системе мониторинга движения препаратов было зарегистрировано 1 800 препаратов, промаркировано 17 965 737 упаковок лекарств.

2019 — последний год добровольного включения в общегосударственную программу маркировки лекарственных препаратов. Постановление Правительства РФ №1557 от 15 декабря 2018 года также определило сроки внедрения маркировки: она станет обязательной с января 2020 года. Для производителей орфанных лекарственных препаратов, включённых в государственную программу «12 высокозатратных нозологий», а также лекарств из перечня ЖНВЛП маркировка и внесение сведений обо всех операциях в систему станут обязательными уже с октября 2019 года.

Введение правил надлежащей производственной практики GMP в России в полной мере должно заработать с 2021 года: сертификат соответствия GMP станет обязательным документом для всех фармацевтических компаний в странах-членах ЕАЭС.

За три года (с 2016 по 2018 год) ФБУ «Государственный институт лекарственных средств и надлежащих практик» (ГИЛС и НП) провёл 1 376 инспекций на соответствие стандартам GMP в сфере производства лекарственных средств в 68 странах, из них в 2018 году — 667 инспекций в 57 странах мира. На данный момент примерно треть фарма-

цевтических компаний не прошли проверку. Кроме того, существуют примеры отзыва с рынка целых серий препаратов производителей, не получивших заключение о соответствии правилам GMP.

Минпромторг РФ возложил на «ГИЛС и НП» главную функцию по проверке, инспектированию площадок по производству лекарственных препаратов за рубежом. Первая страна, в которой работал российский инспекторат — Словения. Сформирован график инспекций на 2019 год, в планах — инспекции в Испании, Палестине, Чили. Стоит отметить, что российский инспекторат одним из первых в мире ввёл в практику приглашения коллег из других инспекторатов в качестве наблюдателей.

Вопросу импортозамещения на лекарственном рынке в 2018 году исполнилось 5 лет. И до сих пор оно остается одной из приоритетных задач, так как достичь плановых показателей пока не удастся, несмотря на все меры господдержки отечественного производства.

Самым важным нововведением второго полугодия 2018 года стало издание нового акта о преференциях отечественной продукции — приказа Минфина РФ №126н, согласно которому была отменена преференция смешанным заявкам — теперь иностранной будет считаться заявка, в которой предложена хотя бы одна упаковка препарата зарубежного производства. Произошёл практически полный запрет на замену лекарственных препаратов в ходе исполнения контракта на иностранные препараты — не получится поменять ни один иностранный препарат на другой иностранный, даже если отечественные препараты отсутствуют на рынке. Помимо этого,

приказ ввёл дополнительные преференции для производителей российских лекарств, которые с ноября 2018 года смогут продавать медикаменты государству на 25% дороже минимальной цены контракта. Речь идёт о госзакупках препаратов, произведённых из отечественных активных фармацевтических субстанций.

Еще одной мерой по повышению доли лекарственных препаратов, произведённых в РФ, является Специнвестконтракт (СПИК). Специальный инвестиционный контракт — это соглашение между инвестором и Российской Федерацией (или ее субъектом), в котором фиксируются обязательства инвестора (освоить производство промышленной продукции в предусмотренный срок) и РФ или ее субъекта (гарантировать стабильность налоговых и регуляторных условий и предоставить меры стимулирования и поддержки).

За 2018 год обладателями СПИК в фармотрасле стали «НоваМедика» и «Октафарма-Фармимэкс»:

- Пятый по счёту СПИК был заключён 7 марта 2018 года между компанией «НоваМедика» (портфельная компания «РОСНАНО»), Министерством промышленности и торговли России и администрацией Калужской области. В рамках контракта «НоваМедика» инвестирует порядка 3 млрд рублей в строительство в Калужской области в индустриальном парке «Ворсино». На заводе будут локализованы 24 стерильных инъекционных препарата компании Pfizer, относящихся к ЖНВЛП. Среди них: препараты для лечения онкологических заболеваний, в том числе у детей, для общей анестезии, кровоостанавливающие и противовоспалительные препараты для лечения тяжелых бактериальных

и грибковых инфекций. Кроме локализованных, предприятие планирует выпускать препараты, разработанные в рамках собственной R&D-программы.

- 25 сентября 2018 года состоялось подписание СПИК между Минпромторгом России, Правительством Рязанской области, ООО «ОКТАФАРМА-ФАРМИМЭКС», а также АО «Фармацевтический импорт, экспорт» и ООО «Скопинский фармацевтический завод». В рамках проекта компания инвестирует более 5 млрд рублей. Контракт предполагает реализацию инвестиционного проекта по созданию и освоению промышленного производства полного цикла биофармацевтических препаратов, субстанций и препаратов плазмы крови человека, в том числе не имеющих аналогов, производимых на территории России с мощностью 600 тыс. литров в год.

В 2018 году было анонсировано и запущено множество производственных площадок, которые позволят не только реализовать программу импортозамещения, но и производить инновационные лекарственные препараты на территории России.

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

Таблица 33

Ключевые запуски производственных площадок на российском фармрынке в 2018 г.

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объем инвестиций
ОАО «Верофарм» (группа Abbott)	г. Белгород	Линия по производству гормонального препарата «Дюфастон» для поддержания женского репродуктивного здоровья.	200 млн таблеток в год	1,4 млрд руб.
АО «Биохимик»	г. Саранск	Более 20 видов как импортозамещающих, так и оригинальных антибактериальных препаратов (к 2020 году).		500 млн руб.
ООО «Эдвансд Трейдинг» (Advanced)	Белгородская обл.	Первая очередь завода по выпуску противотуберкулёзных препаратов. В дальнейшем завод будет выпускать лекарственные препараты для лечения туберкулёза, гастроэнтерологических и других социально опасных заболеваний.	Производственная мощность первой очереди по выпуску твёрдых лекарственных форм составляет 100 тонн в год	1,5 млрд руб.
ОАО «Фармстандарт-Лексредства»	Курская обл.	Новый участок по производству импортозамещающих противоастматических препаратов (пульмопорошков), 14 наименований.	Более чем 5,4 млн упаковок в год	1,9 млрд руб.
ООО «Ново Нордиск»	г. Калуга, площадка «Габцево»	Производство инсулинов из оригинальной субстанции по полному циклу в картриджах, инъекторах и одноразовых мультидозовых шприц-ручках «ФлексПен».		8 млрд руб.
ЗАО «ФармФирма «Сотекс» (ГК «Протек»)	дер. Беликово Сергиево-Посадского р-на	Цех по производству преднаполненных шприцев.	13 млн преднаполненных шприцев в год	245 млн руб.
ООО «Герофарм»	г. Пушкин	Производство активных фармацевтических субстанций для оригинальных препаратов компании, а также АФС генно-инженерного инсулина и аналогов инсулина.	1 000 кг субстанции в год	Общая сумма инвестиций в проект - 3,3 млрд руб.

ООО «Медтехсервис»	Иркутская обл.	Производство глюкометров и тест-полосок к ним для измерения уровня сахара в крови на основе технологии с применением фермента GDH-FAD и карбоновым напылением электродов.	3 млн единиц медизделий в год	470 млн руб.
ООО «НТФФ «Полисан»	г. Санкт-Петербург	Третья очередь завода по выпуску полного цикла кардиологического препарата «Ксарелто» компании Bayer, а также расширение производства собственного противовирусного лекарственного препарата «Цитофлавин».	От 300 млн таблеток в год (2 смены) до 550 млн таблеток (3 смены, без выходных)	Свыше 4,5 млрд руб.
АО «Вектор-Биальгам»	г. Новосибирск	Линия розлива инъекционных лекарственных форм препаратов (вакцин, сывороток) в шприцы, в том числе вакцины против гепатита А.	Увеличится с 1 до 10 млн шприц-доз в год	650 млн руб.
ЗАО «ЗиО-Здоровье»	г. Подольск	Вторая производственная линия по выпуску препаратов, входящих в перечень ЖНВЛП, используемых при лечении заболеваний органов дыхания, желудочно-кишечного тракта, мочеполовой системы.	Более 1,2 млрд таблеток и капсул в год	1,214 млрд руб.
НПО «Петровакс Фарм»	Московская обл.	Производство четырёхвалентной вакцины для профилактики гриппа «Гриппол® Квадривалент» по технологии полного цикла. Третья линия для производства субстанций, таблеток и суппозиторияев.	Объём выпуска фармацевтических субстанций увеличен в 2,5 раза, таблеток в 7 раз, суппозиторияев в 4 раза	1 млрд руб.

Локализация и импортозамещение стимулировали иностранных производителей заключать соглашения с российскими компаниями о производстве своих препаратов на их мощностях. В результате в России появилось 7 заводов, принадлежащих зарубежным производителям, более 80 компаний локализовали выпуск продукции на площадках отечественных предприятий.

Процесс активно продолжался и в 2018 году:

- Компании Gilead Sciences и «Фармстандарт» заключили соглашение, в рамках которого на производственных мощностях компании «Фармстандарт» будет налажен выпуск препаратов «Совальди» (МНН «Софосбувир») для лечения хронического гепатита С и «Трувада» (МНН «Эмтрицитабин/теноfoвира дизопроксила fumarat») для лечения ВИЧ. Первые партии локализованных лекарственных препаратов поступят на рынок уже в 2019 году;
- Международная фармацевтическая компания Takeda локализовала на своём заводе в Ярославле производство полного цикла инновационного препарата для пациентов со множественной миеломой «Нинларо». Новейшая высокотехнологичная линия, оснащённая оборудованием для маркировки, даст возможность выпускать 200 тыс. капсул препарата в год;
- Takeda активно развивает направление разработки и производства инновационных онкологических препаратов. В 2018 году фармкорпорация локализовала на мощностях отечественного производителя «Фармстандарт-УфаВИТА» инновационный онкогематологический препарат для лечения пациентов с лимфомой Ходжкина «Брентуксимаб Ведотин»;
- В октябре 2018 года состоялся запуск первого производства лекарственного препарата полного цикла компании Novartis. Производитель вложил 150 млн долларов в локализацию препарата «Галвус», предназначенного для терапии сахарного диабета 2-го типа;
- MSD и «Акрихин» в 2018 году объявили о запуске локального производства готовой лекарственной формы перорального сахароснижающего препарата для лечения сахарного диабета 2-го типа — «Ситаглиптина» в дозировке 100 мг;
- AbbVie и ГК «Р-Фарм» завершили трансфер технологий производства антиретровирусного препарата «Калетра» (МНН «Лопинавир+Ритонавир»). Полный цикл изготовления лекарственной формы препарата «Калетра» будет осуществляться в фармацевтическом комплексе «Р-Фарм» в Ярославле из субстанции, производимой AbbVie;
- Woerwag Pharma локализовала в Белгороде производство «Магния Оротата» на мощностях завода компании «Пик-Фарма Лек». Производственные мощности белгородского предприятия позволяют производить более 1 млн упаковок препарата в год. Стоимость проекта превышает 1 млрд рублей;
- Компании Pfizer и НТФФ «Полисан» в ноябре 2018 года объявили о завершении процесса технологического трансфера и запуске производства препарата Pfizer «Яквинус» (МНН «Тофацитиниб») для терапии ревматоидного артрита, язвенного колита, псориаза и псориатического артрита и бляшечного псориаза;

- Компания «Мерк» запустила на заводе «Нанолек» (п. Лёвинцы Оричевского района) полный цикл производства препарата от сахарного диабета «Глюкофаж» (МНН «Метформин»). Производственная мощность составит 400 млн таблеток в год. По объёму выпускаемой продукции российское производство станет одним из крупнейших в мире после Франции и Греции. Выход на полные производственные мощности и отказ от импортных поставок планируется уже в течение ближайших 2-х лет;
- В начале декабря фармпроизводитель «Акрихин» приступил к полномасштабному производству 4-х современных лекарственных препаратов, локализованных инновационной международной компанией MSD: противодиабетических средств «Ренитек», «Янувия» и «Янумет», а также препарата для лечения кардиологических заболеваний «Зокор».

В 2019 году подводятся итоги выполнения поручений Указа президента 2012 года, в котором предусмотрен пункт

Рейтинг 2018 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млн руб. 2018 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	Sanofi	63 029	3,1%	4,4%
2	-	Novartis	57 612	6,2%	4,0%
3	-	Bayer	53 116	0,5%	3,7%
4	+2	Abbott	41 948	9,4%	2,9%
5	-1	Teva	39 826	-7,5%	2,8%
6	+2	Takeda	38 263	8,4%	2,7%
7	-2	Johnson & Johnson	38 017	-2,3%	2,6%
8	-1	Servier	36 033	1,5%	2,5%
9	-	GlaxoSmithKline	35 899	7,5%	2,5%
10	-	«Отисифарм»	34 686	6,9%	2,4%
11	-	Pfizer	30 081	-1,2%	2,1%
12	-	Stada	28 524	-5,2%	2,0%
13	+1	Gedeon Richter	28 019	3,0%	1,9%
14	+3	KRKA	27 923	11,1%	1,9%
15	-2	Berlin-Chemie	27 563	0,2%	1,9%
16	-1	Merck	26 264	-2,3%	1,8%
17	+1	«Фармстандарт»	25 800	2,8%	1,8%
18	-2	AstraZeneca	24 490	-3,4%	1,7%
19	-	«Биокад»	24 039	17,2%	1,7%
20	-	Astellas Pharma	22 299	9,2%	1,5%

Таблица 34

ТОП-20 производителей по объёму продаж на фармацевтическом рынке России в 2018 г.

о том, что к 2018 году нужно достичь следующего показателя: «Доведение объема производства отечественных лекарственных средств по номенклатуре перечня стратегически значимых лекарственных средств и перечня жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов до 90 процентов». Несмотря на то, что в целом до плановых значений еще далеко, доля отечественных препаратов из года в год неуклонно растет.

Доля импортных лекарственных средств продолжает уменьшаться. По итогам года она составляет 70,2% в деньгах и 39,8% в упаковках. При этом отечественные препараты заняли на 1% выше долю в стоимостном выражении, чем в 2017 году. Рост потребления отечественных ЛП наблюдается практически по всем сегментам, исключение составляет федеральная льгота. В целом импортные препараты упали на 0,5% в натуральном выражении, а отечественные выросли на 2,9%. В рублевом выражении препараты иностранных производителей выросли на 1,7%, тогда как отечественные — на 6,7%.

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

Несмотря на то, что состав производителей рейтинга более-менее неизменен, в 2018 году было отмечено много перемещений. Это является одним из факторов, который свидетельствует, что на рынке не все стабильно. Только 9 компаний смогли сохранить свое положение. Совокупно доля ТОП-20 производителей в 2018 году составила 49%.

Тройка лидеров в 2018 году не поменялась по сравнению с 2017 годом. Верхнюю позицию занимает корпорация Sanofi с отрывом в 0,4% по доле. Удельный вес продаж в розничном сегменте остается для компании преобладающим (около 66% оборота приходится на аптечные продажи). На втором месте располагается корпорация Novartis. При этом прирост продаж компании в два раза выше, чем у лидера. Novartis имеет также высокую долю за счет продаж в аптеках (72%). На третьем месте остался производитель Bayer, хотя продажи его по сравнению с 2017 годом практически не изменились. На государственные закупки у производителя приходится только 15% продаж. Основной объем продаж — коммерческий сегмент.

Высокую долю в госзакупках из компаний, представленных в ТОП-20, занимают Johnson&Johnson, Pfizer, Merck и AstraZeneca (свыше 40%). Практически полностью работает в госсегменте «Биокад» — его доля достигает 95%.

Из производителей, не вошедших в рейтинг, стоит отметить заметные перемещения у отечественных компаний: «Микрогена» (+5 мест, 27-я строчка), «Фармасинтеза» (+8 мест, 32-я строчка), «Гротекса» (+16 мест, 48-я строчка). Эти компании улучшили свое положение на рынке за счет увеличения продаж в государственном сегменте фармынка.



Фармрегата - 2019

Фармрегата – ставшая уже традиционной ежегодная встреча друзей и единомышленников. Это одновременно площадка для делового общения в неформальной обстановке и яхтенные гонки для представителей фармацевтического сообщества. Участники Фармрегаты — ТОП-менеджеры компаний-лидеров рынка.

Регата длится 7 дней: с 7 по 13 сентября 2019 г.
Включает в себя парусные гонки и 3 дня бизнес-конференций.


Место проведения: солнечное и приветливое побережье Адриатики, располагающее большим количеством островов, интересными и комфортными маршрутами для любого уровня сложности и, конечно, больше чем полусотней превосходных марин с развитой инфраструктурой.

Идеальное место и для новичков, и для тех, кто уже вкусил удовольствие от гонок!



+7 (495) 780 72 64
pharmregata@dsm.ru
www.pharmregata.ru

ХОРВАТИЯ
7-13 СЕНТЯБРЯ



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЕЙТИНГ



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

Среди номинаций:

- российская компания №1 по реализации RX-препаратов на розничном рынке;
- российская компания №1 по реализации ОТС-препаратов на розничном рынке;
- российская компания №1 по реализации ЛС в государственном сегменте;
- иностранная компания-производитель №1;
- российский бренд №1 на розничном рынке;
- иностранный бренд №1 на розничном рынке;
- производитель косметики №1;
- бренд косметики №1;
- производитель БАД №1;
- бренд зубной пасты №1;
- производитель тонометров №1 и другие.

Ждем вас на церемонии!

 18 декабря 2019 г.

 Клуб «LENINGRAD»





Информация предоставлена на основе данных розничного аудита фармацевтического рынка РФ DSM Group, система менеджмента качества которого соответствует требованиям ISO 9001:2015.



DSM Group является членом Европейской ассоциации исследователей рынка и общественного мнения ESOMAR.



Москва, 5-я ул. Ямского Поля, д.7, к.2
<http://dsm.ru/>
<https://www.facebook.com/GroupDSM/>
+7 (495) 780-72-63