ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК РОССИИ

2013

15 ЛЕТ GROUP DSM

ЗАО «Группа ДСМ»

Генеральный директор
Шуляк Сергей

Директор отдела стратегических исследований
Нечаева Юлия

Старший аналитик
Хозяшева Мария

Аналитик
Казова Анастасия

Аналитический отчет
Фармацевтический рынок России
Итоги 2013 г.

Адрес:
125040, Москва,
5-ая ул. Ямского Поля, д. 7 стр. 2

Тел.: (495) 780-72-63, 780-72-64
Факс: (495) 780-72-65

http://www.dsm.ru

Уважаемые коллеги!

В последние годы фармацевтический рынок России напоминает ситуацию в сельском хозяйстве. Вернее, не саму ситуацию, а то, как о ней говорится.

Послушайте, что говорят на протяжении десятилетий аграрии о своем рынке на различных сельскохозяйственных конференциях — засуха, дожди, наводнения, цены, кредиты, законодательство. Все плохо, так работать очень сложно. Но год из года площади посевных увеличиваются, а само сельское хозяйство становится привлекательнее для инвестиций. Что же мы говорим в последние годы о фармацевтическом рынке — эпидемии, наличие или их отсутствие, снижение покупательской активности, зависимость цен от курса валюты, законодательство. Говорят даже о стагнации рынка! Но количество производителей, присутствующих на рынке, практически не уменьшается, дистрибуторы наращивают продажи, а аптечные сети прирастают аптеками. Все это напоминает анекдот про мышек и кактус. То ли болевой порог у мышек отсутствует, то ли кактус очень «вкусный». Времена 30-ти процентного роста рынка канули в лету. То, что по сравнению с прошлым мы называем кризисом, является новой реальностью, в которой нужно пахать, сеять, использовать новые технологии, развивать бизнес, а не ждать, что все само вырастет!

Желаю всем хорошего «урожая» на полях фармацевтического рынка!

Сергей Шуляк

Генеральный директор DSM GROUP

Содержание

Резюме 5

1. Объем фармацевтического рынка России 6

2. Коммерческий сегмент ГЛС 10

3. Дополнительное лекарственное обеспечение 26

4. Объемы продаж сегмента ЛПУ 38

5. Биологически активные добавки 45

6. Косметика 51

7. Импорт ГЛС 57

8. Аптечные сети 62

9. Дистрибуторский сектор фармацевтического рынка 65

10. Производство 68

Резюме

2013 год был первым годом реализации государственной программы «Развитие здравоохранения Российской Федерации до 2020 года» и других, разработанных в соответствии с указами Президента Российской Федерации стратегий. Путь развития страны в данной области выбран, и нам остается наблюдать за ходом реализации программ и оценивать их влияние на фармацевтический рынок России.

По итогам 2013 года Россия заняла 7 место среди фармрынков мира. Объем фармрынка России в 2013 году составил 1 045 млрд руб. (с НДС) в ценах конечного потребления, что на 14% больше чем показатель 2012 года. По темпам роста Россия показывает третье значение.

Российский фармацевтический рынок остается импортоориентирован. 75% лекарств в денежном выражении, которые потребляются населением, производятся за рубежом. Поэтому первые места в рейтинге производителей занимают иностранные компании: NOVARTIS, SANOFI-AVENTIS. На третьей строчке стоит ФАРМСТАНДАРТ — единственный отечественный производитель в ТОП-20 ведущих игроков на фармрынке России.

Развитие дистрибуторского сектора фармацевтического рынка в последние годы происходит по четко заданному вектору — диверсификация бизнеса: все национальные дистрибуторы имеют в рамках управляющей структуры подчиненную аптечную сеть; второе направление, которое активно развивается — это собственное производство. В 2013 году произошла очередная смена лидера — Катрен впервые занял верхнюю строчку с долей 16,2%. Второе место дистрибутора Протек с долей 15,7% обеспечено более низкими темпами роста по сравнению с лидером. ТОП-3 в 2013 году замыкает дистрибутор РОСТА. Их совокупная доля в объеме рынка составляет 43%.

2013 год для аптечной розницы отметился сделками по слиянию и поглощению, причем участниками сделок являлись ведущие игроки на аптечном рынке. Также мы наблюдаем возникновение новой формы сотрудничества — альянсы и оказания услуг по управлению. Лидирующую позицию по итогам года заняла сеть Ригла, на второе место вышла сеть Доктор Столетов (за счет объединения с сетью Озерки), третье место занимает Имплозия. Совокупная доля трех ведущих дистрибуторов в общем объеме рынка достигает 7,3%.

Коммерческий сегмент рынка России в 2013 году демонстрирует высокие показатели роста (+13%). Объем реализации в 2013 году в коммерческом сегменте составил 609 млрд руб. (19,1 млрд дол.). Было реализовано 4,4 млрд упаковок, что практически совпадает с показателем 2012 года.

Сегмент «аптечной парафармацевтики» в 2013 году составил 169 млрд руб., что на 14% выше, чем объем в 2012 году. Аптеки активно развивают это направление в своих продажах, расширяя нелекарственный ассортимент.

Государственный сектор в 2013 году также показывает рост на уровне **14%**. Это один из самых стабильных сегментов на фармацевтическом рынке, так как его развитие обусловлено бюджетными деньгами. По итогам 2013 года на закупку лекарств для льготных категорий граждан было потрачено 84,4 млрд руб. Прирост по отношению к 2012 году составил около 8%. По итогам 2013 года емкость сегмента госпитальных закупок составила 182,6 млрд руб., что на 17% выше, чем показатель 2012 года.

Объем импорта ГЛС в Россию в 2013 г. составил 14,9 млрд долл., что на 4% выше аналогичного показателя в 2012 году.

По прогнозу DSM Group, **российский фармацевтический рынок вырастет в 2014 году на 13% в рублях** и достигнет **1 180 млрд руб.**

1. Объем фармацевтического рынка России

2013 год был первым годом реализации государственной программы «Развитие здравоохранения» и других, разработанных в соответствии с указами Президента Российской Федерации стратегий. Поэтому подведение итогов хочется начать с официальных цифр[1].

В 2013 году были завершены начатые в 2011 году региональные программы модернизации здравоохранения, на которые было выделено более 664 млрд рублей.

За период реализации программ завершено строительство 101 медицинского учреждения, отремонтировано больше 4 тысяч медицинских учреждений, закуплено и уставлено более 389 тыс. единиц оборудования.

По результатам 2013 года ожидаемая продолжительность жизни увеличилась на полгода — до 70,8 лет.

В 2013 году, после 30-летнего перерыва, началась программа диспансеризации взрослого и детского населения. За первый год прошли диспансеризацию 35 млн человек, 21 млн взрослых и более 14 млн детей, проживающих во всех регионах страны.

В 2013 году был обеспечен широкий охват населения прививками как в рамках Национального календаря, так и эпидемиологического календаря. Впервые в Национальный календарь профилактических прививок включена прививка против пневмококковой инфекции, а также были расширены показания для вакцинации населения против гриппа. За 2013 г. привито против гриппа почти 40 млн человек, т.е. 27,8% всего населения страны.

2013 год отличался активной законотворческой деятельностью в области здравоохранения.

Принят Федеральный закон, которым установлены полномочия Правительства Российской Федерации по утверждению порядка формирования перечней лекарственных препаратов и медицинских изделий, гарантированных государством, а также изменены процедуры регистрации лекарственных препаратов.

Был подготовлен и внесен в Правительство Российской Федерации законопроект о внесении изменений в Федеральный закон «Об обращении лекарственных средств», включающий большое количество важных смысловых блоков, регулирующих особенности государственной регистрации биологических, биоаналоговых, орфанных препаратов, закрепляющих правила честной конкуренции на фармацевтическом рынке, через введение процедуры оценки взаимозаменяемости лекарственных препаратов, а также вводящих представление о фармакопейных стандартных образцах.

Крайне важной является разработка поправок к законодательным актам, связанным с вступлением в силу Закона «Об основах охраны здоровья граждан в РФ», которые регулируют порядок регистрации, клинические исследования, а также впервые вводят понятия «биологические препараты» и «взаимозаменяемость».

Существенное развитие получила сфера регулирования обращения медицинских изделий. Подготовлены и приняты 18 нормативных актов, устанавливающие правила их государственной регистрации, ведение государственного реестра медицинских изделий, порядок осуществления государственного контроля за их обращением.

Важнейшее значение в деле охраны здоровья — обеспечение санитарно-эпидемиологического благополучия и борьба с инфекционными заболеваниями. В 2013 году Минздравом России были разработаны Основы государственной политики в области обеспечения химической и биологической безопасности страны. Они были приняты Правительством Российской Федерации и создали базу для подготовки Концепции федеральной целевой программы «Национальная система химической и биологической безопасности Российской Федерации (2015–2020 годы)». Данная концепция была одобрена Правительственной Комиссией и в настоящее время активно разрабатывается целевая программа.

Одним из актуальных вопросов, который обсуждался в течение всего года, была проблема лекарственного обеспечения пациентов с орфанными заболеваниями и формирование списка орфанных препаратов, возмещаемых за счет государства.

[1] Доклад Министра В.И.Скворцовой на итоговой коллегии Минздрава России, апрель 2014.

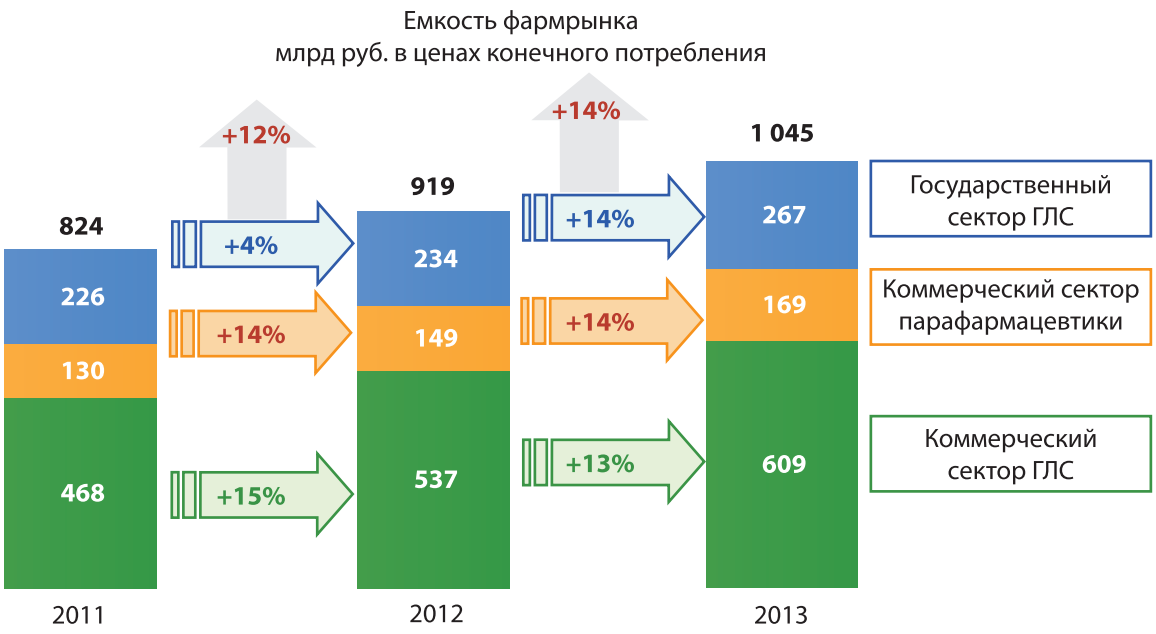
Таким образом, «государство» остается активным участником на фармацевтическом рынке, влияя на события, которые будут определять тенденции дальнейшего развития рынка.

Если говорить о структуре фармацевтического рынка по источникам финансирования, то доля «государства» (объем рынка, обеспеченный государственными деньгами — льготное лекарственное обеспечение и госпитальные закупки) составляет около 25,5% и неуклонно сокращается, начиная с 2006 года (максимальная доля государственных средств в объеме рынка — 34,7%). В результате за счет собственных средств населения реализуется ¾ объема фармацевтического рынка.

На рисунках 1–2 представлена динамика объема фармацевтического рынка России в 2011–2013 гг. в розничных ценах.

Рисунок 1

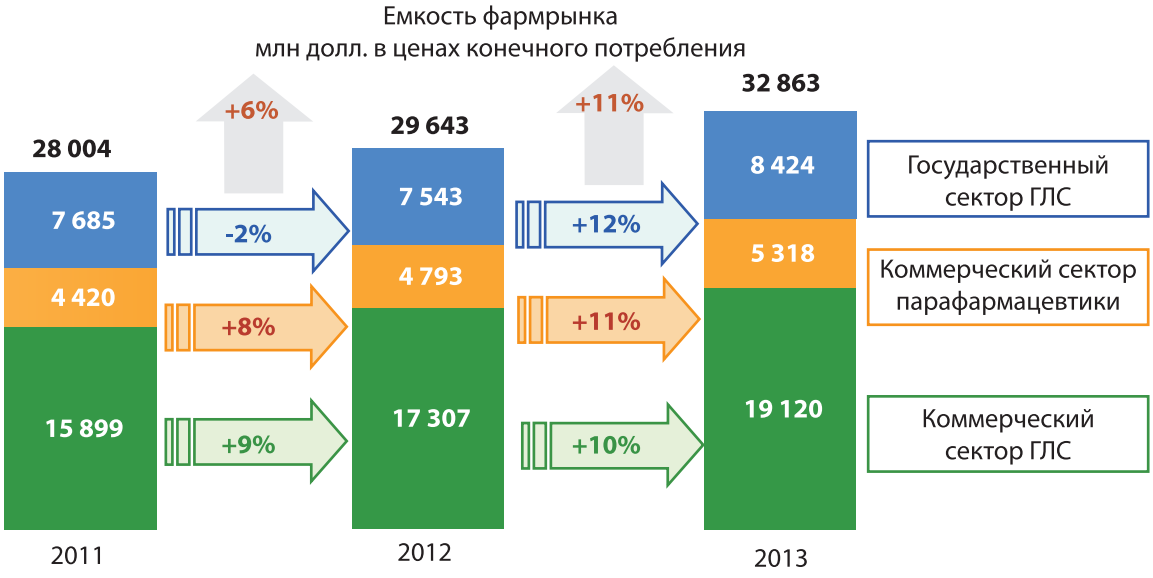
Емкость фармацевтического рынка



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Рисунок 2

Емкость фармацевтического рынка



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

За 2013 год емкость рынка составила 1 триллион рублей (или 32,9 млрд долл.), что на 14% больше, чем в 2012 году. Темпы роста рынка остаются стабильными на протяжении последних трех лет.

Рост рынка в упаковках, по сравнению с рублевым, выглядит очень скромно — 2,1% прироста. Если говорить в разрезе сегментов, то продажи лекарственных препаратов в аптеках выросли на 13% — 609 миллиардов рублей, на 14% увеличились продажи в аптеках парафармацевтических товаров 169 миллиардов рублей, рынок государственных закупок в 2013 году показал рост +14% 267 миллиардов рублей.

Правительство продолжает придерживаться четкой политики в сфере государственного обеспечения лекарствами населения и индексировать расходы, связанные с закупкой лекарственных препаратов. Расходы на закупку лекарств лечебными учреждениями растут быстрее +17%, тогда как в дополнительном лекарственном обеспечении государство потратило на 8% больше. Существенный рост закупок лекарств для нужд лечебных учреждений объясняется новыми правилами контрактной системы закупок, регламентирующийся законом №44-ФЗ, который вступил в действие с 1 января 2014 года. «Неопределенность», которая могла возникнуть при проведении торгов, заставила участников увеличить количество и объемы тендеров, проведенных в 4 квартале 2013 года.

Объем фармрынка России на фоне стран мира

По данным открытых источников информации, в 2013 г. объем мирового фармацевтического рынка достиг 971 млрд дол. США. По сравнению с 2012 г. его прирост в денежном выражении составил около 3,3%. В дальнейшем ожидается ежегодный прирост на уровне 3–4%. Таким образом, в 2014 г. мировое фармацевтическое сообщество, возможно, сможет отметить достижение объема мирового фармацевтического рынка в 1 трлн долл.

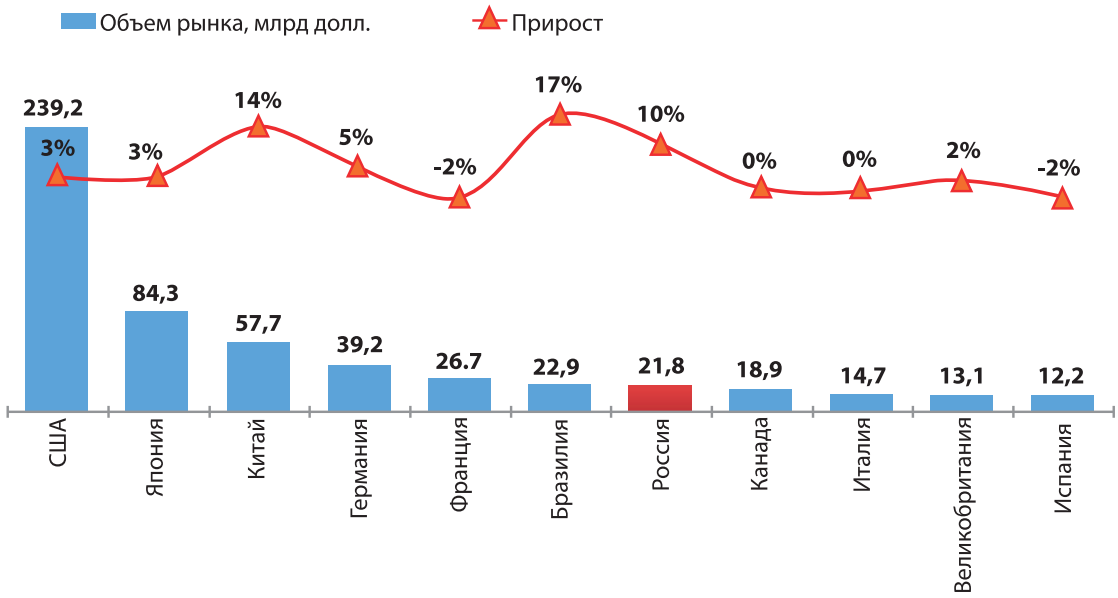
Традиционно наиболее быстрорастущими рынками являются страны Латинской Америки и Китай.

По итогам 2013 года Россия находится на 7 месте среди ведущих мировых фармацевтических рынков и третьем по темпам прироста в процентах.

Самый большой фармрынок в США, только розничные продажи лекарственных препаратов составляют 239,2 миллиардов долларов. Европейские фармацевтические рынки (ТОП-5) совокупно составляют 105,7 миллиардов долларов (11% в емкости мирового рынка) растут около 1% в 2013 году.

Рисунок 3

Объем розничного рынка ГЛС России и других стран мира в 2013 году

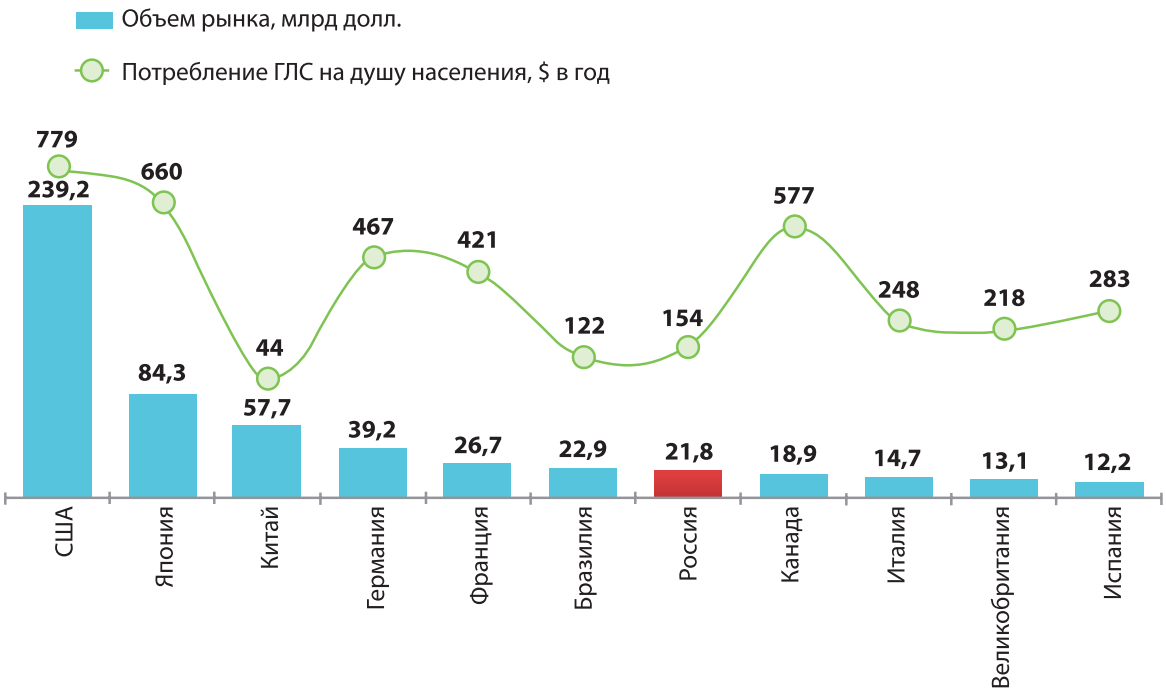


Источник: открытые источники информации, DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: аптечный рынок ГЛС = коммерческий сегмент ГЛС + ДЛО.

Россия, как и прежде, отстает от среднеевропейского уровня потребления лекарственных препаратов в 3 раза и в 5 раз от потребления в США. Меньше чем в России (154$), потребление лекарственных препаратов на одного человека, только у Бразилии и Китая 22 и 44 долларов соответственно.

Рисунок 4

Потребление ГЛС России и других стран мира в 2013 году



Источник: открытые источники информации, DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: аптечный рынок ГЛС = коммерческий сегмент ГЛС + ДЛО.

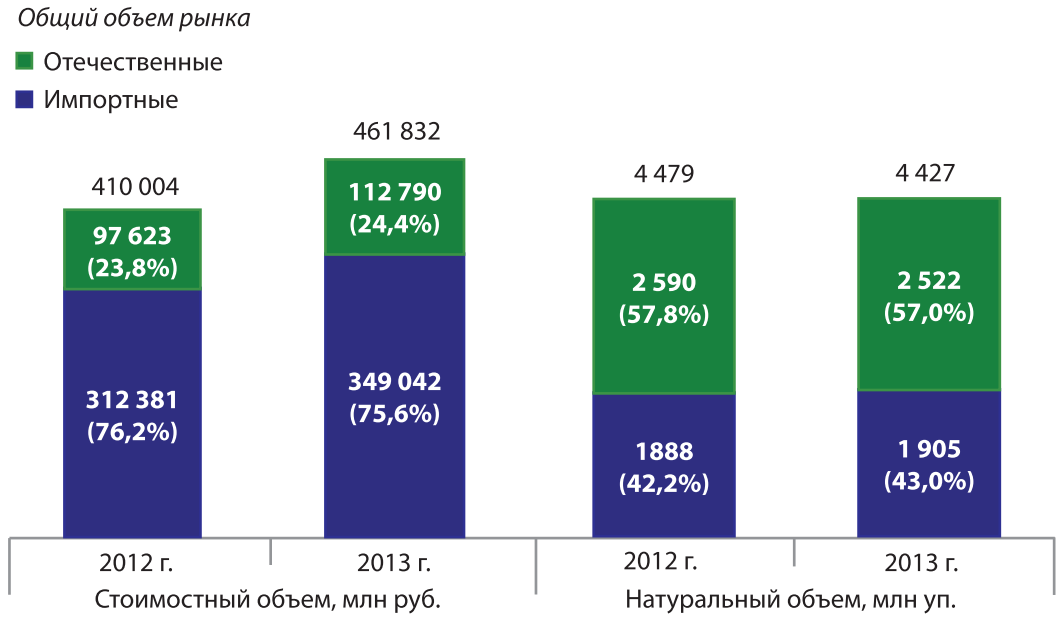
Емкость коммерческого рынка ГЛС в 2013 году составила 609 млрд руб. в ценах конечного потребления или 462 млрд руб. в ценах закупки аптек[2] (рис. 5), что на 13% больше, чем в 2012 году. При этом было реализовано 4,4 млрд упаковок, что на 1% меньше показателей 2012 года.

1. Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ГЛС розничного коммерческого рынка

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

Рисунок 5

Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ГЛС розничного коммерческого рынка России



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

В стоимостном выражении доля отечественных ЛС традиционно составляет около одной четвертой части российского коммерческого рынка ГЛС. В 2013 году доля отечественных лекарств составила 24,4%. В то же время отечественные препараты преобладают в аптечных продажах в натуральном выражении — 57,0%. Заметим, что в 2013 году доля в упаковках отечественных лекарств снизилась почти на 1%. Это произошло за счет сокращения продажи дешевых препаратов, таких как ЦИТРАМОН, ПЛАСТЫРЬ БАКТЕРИЦИДНЫЙ, УГОЛЬ АКТИВИРОВАННЫЙ, АЦЕТИЛСАЛИЦИЛОВАЯ КИСЛОТА и т. д., цена которых не превышает 15–30 рублей.

В 2013 году прирост продаж отечественных препаратов оказался чуть более выраженным, чем импортных: в стоимостном объеме 16% против 12%. В натуральном выражении продажи российских лекарств снизились на 3%, в то время как для препаратов импортного производства прирост составил +1%.

[2] Далее в разделе «Коммерческий сегмент ГЛС» все объемы и цены приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

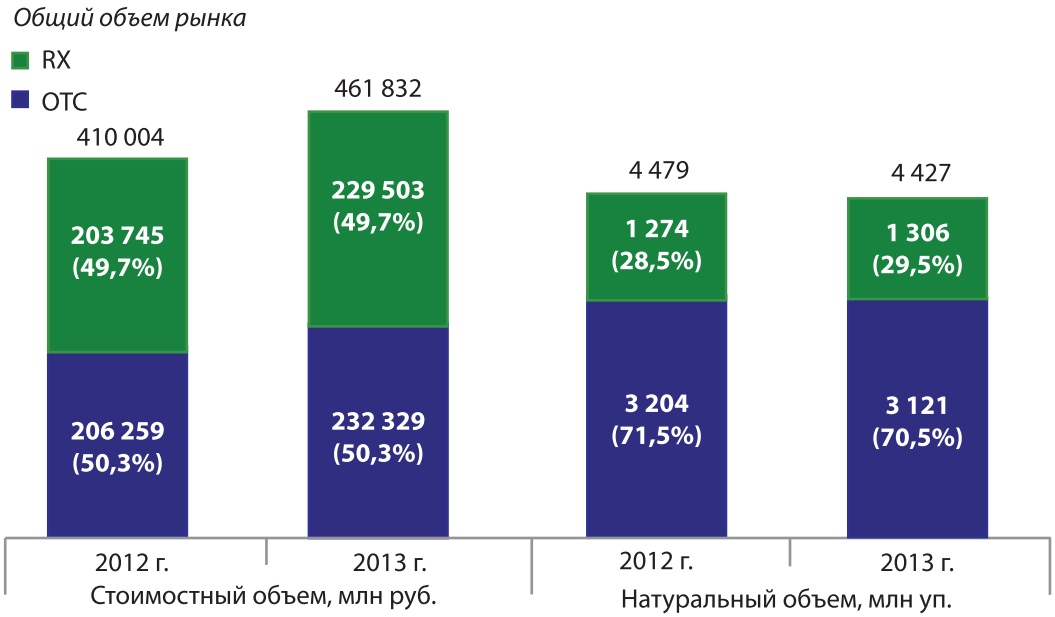
Средняя стоимость упаковки отечественного препарата в 2013 г. составила 45 руб., что более чем в 4 раза ниже стоимости упаковки импортного лекарственного средства. В 2013 году стоимость импортной упаковки в среднем приближалась к 183 руб.

2. Соотношение объемов продаж ГЛС рецептурного и безрецептурного отпуска розничного коммерческого рынка

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

Рисунок 6

Соотношение объемов продаж OTC и Rx препаратов розничного коммерческого рынка России



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.
Примечание. При расчете долей Rx- и OTC-лекарственных препаратов было применено официальное деление согласно Перечню лекарственных средств, отпускаемых без рецепта врача. Тот факт, что зачастую в аптечных учреждениях рецептурные препараты отпускаются свободно, не учитывался.

По итогам 2013 г. в сегменте розничного коммерческого рынка ГЛС в денежном выражении выросли продажи как рецептурных, так и безрецептурных препаратов. Обычно продажи рецептурных лекарств растут более высокими темпами, чем продажи OTC-препаратов, однако в 2013 г. темпы роста потребления рецептурных и безрецептурных препаратов были эквивалентны — около 12,6%. В натуральном выражении отмечалась разная динамика: отрицательный прирост объемов продаж OTC-препаратов (-2,6%) и увеличение Rx (+2,5%). Доля препаратов рецептурного отпуска в рублях составила 49,7%; в натуральном выражении наибольшая доля приходится на безрецептурные препараты (70,5%).

Отметим, что средняя стоимость Rx-препаратов в 2013 г. составила 176 руб., в то время как цена OTC-препаратов в среднем в 2,5 раза меньше — 74 руб. за упаковку.

3. Структура продаж ГЛС розничного коммерческого рынка по АТС-группам

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

Таблица 1

Структура продаж ГЛС розничного коммерческого рынка России по АТС-группам

АТС-группы I-го уровня	Стоимостный объем, млн руб.	Доля группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн уп.	Доля группы в натуральном объеме, %
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	88 981	19,3%	789,6	17,8%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	58 512	12,7%	632,4	14,3%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	56 724	12,3%	457,4	10,3%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	54 711	11,8%	817,9	18,5%
J: Противомикробные препараты для системного использования	35 709	7,7%	285,8	6,5%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	35 641	7,7%	297,0	6,7%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	34 176	7,4%	81,9	1,9%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	28 359	6,1%	460,9	10,4%
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	19 445	4,2%	79,9	1,8%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	15 662	3,4%	128,5	2,9%
[~] ЛП, не имеющие АТС-группы	14 729	3,2%	219,6	5,0%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	12 012	2,6%	106,5	2,4%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	2 920	0,6%	27,8	0,6%
V: Прочие препараты	2 679	0,6%	20,8	0,5%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	1 449	0,3%	20,4	0,5%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.
Примечание. [~] ЛП, не имеющие АТС-группы (гомеопатические ЛП, ЛП растительного, животного происхождения, субстанции и др.)

Рейтинг АТС-групп по стоимостному объему в сравнении с 2012 годом немного изменился (изменения касаются в основном улучшения позиции АТС-группы [J] Противомикробные препараты для системного использования). В 2013 году лидирующую позицию, как и в предыдущие периоды, сохранили препараты из АТС-группы [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (19,3%)». По сравнению с 2012 г. в данной группе отмечается прирост продаж в денежном выражении на 10%. По количеству проданных упаковок в данном сегменте отмечается снижение продаж, составившее 3%. Таким образом, можно сделать вывод, что наблюдаемый рост продаж в рублях по данной группе обусловлен повышением цен на препараты.

Порядка 16% стоимостного объема продаж АТС-группы [A] приходится на подгруппу [A11] «Витамины». В состав этой группы входят витамины, поливитаминные и витаминно-минеральные комплексы. На первом месте по объему продаж в группе [A11] оказался бренд МИЛЬГАММА с долей в рублях, соответствующей 14%. Отечественная линейка КОМПЛИВИТ занимает в стоимостном рейтинге витаминных препаратов 3 место (9%). По количеству проданных упаковок лидирует недорогой отечественный препарат «АСКОРБИНОВАЯ КИСЛОТА С ГЛЮКОЗОЙ» (19% от продаж [A11]).

Первое место по натуральному показателю среди подгрупп в группе [A], как и в прошлом году, занимают противодиарейные препараты ([A07]) — 25% продаж всей группы. Хорошо известный потребителям благодаря активному продвижению препарат ЛИНЕКС возглавляет стоимостный рейтинг в [A07] — 21,5% продаж всех антидиарейных препаратов. Однако по объему проданных упаковок ЛИНЕКС занимает только второе место рейтинга, значительно уступая УГЛЮ АКТИВИРОВАННОМУ, имеющему долю в продажах [A07] 55%.

Группа [J] «Противомикробные препараты для системного использования» в 2013 г. с 6-го места переместилась на 5-е.

Наибольшая доля стоимостного объема продаж в группе [J] приходится на подгруппу [J01] «Антибактериальные препараты для системного использования» (56% от объема продаж по группе [J]). Явного лидера в подгруппе нет, но совокупно на три препарата — СУМАМЕД, АМОКСИКЛАВ и ФЛЕМОКСИН, приходится порядка четверти стоимостного объема продаж за 2013 г.

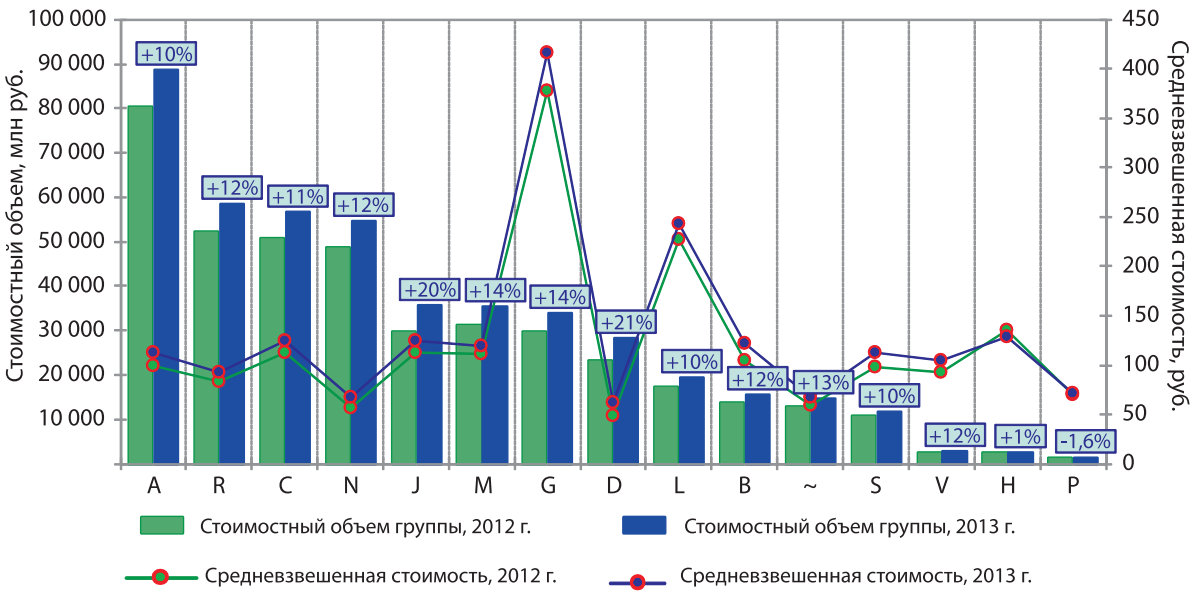
В группе [J] есть еще одна ключевая подгруппа — 32% приходится на «Противовирусные препараты для системного использования» [J05]. При этом основной объем продаж в подгруппе приходится на бренды КАГОЦЕЛ, ИНГАВИРИН и АМИКСИН. Аптечные продажи КАГОЦЕЛА выросли за год на 60%, также внушительную динамику (+41% к уровню стоимостного объема продаж 2012 г.) продемонстрировал АМИКСИН, а продажи ИНГАВИРИНА выросли более чем в два раза.

Структура коммерческого рынка по АТС-группам из года в год довольно стабильна. Прирост емкости и средней стоимости упаковки в АТС-группах представлен на рисунке 7.

По итогам 2013 г. почти во всех АТС-группах отмечается рост стоимостного объема продаж, исключение составляет АТС-группа [P] «Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты» (сокращение продаж препаратов группы составило 1,6%). Максимальный прирост в денежном выражении, составивший 21%, был отмечен для препаратов группы [D] «Препараты для лечения заболеваний кожи» (за счет роста объемов продаж брендов ЭКЗОДЕРИЛ, ЛОЦЕРИЛ, БЕПАНТЕН и др.). В натуральном выражении наибольший прирост аптечных продаж был зафиксирован среди ГЛС группы [J] «Противомикробные препараты для системного использования» — он составил +8%.

Рисунок 7

Структура коммерческого рынка ГЛС в 2012–2013 гг.



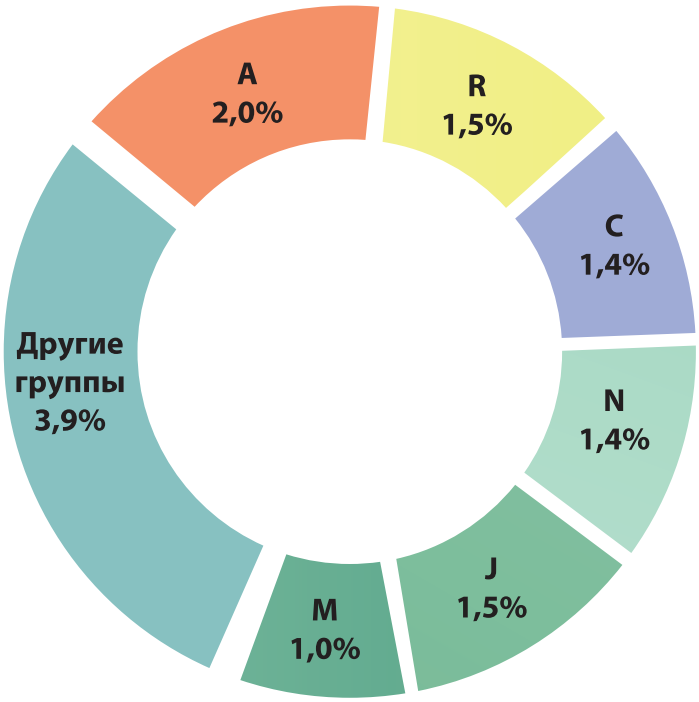
Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Наибольшая стоимость средневзвешенной упаковки по итогам 2013 г. составила 417 руб. для препаратов группы [G] «Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны». Такая высокая цена объясняется тем, что стоимость упаковки некоторых ГЛС этой группы достигает 7 тыс. руб. и выше. Также высокая цена средневзвешенной упаковки отмечается в группах [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» — порядка 240 руб., [H] «Гормональные препараты для системного использования» (исключая половые гормоны) — около 130 руб.

Вклад различных АТС-групп в общий прирост коммерческого рынка оценивался с помощью взвешенного прироста — показателя, учитывающего долю АТС-группы, умноженную на темп ее роста (рис. 8).

Рисунок 8

Взвешенный прирост ГЛС розничного коммерческого рынка по АТС-группам



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

Наибольший вклад в увеличение стоимостной емкости коммерческого рынка ГЛС в 2013 году внесли группы препаратов для лечения заболеваний пищеварительного тракта [A], респираторной [R] и противомикробной терапии [J], что суммарно составило 5,0% или около 40% от роста рынка в целом.

4. Производители ГЛС розничного коммерческого рынка

В таблице 2 приведены ТОП-20 фирм-производителей, лидирующих по объему продаж на коммерческом рынке России в 2013 году.

Таблица 2

ТОП-20 фирм-производителей ГЛС по объему аптечных продаж розничного коммерческого рынка России по итогам 2013 г.

Рейтинг 2013 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн руб. 2013 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	NOVARTIS	29 431	14,3%	6,4%
2	-	SANOFI-AVENTIS	24 730	14,5%	5,4%
3	-	ФАРМСТАНДАРТ	20 493	15,6%	4,4%
4	-	BAYER	17 882	19,0%	3,9%
5	-	TAKEDA	15 314	5,9%	3,3%
6	1	TEVA	14 452	15,3%	3,1%
7	-1	BERLIN-CHEMIE	14 247	1,7%	3,1%
8	2	ABBOTT	11 870	9,2%	2,6%
9	2	SERVIER	11 497	8,3%	2,5%
10	-2	GEDEON RICHTER	11 383	1,3%	2,5%
11	-2	PFIZER	11 307	2,0%	2,4%
12	-	KRKA	9 585	12,1%	2,1%
13	-	STADA	9 424	12,1%	2,0%
14	-	MERCK	8 878	11,9%	1,9%
15	1	ASTELLAS PHARMA	8 748	21,4%	1,9%
16	-1	BOEHRINGER INGELHEIM	8 481	12,4%	1,8%
17	4	JOHNSON & JOHNSON	7 119	49,7%	1,5%
18	-1	DR.REDDY'S LABORATORIES	7 104	10,3%	1,5%
19	-1	GLAXOSMITHKLINE	7 095	13,8%	1,5%
20	2	ВАЛЕНТА	6 256	36,5%	1,4%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

В 2013 году на российском фармацевтическом рынке присутствовало свыше 1000 игроков.

Суммарно на ТОП-20 фирм-производителей приходится 55,3% стоимостного объема продаж ГЛС. По сравнению с 2012 годом общая доля двадцатки немного выросла.

NOVARTIS сохранил лидирующую позицию в рейтинге с долей в рублях, составившей 6,4%. Портфель компании NOVARTIS довольно большой (свыше 130 препаратов, реализуемых на коммерческом рынке). Максимальный объем продаж компании приходится на препарат ЛИНЕКС — его доля в продажах компании по итогам 2013 года составила 10% в денежном выражении с приростом +1% к уровню продаж 2012 г. Наибольшее увеличение продаж отмечено для препаратов КАЛЬЦИЙ-САНДОЗ (продажи выросли многократно), АЗАРГА (рост продаж более чем в 2,5 раза), СЕРТИКАН (рост продаж в три раза) и др. В натуральном выражении по объему продаж лидируют такие известные бренды, как ТЕРАФЛЮ, ЛИНЕКС, ОТРИВИН. На эти три позиции приходится 26% проданных упаковок, что эквивалентно суммарной доле этих препаратов в стоимостном объеме продаж компании.

Компания SANOFI-AVENTIS, занявшая второе место, проиграла лидеру 1,02% по доле в рублях. «Бессменные» хиты продаж компании — ЭССЕНЦИАЛЕ, НО-ШПА, ЛОЗАП — обеспечивают компании уверенные позиции на рынке, а ЭССЕНЦИАЛЕ и НО-ШПА ежегодно попадают в ТОП-20 брендов.

На третьем месте, как и в 2012 году, ФАРМСТАНДАРТ с долей 4,44%. Темп прироста продаж компании по итогам 2013 г. был положительным «+15,6%», после прошлогоднего сокращения продаж такому устойчивому росту способствовало увеличение объемов реализации таких брендов, как ПЕНТАЛГИН (+24% к уровню продаж 2012 г.), АМИКСИН (+42%), АФОБАЗОЛ (+36%).

По итогам 2013 года улучшили свои позиции в Top-20 производителей российского коммерческого рынка лекарств следующие компании: TEVA (аптечные продажи препаратов компании выросли на 15,3% благодаря стабильному росту спроса на такие ГЛС, как АМБРОБЕНЕ, ИЗОПРИНОЗИН и РИНОНОРМ), ABBOTT (прибавивший чуть более 9% к уровню продаж 2012 г. за счет увеличения реализации ряда брендов, в частности ГЕПТРАЛА, ДЮФАСТОНА и КРЕОНА), SERVIER, поднявшийся в рейтинге на две позиции. Кроме того, ASTELLAS PHARMA INC с 16-го места переместилась на 15-е, чему способствовал рост продаж лекарств компании более чем на 20% (флагманами роста выступили такие препараты, как ОМНИК (+16%), ДЕ-НОЛ (+22%), ПИМАФУЦИН (+30%) и СУПРАКС (почти четырехкратное увеличение продаж)).

JOHNSON & JOHNSON с 21-го места в 2012 г. переместился на 17-е в 2013 г., отметившись максимальным среди компаний первой двадцатки приростом аптечных продаж «+49,7%». В российских аптеках реализуется 36 лекарственных брендов компании, из них весомый прирост спроса был зафиксирован в частности на ГЕКСОРАЛ, ТИЗИН, МИКРОЛАКС, НИКОРЕТЕ и проч.

Также необходимо отметить отечественную компанию ВАЛЕНТА. В 2013 г. компания заняла 20-ю строчку рейтинга, увеличив продажи своих препаратов в аптеках страны почти на 36,5%. Этому способствовал рост спроса на такие лекарства, как ИНГАВИРИН (+147% к уровню продаж 2012 г.), ГРАММИДИН (+36%) и МОТИЛИУМ (+28%).

5. Препараты розничного коммерческого рынка

В таблице 3 приведены ТОП-20 брендов, лидирующих по объему продаж на коммерческом рынке России в 2013 году.

Таблица 3

ТОП-20 брендов по объему продаж в стоимостном выражении на коммерческом рынке России в 2012–2013 гг.

Рейтинг 2013 г.	Изменение	Бренд	Стоимостный объем, млн руб. 2013 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	ЭССЕНЦИАЛЕ	4 514	18,4%	1,0%
2	-	АРБИДОЛ	3 670	-2,0%	0,8%
3	-	КОНКОР	3 631	10,3%	0,8%
4	-	АКТОВЕГИН	3 502	8,8%	0,8%
5	14	КАГОЦЕЛ	3 287	60,4%	0,7%
6	1	НУРОФЕН	2 972	4,4%	0,6%
7	-1	ЛИНЕКС	2 924	1,1%	0,6%
8	-3	ВИАГРА	2 908	-4,3%	0,6%
9	-1	АЛФЛУТОП	2 884	7,4%	0,6%
10	-1	ТЕРАФЛЮ	2 741	12,1%	0,6%
11	1	НАЙЗ	2 656	19,6%	0,6%
12	22	ЭКЗОДЕРИЛ	2 616	56,4%	0,6%
13	14	ЛОЗАП	2 423	28,2%	0,5%
14	10	ПЕНТАЛГИН	2 395	23,5%	0,5%
15	-5	ДЕТРАЛЕКС	2 364	1,2%	0,5%
16	-2	ЛАЗОЛВАН	2 309	10,4%	0,5%
17	-	МЕКСИДОЛ	2 300	11,9%	0,5%
18	-2	АНАФЕРОН	2 216	6,7%	0,5%
19	-6	НО-ШПА	2 203	5,2%	0,5%
20	9	АЦЦ	2 186	19,0%	0,5%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Суммарно ТОП-20 ведущих брендов занимают 12,3% стоимостного объема коммерческого сегмента ГЛС. Тройка хитов продаж не изменилась: ЭССЕНЦИАЛЕ стал лидером (доля рынка составила 1,0%), АРБИДОЛ обосновался на 2-й позиции, а КОНКОР на третьей.

Отметим, что не смотря на то, что в 2013 году «масштабных» эпидемий гриппа не было, препараты этой категории в основном росли: продажи КАГОЦЕЛА выросли за год на 60%, ТЕРАФЛЮ прибавил 12,1% к уровню продаж 2012 г., в то же время спрос на АРБИДОЛ сократился на 2%. Объемы аптечной реализации ЛАЗОЛВАНА и АЦЦ выросли на 10% и 19% соответственно.

Наиболее заметное улучшение позиций в рейтинге в 2013 г. продемонстрировали четыре препарата — уже упомянутый КАГОЦЕЛ (+14 строчек), противогрибковый препарат ЭКЗОДЕРИЛ (+22 строчки), ЛОЗАП (+14 строчек) и ПЕНТАЛГИН, переместившийся с 24-ой строчки на 14-ю.

В рейтинге по объему проданных упаковок лидирующие позиции занимают недорогие препараты — УГОЛЬ АКТИВИРОВАННЫЙ, ЦИТРАМОН и БАКТЕРИЦИДНЫЙ ПЛАСТЫРЬ. Среди ГЛС, вошедших в ТОП-20 по стоимостному объему, только НУРОФЕН попал в рейтинг ТОП-20 по натуральному объему и занял 16 место. Отметим, что рейтинг ГЛС ТОП-20 в натуральном

выражении почти на 100% состоит из так называемых «традиционных» лекарственных препаратов, то есть тех которые продаются только на территории России и стран бывшего СССР. И в рублевом рейтинге они занимают места ниже 100 строчки. Средневзвешенная цена ТОП-20 в упаковках составляет около 20 рублей.

6. ЖНВЛС

В настоящее время в перечень ЖНВЛП входит немногим более 500 МНН. Это препараты первой необходимости, применение которых способствует снижению показателей смертности и заболеваемости среди населения. Количество препаратов в списке жизненно важных и необходимых (ЖНВЛП) регулярно увеличивается: в 2011 г. на рынке было порядка 4500 позиций из списка, а в 2013 г. — уже около 5500. В 2011 г. перечень таких лекарств был расширен на 37 международных непатентованных наименований, в 2013 г. перечень ЖНВЛС не менялся относительно 2012 г.

На препараты, вошедшие в данный перечень, с апреля 2010 года введено государственное регулирование цен. Регулирование происходит на базе определения предельной цены производителя и предельных торговых надбавок к этой цене, т. е. оптовых и розничных цен. Величина наценки зависит от региона. Согласно методике определения цен, российские фармпроизводители могут ежегодно перерегистрировать цены с поправкой на инфляцию или в случае изменения цен на сырье и материалы или накладных расходов. Иностранные производители регистрируют цены на основе данных о минимальных ценах в странах-производителях и государствах, где зарегистрированы препараты. Однако, в реальности за два года функционирования системы повысить отпускные цены на препараты из списка ЖНВЛП не удалось ни отечественным, ни зарубежным производителям. Это порождало напряженность среди членов фармсообщества.

В октябре 2012 г. была утверждена новая методика установления цен на препараты ЖНВЛС, согласно которой предполагается ежегодная индексация цен на отечественные лекарства, которые входят в перечень ЖНВЛП, в зависимости от уровня инфляции. Уровень инфляции и ранее фигурировал к качестве критерия повышения цены, однако увеличить цену, опираясь на этот показатель, отечественным производителям пока не удавалось. Что касается зарубежных компаний, то для них методология определения предельной отпускной цены не изменилась.

Публичные обсуждения методики ценообразования на лекарства из списка ЖНВЛС однако не прекращаются. В конце 2013 г. появилась информация о намерении Минздрава пересмотреть цены на жизненно важные лекарства. Цены на лекарства российского и зарубежного производства, а также на оригинальные препараты и их аналоги из списка жизненно важных и необходимых (ЖНВЛП) должны регистрироваться по-разному, считает Минздрав. Министерство отправило предложения по совершенствованию методики расчета цен на ЖНВЛП в Минэкономразвития, а оно — участникам межведомственной рабочей группы, в которой Минпромторг, Федеральная антимонопольная служба (ФАС) и Федеральная служба по тарифам (ФСТ).

Перечень ЖНВЛС на 2014 г. второй год подряд будет таким же, как в 2012 г. В результате на сегодняшний день полный список ЖНВЛП составил 567 позиций лекарственных препаратов, из которых 93 наименования (16,4%) производятся только отечественными производителями, 207 наименования (36,5%) производятся только зарубежными производителями, а производство 267 наименований (47,1 %) лекарственных препаратов осуществляется как российскими, так и иностранными фармацевтическими предприятиями.

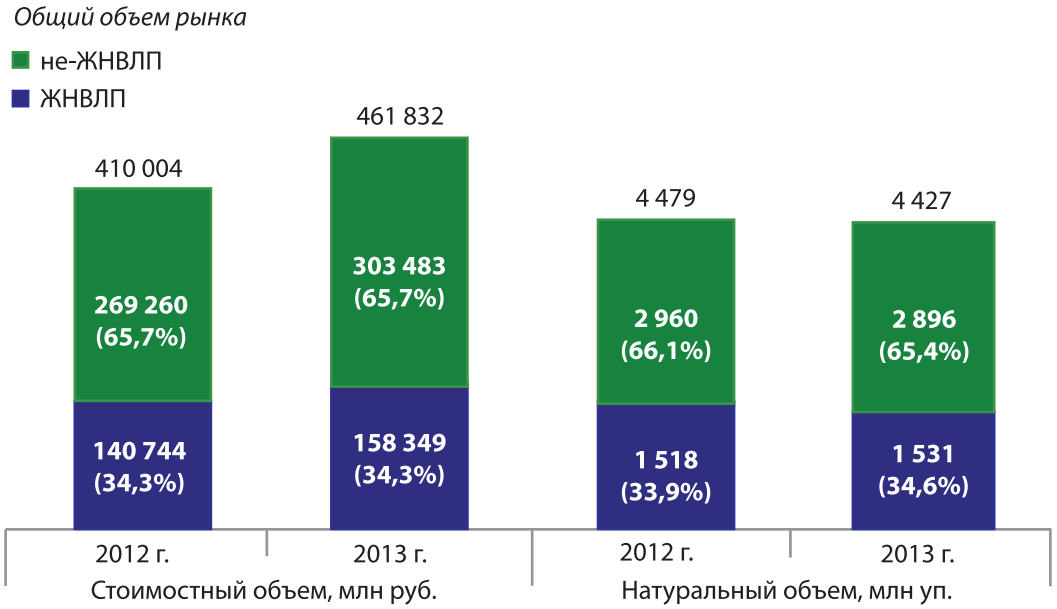
Продление действия перечня ЖНВЛП на 2014 год объясняется процессом разработки новых критериев формирования перечня ЖНВЛС.

По итогам 2013 года в продажах аптек было зафиксировано 533 МНН, относящихся к перечню ЖНВЛП (что соответствует 1751 брендам). Объем продаж препаратов перечня ЖНВЛП составил 158 млрд рублей или 1 531 млн упаковок (рис. 9).

Отметим, что в стоимостном выражении объем продаж ЖНВЛП вырос приблизительно также, как по остальному перечню препаратов (12,5% — ЖНВЛС, 12,7% — не-ЖНВЛС). В натуральном выражение картина несколько иная: в упаковках препараты ЖНВЛП выросли на 1%, тогда как объем реализации препаратов, не включенных в список, снизился на 2%.

Рисунок 9

Соотношение продаж препаратов перечня ЖНВЛП и не-ЖНВЛП



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

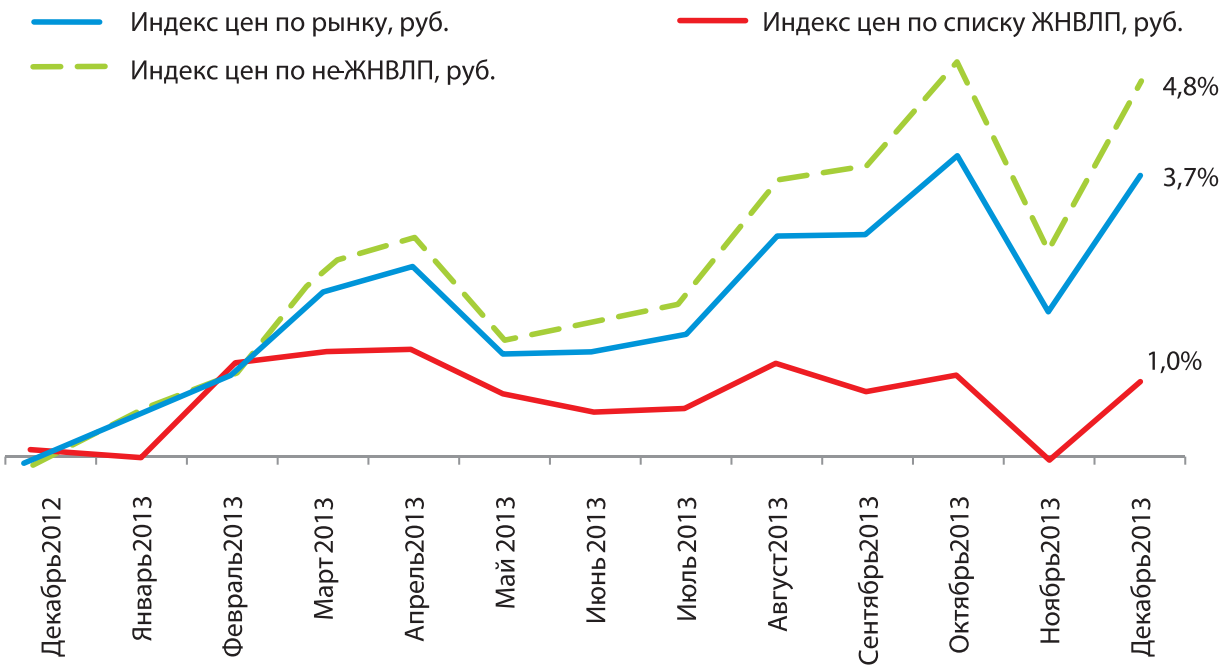
Доля отечественных препаратов, как и на рынке в целом, немного преобладает в натуральном выражении (50,3%), в деньгах их доля составляет всего 22,5%.

Средневзвешенная цена на ЖНВЛС оказалась равна по итогам 2013 г. 103,4 руб., причем цена одной упаковки отечественного препарата составила около 46 руб., а импортного почти в 4 раза выше (161 руб.).

На рисунке 10 приведен индекс цен по различным группам лекарств.

Рисунок 10

Динамика индекса цен на коммерческом рынке в 2013 году



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

За 12 месяцев 2013 года цены на ЖНВЛС выросли на 1,0%. Препараты, не входящие в список ЖНВЛС, по сравнению с декабрем 2012 года увеличились в цене на 4,8%. Основной рост цен пришелся на 2 полугодие 2013 года — за этот период индекс цен вырос на 2,3%.

Рейтинг продаж ГЛС по МНН, включенным в перечень ЖНВЛП представлен в таблице 4. Возглавляет рейтинг ЖНВЛП по МНН — КСИЛОМЕТАЗОЛИН. Отметим, что в 2012 г. лидером также был КСИЛОМЕТАЗОЛИН, расстановка сил в верхней части рейтинга в целом не изменилась, поскольку продажи лекарств всех МНН увеличились. В целом продажи всех МНН рейтинга ЖНВЛС в 2013 г. выросли относительно предыдущего года, исключение составил ЭНАЛАПРИЛ — продажи одного из ключевых препаратов этого МНН снизились за год на 13%.

Таблица 4

Рейтинг продаж МНН, включенных в ЖНВЛС

	МНН	% от продаж ЖНВЛС, руб.	Объем, млн руб.	Лидер среди брендов внутри МНН
1	КСИЛОМЕТАЗОЛИН	4,6%	7 230	ТИЗИН
2	ПАНКРЕАТИН	2,9%	4 603	МЕЗИМ ФОРТЕ
3	БИСОПРОЛОЛ	2,8%	4 415	КОНКОР
4	АЗИТРОМИЦИН	2,0%	3 235	СУМАМЕД
5	ИБУПРОФЕН	2,0%	3 097	НУРОФЕН
6	АМОКСИЦИЛЛИН+КЛАВУЛАНОВАЯ КИСЛОТА	1,9%	3 079	АМОКСИКЛАВ
7	ИНТЕРФЕРОН АЛЬФА-2В	1,7%	2 770	ВИФЕРОН
8	АМБРОКСОЛ	1,6%	2 573	ЛАЗОЛВАН
9	ЭТИЛМЕТИЛГИДРОКСИ-ПИРИДИНА СУКЦИНАТ	1,6%	2 568	МЕКСИДОЛ
10	АТОРВАСТАТИН	1,6%	2 510	ЛИПРИМАР
11	ЭНАЛАПРИЛ	1,6%	2 471	ЭНАП
12	ДРОТАВЕРИН	1,5%	2 386	НО-ШПА
13	ФЛУКОНАЗОЛ	1,5%	2 365	ФЛЮКОСТАТ
14	АДЕМЕТИОНИН	1,4%	2 248	ГЕПТРАЛ
15	ОМЕПРАЗОЛ	1,4%	2 238	ОМЕЗ
16	ЦЕТИРИЗИН	1,3%	2 067	ЗИРТЕК
17	ИМИДАЗОЛИЛЭТАНАМИД ПЕНТАНДИОЕВОЙ КИСЛОТЫ	1,2%	1 967	ИНГАВИРИН
18	ЛОЗАРТАН	1,2%	1 967	ЛОЗАП
19	ДИДРОГЕСТЕРОН	1,2%	1 928	ДЮФАСТОН
20	ТИЛОРОН	1,2%	1 921	АМИКСИН

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

Наибольший рост средневзвешенной цены наблюдается для МНН АМОКСИЦИЛЛИН+КЛАВУЛАНОВАЯ КИСЛОТА (+28%) за счет появления в продаже новых дозировок ЭКОКЛАВА (в 2013 г. в аптеках начали продаваться таблетки ЭКОКЛАВ 500 МГ и 875 мг. ценой свыше 300 руб./упак.)

7. Ценовая сегментация препаратов розничного коммерческого рынка

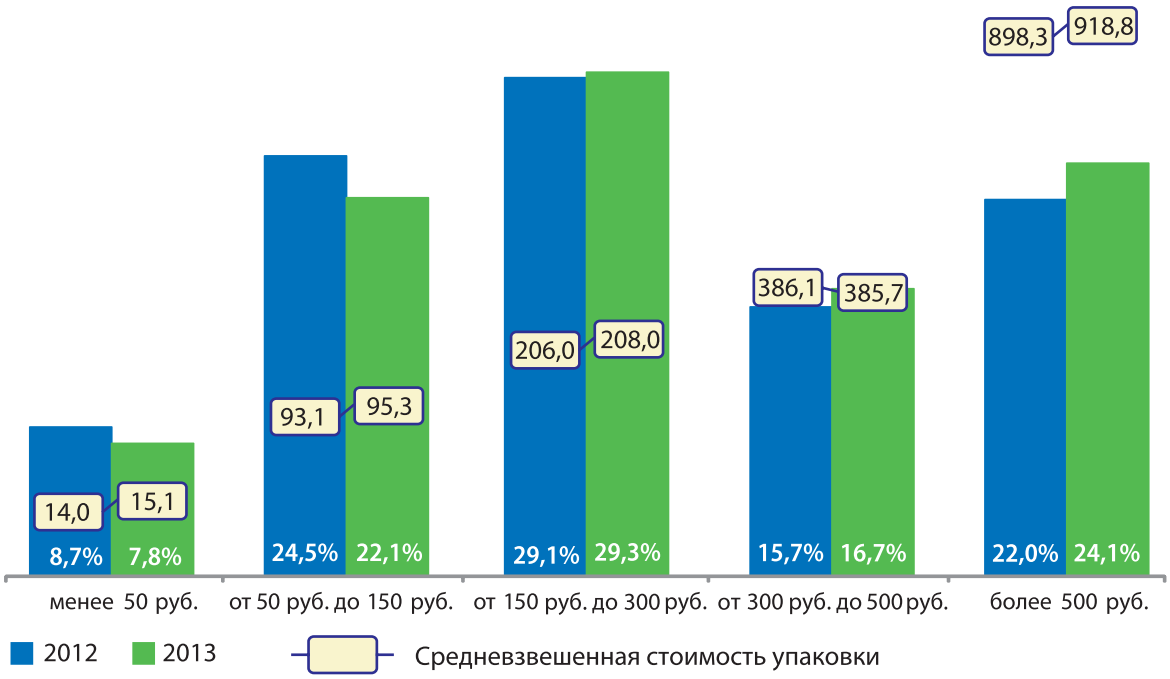
Средняя стоимость упаковки ГЛС на коммерческом рынке в 2013 году выросла на 14% и составила 104,3 руб.

Рассмотрим, из чего же складывается эта величина.

На рисунке 11 представлена структура коммерческого рынка и средняя стоимость упаковки в ценовых сегментах в 2012–2013 годах.

Рисунок 11

Структура стоимостных продаж ГЛС розничного коммерческого рынка по ценовым сегментам



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Как видно из рисунка 11, доля препаратов стоимостью ниже 50 рублей за последний год упала на 0,9%, падение доли этих препаратов в списке ЖНВЛП составило 0,6%. И это характерная черта нашего рынка в последние годы, ставшая уже устойчивым трендом. Эта тенденция — следствие перераспределения покупательских предпочтений в сторону более дорогих и более эффективных лекарственных препаратов. Так, объем продаж таких популярных препаратов как БАКТЕРИЦИДНЫЙ ПЛАСТЫРЬ, УГОЛЬ АКТИВИРОВАННЫЙ, ЦИТРАМОН и АЦЕТИЛСАЛИЦИЛОВАЯ КИСЛОТА суммарно сократился на 63,5 миллионов упаковок.

При этом если «закрепить» потребительскую корзину на уровне 2011 года (то есть вне зависимости от того, какая цена у препарата в 2013 года, он попадет в тот же сегмент, в котором оказывается по итогам 2012 года), то доля препаратов с ценой менее 50 руб. в 2013 году составит 8,8%, то есть на 0,1% больше, чем в 2012 году. По некоторым сегментам изменения будут более значительными — на 1,6% сократится доля сегмента лекарств ценой 50–150 руб./упак., а удельный вес сегмента дорогостоящих препаратов (ценой выше 500 руб./упак.) увеличится на 1,8%. Таким образом, можно сделать вывод, что доли рынка по ценовым сегментам меняется не только за счет роста цен и перехода препарата из одной ценовой группы в другую, но и за счет фокусирования потребителя на более дорогостоящие ГЛС.

Сегмент препаратов с ценой до 50 руб. остается самым емким в натуральном выражении и составляет 54%.

Наиболее быстро растущая ценовая группа как в стоимостном (+24%), так и в натуральном выражении (+21%) — группа препаратов стоимостью от 500 рублей, ее доля увеличилась на 2,1% и составила 24,1% в рублях. В упаковках доля этой группы минимальна — 2,7%.

Наиболее емкая по итогам 2013 года группа препаратов с ценой от 150 руб. до 300 руб. заняла 29,3% объема в денежном выражении. Прирост продаж в этой группе составил +14% в 2013 г. по отношению к 2012 г.

8. Индекс цен препаратов розничного коммерческого рынка

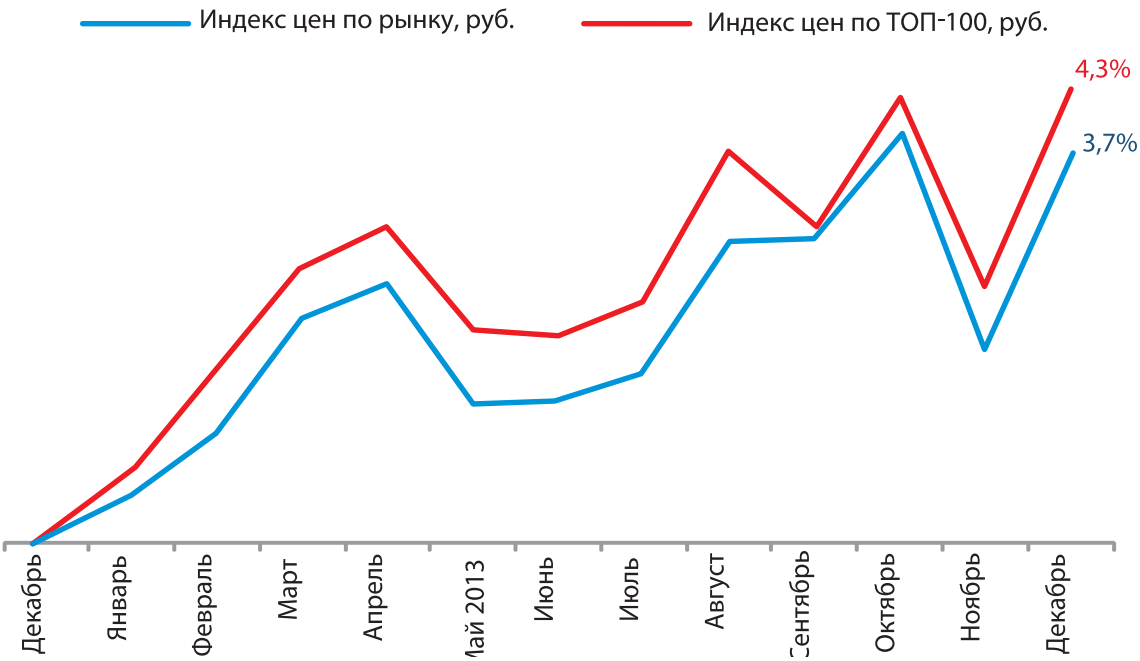
Для объективной оценки изменения цен на препараты в розничном коммерческом сегменте рынка был рассмотрен индекс цен, при расчете которого использовался фиксированный список готовых лекарственных средств[3].

Главным драйвером роста рынка, как и в предыдущие годы, стал рост индекса цен на лекарственные препараты. В 2013 году инфляция на лекарства (3,7%) была ниже, чем в целом индекс потребительских цен Госкомстата (6,5%). Уровень цен на лекарственные препараты повышался не равномерно, основной рост пришелся на второе полугодие.

На наиболее востребованные препараты было отмечено более высокое повышение цен: индекс цен на ТОП-100 торговых наименований по обороту в 2013 году составил 4,3% (рис. 12).

Рисунок 12

Изменение цен на ГЛС на коммерческом рынке России в 2013 г.



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

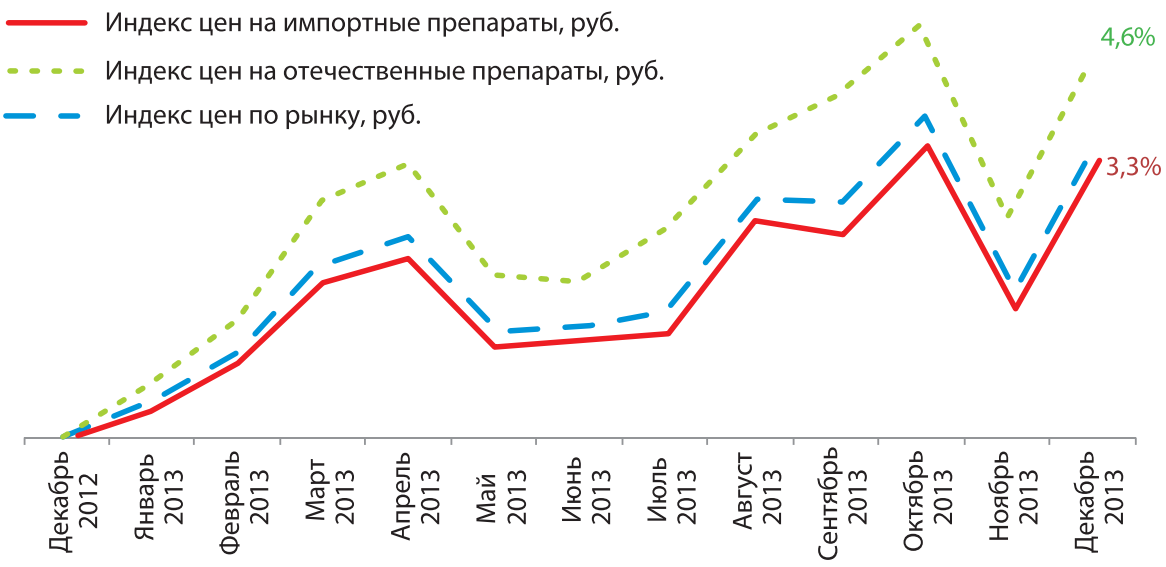
Индекс цен на импортные и отечественные препараты в 2013 гг. показан на рисунке 13.

В 2013 году изменение цен на отечественные и импортные препараты отличалось друг от друга. Значение показателей составило 4,6% и 3,3% соответственно. Темп роста цен на лекарства российского производства превышал показатель увеличения цены на импортные препараты.

[3] За основу при расчете индекса цен за текущий год был взят пересекаемый список всех полных наименований препаратов, которые присутствовали на рынке в предыдущий год.

Рисунок 13

Индекс цен на препараты импортных и отечественных производителей на коммерческом рынке России в 2013 г.

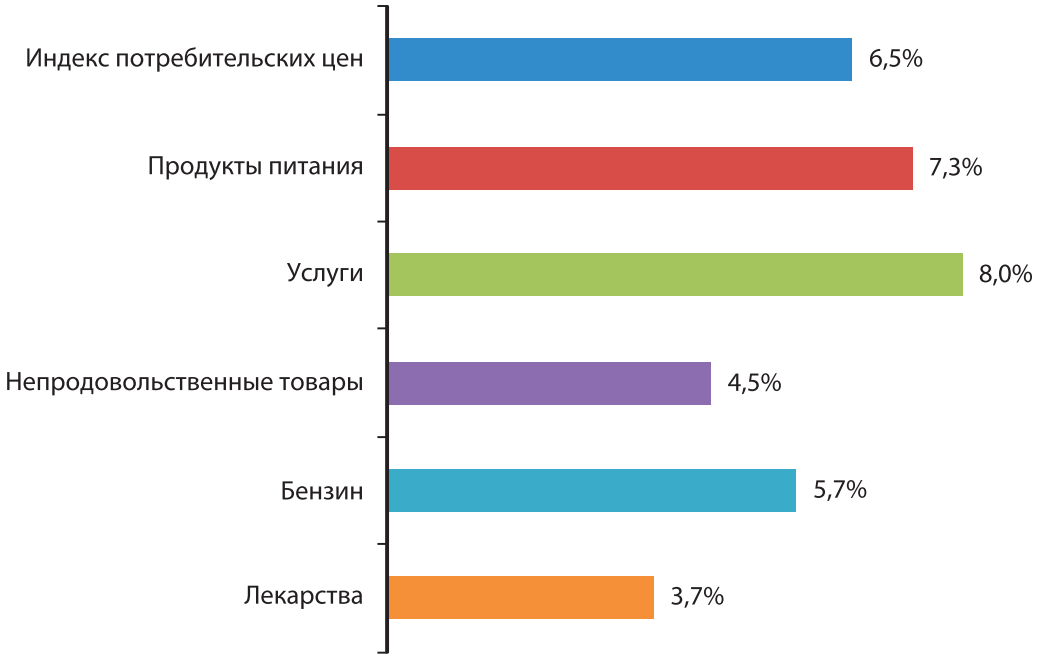


Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

На рисунке 14 представлен общий индекс потребительских цен, а также индексы цен на отдельные категории товаров и услуг.

Рисунок 14

Индекс потребительских цен в России (декабрь 2013 г. к декабрю 2012 г.)



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008, Госкомстат.

Общий индекс потребительских цен в 2013 году составил 6,5%. При этом самый большой рост цен наблюдался на услуги (8,0%). Менее всего выросли цены на лекарства (3,7%) и непродовольственные товары (4,5%).

9. Новые препараты розничного коммерческого рынка

Каждый год на рынке ЛС появляются новые препараты, 2013 год не стал исключением. В 2013 году в аптеках появилось более 375 новых брендов лекарственных препаратов. Общий объем продаж препаратов в 2013 году превысил 459 млн руб. и 3,3 млн упаковок, что составило 0,10% стоимостного и 0,07% натурального объема аптечных продаж всех лекарственных средств розничного коммерческого рынка. Средневзвешенная цена одной условной упаковки нового препарата составила около 140 рублей.

Большинство новых препаратов произведено зарубежными производителями, российские компании в 2013 году вывели на рынок 69 новых брендов.

Таблица 5

ТОП-20 новых торговых наименований 2013 года на коммерческом рынке РФ

№ п/п	Бренд	Фирма	Объем, млн руб.	Дата появления в аптеке
1	ТОРНЕТИС	NOVARTIS	28,0	Июнь 2013
2	ПРОФЛОСИН	BERLIN-CHEMIE	26,0	Январь 2013
3	ЛИВОДЕКСА	SUN PHARMACEUTICAL INDUSTRIES	19,1	Январь 2013
4	ЭСМИЯ	GEDEON RICHTER	18,8	Июнь 2013
5	ГЕНФАТИНИБ	LABORATORY TUTEUR	17,6	Октябрь 2013
6	ИНФИБЕТА	ГЕНЕРИУМ	15,7	Октябрь 2013
7	ОНТАЙМ	TEVA	14,7	Февраль 2013
8	ЛИМАНОВИТ Е	ГИППОКРАТ	14,6	Июль 2013
9	ТАСИГНА	NOVARTIS	12,3	Апрель 2013
10	ГЕНЕРОЛОН	BELUPO	11,7	Январь 2013
11	АФРИН	MERCK	11,1	Октябрь 2013
12	РЕВАЦИО	PFIZER	10,4	Январь 2013
12	ВАЛВИР	ACTAVIS	9,6	Июнь 2013
13	РАПИМЕД	ACTAVIS	9,0	Январь 2013
15	АМЗААР	MERCK	8,8	Апрель 2013
16	ПАНГРОЛ	BERLIN-CHEMIE	7,4	Сентябрь 2013
17	ИНСИВО	JOHNSON & JOHNSON	7,4	Апрель 2013
18	НАЗИК	CASSELLA-MED	6,8	Март 2013
19	ЭМАНЕРА	KRKA	6,6	Август 2013
20	СТОПДИАР	GEDEON RICHTER	6,1	Апрель 2013

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008

Лидером продаж среди новых препаратов, вышедших на рынок в 2013 г. стал бренд Торнетис — средство для лечения эректильной дисфункции. Объем продаж данного препарата составил 28 млн рублей. На второй позиции идет препарат Профлосин с объемом 26 млн руб., который используется для лечения гиперплазии предстательной железы. Третью строчку в рейтинге занимает гепатопротекторное средство — Ливодекса, объем в рублях составил 19,1 млн руб.

Анализ продаж новых препаратов по итогам 2013 года показывает, что самой емкой в денежном выражении оказалась фармакологическая группа для лечения эректильной дис-

функции (Силденафил). Также в тройку лидеров вошла фармгруппа альфа 1-адреноблокатор (Тамсулозин), третье место в рейтинге заняла группа гепатопротекторных средств (Урсодезоксихолевая кислота) — SUN PHARMACEUTICAL INDUSTRIES LTD.

Итак, в июне 2013 года на Российском рынке был представлен новый дженериковый препарат Виагры — Торнетис, производимый компанией SANDOZ PHARMACEUTICALS. Отличительной особенностью данного препарата является уникальная таблетка, делимая на четыре части одним нажатием, что позволяет индивидуально подбирать дозировку препарата, не завышая ее (от 25 до 100 мг). Торнетис полностью эквивалентен оригинальному препарату, отвечает всем стандартам безопасности. Столь стремительный рост объемов продаж обусловлен более низкой ценой препарата , чем оригинального бренда ВИАГРА.

Препарат Профлосин, компании BERLIN-CHEMIE, занявший второе место в рейтинге является лекарственным средством, направленным на борьбу с нарушениями мочеиспускания, вызванными гиперплазией предстательной железы доброкачественного характера. Препарат избирательно блокирует альфа 1-адренорецепторы, расположенные в шейке мочевого пузыря. Рост объемов продаж обусловлен также более низкой ценой препарата, чем оригинального бренда Омник.

Третье место занимает дженериковый препарат урсодезоксихолевой кислоты — Ливодекса. Результаты исследований показали, что Ливодекса может быть рекомендован как эффективный, хорошо переносимый и безопасный препарат для курсового лечения пациентов с заболеванием желчно-каменной болезни с застойной, неоднородной желчью, наличием билиарного сладжа (микролиты) и конкрементов размером не более 4 мм.

Также в ТОП-20 вошло два новых сосудосуживающих средства для носа — это Назик и Африн. Африн — первый спрей, который благодаря запатентованной формуле не вытекает из носа и не затекает в горло, действие наступает в течение одной минуты и продолжается до 12-ти часов.

Назик выпускается в двух формах выпуска: для детей и взрослых. Позиционируется, как уникальный спрей с запатентованной формулой, не только оказывающий сосудосуживающий эффект, но и способствующий заживлению слизистой носа за счет входящего в него декспантенола в высокой концентрации (5%).

Также из новинок 2013 года на рынке появилось два новых дженерика из фармгруппы — желез желудка секреции понижающих протонного насоса ингибитора — это препараты Эманера (Эзомепразол) компании KRKA и Онтайм (Рабепразол) компании TEVA.

Подводя итоги 2013 года хотелось бы отметить, что доля отечественных производителей, (в ТОП-20 вошли компании ГЕНЕРИУМ и ГИППОКРАТ) на рынке снизилась по сравнению с 2012 годом. Это связано с усилением позиций иностранных фармкомпаний. В 2013 году ведущие российские компании не выводили на рынок большое количество новых брендов, так как их действия в основном были направлены на стратегические проекты, в частности по приобретению новых производственных активов.

3. Дополнительное лекарственное обеспечение

Дополнительное лекарственное обеспечение отдельных категорий граждан — одна из мер социальной поддержки граждан, имеющих право на получение государственной помощи.

Программа ДЛО была создана в рамках реформы здравоохранения и изменила подход к обеспечению населения лекарствами. Раньше государство обеспечивало бесплатными лекарствами больных определенными болезнями, а с 2005 года ДЛО получают все представители льготных категорий граждан.

В 2007–2008 гг. возникла необходимость пересмотра существующей системы обеспечения лекарственными препаратами льготных категорий граждан, и в программе лекарственного обеспечения было выделено две части:

1. Централизованно закупаемые за счет средств федерального бюджета лекарственные средства, предназначенные для лечения больных злокачественными новообразованиями лимфоидной, кроветворной и родственной им тканей, гемофилией, муковисцидозом, гипофизарным нанизмом, болезнью Гоше, рассеянным склерозом, а также после трансплантации органов и (или) тканей (Постановление Правительства РФ от 14 февраля 2009 г. №115 г. Москвы). Данная программа получила название «7 высокозатратных нозологий» («7 нозологий», «высокозатратные нозологии (ВЗН)»).
2. Препараты программы ОНЛС (обеспечение необходимыми лекарственными средствами), закупаемые на региональном уровне.

   Сегодня льготное лекарственное обеспечение, финансируемое государством, стало уже сложившимся сегментом на фармацевтическом рынке.

С 2007 года льготник вправе выбирать способ получения льготы: денежное возмещение или лекарства по рецептам. Количество людей, на которых могут распространяться льготы, сегодня составляет порядка 19 млн человек, но количество льготников, выбравших лекарственное обеспечение, с каждым годом уменьшается и сейчас составляет примерно 1/5 от общего числа. В 2013 году впервые количество льготников практически осталось на уровне прошлого года и составило около 3,8 млн человек.

Сегодня в сегменте ДЛО происходят существенные изменения, направленные на улучшения сложившейся ситуации. Прежде всего, стоит отметить, что утверждена «Стратегия лекарственного обеспечения населения РФ до 2025 года».

Стратегия направлена на формирование рациональной и сбалансированной с финансовыми ресурсами бюджетов всех уровней системы лекарственного обеспечения населения для удовлетворения потребностей здравоохранения страны в доступных, качественных и эффективных лекарственных препаратах. Реализация Стратегии предполагается с 2013 по 2025 год, в три этапа. Первый этап будет посвящен совершенствованию нормативно-правовой базы. Второй этап предполагает реализацию пилотных проектов, после чего, на третьем этапе, с 2017 года начнется внедрение выбранной наиболее эффективной модели лекарственного обеспечения.

В качестве результата реализации стратегии в плане обеспечения граждан лекарственными средствами, планируется повышение удовлетворенности населения доступностью и качеством лекарственного обеспечения до 65%. А также повышение доступности лекарственных средств для граждан в соответствии с перечнем лекарственных средств, предоставляемых бесплатно или с частичной оплатой за счет средств ОМС и государственных программ, вне зависимости от региона проживания.

Как видно из рис. 15, по итогам 2013 года на закупку лекарств для льготных категорий граждан было потрачено 84,3 млрд руб. Прирост по отношению к 2012 году составил +7,5%, таким образом, стоимостные объемы вернулись к объемам 2011 года. В натуральном выражении по данной программе было реализовано порядка 74,8 млн упаковок лекарств. Это на 10,4% ниже, чем в 2012 году.

Рисунок 15

Динамика объема потраченных денежных средств по программе ДЛО

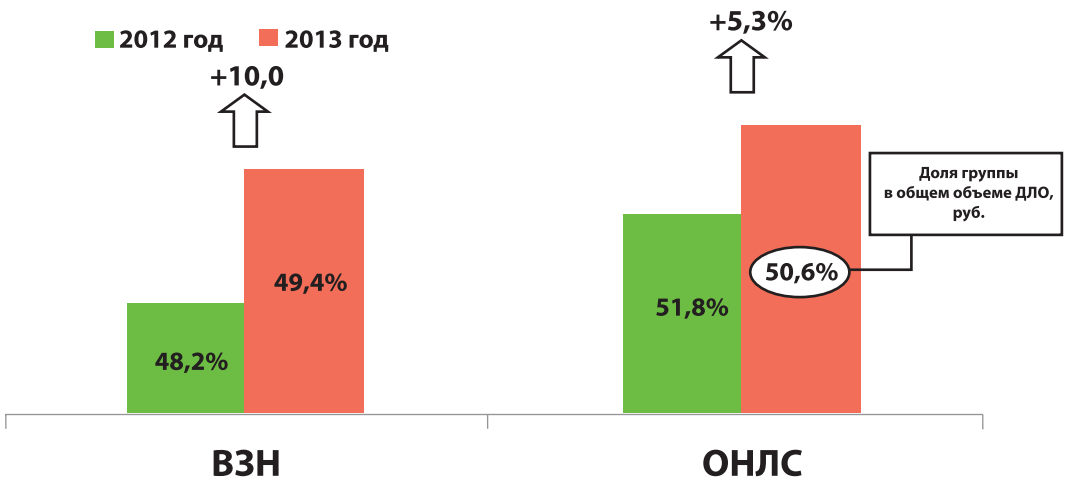
Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

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 2013 г. увеличился на 34 копейки и составлял 638 руб.

Если говорить отдельно о двух частях программы, то объемы и доля подпрограммы закупки дорогостоящих препаратов растет: в 2013 г. объемы находились на уровне 41,6 млрд руб., что на 10% больше, чем в 2012 году (рис. 16). Особенностью программы «7 нозологий» (высокозатратные нозологии) является низкое количество льготников: так по разным данным в последние годы их число составляет порядка 100 тысяч человек. Таким образом, на одного льготника по программе ВЗН приходится около 400 тыс. рублей. В натуральном выражении объем потребления по программе ВЗН составил порядка 2,8 млн упаковок, что на 4% больше, чем в 2012 году. Таким образом, по итогам 2013 г. опять восстановилась тенденция к увеличению количества реализуемых упаковок (в 2012 году года наблюдалось небольшое снижение по этому показателю).

Рисунок 16

Соотношение затрат по программам «7 нозологий» и ОНЛС в общем объеме потраченных средств по программе ДЛО, в рублях



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Минздрав России еще в конце 2013 года провел всю необходимую работу по обеспечению в 2014 году регионов полугодовой и даже годовой потребности в лекарствах для лечения заболеваний, входящих в перечень ВЗН. Препараты по аукционам были поставлены в регионы уже до конца 2013 года.

25 ноября был принят ФЗ № 317, в котором есть важная поправка: в 2014 году все препараты по категории «7 нозологий» будут закупаться на федеральном уровне. Предполагалось, что с 2014 года власти регионов будут сами закупать лекарства для людей с редкими заболеваниями на средства, выделенные из федерального бюджета (аналогично программе ОНЛС). Для пациентов это означает, что они гарантированно в срок получат свои жизненно необходимые лекарства.

В настоящий момент широко обсуждается возможность расширения программы «7 нозологий»: с 2014 года в нее могут быть включены еще 27 редких заболеваний, которыми в настоящее время страдают в России около 13 тыс. человек. По предварительным оценкам Минздравсоцразвития, на лечение этих болезней из бюджета страны необходимо дополнительно выделить приблизительно 4,5 млрд рублей.

На программу ОНЛС в 2013 году было потрачено 42,7 млрд руб., что на 5,3% больше, чем в 2012 году. При этом доля подпрограммы ОНЛС в общем объеме льготного лекарственного обеспечения продолжает снижаться: с 51,8% в 2012 году до 50,6% в 2013 году (рис. 16). В натуральном выражении было закуплено около 71,9 млн упаковок, что на 10,9% ниже, чем в 2012 году. Таким образом, средневзвешенная стоимость одного рецепта составила 593 руб., что выше показателя 2012 года (502 руб.).

Расходы государства на оказание лекарственной помощи льготным категориям граждан в 2014 году составят более 100 млрд рублей, из которых более 85 млрд рублей — средства федерального бюджета. Те льготники, которые не успели до 1 октября написать заявление на денежную компенсацию вместо лекарств, теперь могут монетизировать льготу уже только на 2015 год.

1. Соотношение импортных и отечественных ЛС в ДЛО

Программа ДЛО в большей мере «импортная», отечественная продукция занимает небольшое место в объеме льготных лекарств. Основная задача правительства согласно программе ФАРМА-2020 состоит в том, чтобы кардинальным образом переломить эту ситуацию: по итогам работы в данном направлении доля отечественных препаратов должна составить порядка 50%.

Поэтому не случайно на рынке, и в частности, в программе льготного обеспечения лекарствами, наметилась тенденция к появлению все большего числа отечественных препаратов, которые способны заменить импортные аналоги.

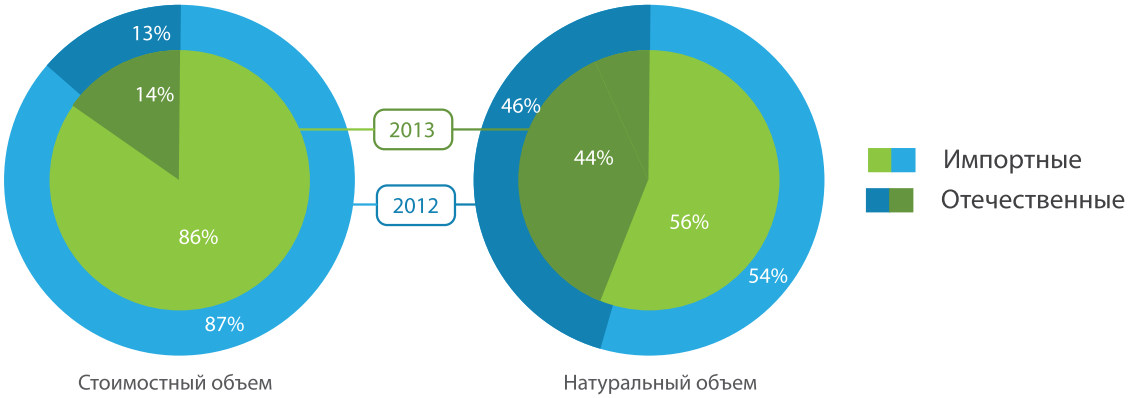
По итогам 2013 года доля отечественных препаратов в стоимостном выражении выросла на 1% (рис. 17). Прирост затрат в деньгах на закупку отечественных лекарств увеличился на 17,5%, тогда как объем потребления импортных препаратов — только на 6,2%.

Примером «победы» отечественных препаратов может служить МНН ИМАТИНИБ. Компания ЗАО Ф-СИНТЕЗ вывела на рынок новый препарат ФИЛАХРОМИН ФС, который в 2012–2013 годах значительно потеснил импортный препарат ГЛИВЕК (NOVARTIS).

В 2013 году МНН ИНТЕРФЕРОН БЕТА-1В поставлялся только отечественными препаратами РОНБЕТАЛ (ЗАО БИОКАД) и ИНФИБЕТА (ЗАО ГЕНЕРИУМ), вытеснив такие импортные средства как БЕТАФЕРОН (BAYER AG) и ЭКСТАВИА (NOVARTIS).

Рисунок 17

Соотношение продаж импортных и отечественных ГЛС



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

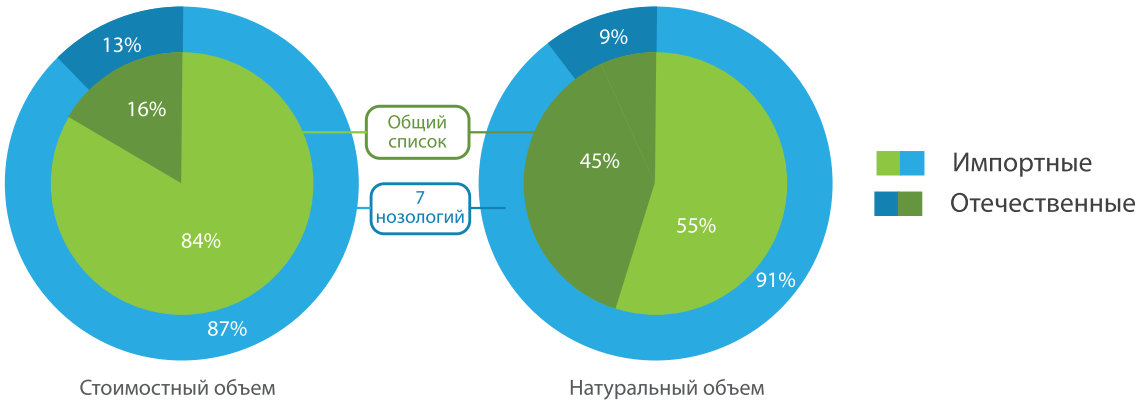
Таким образом, несмотря на положительные тенденции, соотношение сохранилось в пользу импортных препаратов: 86% стоимостного объема приходится на препараты импортного происхождения, 14% — на отечественные лекарственные средства.

В натуральном выражении доля отечественных препаратов продолжает сокращаться (- 2%). И отечественные и импортные препараты в 2013 году показали, хотя и небольшие (менее 1%), но отрицательные приросты объемов продаж в упаковках.

Соотношение продаж импортных и отечественных ГЛС по программе «7 нозологий» и ОНЛС представлено на рисунке 18. В части ДЛО, соответствующей 7 высокозатратным нозологиям, в 2013 году около 13% (в 2012 году 9%) стоимостного объема приходилось на отечественные препараты. В натуральном выражении их доля составила порядка 9% (меньше на 1%, чем в 2012 году). Вывод на рынок новых препаратов не быстрый процесс, поэтому увеличение доли российских производителей в льготных программах будет происходить «скачкообразно».

Рисунок 18

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



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: об ъемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

По программе ОНЛС доля российских препаратов составляет порядка 16% в деньгах (-0,7% к 2012 году) и около 45% в упаковках (-13,4% к 2012 году).

2. Соотношение ЛС рецептурного и безрецептурного отпуска в ДЛО

По программе ДЛО значительный перевес, как по стоимостному, так и по натуральному объему приходится в пользу препаратов рецептурного отпуска — ведь все эти препараты выписываются врачом строго в соответствии с показаниями к применению.

В России в 2013 г. доля препаратов рецептурного отпуска по программе ДЛО в стоимостном объеме составила 98,9%, как и в прошлом году. По натуральному показателю доля рецептурных препаратов по сравнению с 2012 годом изменилась в сторону уменьшения (- 1%) и составила 87%.

3. Структура продаж ЛС по АТС-группам в ДЛО

Соотношение аптечных продаж ГЛС по программе ДЛО по АТС-группам I уровня в России в 2013 году представлено в таблице 6.

Таблица 6

Структура продаж ГЛС по АТС-группам на рынке ДЛО

АТС-группы I-го уровня	Стоимостный объем, млн руб.	Доля группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн уп.	Доля группы в натуральном объеме, %
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	40 854,3	48,4%	2,9	3,8%
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	13 203,0	15,7%	19,9	26,6%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	12 133,2	14,4%	5,5	7,4%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	5 096,2	6,0%	5,1	6,8%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	3 512,6	4,2%	10,5	14,0%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	2 777,8	3,3%	23,0	30,7%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	1 865,5	2,2%	0,8	1,1%
J: Противомикробные препараты для системного использования	1 741,0	2,1%	0,7	1,0%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	1 246,3	1,5%	3,3	4,4%
V: Прочие препараты	932,9	1,1%	0,3	0,4%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	433,6	0,5%	0,9	1,2%
[~] ЛП, не имеющие АТС-группы	334,5	0,4%	0,1	0,2%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	204,6	0,2%	1,6	2,2%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	25,4	0,03%	0,2	0,3%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	1,3	0,01%	0,0	0,0%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

Рейтинг АТС по объемам реализации в соответствии с программой ДЛО довольно стабилен.

Препараты группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» по-прежнему остаются самой расходной статьей программы ДЛО — как и в 2012 году на их закупку было потрачено около 48% всех выделенных государством денежных средств. Затраты на их закупку в 2013 году увеличились по сравнению с прошлым годом в рублях (+7,9%), но упали в упаковках (-10%). Противоопухолевые препараты ([L01] и [L02]) последних поколений обладают доказанной эффективностью в лечении больных онкозаболеваниями, повышают качество и продолжительность жизни. Лидерами 2013 года в данной АТС-группе остаются препараты МАБТЕРА и ВЕЛКЕЙД, а один из емких препаратов 2012 года — ГЛИВЕК, уступил свои позиции бренду КОПАКСОН-ТЕВА, сократив поставки в 3 раза.

На втором месте в рейтинге находятся препараты АТС-группы [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ». В 2013 году отмечено увеличение объемов продаж в данной группе на 13,2% в деньгах и на 8,9% в упаковках. Порядка 72% всех продаж этой группы приходится на препараты для лечения сахарного диабета ([A10]). Лидерами данной группы по стоимостным объемам продаж, как и в 2012 году остаются препараты импортного производства ЛАНТУС, ЦЕРЕЗИМ и ХУМУЛИН. Средняя стоимость одной упаковки составляет для ЛАНТУСА порядка 3 400 рублей, для ЦЕРЕЗИМА — около 71 000 рублей, а для ХУМУЛИНА — около 700 руб.

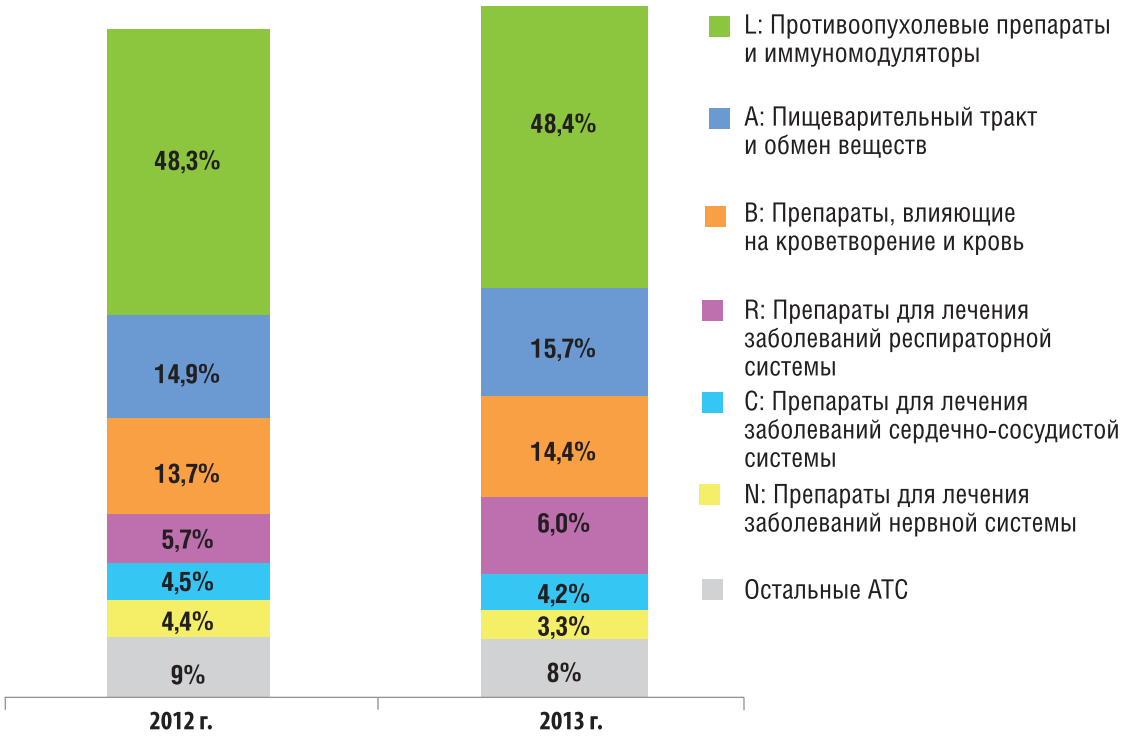
Замыкает тройку лидеров [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (14,4%). В отличие от прошлых лет данная группа в 2013 году увеличила объемы продаж, как в рублях, так и в упаковках (12,7% и 5,9% соответственно). Наиболее емкая в данной АТС подгруппа [B02] «Гемостатики» составляет 74% оборота.

Структура ДЛО по АТС-группам в 2013 году несколько изменилась по сравнению с предыдущим годом: в пятерку лидеров попала группа N: «Препараты для лечения заболеваний нервной системы», сместив на одну позицию группу C: «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы». При этом доля в стоимостных объемах пятерки лидеров не изменилась и составила порядка 88%.

Также поменялись местами в рейтинге группы [J] и [M], [G] и препараты, не имеющие АТС-группы (рис. 19).

Рисунок 19

Соотношение продаж АТС-групп в программе ДЛО



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» по-прежнему занимает 2/5 от объема продаж ДЛО. Это самая дорогостоящая группа препаратов в ДЛО — средневзвешенная цена за упаковку около 14 000 руб. По итогам 2013 г. в четырех лидирующих АТС-группах отмечается повышение объема продаж в рублях. Объемы продаж препаратов группы [N] и [C] снизили объемы реализации. В упаковках положительный прирост среди ТОП-5 АТС отмечен во всех группах.

Интересно посмотреть, сколько тратится по программе ДЛО на лечение основных групп заболеваний. С этой целью мы соотнесли препараты с соответствующими показаниями к назначению. В результате получился следующий рейтинг затрат в ДЛО по заболеваниям (табл. 7).

Таблица 7

Рейтинг затрат в ДЛО по заболеваниям, 2013 г.

Заболевания	Объем, млн руб	Доля
ОНКОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАБОЛЕВАНИЯ	27 338,6	32,4%
ЗАБОЛЕВАНИЯ ИММУННОЙ СИСТЕМЫ	14 079,6	16,7%
ЗАБОЛЕВАНИЯ КРОВИ И ОРГАНОВ КРОВЕТВОРЕНИЯ	12 133,2	14,4%
САХАРНЫЙ ДИАБЕТ	9 717,6	11,5%
ЗАБОЛЕВАНИЯ ОРГАНОВ ДЫХАНИЯ	5 075,8	6,0%
ЗАБОЛЕВАНИЯ НЕРВНОЙ СИСТЕМЫ	3 512,6	4,2%
ЗАБОЛЕВАНИЯ ПИЩЕВАРИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ	3 301,6	3,9%
ЗАБОЛЕВАНИЯ СЕРДЕЧНО-СОСУДИСТОЙ СИСТЕМЫ	2 777,8	3,3%
ЗАБОЛЕВАНИЯ, СВЯЗАННЫЕ С ГОРМОНАЛЬНЫМИ НАРУШЕНИЯМИ	1 813,9	2,2%
ПРОЧЕЕ	1 278,0	1,5%
ЗАБОЛЕВАНИЯ КОСТНО-МЫШЕЧНОЙ СИСТЕМЫ	1 246,3	1,5%
ЗАБОЛЕВАНИЯ, ВЫЗВАННЫЕ РАЗЛИЧНЫМИ ИНФЕКЦИОННЫМИ АГЕНТАМИ	1 222,8	1,4%
ЗАБОЛЕВАНИЯ РЕПРОДУКТИВНОЙ СИСТЕМЫ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН	433,6	0,5%
ЗАБОЛЕВАНИЯ ОРГАНОВ ЗРЕНИЯ	204,5	0,2%
СПИД/ВИЧ	200,7	0,2%
ЗАБОЛЕВАНИЯ КОЖИ	25,4	0,03%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

Первую строчку рейтинга занимают препараты для лечения онкологических заболеваний, на долю которых приходится 32% от стоимостного объема всего сегмента ДЛО (около 27 млрд руб). Наибольший объем закупок приходится на препараты МНН Иматиниб (ГЛИВЕК), МНН Ритуксимаб (МАБТЕРА) и МНН Бортезомиб (ВЕЛКЕЙД), включенных в программу «7 высокозатратных нозологий» как средства для лечения больных злокачественными новообразованиями лимфоидной, кроветворной и родственных им тканей. Согласно данным Минздравсоцразвития России, онкология является второй причиной смертности в России после сердечно-сосудистых заболеваний. В 2009 г. стартовала Национальная онкологическая программа, в результате работы которой увеличилось число больных с раннедиагностированными опухолевыми заболеваниями и впервые за несколько десятилетий в России стала снижаться смертность от данной патологии. Так, в 2010 г по сравнению с 2009 г смертность снизилась на 0,9%, а в 2011 г. по сравнению с 2010 г. — еще на 1,1%, что является лучшим показателем за последние 15 лет. По словам министра здравоохранения В. Скворцовой в 2012 г. в России отмечалось снижение смертности от всех наиболее значимых заболеваний, при этом сохранилась устойчивая тенденция снижения смертности от онкологических заболеваний.

По итогам 2013 г. препараты для лечения заболеваний иммунной системы вернули себе второе место, обогнав в рейтинге продаж препараты для лечения заболеваний крови.

Наибольший прирост затрат в данной группе отмечается для препаратов, оказывающих иммуномодулирующее и иммунодепрессивное действия, при этом тройка лидирующих брендов в данной группе не меняется уже несколько лет.

Наибольший объем потраченных денежных средств среди иммуномодулирующих препаратов приходится на бренд КОПАКСОН-ТЕВА (МНН ГЛАТИРАМЕРА АЦЕТАТ), который входит в список средств, применяемых для лечения рассеянного склероза по программе «7 нозологий». В 2013 году объемы продаж этого препарата увеличились более чем в 1,5 раза.

Также лидирующие позиции среди препаратов для лечения заболеваний иммунной системы занимают бренды ГЕНФАКСОН и РОНБЕТАЛ, которые хотя и остались в тройке лидеров, но практически не увеличили объемы продаж.

Среди средств для лечения заболеваний крови и органов кроветворения наибольший объем продаж по-прежнему приходится на МНН ФАКТОР СВЕРТЫВАНИЯ КРОВИ VIII (41,1%), МНН ЭПТАКОГ АЛЬФА [АКТИВИРОВАННЫЙ] (15,0%) и МНН ОКТОКОГ АЛЬФА (11,4%). Все три МНН включены в программу «7 нозологий». И по итогам 2013 года, в отличие от предыдущего периода, лидеры МНН увеличили объемы продаж в программе ДЛО. Увеличение объемов реализации этих МНН произошло за счет продажи таких препаратов как ГЕМОФИЛ (увеличение почти в 2 раза), КОАГИЛ (в 1,2 раза) и РЕКОМБИНАТ (в 1,5 раза).

Таким образом, лидирующие позиции в рейтинге ДЛО по-прежнему занимают заболевания, которые можно отнести преимущественно к высокозатратным нозологиям. Суммарная доля расходов на закупку препаратов для этих групп заболеваний составляет более 60% от всего сегмента ДЛО или порядка 50 млрд руб.

4. Производители в сегменте ДЛО

В таблице 8 приведены ТОП-20 фирм-производителей, лидирующих по объему потребления в программе ДЛО в 2013 году.

В 2013 году в программе ДЛО принимало участие около 417 производителей, что меньше, чем в 2012 году. Среди производителей, впервые принявших участие в программе ДЛО, по стоимостному объему лидирует компания МОНТЕ ВЕРДЕ С.А. (57 млн руб.), которая поставляет по программе ДЛО противоопухолевый препарат ТЕМЦИТАЛ, принадлежащий к АТС [L].

Таблица 8

ТОП-20 фирм-производителей ГЛС по потреблению ДЛО в 2013 г.

Рейтинг 2013 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн руб. 2013 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	F.HOFFMANN-LA ROCHE	14 905,8	1,0%	17,7%
2	0	JOHNSON & JOHNSON	7 016,7	11,7%	8,3%
3	+1	TEVA	6 360,2	62,6%	7,5%
4	+2	LABORATORY TUTEUR	4 764,7	33,7%	5,6%
5	0	SANOFI	3 930,9	8,8%	4,7%
6	+1	BAXTER	3 538,0	21,8%	4,2%
7	+1	NOVO NORDISK	3 291,6	16,0%	3,9%
8	+3	ФАРМСТАНДАРТ	3 078,2	27,3%	3,6%
9	-6	NOVARTIS	2 723,3	-49,7%	3,2%
10	+2	Ф-СИНТЕЗ	2 635,4	49,6%	3,1%
11	-1	ASTRAZENECA	2 456,8	-2,2%	2,9%
12	-3	MERCK	2 291,1	-11,2%	2,7%
13	0	ELI LILLY	1 651,5	16,4%	2,0%
14	+3	ОСТАРНАРМА	1 585,8	39,8%	1,9%
15	0	GENZYME CORPORATION	1 481,0	21,6%	1,8%
16	-2	BOEHRINGER INGELHEIM	1 478,8	10,9%	1,8%
17	-1	TALECRIS BIOTHERAPEUTICS	1 240,8	7,8%	1,5%
18	0	BAYER	999,6	-6,9%	1,2%
19	+1	SERVIER	986,2	6,7%	1,2%
20	+5	GLAXOSMITHKLINE	935,2	31,2%	1,1%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

F.HOFFMANN-LA ROCHE, как и в прошлые годы, заняла лидирующее место в рейтинге производителей. В 2013 году общий объем государственных денежных средств, потраченных на покупку препаратов этой компании, составил почти 15 млрд руб., это всего на 1% больше, чем в 2012 году. Самым затратным, как и в прошлом году, стал препарат на основе моноклональных антител МАБТЕРА (около 53% всех продаж компании в стоимостном выражении), закупки которого снизились на 6,9%.

Не изменила своей позиции компания JOHNSON & JOHNSON: второе место по стоимостным объемам продаж. За 2013 год компания увеличила свои объемы продаж на 11,7%, в основном, за счет продаж наиболее емкого противоопухолевого препарата ВЕЛКЕЙД (+15% в рублях).

В целом в рейтинге производителей существенных изменений не произошло: в двадцатку лучших вошел производитель GLAXOSMITHKLINE, а компания ASTELLAS PHARMA INC напротив опустилась на 26 место.

В таблице 9 приведен рейтинг производителей, участвующих в программе «7 нозологий» и ОНЛС.

Таблица 9

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

7 нозологий			ОНЛС		
Рейтинг 2013 г.	Фирма-производитель	Объем, тыс. руб.	Рейтинг 2013 г.	Фирма-производитель	Объем, тыс. руб.
1	F.HOFFMANN-LA ROCHE	9306,4	1	F.HOFFMANN-LA ROCHE	5599,4
2	JOHNSON & JOHNSON	5873,5	2	SANOFI-AVENTIS	3853,1
3	TEVA	5417,5	3	NOVO NORDISK	3266,5
4	LABORATORY TUTEUR	4309,0	4	ASTRAZENECA	2456,8
5	BAXTER	3503,2	5	SCHERING-PLOUGH	2164,4
6	ФАРМСТАНДАРТ	2164,5	6	ELI LILLY	1648,5
7	Ф-СИНТЕЗ	2024,1	7	BOEHRINGER INGELHEIM	1478,8
8	NOVARTIS	1459,8	8	JOHNSON & JOHNSON	1143,2
9	GENZYME CORPORATION	1328,8	9	SERVIER	986,2
10	OCTAPHARMA	1316,5	10	NOVARTIS	949,1
11	TALECRIS BIOTHERAPEUTICS	1170,3	11	TEVA	938,8
12	BAYER	765,7	12	GLAXOSMITHKLINE	935,2
13	ГЕНЕРИУМ	677,3	13	FRESENIUS	897,1
14	БИОКАД	495,2	14	KRKA	821,7
15	СИННАГЕН	447,9	15	ФАРМСТАНДАРТ	783,54
16	BIOTEST PHARMA	410,1	16	СОТЕКС ФАРМФИРМА	697,3
17	CSL BEHRING	381,7	17	Ф-СИНТЕЗ	611,2
18	ASTELLAS	332,2	18	BEAUFOUR IPSEN	509,4
19	PANACEA BIOTEC	122,1	19	ФАРМ-СИНТЕЗ	506,8
20	KRKA	39,7	20	SHIRE HUMAN GENETIC THERAPIES INC.	475,1
Итого		**99,7%**	**Итого**		**71,9%**

Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Из ТОП-20 по обычному списку в рейтинг производителей, участвующих в программе «7 нозологий», попало 6 компаний: F.HOFFMANN-LA ROCHE, JOHNSON & JOHNSON, TEVA, ФАРМСТАНДАРТ, Ф-СИНТЕЗ и NOVARTIS. Лидером по программе «7 нозологий», как и в 2012 году, стала компания F.HOFFMANN-LA ROCHE, которая в рейтинге ОНЛС занимает также 1-е место. Отметим, что в ТОП-20 фирм в рейтинге ВЗН попало 4 отечественных производителя ФАРМСТАНДАРТ, Ф-СИНТЕЗ, БИОКАД, ГЕНЕРИУМ. Компания ВЕРОФАРМ в 2013 году не попала в ТОР-20, сократив поставки иммунодепрессивного средства СУПРЕСТА.

5. Препараты сегмента ДЛО

В таблице 10 приведен ТОП-20 брендов, лидирующих по объему продаж по программе ДЛО в 2013 году.

Таблица 10

ТОП-20 брендов по стоимостному объему продаж в ДЛО в 2013 г.

Рейтинг 2013 г.	Изменение	Бренд	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн руб. 2013 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	МАБТЕРА	F.HOFFMANN-LA ROCHE	7 970,7	-6,9%	9,4%
2	0	ВЕЛКЕЙД	JOHNSON & JOHNSON	5 873,5	14,9%	7,0%
3	+1	КОПАКСОН-ТЕВА	TEVA	4 818,7	67,4%	5,7%
4	+1	ЛАНТУС	SANOFI-AVENTIS	2 554,2	6,3%	3,0%
5	+2	ГЕРЦЕПТИН	F.HOFFMANN-LA ROCHE	2 403,6	23,0%	2,8%
6	0	ГЕНФАКСОН	LABORATORY TUTEUR	2 309,9	0,1%	2,7%
7	+4	ФИЛАХРОМИН ФС	Ф-СИНТЕЗ	2 024,1	78,7%	2,4%
8	+10	ГЕНФАТИНИБ	LABORATORY TUTEUR	1 914,1	137,2%	2,3%
9	0	КОАГИЛ	ФАРМСТАНДАРТ	1 819,7	26,8%	2,2%
10	-2	РЕМИКЕЙД	MERCK	1 707,4	2,1%	2,0%
11	+1	ЦЕРЕЗИМ	GENZYME CORPORATION	1 328,8	18,4%	1,6%
12	-2	ПУЛЬМОЗИМ	F.HOFFMANN-LA ROCHE	1 222,1	3,2%	1,4%
13	0	КОЭЙТ-ДВИ	TALECRIS BIOTHERAPEUTICS	1 170,3	6,2%	1,4%
14	+10	ГЕМОФИЛ	BAXTER HEALTHCARE	1 141,5	71,1%	1,4%
15	-1	АВАСТИН	F.HOFFMANN-LA ROCHE	1 139,8	26,6%	1,4%
16	-1	ХУМУЛИН	ELI LILLY	1 105,3	14,3%	1,3%
17	+2	СИМБИКОРТ	ASTRAZENECA	1001,3	29,2%	1,2%
18	-2	ИММУНАТ	BAXTER HEALTHCARE	957,4	4,8%	1,1%
19	+1	ОКТАНАТ	ОСТАРНАРМА	939,7	24,1%	1,1%
20	+9	РЕКОМБИНАТ	BAXTER HEALTHCARE CORP	899,9	55,1%	1,1%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

Объем продаж для ТОП-20 брендов в 2013 году составил 52,5% стоимостного объема, что больше, чем в 2012 году на 1,2%.

В 2013 году два лидера рейтинга брендов — МАБТЕРА и ВЕЛКЕЙД, не потеряли свои позиции. При этом препарат ВЕЛКЕЙД упрочил свои позиции, увеличив объемы продаж на 14,9%, а МАБТЕРА, оставаясь лидером, потеряла в объемах 6,9%.

Один из лидеров 2012 года препарат ГЛИВЕК в 2013 году сократил объемы продаж почти в 4,5 раза, заняв только 25 место.

Отметим появление в рейтинге двух новых игроков — гемостатических средств для лечения гемофилии и других заболеваний, связанных с нарушением свертываемости крови — ГЕМОФИЛ и РЕКОМБИНАТ компании BAXTER HEALTHCARE CORP.

Средневзвешенная цена для брендов ТОП-20 очень высока — около 26 600 руб. за упаковку. Как и в 2012 году, препарат для лечения орфанного заболевания — болезнь Гоше, ЦЕРЕЗИМ остается самым дорогостоящим (примерно 71 000 руб.), препарат человеческого генно-инженерного инсулина ХУМУЛИН — самым «дешевым» (около 700 руб.).

Большинство препаратов ТОП-20 и тройка лидеров, в частности, относятся к группе [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (10 брендов). Второе место по этому показателю у АТС «[B] «Заболевания крови и органов кроветворения» — 6 брендов.

Большинство препаратов рейтинга — это лекарства, отпускаемые по программе «7 нозологий».

6. Ценовая сегментация в ДЛО

Как уже указывалось выше, в 2013 году средняя стоимость упаковки по программе ДЛО продолжала расти и составила около 1127 рублей. Заметим, что такого внушительного показателя не наблюдается ни в коммерческом сегменте рынка, ни в госпитальных закупках.

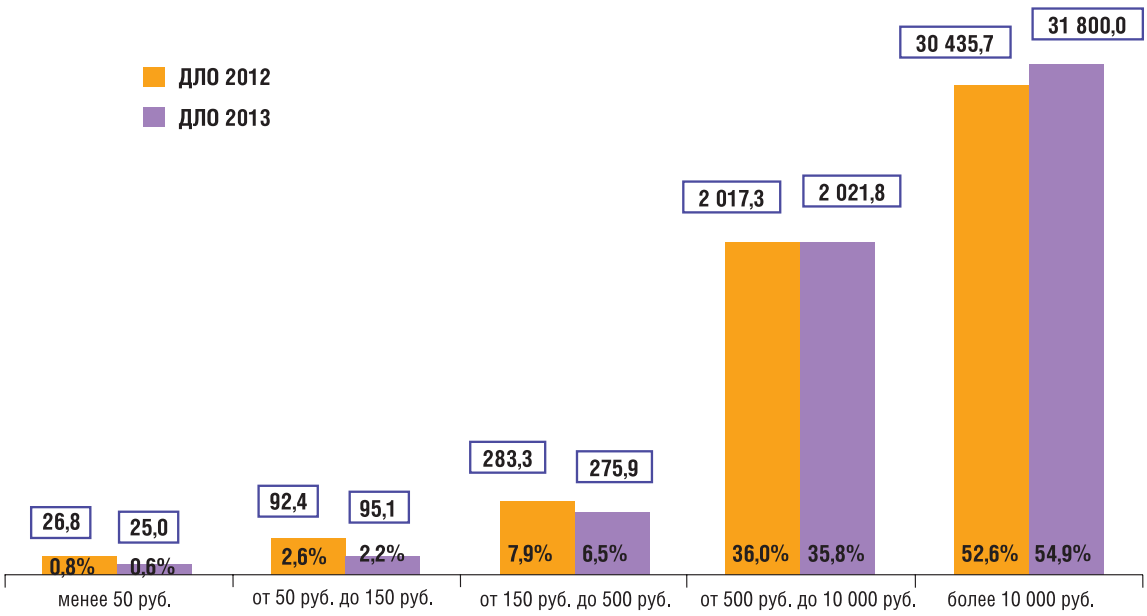
С момента введения программы ДЛО, ценовая структура в данном сегменте рынка постоянно трансформировалась в сторону увеличения доли дорогостоящих препаратов. По итогам 2013 года сегмент дорогих лекарственных средств с ценой от 500 руб. и выше занял 90,7% стоимостного объема, а в прошлом году — 88,7%.

Структура потребления лекарственных средств по программе ДЛО представлена на рисунке 20.

Из рисунка видно, что средняя стоимость упаковки почти во всех сегментах увеличилась, за исключением наиболее «дешевого» сегмента и сегмента «от 150 руб. до 500 руб.». При этом наибольшие приросты стоимости мы наблюдаем в самом дорогом сегменте «более 10 000 руб.» — на 4,5% увеличились средняя цена упаковки.

Рисунок 20

Объем реализации по программе ДЛО в соответствии с ценовыми сегментами



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

Как и в предыдущие годы, препараты, входящие в ВЗН, представлены в основном в сегментах от 500 руб. за упаковку — на них приходится 99,9% стоимостного объема. Причем 77% приходится на препараты с ценой свыше 10 000 рублей.

Препараты подпрограммы ОНЛС в большей мере сосредоточены в сегменте с ценой от 500 руб. до 10 000 руб. — порядка 48%. На сегмент свыше 10 000 рублей также приходится большой стоимостной объем — 33%. В сегменте «от 500 руб. до 10 000 руб.» лидером по объему продаж является гипогликемическое средство ЛАНТУС со средневзвешенной стоимостью упаковки свыше 3 400 рублей. Тогда как, в самом дорогостоящем сегменте лидер продаж противоопухолевый препарат ГЕРЦЕПТИН имеет стоимость чуть менее 70 000 руб. за упаковку.

По итогам 2013 года объем рынка данного сегмента вырос на 17,1% в рублях (по сравнению с 2012 г.) и составил 182 млрд руб. В натуральном выражении объем закупленных лекарств составил в 2013 г. 956 млн упаковок, что на 2,7% меньше, чем в прошлом году.

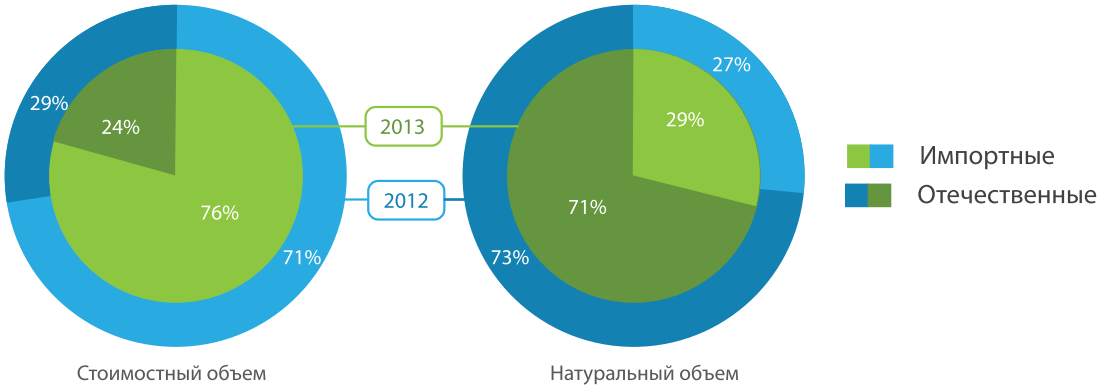
Рассмотрим основные фармакоэкономические показатели сегмента госпитальных закупок.

Стоимость одной упаковки ГЛС, закупленной ЛПУ, составила в среднем 191 руб. Прирост стоимости упаковки по сегменту ЛПУ по сравнению с 2012 годом оказался равен 20,3%.

Как и в предыдущем году, в сегменте ЛПУ в стоимостном объеме наибольшая доля приходится на импортную продукцию, в то время как по объему в упаковках лидируют отечественные препараты. Таким образом, в натуральном выражении отечественных препаратов, как более дешевых, закупается в 2 раза больше, чем импортных. Препараты отечественного производства занимают порядка 24% от объема в деньгах и 71% в натуральном выражении. С 2011 года сохраняется тенденция к уменьшению доли стоимостных объемов продаж отечественных препаратов.

Рисунок 21

Соотношение продаж импортных и отечественных ГЛС



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

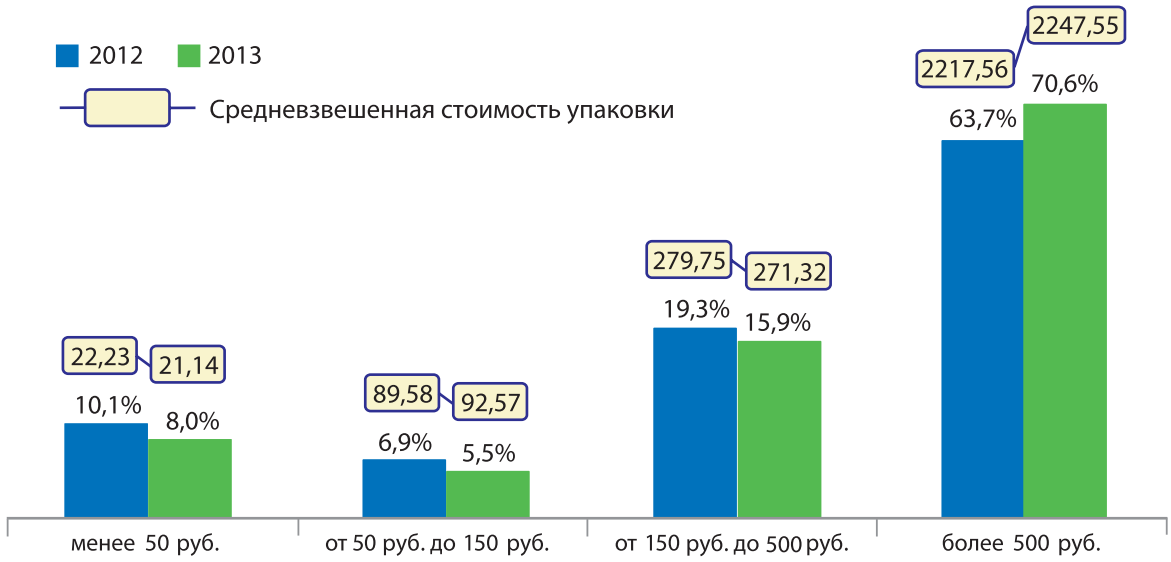
Объем закупок импортных лекарств в 2013 году вырос в рублях на 24%, отечественных препаратов — снизился на 1%. В натуральном выражении объем закупок импортных препаратов вырос на 4%, а отечественных — сократился на 5%.

Стоимость одной упаковки импортного лекарственного средства почти в 8 раз выше, чем стоимость одной закупленной ЛПУ упаковки отечественных препаратов: в 2013 году одна импортная упаковка ГЛС в среднем обошлась в 503 руб., отечественная — в 65 руб. По сравнению с предыдущим годом, разрыв между стоимостью импортной и отечественной упаковки продолжает увеличиваться: в 2013 г. импортные препараты стоили примерно в 7 раз дороже, чем отечественные. По сравнению с 2012 г. стоимость одной закупленной импортной упаковки препарата выросла на 19,9%, а одна отечественная упаковка в 2013 г. обошлась больницам на 4,2% дороже.

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям представлена на рисунке 22.

Рисунок 22

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям в 2012 и 2013 гг.



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

Разделение препаратов по ценовым категориям позволило выявить, что в 2013 году во всех сегментах был отмечено падение объемов продаж в стоимостном выражении, за исключением самого дорого сегмента (более 500 руб.), в котором наблюдается рост объема закупок на 30%.

При этом сегмент препаратов с ценой выше 500 руб. остается самым емким. В 2013 году он занял около 70,6% стоимостного объема сектора ЛПУ и всего 5,1% в натуральном выражении. Отметим, что средняя стоимость одной упаковки в сегменте от 500 руб. составляет порядка 2 647 руб., что почти в 14 раз выше, чем средняя цена всех ГЛС в больничных закупках.

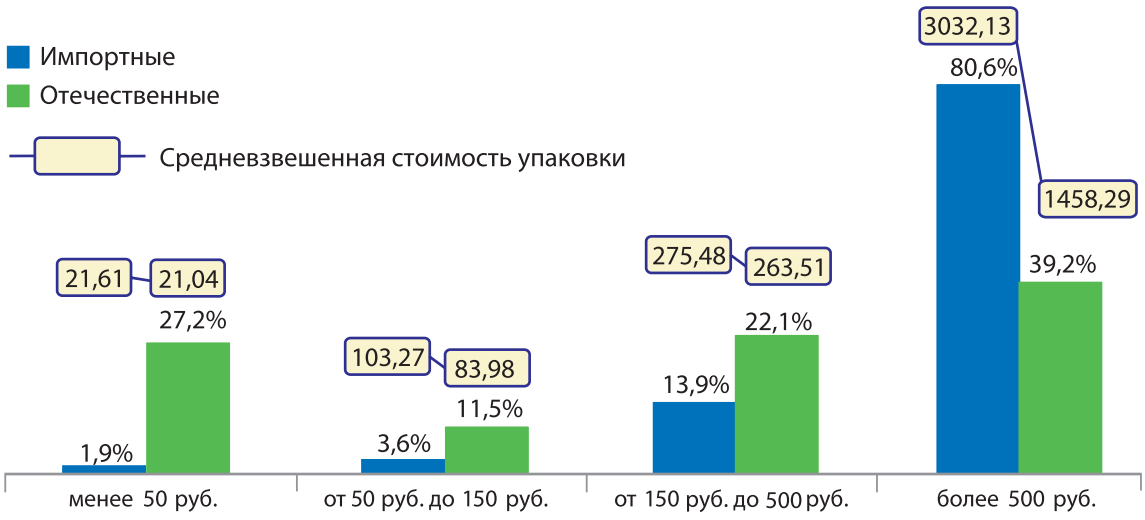
В натуральном объеме самым емким остается сегмент препаратов с ценой до 50 руб. — его доля составляет около 72,3%. Это объясняется тем, что больницы в больших количествах закупают отечественные растворы НАТРИЯ ХЛОРИДА, ГЛЮКОЗЫ, ЦЕФАЗОЛИНА. На эти 3 бренда приходится порядка 31% всего объема закупок больниц в натуральном выражении.

Как видно из рисунка 23, среди импортных препаратов наибольшую долю занимает сегмент препаратов с ценовой категорией свыше 500 руб. (80,6%). Отечественные препараты практически в равных объемах сосредоточены в ценовых категориях «менее 50 руб.» (27,2%) и «от 150 до 500 руб.» (22,1%), 11,5% приходится на сегмент «от 50 до 150 руб.», а наибольший объем продаж, составивший 39,2% — на сегмент «более 500 руб.».

Если в сегментах со стоимостью упаковки до 500 рублей разница между средневзвешенной ценой у импортных и отечественных препаратов не столь ощутима, то в самом емком сегменте «более 500 рублей» импортные лекарства стоят почти в 2 раза дороже, чем отечественные.

Рисунок 23

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям для препаратов импортного и отечественного производства в 2013 г.



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

Соотношение больничных закупок ГЛС по АТС-группам I-го уровня в России по итогам 2013 года представлено в таблице 11.

Рейтинг лекарственных препаратов сегмента ЛПУ по АТС-группам существенно отличается от коммерческого рынка. Тройка лидирующих АТС-групп по сравнению с 2012 г. не изменилась. В госпитальных закупках бессменным лидером остается группа [J] «Противомикробные препараты для системного использования». С 2012 года наблюдается положительная динамика в росте этой группы. Но если в 2012 году в группе наблюдались максимальные приросты среди всех АТС I-го уровня как в рублях (+45%), так и в упаковках (+21%), то в 2013 году темпы роста значительно замедлились — прирост 12% в рублях и менее 1% в упаковках.

Как и в 2012 году рост продаж в группе [J] обусловлен главным образом увеличением госпитальных закупок противовирусных препаратов для системного применения [J05] (+40% в руб.). Увеличение закупок в подгруппе [J05] коснулось преимущественно препаратов для лечения ВИЧ-инфекции, таких как РЕАТАЗ, ПРЕЗИСТА, КАЛЕТРА, ИСЕНТРЕСС и другие.

В 2013 году продолжился рост (+30% в рублях) наименее емких подгрупп АТС-группы [J] — «Противогрибковые препараты для системного применения» [J02], «Иммунные сыворотки и иммуноглобулины» [J06] и «Вакцины» [J07].

Лидеры продаж 2012 года в подгруппе «Противогрибковые препараты для системного применения» [J02] КАНСИДАС, ВИФЕНД, МИКАМИН и др. в 2013 году упрочили свои позиции, увеличив объемы реализации в среднем на 45%.

В подгруппе Иммунные сыворотки и иммуноглобулины [J06] в 2013 году произошла смена лидеров — так, бренд ИММУНОГЛОБУЛИН с первой позиции упал на четвертую (-40% в рублях), уступив место бренду ПЕНТАГЛОБИН. А бренд СИНАГИС поднялся на 4 позиции вверх в рейтинге брендов, заняв 2 место.

В подсегменте вакцин [J07] основной рост произошел в группе комбинированных противовирусных и противобактериальных вакцин (+254% в рублях): бренды ПЕНТАКСИМ, ИНФАНРИКС и др.

В наиболее емкой группе вакцин — противовирусные вакины (доля 64,5% от всего объема подгруппы [J07]) максимальные приросты приходятся на бренд ВАКЦИНА ПАРОТИТНО-КОРЕВАЯ КУЛЬТУРАЛЬНАЯ ЖИВАЯ СУХАЯ.

В наименее емкой группе вакцин — противобактериальные вакцины, произошла смена лидеров. Так, ВАКЦИНА ТУЛЯРЕМИЙНАЯ ЖИВАЯ СУХАЯ за 2013 год потеряла в объемах продаж 60% в рублях, уступив брендам АКТ-ХИБ (+98% в рублях) и ПНЕВМО 23 (+23% в рублях).

Таблица 11

Структура больничных закупок ГЛС по АТС-группам в 2013 г

АТС-группы I-го уровня	Стоимостный объем, млн руб.	Доля группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн уп.	Доля группы в натуральном объеме, %
J: Противомикробные препараты для системного использования	61615,3	33,7%	290,9	30,4%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	31889,2	17,5%	315,6	33,0%
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	25938,4	14,2%	11,5	1,2%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	16749,9	9,2%	91,1	9,5%
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	13775,9	7,5%	78,9	8,3%
V: Прочие препараты	6953,9	3,8%	8,8	0,9%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	6931,3	3,8%	48,8	5,1%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	4769,9	2,6%	29,7	3,1%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	4576,1	2,5%	21,2	2,2%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	3422,1	1,9%	4,7	0,5%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	2251,7	1,2%	14,4	1,5%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	1803,6	1,0%	5,5	0,6%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	1372,4	0,8%	33,3	3,5%
[~] ЛП, не имеющие АТС-группы	507,5	0,3%	1,5	0,2%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	45,0	0,0%	0,3	0,0%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

Объем продаж самого емкого подсегмента среди группы [J] — антибактериальные препараты для системного применения [J01], на долю которого пришлось в 2013 г. 35% стоимостного объема закупок всей подгруппы [J01], по сравнению с 2012 г. сдал свои позиции и упал на 11% в рублях и практически не вырос в упаковках (+0,6%). Снижение объемов закупок подгруппы [J01] произошло за счет падения объемов продаж лидеров 2012 года: брендов ЦЕФТРИАБОЛ (-26% в рублях), МЕРОНЕМ (-30% в рублях). В 2013 году максимальные темпы роста принадлежат антибиотикам МЕРОПЕНЕМ и ТИЕНАМ.

Еще одна подгруппа АТС-группы J — противотуберкулезные препараты [J04] также показала отрицательный рост объемов продаж: -10% в рублях и -20% в упаковках. Падение произошло за счет снижения объемов реализации брендов с максимальной долей стоимостных продаж в 2012 году — ТЕРИЗИДОН, ЦИКЛОМИЦИН ПЛЮС, РИФАБУТИН. Как и в прошлом году максимальные темпы роста в подгруппе [J04] принадлежат бренду АМИНОСАЛИЦИЛОВАЯ КИСЛОТА.

Как и в прошлые несколько лет второе место в рейтинге АТС-групп в госпитальном сегменте по итогам 2013 г. заняла группа [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь». Но в сравнении с 2012 годом темпы роста группы значительно замедлились. Так, количество закупаемых упаковок препаратов этой группы уменьшилось на 6,1%, а расходы ЛПУ на закупку увеличились только на 3,7%. Снижение объемов продаж группы [B] главным образом произошло из-за уменьшения объемов закупок в подгруппе с наибольшей долей [B05] «Плазмозамещающие и перфузионные растворы» (-10% в рублях). Самым «закупаемым» препаратом остается НАТРИЯ ХЛОРИД, но объемы закупок данного средства в 2013 году сократились: -15% в рублях и -7% в упаковках.

Группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» занимает третье место в рейтинге по стоимостным объемам продаж и 10-е по натуральным. По сравнению с предыдущим годом, закупки препаратов данной группы увеличились на 45% в денежном выражении и практически не изменились в упаковках (-0,3%). Самой емкой подгруппой остается [L01] «Противоопухолевые препараты», на долю которых приходится 67% всех объемов по подгруппе. Если в денежном выражении лидером закупок являются препараты на основе МНН ТРАСТУЗУМАБ, и ситуация здесь меняется ежегодно, то в натуральном выражении в 2013 г., как и по итогам предыдущих лет, первую строчку по группе [L] занимают противоопухолевые препараты МНН ЦИКЛОФОСФАМИД с долей 16%, которые отличаются низкой ценой (около 55 руб. за упаковку).

В таблице 12 представлен рейтинг ТОП-20 производителей в сегменте ЛПУ по итогам 2013 года.

Таблица 12

Топ-20 производителей в сегменте ЛПУ по итогам 2013 г

Рейтинг 2013 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн руб. 2013 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	1	SANOFI	9 667,1	26,1%	5,3%
2	1	ABBOTT	9 280,1	35,7%	5,1%
3	1	F.HOFFMANN-LA ROCHE	8 239,1	55,0%	4,5%
4	-3	GLAXOSMITHKLINE	8 229,5	-6,9%	4,5%
5	1	MERCK	7 525,9	49,1%	4,1%
6	- 1	TAKEDA	7 466,8	44,0%	4,1%
7	3	JOHNSON & JOHNSON	5 730,5	74,9%	3,1%
8	-	NOVARTIS	5 712,3	21,8%	3,1%
9	- 2	BAYER	4 991,5	1,6%	2,7%
10	- 1	ASTRAZENECA	3 958,7	6,1%	2,2%
11	9	BRISTOL-MYERS SQUIBB	3 587,5	65,4%	2,0%
12	1	МИКРОГЕН НПО	3 182,0	8,6%	1,7%
13	2	PFIZER	2 998,8	7,0%	1,6%
14	8	BOEHRINGER INGELHEIM	2 838,7	40,0%	1,6%
15	-4	B.BRAUN MELSUNGEN	2 781,7	-12,0%	1,5%
16	9	BERLIN-CHEMIE	2 582,4	38,2%	1,4%
17	-	TEVA	2 570,8	5,0%	1,4%
18	10	BAXTER HEALTHCARE	2 564,5	62,9%	1,4%
19	5	ФАРМСТАНДАРТ	2 373,0	25,5%	1,3%
20	-2	ВЕРОФАРМ	2 297,5	-2,3%	1,3%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

В 2013 году компания SANOFI вернула себе статус лидера (+26,5%). На перовое место компания вышла благодаря существенному увеличению закупок многокомпонентной вакцины

ПЕНТАКСИМ (+423% в рублях), а также бренда для лечения диабета — ЛАНТУС, анестезирующего средства УЛЬТРАКАИН, вакцины АКТ-ХИБ и др. брендов.

В 2013 году продолжила свое движение вверх компания ABBOTT, которая еще в 2011 году занимала лишь 9-е место в рейтинге, а сейчас уже практически сравнялась с объемами продаж компании-лидера SANOFI. Лидером по госпитальным закупкам в продуктовом портфеле компании остается препарат для лечения ВИЧ-инфекции КАЛЕТРА, объем закупок, которого по сравнению с предыдущим годом возрос на 47% в рублях. Также сохраняется рост объемов закупок противовирусного препарата СИНАГИС (+515%), почти в 2 раза увеличились объемы препарата для анестезии СЕВОРАН.

Лидер 2012 года компания GLAXOSMITHKLINE потеряла три позиции в рейтинг и заняла 4 место (-6,9%). Падение в рейтинге связано в основном со снижением объемов реализации наиболее продаваемого компанией в госпитальном сегменте препарата для лечения ВИЧ-инфекции КОМБИВИР (-19% в рублях), а также препарата ЭПИВИР ТРИТИСИ (-22% в рублях).

По сравнению с предыдущим годом в рейтинг ТОП-20 производителей вошло 4 «новых» компании: BOEHRINGER INGELHEIM (+40% в рублях), BERLIN-CHEMIE (+38%), ФАРМСТАНДАРТ (+26%) и BAXTER HEALTHCARE CORP (+63%).

Высокий прирост компании BOEHRINGER обусловлен увеличением закупок таких препаратов, как МЕТАЛИЗЕ (+159%) и ПРАДАКСА (+71%); компании BERLIN-CHEMIE — ЭСПУМИЗАН (в 8 раз) и ПРОСТАМОЛ (в 26 раз); компания BAXTER — АЛЬБУМИН (в 9 раз) и ДИАНИЛ ПД4 С ГЛЮКОЗОЙ (в 5 раз).

Максимальное падение объема закупок по сравнению с 2012 г. отмечено для компании B.BRAUN (-12%), при этом она «откатилась» в рейтинге с 9 на 15 место. Столь существенное падение связано со снижением закупок больничными учреждениями инфузионного препарата НАТРИЯ ХЛОРИД БРАУН (-64%).

В таблице 13 представлен ТОП-20 брендов в сегменте ЛПУ по итогам 2013 г.

Таблица 13

Топ-20 брендов в сегменте ЛПУ по итогам 2013 г

Рейтинг 2013 г.	Изменение	Бренд	Стоимостный объем, млн руб. 2013 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	+1	КАЛЕТРА	5661,5	46,7%	3,1%
2	-1	НАТРИЯ ХЛОРИД	4904,8	-15,3%	2,7%
3	+6	ПРЕЗИСТА	2474,9	60,1%	1,4%
4	+1	КЛЕКСАН	2342,3	20,3%	1,3%
5	+15	РЕАТАЗ	2180,9	140,4%	1,2%
6	-3	УЛЬТРАВИСТ	1939,5	-26,3%	1,1%
7	-1	ВАКЦИНА	1934,9	4,4%	1,1%
8	+9	ИСЕНТРЕСС	1893,8	68,8%	1,0%
9	+15	ГЕРЦЕПТИН	1736,9	102,7%	1,0%
10	-6	КОМБИВИР	1697,4	-19,2%	0,9%
11	+12	КУРОСУРФ	1617,8	86,5%	0,9%
12	-2	ГЛЮКОЗА	1465,7	-0,3%	0,8%
13	-1	АКТОВЕГИН	1407,9	8,0%	0,8%
14	+1	ЦЕФТРИАКСОН	1407,8	22,5%	0,8%
15	+14	АВАСТИН	1407,7	92,5%	0,8%
16	+9	ПЕГАСИС	1335,7	58,1%	0,7%
17	-1	ФРАКСИПАРИН	1304,8	28,0%	0,7%
18	-7	ГЕПАРИН	1213,5	-10,4%	0,7%
19	+68	ЛУЦЕНТИС	1198,1	260,4%	0,7%
20	+24	ИНТЕЛЕНС	1197,7	79,5%	0,7%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах с НДС.

Впервые за последние несколько лет бренд НАТРИЯ ХЛОРИД уступил первое место в рейтинг брендов и занял второе место с долей 2,7%. Первое место занял бренд для лечения ВИЧ-инфекций КАЛЕТРА компании ABBOTT. Как уже отмечалось выше, именно во многом благодаря этому бренду компания ABBOTT смогла занять второе место в рейтинге производителей и максимально приблизиться к лидеру госпитального сегмента по итогам 2013 г.

На третьем месте — препарат для лечения ВИЧ-инфекции ПРЕЗИСТА компании JOHNSON & JOHNSON, который поднялся в рейтинге на шесть пунктов, заняв долю 1,4% госпитальных закупок.

Доля ТОП-20 брендов в госпитальных закупках, как и в 2012 году составляет порядка 23%. Причем в рейтинг попадают как дорогие импортные лекарственные средства, так и дешевые отечественные препараты (НАТРИЯ ХЛОРИД, ГЛЮКОЗА, ЦЕФТРИАКСОН).

По сравнению с 2012 годом в рейтинге 2013 г. появилось пять новых брендов, среди которых два противоопухолевых препарата — ГЕРЦЕПТИН и АВАСТИН, препарат для лечения дыхательных расстройств у новорожденных — КУРОСУРФ, офтальмологическое средство — ЛУЦЕНТИС, средство для лечения ВИЧ-инфекции — ИНТЕЛЕНС.

В 2014 году на объемы закупок лекарственных средств в госпитальном сегменте будут влиять следующие тенденции в здравоохранении:

• Дальнейший переход на одноканальную систему финансирования, то есть финансирование только из средств обязательного медицинского страхования.

• Увеличение бюджета фонда ОМС: в 2014 году — 1240,1 млрд руб., в 2015 году этот показатель увеличится до 1452 млрд руб., а к 2016 году — до 1521,3 млрд руб.

• Сокращение финансирования здравоохранения из федерального бюджета: 2014 году в ФФОМС поступит 28,5 млрд руб., а в 2015 году — менее 24 млрд руб.

• Дальнейшая передача некоторых полномочий в сфере здравоохранения с федерального уровня на региональный.

• Увеличение подушевого норматива финансирования в рамках ОМС: в 2014 году норма на одного жителя — до 10 294,4 руб. (против 9032,5 руб. в 2013 году), а к 2015 году — до 12 096,7 руб.

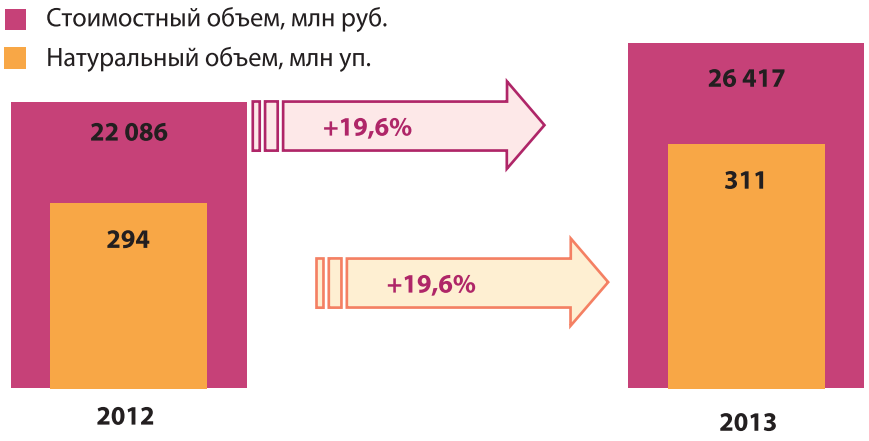
• Переход «скорой помощи» (с 2014 года) и высокотехнологичной медпомощи (с 2015 года) на финансирование за счет средств ОМС.

• Дальнейшее развитие государственно-частного партнерства, рост числа частных медицинских учреждений, работающих в системе ОМС. Если в 2010 году их насчитывалось 618, то в 2013 году — уже 1065.

Через аптеки в 2013 году было реализовано около 311 млн упаковок БАД на общую сумму порядка 26,4 млрд руб. в оптовых ценах и 36,2 млрд руб. в розничных ценах. Прирост в стоимостном выражении составил 20%, в упаковках прирост менее значим (+6%). Стоимость одной условной упаковки БАД составила в 2013 г. 116 руб. (в розничных ценах), что выше на 15%, чем в 2012 году.

Рисунок 24

Объемы продаж БАД в России в 2012–2013 гг.

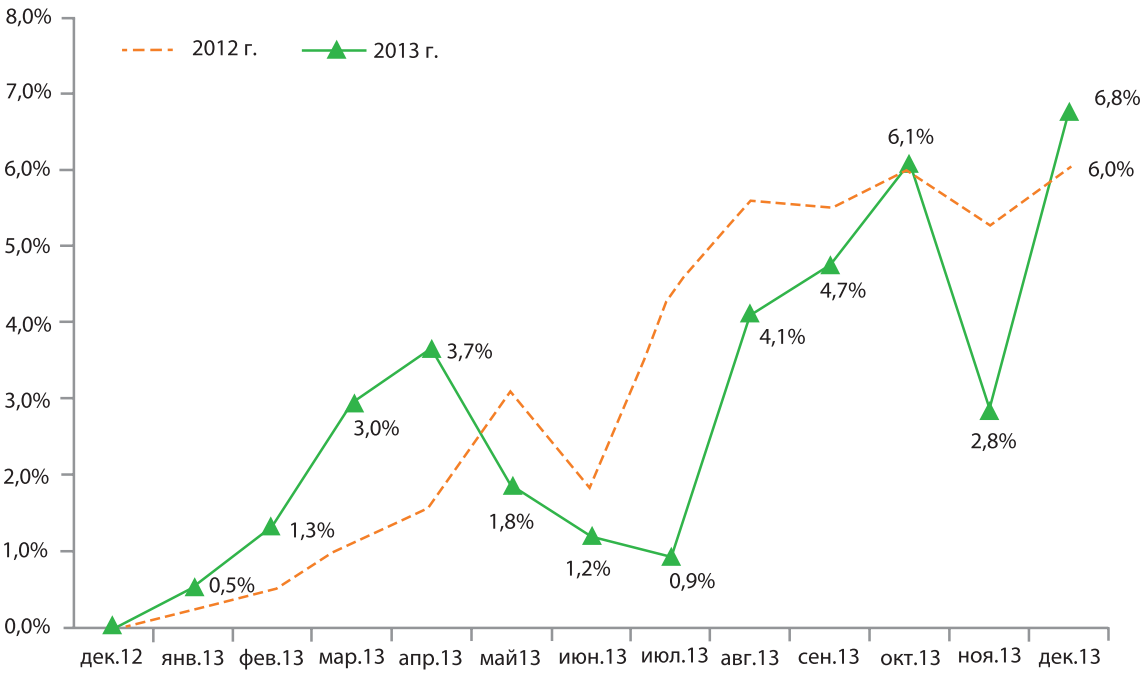


Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Динамика цен на БАД была проанализирована с помощью индекса цен Ласпейреса.

Рисунок 25

Изменение цен БАД на коммерческом аптечном рынке России за 2013 г.



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group.
СМК соответствует требованиям ISO 9001:2008.

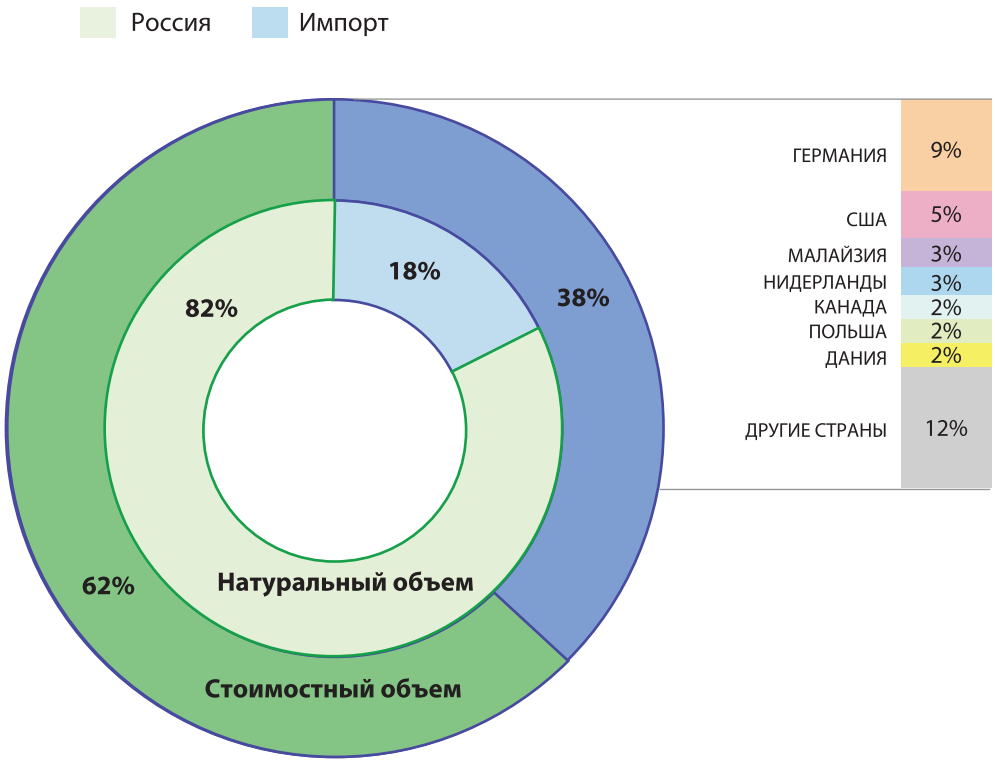
Согласно индексу Ласпейреса в 2013 году по сравнению с 2012 годом цены на БАД в рублях выросли на 6,8%, рост аналогичный 2012 году. Но при этом, если сравнивать инфляцию на БАД с лекарствами, то прирост цен практически в 2 раза выше (у лекарств инфляция в 2013 году — 3,7%). Аптеки продолжают компенсировать потери, связанные государственным регулированием цен на ЖНВЛП, ростом цен на парафармацевтические группы товаров, в том числе и на БАД.

В отличие от рынка лекарственных препаратов, на котором доминирует продукция иностранных производителей, на рынке БАД ситуация прямо противоположная — отечественные производители занимают 62% стоимостного и 82% натурального объемов продаж. Среди импортных производителей лидируют БАД производства Германии (23%), США (13%) и Малайзии (8%). Список немецких производителей возглавляет QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG (серия БАД ДОППЕЛЬГЕРЦ), среди американских наиболее популярна продукция компании SOLGAR VITAMIN AND HERB (серия БАД SOLGAR). Среди производителей Малайзии лидирует компания POLENS (M) SDN BHD (БАД ТОНГКАТ — влияющий на репродуктивную систему).

Отметим, что в 2013 году доля импортных производителей выросла с 33% до 38%. Основной вклад в увеличение доли импортных препаратов внесли следующие бренды СУПРАДИН, SOLGAR, ФЕМИБИОН — продажи данных препаратов увеличились более чем в 2 раза.

Рисунок 26

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства с разбивкой по странам



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Импортные препараты, так же как и на рынке лекарств дороже отечественных БАД: цена одной упаковки импортной БАД составила 175 руб., отечественной — 65 руб. В 2013 году отечественные БАД подорожали меньше (+8%), чем импортные (+11%).

Рассмотрим ТОП-20 фирм-производителей БАД (табл. 14). Рейтинг производителей БАД в последние годы возглавляет отечественный производитель — это место традиционно принадлежит компании ЭВАЛАР, на продукцию которой приходится около 20% всех аптечных про-

даж БАД в денежном выражении. Компания уверенно лидирует на рынке БАД. Заметим, что в 2013 году компания демонстрирует низкие приросты продаж, за счет этого доля компании сократилась на 3% (в 2012 году — 23%). Такая динамика объясняется снижением продаж практически всех брендов занимающих место в рейтинге продаж ниже 3, например, такие бренды как ПУСТЫРНИК, ЧЕРНИКА-ФОРТЕ, ГЛИЦИН-ФОРТЕ сократились в объеме более чем на 25%. Ведущая линейка продуктов для похудения под брендом ТУРБОСЛИМ, занимающая порядка 29% от объема всех продаж ЭВАЛАР в деньгах, выросла в денежном выражении на 15%. Положительную динамику демонстрируют бренды занимающие вторую и третью строчку ФИТОЛАКС и ОВЕСОЛ. ЭВАЛАР ежегодно выводить на рынок новые продукты: наиболее успешной новинкой 2013 года от этого производителя стал ТРОПИКАНА СЛИМ, который занял 11 место с долей 2% от общего объема продаж компании.

Таблица 14

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства с разбивкой по странам

Рейтинг 2013 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн руб. 2013 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	ЭВАЛАР	5 140	5,4%	19,5%
2	0	РИА ПАНДА	2 784	34,1%	10,5%
3	0	АКВИОН	917	12,4%	3,5%
4	1	PHARMA-MED	800	34,1%	3,0%
5	3	POLENS (M) SDN BHD	756	41,4%	2,9%
6	1	QUEISSER PHARMA	690	27,8%	2,6%
7	-3	ДИОД	629	-12,0%	2,4%
8	3	NATUR PRODUKT	595	36,1%	2,3%
9	-3	FERROSAN	529	-3,7%	2,0%
10	0	ПОЛЯРИС	511	11,8%	1,9%
11	-2	ЭКОМИР	507	5,7%	1,9%
12	0	ФАРМ-ПРО ТД	446	16,4%	1,7%
13	6	SOLGAR VITAMIN AND HERB	439	132,3%	1,7%
14	6	BAYER	425	128,3%	1,6%
15	-2	ФАРМСТАНДАРТ	410	8,8%	1,5%
16	-2	ЭКОФАРМИНВЕСТ	387	14,1%	1,5%
17	2	АЛТАЙ-ФАРМ	330	35,6%	1,3%
18	14	BERLIN-CHEMIE	297	154,7%	1,1%
19	4	MEDANA PHARMA TERPOL GROUP	253	50,6%	1,0%
20	-4	KRKA	248	6,4%	0,9%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

С 2011 года РИА-ПАНДА уверенно занимает 2 позицию, ежегодно наращивая отрыв от ближайших конкурентов. В 2013 году рост компании составил 34%, это произошло за счет таких позиций как СЕАЛЕКС ФОРТЕ и АЛИ КАПС — два продукта, предназначенных для коррекции специфических нарушений у мужчин, — которые обеспечили 27% роста компании. Существенный рост показали 2 бренда компании РИА-ПАНДА, входящие в ТОП-5 брендов — это ФУЛФЛЕКС и АРТРОЦИН (БАД, применяемые при заболеваниях костной системы) — их рост более чем в 2 раза в денежном выражении.

На третьем месте с долей 3,5% находится АКВИОН. Прирост компании в 2013 году ниже роста рынка БАД в целом и составляет 12%.

Первые три компании не изменили своих позиции относительно 2012 года. При этом, стоит отметить, что отличие в долях с 3 ранга с каждым годом становится менее значимым. И, соответственно, можно ожидать изменений в тройке лидеров именно компании, занимающей третью строчку.

Наиболее заметное изменение в рейтинге ТОП-20 демонстрирует компания BERLIN-CHEMIE (+14 позиций), занявшая в итоге 18 место. Прирост в 2,5 раза объемов продаж компании объясняется выводом на рынок БАД ЭЛАВИЯ, применяемой для похудения и очищения организма. Данный препарат по итогам 2013 года занял третье место в своем сегменте (после линейки ТУРБОСЛИМ и РЕДУКСИН ЛАЙТ (ПОЛЯРИС).

ТОП-20 брендов занимают на рынке 40%. Лидером рейтинга по итогам 2013 года является линейка компании ЭВАЛАР — ТУРБОСЛИМ. На втором месте с минимальным отрывом СЕАЛЕКС ФОРТЕ от компании РИА ПАНДА. Эти бренда последние три года занимают лидирующие строчки рейтинги и борются за первое место.

Таблица 15

ТОП-20 продаж брендов БАД в России в 2013 году

Рейтинг 2013 г.	Изменение	Бренд	Фирма	Стоимостный объем, млн руб. 2013 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	ТУРБОСЛИМ	ЭВАЛАР	1 473	21,5%	5,6%
2	0	СЕАЛЕКС ФОРТЕ	РИА ПАНДА	1 362	26,5%	5,2%
3	0	АЛИ КАПС	РИА ПАНДА	917	41,2%	3,5%
4	0	ФИТОЛАКС	ЭВАЛАР	701	10,0%	2,7%
5	1	ДОППЕЛЬГЕРЦ	QUEISSER PHARMA	690	27,8%	2,6%
6	1	ТОНГКАТ	POLENS (M) SDN BHD	646	24,3%	2,4%
7	9	СУПРАДИН	BAYER	521	113,3%	2,0%
8	-3	АЛФАВИТ	АКВИОН ЗАО	517	-4,5%	2,0%
9	0	РЕДУКСИН ЛАЙТ	ПОЛЯРИС	506	14,8%	1,9%
10	12	SOLGAR	SOLGAR VITAMIN AND HERB	445	133,0%	1,7%
11	-3	ГЕМАТОГЕН	разные	411	-14,7%	1,6%
12	-2	ОВЕСОЛ	ЭВАЛАР	335	7,8%	1,3%
13	-2	ИНДИНОЛ	МИРАКСБИОФАРМА	316	6,2%	1,2%
14	-2	ЦИ-КЛИМ	ЭВАЛАР	293	4,0%	1,1%
15	12	НОРМОБАКТ	MEDANA PHARMA TERPOL GROUP S.A.	277	64,9%	1,0%
16	-3	ПУСТЫРНИК	разные	271	-2,3%	1,0%
17	-3	БИФИФОРМ	FERROSAN	271	6,5%	1,0%
18	1	МЕН'С ФОРМУЛА	PHARMA-MED	242	21,2%	0,9%
19	2	НАТУРИНО	NATUR PRODUKT	238	23,5%	0,9%
20	30	МАКСИЛАК	GENEXO SP. Z.O.O	233	125,8%	0,9%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Максимальный прирост продаж (+133% к 2012 году) среди ТОП-20 брендов отмечен у линейки продуктов SOLGAR, в результате чего препарат переместился на 12 строчки вперед по сравнению с предыдущим годом. Также высокий прирост продаж отмечен для бренда МАКСИЛАК 126%, за счет чего препарат придвинулся на 30 позиций вверх и занял 20 строчку.

«Выпали» из рейтинга такие позиции как ЛЮТЕИН, КАПИЛАР, ЧЕРНИКА-ФОРТЕ, которые в прошлые годы занимали существенную долю в объеме продаж.

Из возможных претендентов на попадание в рейтинг ТОП-20 по итогам 2014 года стоит назвать препарат ФЕМИБИОН от компании MERK SELBSTMEDIKATION, витаминно-минеральные комплексы, рекомендуемый в период беременности. Его объем продаж вырос в 2,5 раза в 2013 году, и доля достигла 0,8%.

БАД позиционируются производителями как средства для профилактики и/или лечения различных заболеваний. Использовать существующий официальный классификатор для оценки

рынка БАД не совсем удобно — многие БАД, применяемые для профилактики/лечения одних и тех же заболеваний находятся в разных разделах классификатора (например, препараты улучшающие зрение). Поэтому специалистами компании DSM был создан свой классификатор БАД, который более четко отражает реалии современного рынка БАД. Классификатор БАД состоит из 17-ти разделов, большинство из которых имеет 2-й подуровень, а некоторые разделы — 3-й.

Рейтинг продаж БАД в соответствии с разделами классификатора представлен в таблице.

Таблица 16

Рейтинг продаж по разделам классификатора БАД по итогам 2013 года

N п/п	Раздел реестра БАД	Стоимостный объем, млн руб.	Прирост к 2013 г.	Доля группы, %	Лидер внутри каждого раздела
1	G БАД, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЕПРОДУКТИВНУЮ СИСТЕМУ.	6 000	24,4%	22,8%	СЕАЛЕКС ФОРТЕ
2	V БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ОРГАНИЗМ В ЦЕЛОМ.	5 864	25,5%	22,3%	СУПРАДИН
3	A БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ПИЩЕВАРИТЕЛЬНУЮ СИСТЕМУ.	4 209	19,0%	16,0%	ФИТОЛАКС
4	W БАД ДЛЯ ПОХУДЕНИЯ И ОЧИЩЕНИЯ ОРГАНИЗМА.	2 862	24,7%	10,9%	ТУРБОСЛИМ
5	N БАД, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФУНКЦИИ ЦЕНТРАЛЬНОЙ НЕРВНОЙ СИСТЕМЫ.	1 778	8,0%	6,7%	ПУСТЫРНИК
6	C БАД ДЛЯ ПОДДЕРЖАНИЯ ФУНКЦИЙ СЕРДЕЧНО-СОСУДИСТОЙ СИСТЕМЫ.	1 390	13,3%	5,3%	КАПИЛАР
7	S БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ОРГАНЫ ЧУВСТВ.	986	-0,5%	3,7%	ОКУВАЙТ
8	M БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ КОСТНОЙ СИСТЕМЫ.	705	19,2%	2,7%	ФУЛФЛЕКС
9	D БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ДЛЯ УСТРАНЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ПРОБЛЕМ С КОЖЕЙ И ВОЛОСАМИ	671	6,3%	2,5%	INNEOV
10	B БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА КРОВЕТВОРНУЮ СИСТЕМУ.	537	-5,5%	2,0%	ГЕМАТОГЕН
11	R БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ ДЫХАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ.	437	15,1%	1,7%	ДОКТОР ТАЙСС ЛЕДЕНЦЫ
12	I БАД, ПОДДЕРЖИВАЮЩИЕ ФУНКЦИЮ ИММУННОЙ СИСТЕМЫ.	233	24,0%	0,9%	КИДС ФОРМУЛА
13	U БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА МОЧЕВЫДЕЛИТЕЛЬНУЮ СИСТЕМУ.	222	20,9%	0,8%	ПРОЛИТ
14	T БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ОТРАВЛЕНИЯХ И ИНТОКСИКАЦИЯХ.	220	33,3%	0,8%	УГОЛЬ БЕЛЫЙ
15	H БАД, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФУНКЦИЮ ЖЕЛЕЗ ВНУТРЕННЕЙ СЕКРЕЦИИ.	185	28,2%	0,7%	ЭНДОКРИНОЛ
16	O БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ДЛЯ ЛЕЧЕНИЯ И ПРОФИЛАКТИКИ ОНКОЛОГИЧЕСКИХ ЗАБОЛЕВАНИЙ (КРОМЕ ОПУХОЛЕВЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ РЕПРОДУКТИВНОЙ СИСТМЫ).	50	30,5%	0,2%	ПРОМИСАН
17	J БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ВИРУСНЫХ, БАКТЕРИАЛЬНЫХ И ГРИБКОВЫХ ЗАБОЛЕВАНИЯХ.	3	26,7%	0,0%	ТАНАКСОЛ

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

По итогам 2013 года рейтинг БАД по первому уровню классификатора DSM возглавила группа [G] БАД, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЕПРОДУКТИВНУЮ СИСТЕМУ — доля 22,8%. Второе место принадлежит группе [V] БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ОРГАНИЗМ В ЦЕЛОМ (22,3%), в состав которой входят витаминные и общеукрепляющие препараты. Замыкает тройку лидеров группа [A] БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ПИЩЕВАРИТЕЛЬНУЮ СИСТЕМУ (16%). Самый большой прирост (+33%) у малоемкой группы БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ОТРАВЛЕНИЯХ И ИНТОКСИКАЦИЯХ (группа [T]).

Отрицательную динамику демонстрируют всего 2 группы: [B] БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА КРОВЕТВОРНУЮ СИСТЕМУ (-5,5%) и [S] БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ОРГАНЫ ЧУВСТВ (-0,5%). Падение продаж первой из упомянутых групп связано с сокращением продаж ГЕМАТОГЕНА как в стоимостном, так и в натуральном выражении.

Уменьшение доли группы [S] обусловлено снижением продаж таких позиций как ЛЮТЕИН (ЭКОМИР), ЧЕРНИКА-ФОРТЕ (ЭВАЛАР).

В заключение еще раз хочется отметить, что 2013 год для аптечных БАД был довольно успешным. На фоне снижения натурального объема продаж основного аптечного ассортимента — лекарств — практически на 1%, биологически активные добавки демонстрируют прирост данного показателя на уровне 6%. При этом и прирост в денежном выражении выше, чем в целом у аптечного ассортимента (+20% против +14%). БАД для аптеки является вторым по значимости после лекарств ассортиментом, доля в структуре продаж достигает 5%.

6. Косметика

С каждый годом нелекарственный ассортимент аптек в России расширяется. С одной стороны, это вполне объяснимо логикой рынка, так как именно парафармацевтические товары, не сопровождаемые ограничениями наценки, позволяют аптекам зарабатывать больше. С другой, именно косметика, с постоянно расширяющимся товарным рядом, позволяет повысить лояльность потребителя, ведь получив хорошую консультацию и совершив успешную покупку, он наверняка захочет вернуться в конкретную аптеку.

В связи с этим ежегодно в крупных аптечных сетях появляются новые стенды косметики, расширяется ассортимент брендов и отдельных линеек, адресно направленных на решение тех или иных проблем. В аптечной сети «Ригла» успешно функционируют аптеки с Центрами активной косметики, которые теперь называются студиями красоты. Не менее активно развиваются «Студии лечебной косметики Cosmetic Project», открытые в Санкт-Петербурге аптечной сетью «Первая помощь». Аптечная сеть «А5» регулярно проводит недели красоты, способствуя информационному продвижению известных и новых брендов аптечной косметики.

Рассмотрим ситуацию на рынке аптечной косметики в цифрах.

По итогам 2013 года аптечная косметика занимает третье место (после лекарств и БАД) в структуре продаж аптеки и первое в структуре парафармацевтических групп товаров. Доля этого сегмента составила 4% от общего объема продаж аптек и 35% от общего объема продаж парафармацевтических товаров.

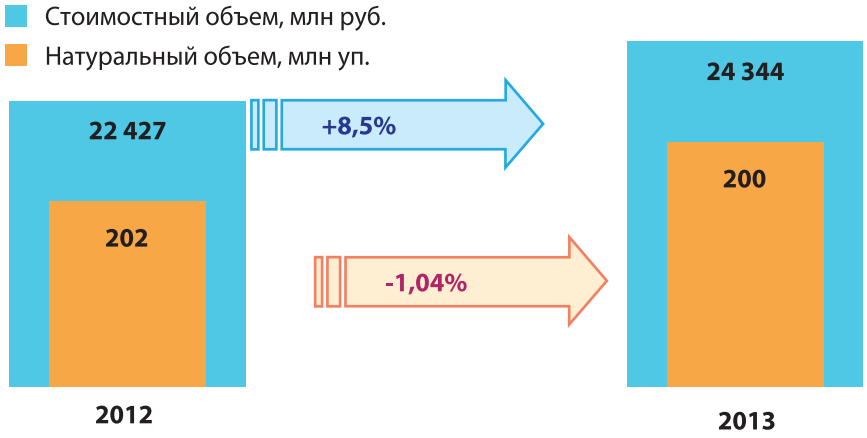
Объем продаж аптечной косметики в 2013 году превысил 24 млрд руб. или 200 млн упаковок.

Можно уверенно сказать, что рынок аптечной косметики переживает фазу стабильного прироста спроса — объем продаж в рублях заметно превысил докризисные значения, напомним, среди всего парафармацевтического ассортимента аптеки в период экономической нестабильности больше всего сократился спрос на косметику. Динамика продаж аптечной косметики по итогам прошлого года приблизилась к динамике продаж лекарств, что также свидетельствует о позитивных изменениях на рынке. Потребитель постепенно уходит от стереотипа о том, что в аптеке можно и нужно приобретать исключительно лекарство, косметика становится не только сопутствующей покупкой, но и ключевой целью визита в аптеку.

По итогам 2013 г. рост продаж аптечной косметики в рублях составил 8,5%, для сравнения в 2012 г. был также зафиксирован рост на 6,3% по сравнению с 2011 г.

Рисунок 27

Объемы продаж косметики в России в 2012-2013 гг.



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

В России официальной классификации косметики не существует, однако в зависимости от назначения, действия и стоимости все косметические средства можно разделить на три

группы: активная (лечебная) косметика, косметика mass market и селективная косметика (премиум и люкс класса). Отметим, что деление на эти три группы условно и субъективно.

Активная (лечебная) косметика применяется для лечения и профилактики определенных заболеваний, содержит различные биологически активные вещества. К лечебной косметике относятся марки «Софья» (крема и бальзамы), крема «Боро плюс» и др.

Косметика mass market — косметика, доступная для большинства потребителей, предназначенная для ухода за кожей, волосами и ногтями. Продается как в аптечных учреждениях, так и в других торговых точках (супермаркетах, специализированных магазинах и т.д.).

Как правило, в такой косметике нет селективных средств, которые избавляют от определенной проблемы, например, акне. К косметике mass market относится продукция таких производителей как, например, Garnier Laboratories, Nivea.

Селективная (премиум и люкс класс) косметика — элитная, престижная косметика, в которой более часто появляются косметические линии, предназначенные для определенных состояний кожи или волос. В основном, это дорогая продукция (ориентировочно от 800 руб. за упаковку) и продается по большей части только в аптеках. Для примера, производителем селективной косметики является Vichy Laboratories.

Среди трех типов товаров существенный рост демонстрирует сегмент лечебной косметики как в деньгах (+18%), так и в упаковках (+4%).

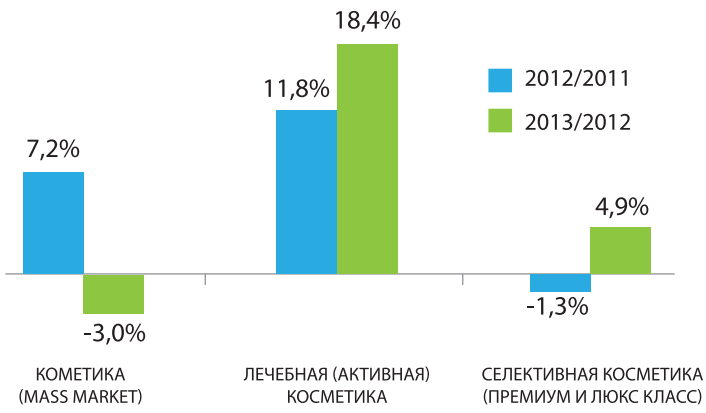
Впервые за последние несколько лет в сегменте селективной косметики был зафиксирован прирост потребления: +1% в упаковках и +5% в рублях. Прежде премиальный сектор аптечного косметического рынка ежегодно сокращался. Подобный позитивный тренд можно объяснить ростом лояльности покупателей именно к дорогой аптечной косметике (распространение убеждения о том, что высокоэффективное средство из аптеки не может стоить дешево) и повышением активности со стороны производителей (появление новых средств и линий продуктов, высокая рекламная активность и т.д.).

Спрос на аптечную косметику масс-маркет по итогам 2013 г. сократился на 3% в рублях и 7% в упаковках. Это тоже новый тренд, так как в предыдущие два года именно косметика нижнего ценового сектора довольно уверенно росла.

Косметические средства, реализуемые через аптечные учреждения, находятся в широком ценовом диапазоне — от дешевых, стоимостью порядка 10–15 руб. (мыло, салфетки влажные, недорогие отечественные кремы для рук и др.) до очень дорогих, цена которых может превышать 15 000 руб. за одну упаковку. По итогам года средневзвешенная цена одной упаковки составила около 122 рублей (прирост к уровню 2012 г. +10%). При этом в сегменте лечебной косметики наблюдалось самое заметное увеличение средневзвешенной стоимости упаковки (с 95 руб. до 108 руб.). В сегменте селективной косметики произошел рост показателя на 4% (средневзвешенная стоимость по итогам 2013 года составила 654 руб.), а косметика масс-маркет подорожала в среднем на 5% (средневзвешенная стоимость упаковки была равна 76 руб.).

Рисунок 28

Прирост продаж косметики в зависимости от типа косметического товара



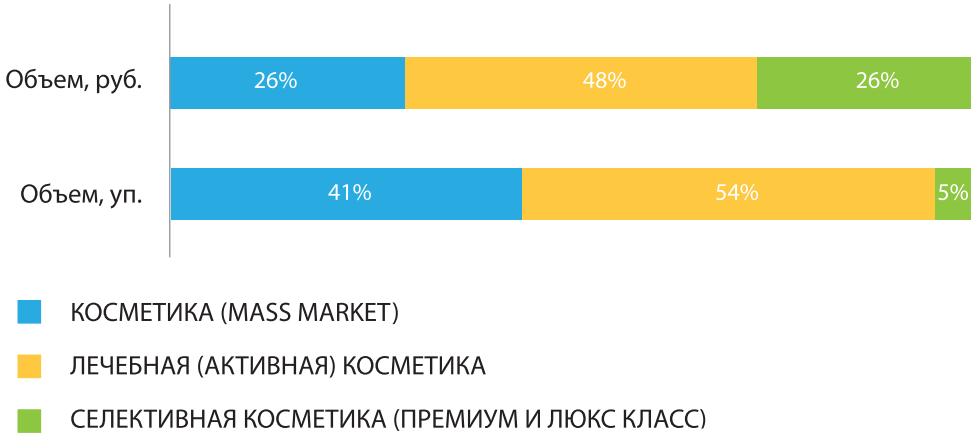
Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: доли приведены от объемов продаж в закупочных ценах аптек с НДС.

Соотношение продаж групп косметической продукции представлено на рисунке 29.

Соотношение трех типов косметических товаров несколько изменилось — сегмент лечебной косметики вырос по доле в стоимостном объеме и по итогам 2013 года составил 48% (в 2012 году — 44%). Доля сегмента масс-маркет за год уменьшилась на 3% и составила 26%, а селективная косметика утратила 1% рынка (удельный вес данного сегмента равен 26%). В упаковках за счет более высокой цены косметика премиум и люкс класса занимает всего 5%. Доли сегментов косметики масс-маркет и лечебной косметики в упаковках распределились следующим образом — 41% и 54% соответственно.

Рисунок 29

Соотношение аптечных продаж косметики в зависимости от типа косметического товара, 2013 год

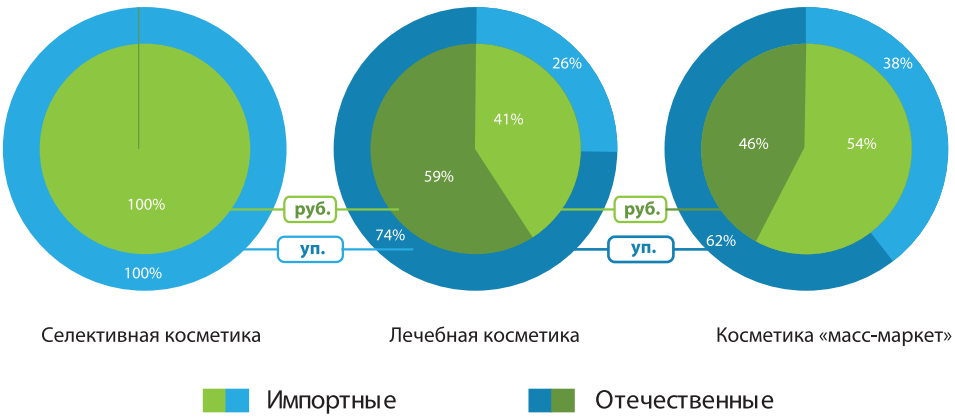


Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: доли приведены от объемов продаж в закупочных ценах аптек с НДС.

Продукция российских производителей пользуется более высоким спросом, чем зарубежная, занимая почти 66% от совокупного натурального объема продаж. Однако по стоимостному объему наблюдается явный перевес у импортной косметики (около 60% продаж).

Рисунок 30

Соотношение аптечных продаж косметики в зависимости от типа косметического товара, 2013 год



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: доли приведены от объемов продаж в закупочных ценах аптек с НДС.

Внутри сегментов соотношение отечественной и зарубежной косметики неодинаково.

Селективная косметика в 2013 г. на 100% состоит из импортных косметических средств. Отечественные компании пока не могут конкурировать с зарубежными производителями в этом сегменте.

В масс-маркет сегменте, как и в прошлом году, отечественная косметика опередила импортную по количеству проданных упаковок (62%). По стоимостному показателю преимущество осталось за зарубежными брендами (54%).

В сегменте лечебной косметики отечественные бренды лидируют как по стоимостному (59%), так и по натуральному (74%) показателям.

В основном в аптеке продается «универсальная» косметика, рассчитанная на любого потребителя — в объеме продаж она занимает 75% в деньгах и 79% в упаковках. Второе место занимает косметика для детей, 9% стоимостного и 15% натурального объема. На третьем месте косметика для «среднего возраста (после 25 лет)». В этой категории существует определенный перевес в сторону дорогой косметики (если в деньгах доля сегмента 6%, то в упаковках всего 2%) — более 80% объема этой категории приходится на селективную косметику. Четвертое место принадлежит косметике для людей старше 45 лет (5% в стоимостном объеме потребления и 1% в натуральном). Доля косметики для молодого и юношеского возраста по итогам 2013 года составила 2 % в рублях и 1% в упаковках. К тому же, в сравнении с прошлым годом, доля косметики для мужчин заметно снизилась.

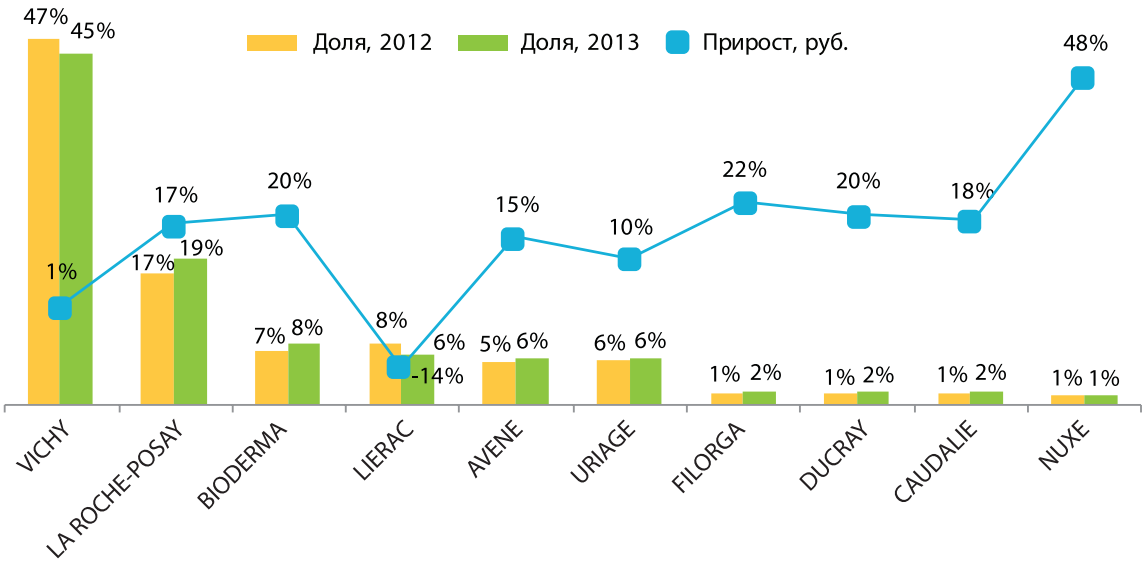
Бренд VICHY, как и в предыдущие годы, возглавляет рейтинг селективной косметики (рис. 31). В сравнении с 2012 годом продажи этого бренда выросли на 1%, а доля уменьшилась на 2%. Отрицательную динамику из ТОП-10 также показывает бренд LIERAC (-14%). Все остальные бренды выросли как по объему, так и по доле. Отметим рост продаж и доли LA ROCHE-POSAY — марка относится к производителю L`OREAL (также как и VICHY). Поэтому совокупно 2 бренда занимают 64% стоимостного объема рынка, что эквивалентно доле, занимаемой брендами в 2012 г. Заметим, что LA ROCHE-POSAY третий год подряд занимает второе место в рейтинге, а по итогам 2013 года доля рынка, занимаемая косметическими средствами этой французской марки, выросла на рекордные для десятки лидирующих брендов 2%.

Из брендов, занимающих места с 3 по 10, стоит отметить BIODERMA, FILORGA, DUCRAY — по сравнению с 2012 годом объемы продаж этих марок выросли на 20%, 22% и 20% соответственно. Рекордный среди брендов селективной косметики первой десятки прирост продемонстрировала марка NUXE (+48% к уровню продаж предыдущего года).

Рейтинг 2013 года по составу отличается на одного игрока от рейтинга 2012 г. Высокие темпы роста позволили NUXE, занять 10 место. А вот марка ROC покинула рейтинг — объемы ее сократились за год на 73%.

Рисунок 31

ТОП-10 брендов селективной косметики (премиум и люкс класса)



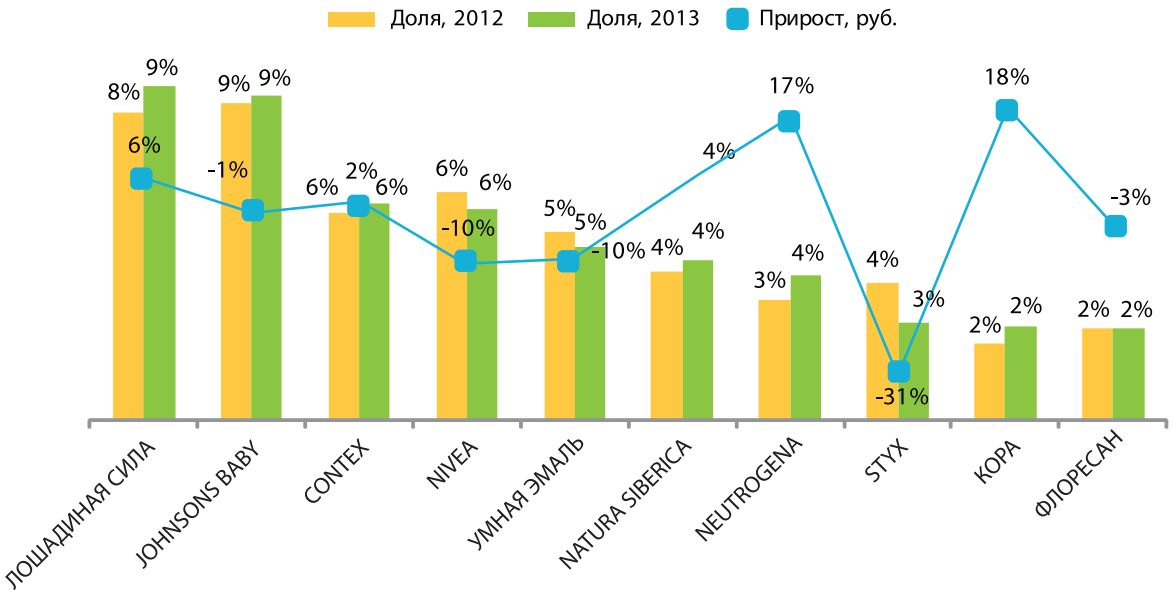
Источник: DSM Group. ISO 9001:2008
Примечание: доли приведены от объемов продаж в закупочных ценах аптек с НДС.

В рейтинге масс-маркет косметики на первое место в 2013 г. вышла марка ЛОШАДИНАЯ СИЛА (рис. 32). На второе место опустилась марка, специализирующаяся на косметических средствах для детей, JOHNSONS BABY. На третьем месте в масс-маркет рейтинге — CONTEX. Среди отечественных брендов в масс-маркет рейтинге присутствует три бренда — NATURA SIBERICA, ЛОШАДИНАЯ СИЛА и КОРА. Примечательно, что в предыдущие годы в Top-10 попадал, как правило, всего один бренд. По всем трем российским маркам-участникам рейтинга в 2013 г. наблюдался рост продаж — ЛОШАДИНАЯ СИЛА прибавила 6% к уровню продаж 2012 г., объем аптечной реализации средств NATURA SIBERICA увеличился на 4%, а продажи косметики марки КОРА увеличились на 18%.

Помимо трех отечественных брендов, рост продаж был отмечен у брендов CONTEX и NEUTROGENA (+25 и +17% соответственно). Спрос на косметику остальных марок из Top-10 в сегменте масс-маркет в 2013 г. сократился: JOHNSONS BABY (-1%), NIVEA (-10%), УМНАЯ ЭМАЛЬ (-10%), STYX (-31%) и ФЛОРЕСАН (-3%).

Рисунок 32

ТОП-10 брендов косметики «масс-маркет»



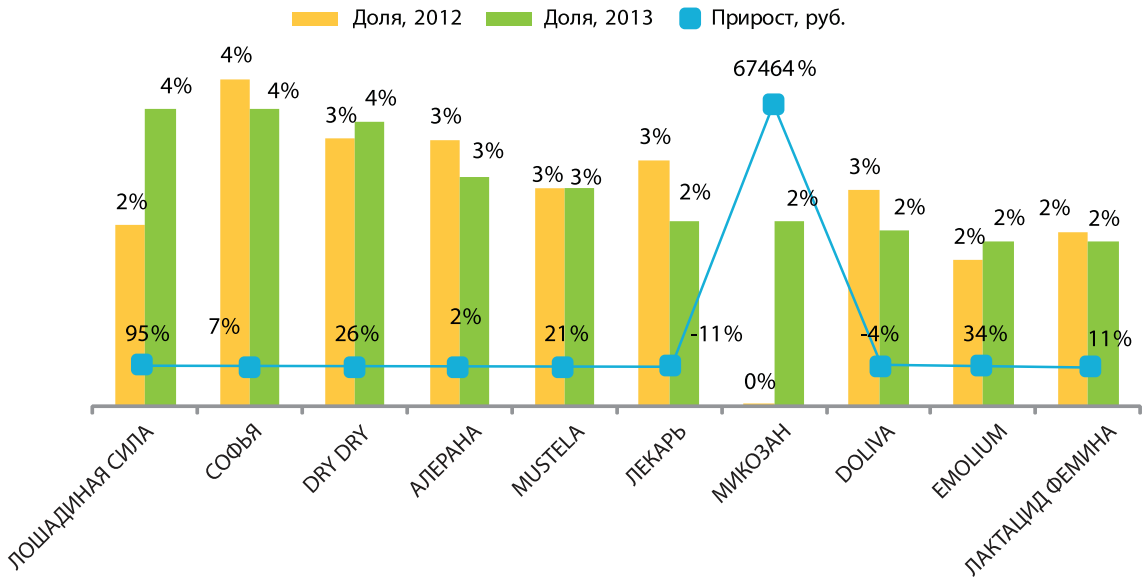
Источник: DSM Group. ISO 9001:2008
Примечание: доли приведены от объемов продаж в закупочных ценах аптек с НДС.

В рейтинге лечебной косметики сменился лидер — отечественный бренд СОФЬЯ уступил первое место марке ЛОШАДИНАЯ СИЛА (рис. 33). Этому способствовал почти двукратный рост продаж бренда ЛОШАДИНАЯ СИЛА, который в сегменте лечебной косметики начитывает три средства для тела. Продажи бренда «Софья» в 2013 г. также выросли, но значительно скромнее — на 7%. Бренд DRY DRY, включающий средства от избыточного потоотделения, занимает 3-ю строчку рейтинга (прирост продаж за год составил 26%)

Максимальный прирост в рублях среди ТОП-10 брендов демонстрировала марка МИКОЗАН (свыше 1000% прироста). Косметический набор для лечения грибка под брендом МИКОЗАН появился в аптеках лишь в 2012 г., а в 2013 г. уже вошел в Top-10 брендов масс-маркет косметики.

Рисунок 33

ТОП-10 брендов лечебной («активной») косметики



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: доли приведены от объемов продаж в закупочных ценах аптек с НДС.

2013 г. для аптечной косметики прошел под эгидой роста спроса на более дорогостоящие марки селективной и лечебной косметики, продажи косметики масс-маркет в аптеке впервые за последние несколько лет сократились. Отечественные бренды стали завоевывать своего потребителя, занимая все более заметные доли рынка. Стоит оговориться, однако, что это касается пока только «бюджетного» сегмента масс-маркет. Именно среди недорогой косметики заметные приросты продаж демонстрировали бренды ЛОШАДИНАЯ СИЛА, NATURA SIBERICA, КОРА и др.

В сегменте селективной косметики укреплялись позиции уже известных брендов LA ROCHE-POSAY, BIODERMA, AVENE и др., в сегменте лечебной косметики уверенно лидируют ЛОШАДИНАЯ СИЛА, СОФЬЯ и DRY DRY.

7. Импорт ГЛС

Для российских производителей выход на зарубежные рынки всегда был сопряжен со многими сложностями. Помимо других правил игры и особенностей функционирования зарубежных фармацевтических рынков есть и чисто российские регуляторные барьеры при ведении внешнеэкономической деятельности. Основным же препятствием для выхода на внешние рынки является отсутствие независимой сертификации фармпредприятий в соответствии со стандартами GMP.

Несмотря на объективные сложности экспорта российских ЛП в страны дальнего зарубежья, этот вид коммерческой деятельности постепенно набирает обороты. Характерно, что международное сотрудничество отечественных компаний основано не только на вывозе готовых ЛП, оно все чаще предполагает экспорт технологий.

Так, компания НПО «Микроген» и кубинская фармкомпания LABIOFAM договорились о сотрудничестве в разработке противоопухолевых препаратов и дальнейшем внедрении их на рынке. Куба не единственный регион потенциального сотрудничества для «Микрогена»: российский производитель иммунобиологических препаратов наладил партнерство с компаниями из Монголии и Польши. «Микроген» поставляет в эти страны в основном вакцины, анатоксины, сыворотки, бактериофаги, препараты крови, готовые лекарственные средства и иммуномодуляторы.

В основном экспортные соглашения сегодня заключаются на так называемых развивающихся рынках.

Формы экспортного сотрудничества с дальним зарубежьем у компаний различаются. Так, например, НТФ «ПОЛИСАН» пока экспортирует только готовую продукцию, «Биокад» занимается также поставками субстанций.

Компания НТФ «ПОЛИСАН» поставляет свою продукцию в такие страны дальнего зарубежья, как Монголия, Мьянма, Вьетнам, Камбоджа, Лаос, Венесуэла.

«Биокад» с 2013 года активно предлагает на зарубежных рынках субстанции онкологических биоаналогов — ритуксимаб, бевацизумаб и трастузумаб, которые будут производиться на новом заводе компании в Санкт-Петербурге. Уже заключено восемь международных договоров на поставки, в т.ч. в Марокко (также охвачены Ливия, Тунис и Алжир) и Турцию. Также несколько договоров связывают компанию со странами Юго-Восточной Азии — Филиппинами, Малайзией, Сингапуром, ведутся переговоры с партнерами во Вьетнаме. На сегодняшний день уже действуют или находятся на стадии проработки соглашения с дистрибуторами и фармпроизводителями из Бразилии, Аргентины, Мексики, Индии и Пакистана.

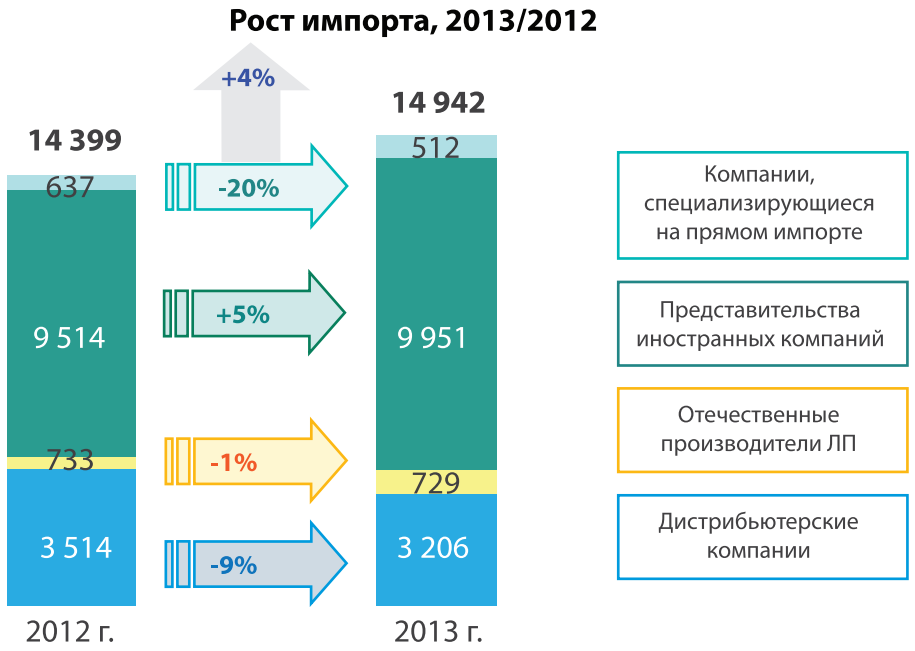
По результатам 2013 года, объем экспорта лекарственных средств из России составил $440 млн (-17% к 2012 году). Основными странами-импортерами являются страны СНГ, в первую очередь Казахстан, Украина и Узбекистан. Ведущими производителями-экспортерами по итогам 2013 года являются: Нижфарм, подразделение STADA (доля 18%), Интерлек (11%), Фармстандарт (6%).

Объем экспорта отечественных лекарств не соизмерим с объемом импорта.

На рисунке 34 представлен объем импорта ГЛС в Россию в 2013 году.

Рисунок 34

Объем импорта, млн долл.



Источник: Diamond Vision.

Объем импорта ГЛС в Россию в 2013 году составил 14,9 млрд долл. (в ценах таможенной стоимости), что на 4% выше аналогичного показателя 2012 года. При этом и в национальной валюте (в рублях) прирост показателя импорта чуть выше +6% (около 477 млрд руб.). В натуральном выражении объем завезенных лекарственных средств примерно составляет 3,4 млрд упак., относительно 2012 года показатель упал на 8%.

В таблице №17 представлены доли различных групп импортеров ГЛС в Россию (в стоимостном объеме импорта конкретной группы в 2012 и 2013 гг.).

Таблица 17

Доля различных групп импортеров ГЛС в Россию в объеме импорта ГЛС в 2012 и 2013 гг.

Рейтинг	Импортеры	Доля к объему импорта, %	
		2012 г.	2013 г.
1	Дистрибуторские компании	24,4%	22,2%
2	Представительства иностранных компаний	66,1%	69,1%
3	Компании, специализирующиеся на прямом импорте	4,4%	3,6%
4	Отечественные производители ЛП	5,1%	5,1%
Итого:		**100%**	**100%**
Объемы импорта, $ млн		14 399	14 942

Источник: Diamond Vision.

Как видно из таблицы №17, в 2013 г. более 90% от всего объема импорта ГЛС приходится на две группы импортеров — дистрибуторские компании и представительства иностранных производителей. Структура импорта по типам импортеров в 2013 году продолжает меняться в

пользу сегмента «Представительства иностранных производителей». А доля импорта дистрибуторскими компаниями, так же как и объемы, сокращается.

Максимальная доля импорта приходится на представительства иностранных производителей, их доля в общем объеме возросла почти на 3%, дистрибуторские компании же потеряли в доле 2%.

Сегмент «Компании, специализирующиеся на прямом импорте» в 2013 году показал максимальное снижение на 20% (в структуре импорта). Основным игроком в данном сегменте является компания «ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИМПОРТ, ЭКСПОРТ» — ее доля составляет 53% (по итогам 2013 года прирост был на уровне 11%). Среди компании, показывающих падение объемов завоза лекарственных средств, стоит отметить ОРФЕ, ФАРМСТОР ГРУПП, АЙТЕМС-Склады.

Главным импортером среди отечественных производителей лекарств является УФИМСКИЙ ВИТАМИННЫЙ ЗАВОД — его доля по итогам 2013 года составила 33% (компания показала динамику -20%, повлияв отрицательно на рост сегмента в целом). Производители, расположившиеся на 2–5 местах, показывают положительный прирост — ФАРМСТАНДАРТ, НИЖФАРМ, АКРИХИН, ПЕТРОВАКС — совокупно они занимают более 50% данного сегмента.

Рассмотрим лидеров в группах импортеров, занимающих верхние строчки рейтинга — дистрибуторские компании и представительства иностранных производителей.

В таблице №18 представлены ТОП-10 представительств иностранных производителей по объему импорта в 2013 году.

Таблица 18

ТОП-10 представительств иностранных производителей фпо объему импорта в 2013 году

Рейтинг	Представительство иностранных производителей	Доля в объеме импорта группы «Представительств…», %		Прирост к 2012 г., долл.
		2012 г	2013 г	
1	САНОФИ	10,6%	11,3%	17%
2	НОВАРТИС	9,7%	10,9%	12%
3	БЕРЛИН-ХЕМИ / А.МЕНАРИНИ	3,8%	5,3%	46%
4	ДЖОНСОН & ДЖОНСОН	5,8%	5,1%	-3%
5	ТЕВА	5,6%	5,0%	-1%
6	МСД ФАРМАСЬЮТИКАЛС	4,1%	4,8%	29%
7	ГЛАКСО-СМИТКЛЯЙН	4,5%	4,3%	5%
8	ЭББОТТ	6,7%	4,3%	-29%
9	БАЙЕР	7,8%	4,1%	-43%
10	ТАКЕДА	4,6%	4,0%	-4%
Итого:			**59,0%**	

Источник: Diamond Vision.

Группа «Представительства иностранных компаний» выросла в 2013 году на 5%. Продолжилась тенденция прошлых лет: производители хотят более точно контролировать поставки своих лекарств на территорию России, сами выстраивать ценовую политику согласно реалиям рынка и более оперативно реагировать на изменения рыночной конъюнктуры. Концентрация в группе импортеров «Представительства иностранных компаний» составила 59%.

Лидерами группы импортеров «Представительства иностранных компаний», как и в прошлые годы, являются САНОФИ и НОВАРТИС. Тройку лидеров замыкает представительство производителя БЕРЛИН-ХЕМИ, которое в 2013 году заняло 3 строчку, поднявшись с 11 места; прирост компании является одним из самых максимальных (+46%).

Из компаний, показавших высокий рост, стоит отметить представительства НОВОНОР-

ДИСК, ИПСЕН, ГЛЕНМАРК, ЗАМБОН. Производители также переключаются на собственные поставки.

В таблице №19 представлен ТОП-10 дистрибуторов по объему импорта ГЛС в Россию.

Таблица 19

ТОП-10 дистрибуторов по объему импорта ГЛС в Россию в 2012 и 2013 гг.

Рейтинг	Дистрибутор	Доля в объеме импорта группы «Дистрибуторские компании», %		Прирост к 2012 г.
		2012г	2013 г	
1	Р-ФАРМ	16,3%	18,5%	9%
2	ЦВ «Протек»	17,1%	16,9%	-5%
3	КАТРЕН	11,3%	12,3%	5%
4	СИА Интернейшнл	10,2%	8,0%	-21%
5	РОСТА	8,3%	7,1%	-20%
6	Oriola	4,4%	5,7%	24%
7	ЕВРОСЕРВИС	4,4%	5,4%	17%
8	Alliance Healthcare Russia	3,9%	5,0%	19%
9	ФК ПУЛЬС	2,7%	3,9%	36%
10	БИОТЭК	9,0%	3,1%	-67%
Итого:			**85,9%**	

Источник: Diamond Vision.

Доля десяти крупнейших дистрибуторов-импортеров от всего объема импорта группы «Дистрибуторские компании» в 2013 году сократилась на 2% и составила около 86%. Как видно из таблицы №19 крупнейшими дистрибуторами по объему импорта в группе «Дистрибуторские компании» в 2013 году являются три компании: Р-ФАРМ, ПРОТЕК, КАТРЕН. При этом Р-ФАРМ впервые стал лидером рейтинга дистрибуторов-импортеров. Совокупно доля тройки ведущих поставщиков лекарств составляет 48%.

Отражая динамику работы дистрибутора БИОТЭК на фармацевтическом рынке России, упал объем импортируемых лекарств этой компании почти в 3 раза. В результате компания заняла только 10 место среди дистрибуторов-импортеров. Максимальный рост в отчетном году продемонстрировала компания ПУЛЬС, увеличив импорт на 36%.

В таблице №20 представлен ТОП-20 фирм-производителей по объему импорта ГЛС в Россию всеми группами импортеров.

Таблица 20

ТОП-20 фирм-производителей ГЛС по объему импорта ГЛС в Россию всеми группами импортеров в 2012 и 2013 гг.

Рейтинг		Фирма-производитель	Доля стоимостного объема импорта, $, %	
2012 г.	2013 г.		2012 г	2013 г.
1	1	SANOFI	6,7%	7,3%
2	2	NOVARTIS	5,9%	6,4%
3	3	F.HOFFMANN-LA ROCHE	5,2%	4,8%
7	4	MERCK	3,8%	4,4%
9	5	BERLIN-CHEMIE	3,2%	4,1%
5	6	ABBOTT	4,0%	3,7%
4	7	TEVA	4,6%	3,2%
8	8	TAKEDA	3,4%	3,1%
11	9	GEDEON RICHTER	2,8%	3,0%
14	10	JOHNSON & JOHNSON	2,5%	2,9%
13	11	GLAXOSMITHKLINE	2,5%	2,9%
10	12	PFIZER	2,9%	2,5%
6	13	BAYER	3,9%	2,5%
12	14	BOEHRINGER INGELHEIM	2,5%	2,5%
16	15	ASTELLAS PHARMA	1,7%	2,3%
15	16	ASTRAZENECA	2,3%	2,0%
17	17	KRKA	1,7%	1,8%
18	18	DR.REDDY'S LABORATORIES	1,5%	1,8%
22	19	NOVO NORDISK	1,0%	1,4%
20	20	EGIS	1,2%	1,2%
Итого:				**63,8%**

Источник: Diamond Vision.

Доля 20 крупнейших производителей ГЛС по объему импорта в Россию в 2013 г. составила 64%. Крупнейшими производителями по объему импорта ГЛС в Россию в 2013 году являются SANOFI, NOVARTIS и F.HOFFMANN-LA ROCHE.

8. Аптечные сети

2013 год для аптечной розницы отметился яркими сделками по слиянию и поглощению, причем участниками сделок являлись ведущие игроки на аптечном рынке. Такой активности на рынке не наблюдалось уже давно. В результате проведенных сделок изменилась расстановка сил в аптечном ритейле.

Аптечная сеть «Доктор Столетов» заключила договор об оказании услуг управления с аптечной сетью «Озерки», согласно которому «Доктор Столетов» берет на себя принятие решений по всем управленческим и экономическим вопросам, возникающим в ходе деятельности «Озерков». Соглашение предусматривает опцион на выкуп 100% в «Озерках», который может быть реализован в течение года. Сумма сделки оценивается в 3 млрд руб. «Озерки» — это аптечный дискаунтер в Санкт-Петербурге, включает в себя 28 аптек, и при этом входит в ТОП-20 аптечных сетей России по обороту. Объединенная сеть «Доктора Столетова» и «Озерков» с показателем 17,2 млрд руб. по итогам 2013 вошла в тройку лидеров с долей 2,2%.

Лидером по числу приобретенных активов в 2013 году является A.V.E.Group. В Московском регионе в состав сети вошли сети «120 на 80» (9 аптек), «Соцстор» (5 точек), «Плениа» (5 точек), Феола» (28 аптек с месячным оборотом 90 млн руб.). «Соцстор» и «Феола» продолжат свою работу под брендом «Горздрав», «Плениа» же переформатируется в «Аптека-А.в.е». 2013 год для A.V.E.Group закончился слиянием с одной из ведущих сетей России «Аптечная сеть 36,6». Условием сделки стал полный переход «36,6» под управление A.V.E.Group. Слияние планируется завершить в середине 2014 года. Объединенная сеть по итогам 2013 года заняла бы долю 3% и стала бы лидером рынка.

Сеть «Здоровые люди» купила казанского игрока «Фарм-Сервис», который включает в себя 11 аптек. В результате сделки количество точек в регионе у «Здоровых людей» увеличилось до 34. На бывших площадях «Фарм-Сервиса» ритейлер будет развивать сеть под брендом «Здоровые люди» и фарм-дискаунтеры «Народная аптека». Одну аптеку «Фарм-Сервиса» переформатировали в салон оптики «Здоровый Взгляд».

Активность на рынке M&A продемонстрировал и инвестиционный фонд Adva Capital, учредителями которого несколько лет назад выступили бывшие владельцы фармдистрибутора «Морон» и аптечной сети «Старый Лекарь». Первой сделкой этого инвестора на рынке сетевого фармритейла стало приобретение 50% самарской аптечной сети «Вита», одного из крупнейших игроков Поволжья. Фонд планирует купить еще ряд аптечных сетей в субъектах РФ с целью их объединения в одного крупного игрока розничного рынка.

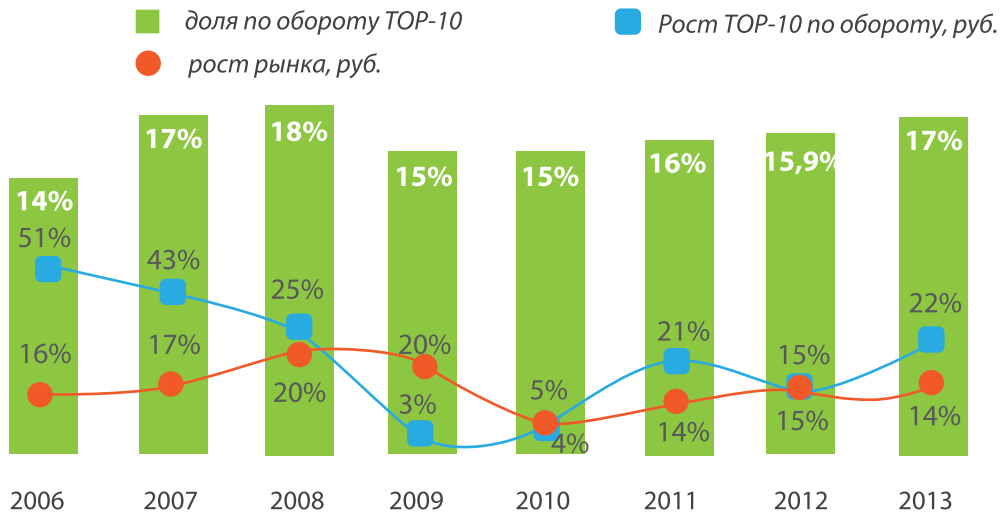
Уже в начале 2014 года аптечная сеть «Радуга» объявила о начале переговоров о слиянии с «Первой помощью». Объединение сетей пройдет на базе «Росты», дистрибутора, владеющего сетью «Радуга».

Если говорить о тенденциях аптечной розницы, то стоит отметить, что аптечные сети развиваются сейчас в двух форматах: формат аптек открытой формы торговли и формат дискаунтера. Практически каждая из сетей ТОП-20 имеет в своем составе два бренда под каждый формат. Это тенденция сохраняется уже на протяжении последних лет. Так, отметим, что компания А5 активно переводила аптечные точки сети «Мособлфармация», под формат дискаунтера «Норма».

Суммарно ТОП-10 сетей выросли в 2013 году на 22% к аналогичному периоду 2012 года. Доля ТОП-10 составила 17%, при этом концентрация все еще ниже докризисного уровня.

Рисунок 35

Концентрация ТОП-10 аптечных сетей

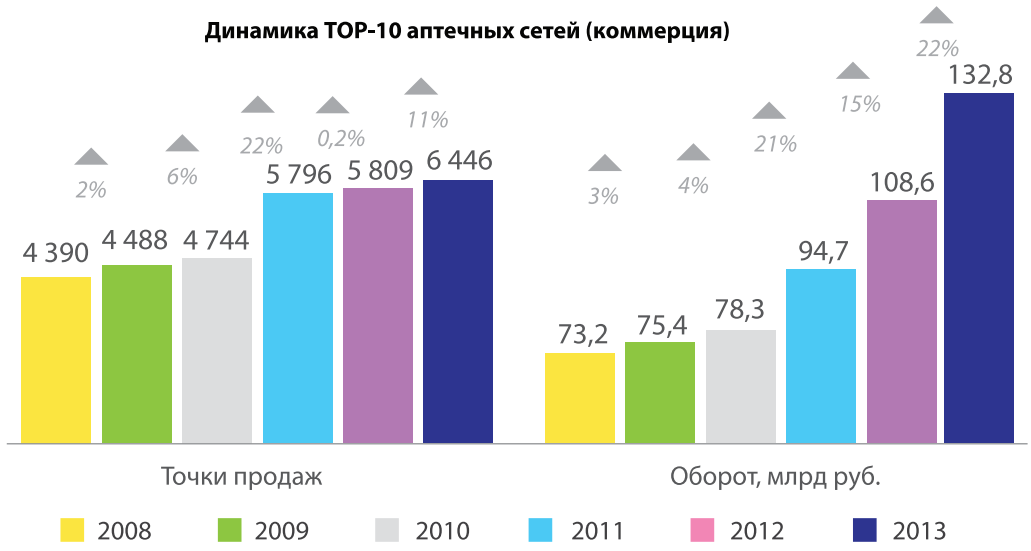


Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

На рисунке 36 представлены рост оборота и количества точек ТОП-10 аптечных сетей в 2008–2013 годах. В 2013 году наблюдается существенный прирост по показателю количества точек, так как сети начали активно расти за счет открытия новых точек — 11%. Лидерами по увеличению количественного состава сети органическим способом являются Ригла, Имплозия, Фармаимпекс.

Рисунок 36

Динамика роста оборота и количества точек ТОП-10 аптечных сетей



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Лидером рынка по итогам 2013 года осталась аптечная сеть «Ригла». В отчетном году компания выбрала стратегию органического роста, за счет которой сеть выросла на 187 аптек. В сети на сегодняшний момент 306 аптек работают в формате дискаунтера «Будь здоров!». В 2013 году сеть запустила программу франчайзинга. Пока действует пилотный проект на два региона Москва и Московская область. В случае успеха проекта он будет распространен и на другие регионы страны. По франшизе партнерам предлагается оба розничных бренда сети.

На втором месте по итогам 2013 года расположилась объединенная компания «Доктор Столетов & Озерки». Объединение компаний дало существенное изменение положения

«Доктор Столетов» в рейтинге (заметим, что в 2012 году компания была только на 13 месте). Оборот 28 аптек «Озерков» в 2013 году составил свыше 11 млрд руб. В 2014 году управляющая компания планирует развивать дискаунтер-формат «Озерков» в регионах присутствия «Доктор Столетов».

Замыкает тройку лидеров аптечная сеть Имплозия, количество точек которой в 2013 году превысило 1000.

В 2013 году рейтинг аптечных сетей (ТОП-20) довольно динамичен: произошли изменения в тройке лидеров; многие сети существенно продвинулись по рейтингу вверх (например, A.V.E.Group — 7 место (+13 мест к рейтингу 2012 года), Опека — 9 место (+6 мест)); вырос количественный состав ТОП-20. Также заметим, что высокая активность наблюдается в локальных и региональных сетях:

«Фармаимпекс» расширил географию своего присутствия до 17 регионов, выйдя в 2013 году в Белгородскую область, Республику Чувашия и Краснодарский край.

Один из высоких показателей открытия аптек у сети «Мелодия здоровья» за год 140 точек, при этом сеть имеет наибольшую географическую представленность в 51 субъекте РФ.

Один из высоких показателей по приросту (+38%) продемонстрировала сет «Ладушка» (нижегородский дискаунтер) — такой показатель позволил компании занять место в ТОП-20.

В таблице 21 приведем рейтинг аптечных сетей в коммерческом секторе с количественными и стоимостными показателями развития в 2013 г.

Таблица 21

Рейтинг сетей по обороту в 2013 г.на аптечном коммерческом рынке

Рейтинг	Аптечные сети	Объем, млрд руб.	Доля на коммерческом сегменте, 2013 г.	Прирост оборота по сравнению с 2012 г.	Количество точек продаж
1	Ригла	22,4	2,9%	29%	992
2	Доктор Столетов	17,2	2,2%	12%	414
3	Имплозия	16,9	2,2%	29%	1050
4	А5	15,6	2,0%	33%	1052
5	Аптечная сеть 36,6	13,3	1,7%	-20%	639
6	Фармаимпекс	11,4	1,5%	30%	496
7	A.V.E. group	9,8	1,3%	211%	264
8	Радуга	9,5	1,2%	15%	567
9	Опека	9,0	1,2%	77%	506
10	Вита	7,7	1,0%	24%	466
11	Классика	7,4	1,0%	18%	164
12	Oriola	6,3	0,8%	0%	233
13	Фармакор	6,3	0,8%	-30%	394
14	Фармленд	6,3	0,8%	5%	297
15	Самсон-Фарма	5,9	0,8%	7%	28
16	Ладушка	5,8	0,7%	38%	200
17	Первая помощь	5,4	0,7%	15%	196
18	Мелодия здоровья	5,2	0,7%	21%	450
19	Невис	4,8	0,6%	23%	251
20	Здоровые люди	4,4	0,6%	5%	213

Источник: оценки DSM Group. ISO 9001:2008, собственные данные аптечных сетей.

В 2014 году процессы слияния, поглощения, создания стратегических альянсов в аптечном ритейле, скорее всего, будут продолжаться. Розница показывает низкую рентабельность, соответственно, для наращивания прибыли аптечные сети будут использовать путь укрупнения. Также по итогам года мы прогнозируем существенное изменение в рейтинге сетей, которое коснется лидеров, кроме того, возможно вхождение в рейтинг региональных игроков.

9. Дистрибуторский сектор фармацевтического рынка

Дистрибуторский сегмент фармацевтического рынка России — один из наиболее стабильных в товаропроводящей цепочке. Каких-либо значимых внешних событий, которые повлияли бы на расстановку сил среди компаний, в 2013 году не произошло.

Дистрибуторы продолжают работать по заданному вектору — диверсификация бизнеса. Практически все национальные дистрибуторы имеют в рамках управляющей структуры подчиненную аптечную сеть (Протек, Катрен, Роста, Oriola и т.д.). Второе направление, которое активно развивается — это собственное производство (Протек, Р-Фарм, СИА и т.д.). Отметим новые проекты дистрибуторов или их управляющих компаний:

• В 2013 году входящее в состав группы «РОСТА» ЗАО «Радуга Продакшн» ввело в эксплуатацию новый завод по производству фармацевтической продукции, построенный по международному стандарту качества GMP. В мае 2013 года на производственных линиях начат выпуск продукции компании Roche, а так же запланировано производство препаратов компании Actavis. В дальнейшем фармпредприятие будет производить препараты для лечения сердечно-сосудистых, эндокринных и других заболеваний, а так же аналоги биофармацевтических лекарственных средств — биосимиляры. Общий объем инвестиций в строительство завода составил 40 млн евро, мощность предприятия: 1,2 млрд таблеток и капсул в год.

• В начале 2014 года входящая в фармацевтическую группу «РОСТА» аптечная сеть «Радуга» и ЗАО «Первая помощь» объявили о начале процесса интеграции, который должен завершится к концу года.

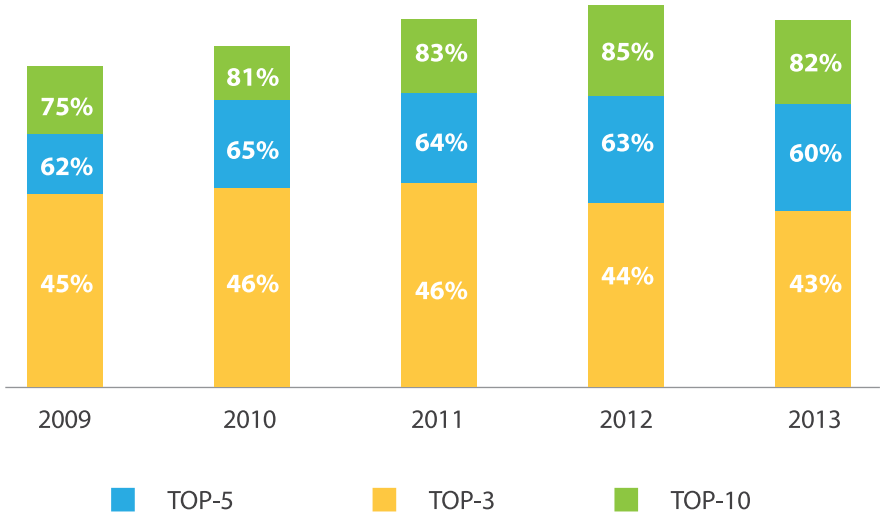
• Люксембургская Haden SA, купившая в прошлом году сеть аптек «Доктор Столетов», стала владельцем 30% крупнейшего боснийского производителя лекарств Bosnalijek. Как и в случае с «Доктором Столетовым», приобретение могло осуществляться в интересах петербургского дистрибутора лекарств «Империя-фарма», у которого прежде не было производственной площадки. Bosnalijek является крупнейшим производителем лекарств в Боснии и Герцеговине. Портфель компании состоит из 154 препаратов (в основном дженерики). На Россию, по данным компании «Империя-фарма», приходится примерно 35% всех ее продаж.

• Холдинг «ФармЭко», включающий в себя дистрибутора «Ирвин 2», который в основном участвует в госзаказах, в 2013 году приобрел завод «ЗиО-Здоровье». На момент сделки компания уже владела двумя дейсвующими фармпредприятиями «Добролек» и «Фарма Лайф». Сумма сделки оценивается в 50 млн долларов.

Концентрация дистрибуторов в 2013 году несколько снизилась. В 2013 году доля ТОП-10 дистрибуторов составила около 82%. При этом продолжается снижение доли ТОП-3 дистрибуторов с 44% до 43% (за три года доля тройки лидеров сократилась на 3%). Падение совокупной доли тройки дилеров обеспечено снижением оборота СИА.

Рисунок 37

Концентрация в дистрибуторском сегменте



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Несмотря на стабильные внешние факторы, внутренние факторы работы дистрибуторов сильно сказались на результатах работы компаний и на их доле и месте в рейтингах.

В очередной раз мы наблюдаем «передел» рынка и смену лидера. Но если раньше за это место боролись только две компании Протек и СИА, то в 2013 году на первое место по обороту вышел дистрибутор Катрен. Компания в последние годы росла существенно выше своих конкурентов. 2013 год не стал исключением — прирост в 23% к обороту 2012 года позволил компании занять лидирующую строчку, и опередить Протек на 0,5% по доле. Катрен в отчетном году «завоевал» рынок в Центральном федеральном округе, навязав конкурентам «ценовую войну». Катрен — единственный дистрибутор, который строит свой бизнес не только на территории России, но и также в странах СНГ (в настоящий момент компания представлена в Украине, Казахстане и Белоруссии).

Дистрибутор Протек занял второе место (разрыв с Катреном 4 млрд руб.). Темпы роста компании замедлились, так как увеличилась конкуренция со стороны дистрибуторов, расположенных в рейтинге на 5–10 местах. Также более высокими темпами растут дистрибуторы, не попадающие в ТОП-10.

ТОП-3 в 2013 году замыкает дистрибутор РОСТА. Компания росла темпами соизмеримыми с ростом рынка, что позволило компании занять11% на фармацевтическом рынке России.

Продажи дистрибутора СИА (лидер по итогам 2011 года) падают второй год подряд. В 2013 году объем сократился на 6%, доля за 2 года упала с 21% до 10%. Падение продаж обусловлено оптимизацией бизнес-процессов: отказа от невыгодных торговых операций, введения понятия «минимального заказа» для аптек и т.п., с тем чтобы увеличить прибыльность компании (прибыль по итогам 2013 года выросла).

Положительная динамика выручки компании ОРИОЛА (+8%) не соответствует плановым показателям, и сам дистрибутор считает 2013 год для себя «очень непростым». При этом убытки компании увеличились в разы — основная проблема связана с неудачным внедрением новой системы управления складом в начале 2013 года. Основные перспективы развития дистрибутор видит в запуске нового склада, который строит для ОРИОЛА компания Radius Group. В полном объеме склад заработает к концу I квартала 2015 г. Также основным направлением увеличения продаж является госпитальный сегмент, доля которого в дистрибуторе пока занимает около 10%.

Высокими темпами растут дистрибуторы «узкой» специализации: Р-Фарм и БСС, основным направлением которых является государственный сегмент лекарств.

На показатели компании Биотэк в 2013 году оказали влияние результаты работы в программе льготного лекарственного обеспечения. Биотэк являлся одним из основных постав-

щиков по подпрограмме «Семь нозологий». Но из-за разрыва отношений с производителем TEVA дистрибутор лишился нескольких препаратов системы льготного обеспечения и не смог обеспечить себе сопоставимые с 2012 годом объемы поставок. В результате по итогам 2013 года компания осталась за чертой ТОП-10 дистрибуторов.

Таблица 22

ТОП-10 дистрибуторов на фармацевтическом рынке ГЛС

Рейтинг 2013 г.	Дистрибутор	Объем, млрд руб.	Доля	Прирост стоимостного объема
1	Катрен	137,1	16,2%	22,6%
2	Протек	133,2	15,7%	8,4%
3	РОСТА	93,8	11,1%	14,3%
4	СИА	83,7	9,9%	-6,9%
5	Р-Фарм	62,6	7,4%	26,9%
6	Alliance Healthcare	61,6	7,3%	5,3%
7	Пульс	49,5	5,8%	38,8%
8	Oriola	40,5	4,8%	8,2%
9	БСС	21,2	2,5%	35,2%
10	Империя-фарма	14,1	1,7%	-13,9%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2008, собственные данные компаний, экспертные данные агентства.
Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

В 2014 году на работу фармдистрибуторов будут влиять несколько факторов. Основной из них — это ожидание кризиса и рост курсов валют по отношению к рублю. Фармрынок России импортоориентирован — 80% объема приходится на иностранных производителей, которые с ростом курса доллара и евро, так же начинают поднимать свои отпускные цены. Влияние данного фактора будет ощутимо как для оптового, так и для розничного звена, по нашим прогнозам, со второго полугодия 2014 года.

С 1 января 2014 года вступил в силу федеральный закон о контрактной системе. Его действие также может сказаться на расстановке сил в сегменте тендерных закупок (программа льготного обеспечения и закупка лекарств госпитальными учреждениями).

10. Производство

Одна из ключевых тем, волновавших в 2013 г. всех без исключения производителей отечественной фармотрасли — переход на стандарты GMP. История вопроса внушительна. Впервые о необходимости ввести на российских предприятиях мировые производственные стандарты заговорили в 1997 г., однако в виду сопротивления рынка попытки сделать GMP обязательной практикой не имели успеха. Вторая волна стремлений внедрить GMP на российских предприятиях началась в 2010 г. с принятия закона «Об обращении лекарственных средств», который установил срок введения GMP с 1 января 2014 г. Но и вторая попытка имела все шансы провалиться — процесс подготовки необходимых подзаконных актов затянулся, основной документ «Правила организации производства и контроля качества лекарственных средств» постоянно дорабатывался. «Правила» были утверждены только летом 2013 г. В декабре стало известно, что главным контрольным органом процесса перехода на GMP был назначен ФБУ «Государственный институт кровезаменителей и медицинских препаратов». Минпромторг обязал все предприятия страны для получения подтверждения соответствия правилам GMP представлять в числе прочих документов результаты экспертизы упомянутого выше учреждения. В результате были определены следующие сроки перехода на GMP: к 1 июля 2015 г. предприятия должны провести валидацию и привести в соответствие с требованиями часть производственных помещений, до 1 января 2016 г. переход на GMP должен быть полностью завершен. Контроль за переходом будут осуществлять уполномоченные лица, которым разрешено пройти аттестацию до 1 января 2015 г.

Еще одной глобальной темой для фармпроизводителей, работающих на российском рынке, является определение статуса локального производителя. Наличие этого статуса дает компании определенные преференции в госзакупках лекарств. Минэкономразвития представил на общественное обсуждение проект приказа о преференциях при госзкупках для ряда товаров, произведенных в рамках Таможенного союза. Согласно проекту приказа, участники торгов, предлагающие для госзакупок товары (в частности лекарства) российского, белорусского и казахстанского происхождения, получат 15%-ные преференции в отношении цены контракта. Приказ не предусматривает нового статуса локального производителя, а значит в ближайшие два года (именно на такой срок рассчитано действие приказа) существенных изменений в этом вопросе не предвидится.

Ранее предполагалось, что Минпромторг установит три критерия, по которым препарат, произведенный в России с использованием иностранных компонентов, мог бы относится к отечественным. Таковым могло бы считаться лекарственное средство, выпуск которого на территории нашей страны начинался с производства субстанции и/или хотя бы лекарственной формы. Минэкономразвития предпочло оставить ситуацию без изменений: 15%-я преференция вне зависимости от того, упаковывается препарат в России и странах Таможенного союза или производится по полному циклу.

Минувший год оказался весьма плодотворным на сделки M&A в области отечественного фармпроизводства. Это касается и количественной (число сделок с непосредственным участием российских компаний было рекордным за последние несколько лет) и качественной составляющей (суммы, фигурирующие в сделках, также были существенными).

Компания «Фармстандарт» в июле 2013 года заявила о намерениях реорганизовать компанию, выделив из нее бизнес безрецептурных брендированных препаратов. Одновременно с этим фармпроизводитель объявил о планах купить за $630 млн неведомый рынку сингапурский актив Bever Pharmaceutical. Долгое время подробности грядущих сделок не сообщались, однако, в августе 2013 года сделка по приобретению сингапурской компании состоялась (стоимость Bever была снижена до $590 млн). В сентябре акционеры «Фармстандарта» одобрили выделение бизнеса по производству брендированных безрецептурных препаратов в ОАО «Отисифарм», которому передаются права на 27 безрецептурных брендов «Фармстандарта». В конце 2013 г. «Фармстандарт» зарегистрировал выделяемую структуру. Старт работы компании был намечен на весну 2014 г. В течение 2014 года лицензии и контракты «Фармстандарта» будут переданы «Отисифарм», после чего компания начнет полноценную работу.

В 2013 г. рынок внимательно следил также и за другой компанией — производителем вакцин ООО «НПО «Петровакс Фарм». За этот актив развернулась борьба между Фармстандартом и Abbott. Компания Abbott не смогла получить одобрение сделки ФАС, поскольку «Петро-

вакс Фарм», производя вакцины, относится к объектам стратегического значения. Что касается Фармстандарта, то стороны так и не смогли договориться. В результате поздней осенью «Интеррос» выкупил долю Европейского банка реконструкции и развития и основателей компании «Петровакс Фарм».

Также заметной новостью можно назвать смену собственника ЗАО «Фармацевтическое Предприятие «Оболенское». В сентябре 2013 г. 80,55% акций компании были куплены кипрской компанией Alvansa Limited, выступившей в роли посредника. Реальными покупателями являются ОАО «Газпромбанк» и UFG Private Equity.

Аптечная сетья «36,6» продала 52% акций компании «Верофарм». Покупателем стало ООО «ГарденХиллс», сумма сделки оценивается в 5 млн руб.

Канадская Valeant Pharmaceuticals совершила за год вторую покупку в России, став собственником 100% производителя биологически активных добавок «Экомир Фарма». В 2012–2013 гг. Valeant купила за $117 млн у группы «Ренова» компанию «Натур Продукт». Сделка по покупке «Экомир Фарма» оценивается в $20 млн.

Из иностранных сделок стоит отметить приобретение компанией Bayer 100% акций Steigerwald Arzneimittelwerk GmbH, частной фармкомпании, специализирующейся на производстве препаратов из лекарственных трав.

STADA Arzneimittel AG объявила о покупке компании Thornton & Ross, Ltd., британского производителя безрецептурных лекарственных средств. Сумма сделки составила 221 млн фунтов стерлингов (около 259 млн евро). Покупка осуществлена за счет собственных денежных средств.

Довольно активно в 2013 г. анонсировались проекты по созданию новых производственных площадок на территории нашей страны. Ниже приведены данные об основных из озвученных в прессе проектах.

Таблица 23

Ключевые проекты по организации новых производств на фармацевтическом рынке России в 2013 г.

Компания-инициатор	Регион	Сумма	Начало	Окончание	Мощность
Фармсинтез	–	90 млн руб.	2014	2017–2018	2 млн капсул или 15 млн таблеток в год
Bionorica	Воронежская область	–	2014	–	Первый этап производства предполагает создание линии упаковки препаратов. В перспективе компания заинтересована в запуске полного цикла производства.
Новамедика	Калужская область	–	2014–2015	–	около 200 млн таблеток (20 млн упаковок) и примерно 5 млн ампул в год
Фармасинтез	Иркутская область	300 млн руб.	2013	–	–
Эвалар	Алтайский край		2013	2017	6 млрд таблеток и капсул в год
Cadila Pharmaceuticals	Астраханская область	$150 млн	2014	–	–
Cadila Pharmaceuticals	Ярославская область	15 млн долл.	2014	2017	–
Герофарм	Санкт-Петербург	1,5 млрд рублей	2014	2016	5 тыс. кг. субстанций, 500 млн шт. твердых лекарственных форм, 10 млн шт. преднаполненных шприцев в год

Рейтинг производителей лекарств в России на 95% представлен импортными производителями. Доля лекарств импортного производства в целом на рынке составляет 75,2% в деньгах и 43% в упаковках. Как уже отмечалось выше, рост лекарственного сегмента в целом

составил 13%, при этом в упаковках наблюдается сокращение рынка на 1%. Такой низкий рост в натуральном выражении обеспечен отрицательным приростом продаж упаковок лекарств отечественного производства (падение составляет -3%), тогда как продажи импортных лекарств выросли в упаковках на 1%.

Рейтинг ТОП-20 производителей довольно стабилен, перемещения по рейтингу наблюдаются в пределах 1–2 позиций. Совокупно доля ТОП-20 производителей в 2013 году составила 53,6%.

Тройка лидеров в 2013 году не поменялась по сравнению с 2012 годом. Верхнюю позицию занимает корпорация NOVARTIS — в 2013 году доля сегментов, финансируемых государством, заметно снизилась, объем продаж упал более чем на 15%. При этом высокие продажи в розничном сегменте (доля в общем обороте свыше 80%) позволили компании удержать первую строчку, и в целом объем продаж производителя вырос на 6,3%.

Второе место у компании SANOFI. На государственные закупки у производителя приходится порядка 30% продаж, объем продаж компании также увеличился в 2013 году относительно 2012 года.

Отечественный производитель ФАРМСТАНДАРТ занимает третью строчку. Его продажи выросли по сравнению с предыдущим годом на 17,1%. Это произошло в первую очередь за счет роста продаж препаратов компании в аптеках (объем аптечной реализации ГЛС компании за год вырос более чем на 15%).

Таблица 24

ТОП-20 фирм-производителей по объему продаж на фармацевтическом рынке России в 2013 г.

Рейтинг 2013г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостный объем, млн руб. 2013 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	NOVARTIS	46 184,6	6,7%	5,4%
2	-	SANOFI-AVENTIS	45 131,5	15,7%	5,2%
3	-	ФАРМСТАНДАРТ ОАО	32 002,8	17,1%	3,7%
4	-	BAYER	28 899,6	13,5%	3,4%
5	2	TEVA PHARMACEUTICAL INDUSTRIES LTD	27 456,9	21,8%	3,2%
6	-1	TAKEDA	27 225,3	13,2%	3,2%
7	-1	F.HOFFMANN-LA ROCHE LTD	27 186,0	15,6%	3,2%
8	-	ABBOTT GMBH & CO.KG	24 476,0	16,1%	2,8%
9	5	JOHNSON & JOHNSON	21 959,0	39,8%	2,6%
10	-1	A.MENARINI PHARMACEUTICAL INDUSTRY'S GROUP LTD	21 283,3	4,3%	2,5%
11	-1	MERCK	21 007,6	18,6%	2,4%
12	-1	GLAXOSMITHKLINE	18 235,6	3,8%	2,1%
13	-1	PFIZER	17 502,2	1,0%	2,0%
14	-1	GEDEON RICHTER	16 717,6	-1,2%	1,9%
15	-	SERVIER	16 446,2	7,8%	1,9%
16	-	BOEHRINGER INGELHEIM	15 092,7	15,6%	1,8%
17	-	KRKA	14 310,3	11,6%	1,7%
18	-	STADA ARZNEIMITTEL AG	14 283,2	12,0%	1,7%
19	1	ASTELLAS PHARMA INC	13 013,1	20,5%	1,5%
20	-1	ASTRAZENECA UK LTD	12 466,9	13,1%	1,4%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.
Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах потребления с НДС.

Фирмы-производители, представленные в рейтинге, основной объем продаж делают за счет коммерческого сегмента — в целом доля сегмента составляет 69,5%. Из компаний, продажи которых более чем на 70% сосредоточены в госзакупках, можно отметить только F.HOFFMANN-LA ROCHE (85%).

Максимальный прирост демонстрируют компании JOHNSON & JOHNSON (+40%), TEVA (+22%) и ASTELLAS PHARMA (20,5%). Компания JOHNSON & JOHNSON увеличила свои продажи за счет госпитального и аптечного сегментов. Это позволило компании подняться на 5 строчек вверх и занять 9 позицию (максимальное изменение в рейтинге). TEVA показала такой значительный прирост за счет сегмента ДЛО, продажи в котором выросли на 63%.