

www.dsm.ru

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК РОССИИ 2022



Вступительное слово



*Сергей Шуляк
Генеральный директор DSM GROUP*

Уважаемые коллеги!

Когда вокруг столько дел и событий, не хочется тратить ваше деловое время на чтение предисловия, лучше потратьте его на сам годовой отчет.

Всё, что происходит, лаконично описано нашим известным политиком Виктором Черномырдиным:

«НИКОГДА ТАКОГО НЕ БЫЛО,
И ВОТ ОПЯТЬ!»

Это наш Фармацевтический рынок, и мы будем на нем работать. Сильные станут сильнее, пусть каждый будет сильным!

С пожеланиями успеха и процветания с улицы Правда!

Содержание

Резюме	3
1. Объем фармацевтического рынка России	6
2. Коммерческий сегмент ЛП	14
3. Льготное лекарственное обеспечение	39
4. Объем закупок лекарств ЛПУ	57
5. Биологически активные добавки	73
6. Косметика (аптечные продажи)	88
7. Аптечные сети	100
8. Дистрибуторский сектор фармацевтического рынка	110
9. Производство лекарственных средств	117

DSM Group

Генеральный директор
Сергей Шуляк

**Директор отдела
стратегических исследований**
Юлия Нечаева

Аналитик
Ирина Шаралова

PR-директор
Жаля Гаджиева

Аналитический отчет
Фармацевтический рынок РОССИИ
Итоги 2022 г.

Адрес:
125124, Москва, улица Правды, д. 8, корп. 7

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

www.dsm.ru
www.dsmgifts.ru

Резюме

На фоне политических событий 2022 года на второй план отошли события и мероприятия, связанные с распространением коронавирусной инфекции. А ведь только с 1 июля 2022 года Роспотребнадзор отменил все антиковидные ограничения. Маски, социальная дистанция и перчатки стали больше не нужны. И хотя вирус продолжает эволюционировать, появляются новые штаммы, они уже имеют не столь активное распространение, и уровень заболеваемости остается на низком уровне. Например, в январе 2023 года количество официально инфицированных Covid-19 в России было минимально с июля 2022 года, а относительно января 2022 года снизилось в 10 раз.

Ровно три года (первые случаи заражения Covid-19 в России были выявлены 31 января 2020 года) мы живем в условиях пандемии. За это время в мире, по данным Института Джона Хопкинса, зарегистрировали более 670 млн заболевших Covid-19, вирус унес почти 7 млн жизней. Пока ВОЗ оставила за ковидом статус пандемии, а это значит, что заболеваемость по-прежнему охватывает более половины стран в мире.

За это время усилия производителей были сосредоточены на разработке антиковидных вакцин, препаратов для лечения заболевания, а сейчас для борьбы с его последствиями. И, наверно, хорошо, что наша отрасль имеет социальную направленность, так как санкционные меры, связанные с политическими событиями, напрямую не отразились на лекарственном обеспечении населения, а носили косвенный характер.

Основная задача, которую пришлось решать участникам рынка, была логистическая. За-

прет на авиасообщение между Россией, ЕС и США, отказ бронирования морских контейнерных линий, запрет доступа российских и белорусских автоперевозчиков в ЕС привели к тому, что производителям пришлось искать не только альтернативные пути поставки лекарств и субстанций в Россию, но и менять поставщиков необходимых составляющих для производства лекарственных препаратов. Проблемы с зависимостью от импорта возникли в неожиданных местах: так, сообщалось о нехватке картона для упаковок, флаконов, крышек, о перебоях в поставках носителей и колонок для хроматографии, которые необходимы для анализа лекарств. Все эти проблемы решались ввозом аналогичных продуктов из Китая и других стран, которые не наложили санкции на Россию. Но в результате это могло приводить к повышению цен, а в некоторых случаях требовало проведения дополнительных исследований, чтобы доказать, что лекарственный продукт аналогичен старому, и соответственно были необходимы изменения в регистрационном удостоверении.

Важной проблемой являлось отсутствие в России стандартных образцов для большинства препаратов, оригиналы которых разработаны в США и ЕС: они необходимы для проверки каждой партии воспроизведенного лекарства и раньше закупались за рубежом. Для разрешения данной проблемы была принята и профинансирована специальная программа по созданию банка стандартных образцов (первый этап - 300 млн рублей). К декабрю 2022 года российские компании создали уже примерно 150 стандартных образцов для российской фармпромышленности. К лету 2023 года планируется увеличить их число вдвое – до 300. В целом для произ-

водства препаратов из Перечня ЖНВЛП необходимо 3 000 образцов.

В целом, фармотрасль не осталась без поддержки государства. В оперативном режиме был принят ряд законов и постановлений, которые были призваны не допустить возможной дефектуры лекарственных препаратов из-за введения экономических санкций.

Объем фармацевтического рынка России в 2022 году составил 2 573 млрд руб. (без учёта вакцин против Covid-19), что на 11,9% выше, чем показатель 2021 года. Объем продаж лекарств в натуральном выражении упал на 6% и составил 5,2 млрд упаковок. Второй год подряд рынок растет двузначными темпами. Но если до этого драйвером роста были государственные закупки лекарств, то в 2022 году сильнее росли аптечные продажи.

В долларах и евро в 2021 году рынок показал высокую положительную динамику. В долларовом выражении в 2022 году объём составил 37,8 млрд долл., что на 21% выше, чем за год до этого. В евро динамика рынка заметно выше +37%, и общий объём превысил 36 млрд евро.

Доля лекарств импортного производства в целом на рынке по итогам 2022 года составила 55,5% в рублях и 32,3% в упаковках. Совокупно доля ТОП-20 производителей в 2022 году составила 46,8%. Лидирующие позиции по итогам 2022 года по-прежнему занимают иностранные компании Bayer, Novartis и Sanofi. Но в рейтинге шесть российских компаний, тогда как в прошлом году было только четыре.

Государственный сектор занимает 40% объёма рынка лекарств. В 2022 году этот показатель снизился на 2 процентных пункта.

Сильнее всего в 2022 году выросли закупки лекарственных препаратов по программам для региональных льготников (РЛО) на 28%. Драйвером роста стали орфанные препараты, на них пришлось 64 млрд руб. из общего объема в 183 млрд руб. Часть закупки таких препаратов переходит в региональную льготу за счет снижения федеральных бюджетов. Объём федеральной льготы был выше на 9%, чем годом ранее. Закупки больниц выросли всего на 1%. Снижение уровня заболеваемости коронавирусной инфекцией привело к уменьшению тендеров на препараты, рекомендованные для лечения Covid-19.

В стоимостном выражении реализация лекарств в аптеках выросла на 15% относительно прошлого года. Динамика в коммерческом сегменте в 2022 году имела различные факторы для роста. В январе-феврале – это Covid-19, в марте – «ажиотажный спрос» преимущественно на дорогостоящие импортные лекарства для системного использования, в апреле-мае – последствия высокой инфляции в марте, в ноябре-декабре – повышенный уровень заболеваемости гриппом и ОРВИ. По результатам 2022 года ёмкость коммерческого рынка лекарственных препаратов составила порядка 4,5 млрд упаковок или 1 350 млрд рублей.

Аптечные продажи парафармацевтического ассортимента увеличились на 12,6% и составили 327 млрд руб. Все группы (за исключением репеллентных средств) показали положительную динамику в рублях. Сильнее всего росли средства гигиены, изделия медицинского назначения и биологически активные добавки (выше 20%).

По данным на начало 2023 года в России работало 70,4 тыс. аптек, почти на 4 тыс. больше, чем было в начале 2022 года. Аптечный

сегмент остается привлекательным для бизнеса, и в результате за год было открыто рекордное за последнее время количество аптек. Такого высокого темпа прироста точек продаж не наблюдалось за весь период мониторинга: до этого максимум был в 2018 году, когда появилось около 3 тыс. новых аптек.

Вторым знаковым событием для рынка стало появление сети, которая теперь состоит из более 5 тыс. аптек (ранее такими большими объединениями были только маркетинговые ассоциации). Аптечная сеть «Апрель» на конец года имела в своем составе 5 372 точки. За год в сети появилось 2,3 тыс. новых аптек. И эта сеть стала лидером по количественному приросту. Правда пока по объему продаж «Апрель» находится на втором месте.

Лидером аптечного рейтинга является сеть «Ригла» с долей 8,0%. Среди маркетинговых ассоциаций преимущество остается за «АСНА», в состав которой входит уже 17 тыс. участников с оборотом 15,8% от всего аптечного рынка.

Объем аптечного eCom в 2022 году составил порядка 194,3 млрд руб. (совокупно ЛП и парафармацевтика), что соответствует 11,6% от емкости аптечного рынка. Если динамика продаж на рынке в целом – это порядка 15%, то оборот, который пришелся на «онлайн», вырос по сравнению с 2021 годом на 54%.

Сервис Apteka.ru остается лидером среди ресурсов, которые использует потребитель для бронирования аптечного ассортимента – его доля составляет 38%.

Ротации в дистрибуторском звене продолжают. В 2022 году первое место сохранил дистрибутор «Пульс», заняв 14,2%. На второе место поднялся дистрибутор «Протек» - доля 13,3%. ТОП-3 замыкает дистрибутор «Катрен» с долей 13,1%. Если рейтинг в коммерческом сегменте совпадает с рейтингом на рынке в целом, то в госсегменте лидируют другие компании: «Р-Фарм», «Ирвин 2», «БСС».

Сложность точного прогнозирования в условиях неопределенности возрастает. По нашим прогнозам, в 2023 году емкость рынка может вырасти от 4% до 8% в зависимости от тех событий, которые могут превалировать на рынке: здесь и снижение покупательской способности населения, и рост доли отечественных производителей (отрицательные факторы), и смещение спроса в сторону более дорогостоящих препаратов, и компенсационный рост цен на лекарства за счет событий, которые произошли в 2022 году, и общее увеличение уровня заболеваемости по основным классам болезней (положительные факторы). В целом объем фармацевтического рынка может превысить 2,7 трлн рублей, но в упаковках роста потребления ждать не стоит.

1. Объём фармацевтического рынка России

Результаты 2022 года в очередной раз показали высокую их зависимость от внешних факторов, которые все чаще являются главенствующими при определении динамики изменения фармацевтического рынка. Следовательно, и роль государства, а также своевременность и актуальность государственной поддержки возрастает.

Особенно остро этот вопрос встал с развитием темы санкционного давления с конца февраля 2022 года: правительством был предпринят ряд мер для поддержки фармацевтической отрасли (в первую очередь производителей), чтобы не допустить возможной дефектуры лекарственных препаратов из-за введения экономических санкций.

Первым таким документом стал принятый в начале марта законопроект о мерах поддержки российских фармацевтических производителей, который включил несколько пунктов:

- Правила, по которым рассчитывается стоимость лекарственных препаратов из перечня ЖНВЛП, находящихся под угрозой дефицита или предназначенных для ликвидации чрезвычайных ситуаций, распространились на случаи «изменения курса иностранной валюты». Таким образом, если из-за роста курса производство какого-либо ЛП становится нерентабельным, то это считается поводом для регистрации новой, более высокой цены на этот препарат.
- Разрешено применение «упрощённой схемы» регистрации для лекарственных препаратов, которые могут уйти с рынка в связи с введением в отношении Российской Федерации ограничительных мер

экономического характера (ранее ее распространение было только на лекарства, предназначенные для применения в условиях чрезвычайной ситуации, а также для профилактики и лечения заболеваний, представляющих опасность для окружающих. Согласно постановлению, срок регистрации таких ЛП должен занимать не более 5 рабочих дней. Правительство РФ утвердило постановление № 2141 (от 25.11.2022 г.), согласно которому упрощённый порядок предоставления лицензий на производство лекарственных препаратов с 2023 г. будет действовать на постоянной основе. Первым препаратом, который был зарегистрирован по такой ускоренной процедуре, стал биоаналог «Китруды» компании MSD. Регистрацию получил «Биокад» на препарат под брендом «Пемброриа».

- Новое постановление правительства разрешает в чрезвычайных ситуациях применение лекарственных препаратов по показаниям, не указанным в инструкциях по применению, если это необходимо для изучения их эффективности для проведения профилактических и лечебных мероприятий. Такие полномочия получают медицинские организации, перечень которых будет сформирован Минздравом.
- Правительство упростило порядок внесения изменений в уже выданные регдосье. Если производителям нужно будет изменить указанных в документах поставщиков субстанции или вспомогательных веществ, а также заменить производителей упаковки или изменить размер выпускаемой серии, то они смогут сделать это без проведения экспертизы качества, которая является обязательной при «обычном» изменении регистрационного досье.

Несколько принятых постановлений касаются импортных лекарственных препаратов и направлены на борьбу с дефектурой по ним:

- Был разрешен ввоз лекарственных препаратов в иностранной упаковке до конца 2024 года. Другими словами, стал легальным «параллельный импорт» лекарственных препаратов в упаковках с маркировкой на иностранном языке. Но при этом каждая упаковка в обязательном порядке должна иметь переведённую на русский язык инструкцию по применению, одобренную уполномоченным органом в стране-изготовителе. К примеру, такое разрешение получила компания Servier для ввоза препарата «Онкаспар» (пэгаспаргаза).
- Разрешено обращение и ввоз незарегистрированных в РФ лекарственных препаратов до 31 декабря 2023 года в отношении серии (партии) препарата, имеющего зарегистрированные в РФ аналоги по МНН и разрешенного для медицинского применения на территории иностранных государств уполномоченными органами таких государств.
- Отдельно проработан вопрос регулирования в области разработки и регистрации инновационных препаратов. Минздрав РФ допустил возможность регистрации иностранных инновационных ЛС без проведения клинических исследований в России при условии допуска отечественных инспекторов на производственные площадки. Также было предложено включить в законодательство понятие инновационных лекарств, определив их как препараты, «представляющие особую значимость для здоровья населения».

Для определения дефицита была создана специальная межведомственная комиссия, работа которой утверждена приказом Министерства здравоохранения РФ № 339н от 19.05.2022. Результатом ее деятельности стал список препаратов, которые находятся в дефектуре или в отношении которых

есть риск ее возникновения. В него вошли 97 позиций — 88 МНН с разными дозировками или формами. Количество выданных разрешений составляет:

- для возможности ускоренной регистрации — 44 разрешения;
- для внесения изменений по сокращенной процедуре — 79 разрешений;
- для обращения серии (партии) препарата на территории России в иностранной упаковке — 11 разрешений;
- на временное обращение серии (партии) незарегистрированного в России препарата — 7 разрешений.

Выбранные препараты составляют около 6,7% в стоимостном объеме фармацевтического рынка (140 млрд руб.) и около 14,2% в упаковках (649 млн упаковок). Если в рублях превалирует закупка лекарственных средств по госпрограммам (54%), то в упаковках больший объем приобретает потребителем в аптеках (88%).

В список вошли и «традиционные» препараты, например, «парацетамол» или «уголь активированный». Это обусловлено в том числе возможными сбоями в поставках субстанций для изготовления готовых лекарственных препаратов отечественными компаниями.

В целом именно логистические задачи пришлось решать производителям и дистрибуторам в 2022 году для бесперебойной поставки лекарств на рынок России. В том числе компаниям пришлось выстраивать новые логистические цепочки и искать альтернативных поставщиков субстанций и составляющих, необходимых для производства препаратов. Стоит отметить, что в совокупности «перестройка» произошла довольно быстро и не привела к заметному дефициту лекарственных средств. Да, по ряду препаратов возникали определенные то-

Таблица 1

ТОП-10 МНН, вошедших в список препаратов, которые находятся в дефектуре или в отношении которых есть риск ее возникновения

Примечание: Доля рассчитана из факта продаж в 2022 году по всем сегментам (аптечные продажи и госзакупки).

МНН	Доля, руб.	МНН	Доля, упак.
Пембролизумаб	15,9%	Ибупрофен	13,7%
Ниволумаб	10,9%	Ацетилсалициловая кислота	12,4%
Вакцина для профилактики гриппа [инактивированная]	10,7%	Парацетамол	11,5%
Ибупрофен	10,0%	Мяты перечной листьев масло + фенобарбитал + этилбромизовалерианат	6,4%
Амоксициллин + [клавулановая кислота]	4,7%	Водорода пероксид	5,9%
Трастузумаб	4,4%	Метамизол натрия	5,3%
Бетаметазон	3,0%	Активированный уголь	5,0%
Глицирризиновая кислота + фосфолипиды	3,0%	Лоперамид	4,6%
Иммуноглобулин человека нормальный	2,9%	Амоксициллин + [клавулановая кислота]	3,5%
Амоксициллин	2,9%	Йод + [калия йодид + этанол]	3,3%

чечные всплески дефектуры, но они закрывались или аналогами, или ожидаемой поставкой.

Помимо правовой поддержки производителей был разработан механизм финансовой поддержки. Правительство России в апреле запустило специальную программу: ключевые системообразующие предприятия фармацевтической промышленности, а также дистрибуторы и аптечные сети получили дополнительное финансирование от государства в формате предоставления таким организациям банковских гарантий с льготной ставкой комиссии. Банковские гарантии предназначены для проведения взаиморасчётов по контрактам на поставку лекарственных препаратов и медизделий на условиях отсрочки платежа. Если компании не могут в силу каких-либо обстоятельств

выполнить свои обязательства по договорам, то поставщик получит средства от кредитной организации, которая в дальнейшем получит компенсацию от государства.

Отметим, что общая политика государства с введением санкций не изменилась, а, наоборот, подтвердила правильность выбранного курса развития, который в последние годы направлен на импортозамещение. В Федеральном законе «О промышленной политике в Российской Федерации» даже предлагается закрепить следующий подход: при бюджетном финансировании закупки любого вида продукции приоритет должен отдаваться российским товарам. Поддержку отечественному производству может оказать усложнение доступа на государственные тендеры зарубежным препаратам и медицинским изделиям.

Так, уже с 31 августа 2021 года правило «второй лишней», устанавливающее необходимость отклонять заявки на поставку произведенных вне ЕАЭС медицинских изделий при наличии в тендере одной заявки с продукцией, произведенной в ЕАЭС, распространяется на государственные закупки отдельных видов медицинских изделий (аппараты УЗИ, ИВЛ и другие). Кроме того, в конце 2021 года Правительство РФ рассматривало возможность введения правила «второй лишней» и в отношении стратегически значимых лекарственных средств. Предполагалось, что изначально правило будет распространяться на 15 МНН. В июне 2022 года Минпромторг предложил распространить правило «второй лишней» на все препараты из перечня стратегически значимых (СЗЛС), утвержденного распоряжением Правительства РФ № 1141-р от 06.07.2010 (последняя редакция от 01.08.2020 включает 215 МНН). Данная инициатива может заработать, начиная с 1 сентября 2024 года.

С 2023 года будет запущена программа поддержки производства фармсубстанций. Она предусматривает субсидирование ставки по долгосрочным кредитам на создание производства более 145 фармсубстанций. Более 70% АФИ (100 из 145 наименований), которые планируется заместить, применяются для выпуска препаратов из перечня ЖНВЛП. Ожидается, что основная часть из запланированного числа наименований будет производиться к концу 2024 – началу 2025 года. На 2027 год намечено начало выпуска оставшихся наименований, к этому времени истечет срок патентной защиты препаратов, в которых они используются. По данным Минпромторга, на стадии рассмотрения находится 12 инвестпроектов от шести компаний. Среди них «Активный Компонент», «Полисинтез» и «Промомед».

На фоне экономических санкций на второй план ушел фактор влияния на рынок панде-

мии коронавирусной инфекции. Несмотря на это, если сравнивать уровень заболеваемости в 2022 году в целом, то он был выше, чем в 2021 году. По официальной статистике, в 2022 году количество заболевших составило около 11 млн человек, тогда как годом ранее цифра была на уровне 7 млн человек. То есть показатель вырос на 57%. Правда, стоит отметить, что пик заболеваемости Covid-19 пришелся на первый квартал 2022 года (65% от годовой цифры были выявлены в этот период), когда получил развитие штамм «омикрон». Локально вспышка коронавируса была еще в августе-сентябре. В остальные месяцы года количество выявленных заболевших находилось на минимальном уровне. Также и смертность по причине Covid-19 заметно снизилась в 2022 году: официально статистика говорит только о 85 тыс. умерших с официально подтвержденным диагнозом.

По итогам Всероссийской переписи населения, проведенной в октябре-ноябре 2021 года, численность населения страны была уточнена и оценена в 147,2 млн человек. В 2022 году Росстат фиксирует снижение население России за год на 556 тысяч человек. На 1 января 2023 года численность населения России оценивается в 146 424 тысячи человек; на 1 января 2022 года она оценивалась в 146 980 тысяч человек. Последняя оценка сделана «без учета официальной статистической информации по Донецкой Народной Республике (ДНР), Луганской Народной Республике (ЛНР), Запорожской и Херсонской областям».

События, которые определяли развитие фармрынка в 2022 году, повлияли, конечно, и на его числовые результаты. А введение санкций привело к нескольким негативным последствиям: росту цен на препараты и «ажитоажному» спросу на некоторые группы лекарственных средств, который в очередной раз изменил структуру потребления. Такая ди-

динамика не могла не сказаться на общих цифрах потребления лекарственных препаратов как в госсегменте, так и на продажах в аптеках.

По итогам 2022 года объём рынка достиг 2 573 млрд руб. Динамика в денежном выражении составила 11,9%. Второй год подряд рынок растёт двузначными темпами. Но если до этого драйвером роста были государственные закупки лекарств, то в 2022 году сильнее росли аптечные продажи.

В долларах и евро в 2021 году рынок показал высокую положительную динамику. На фоне роста в рублёвом выражении и снижения среднего курса валют по году рынок получил дополнительный прирост. Заметим, что временный рост курса валют в марте 2022 года не оказал отрицательного вклада в общие показатели. В долларовом выражении в 2022 году объём составил 37,8 млрд долл., что на 21% выше, чем за год до этого. В евро динамика рынка заметно выше +37%, и общий объём превысил 36 млрд евро.

В упаковках потребление лекарственных препаратов осталось в отрицательной зоне. Сокращение было и по коммерческому сегменту (-2%). В государственных закупках за

счёт снижения обеспечения лечебно-профилактических учреждений прослеживается заметный отрицательный прирост – около 25%. В целом в 2022 году объём потребления лекарств в натуральном выражении упал на 6% и составил 5,2 млрд упаковок.

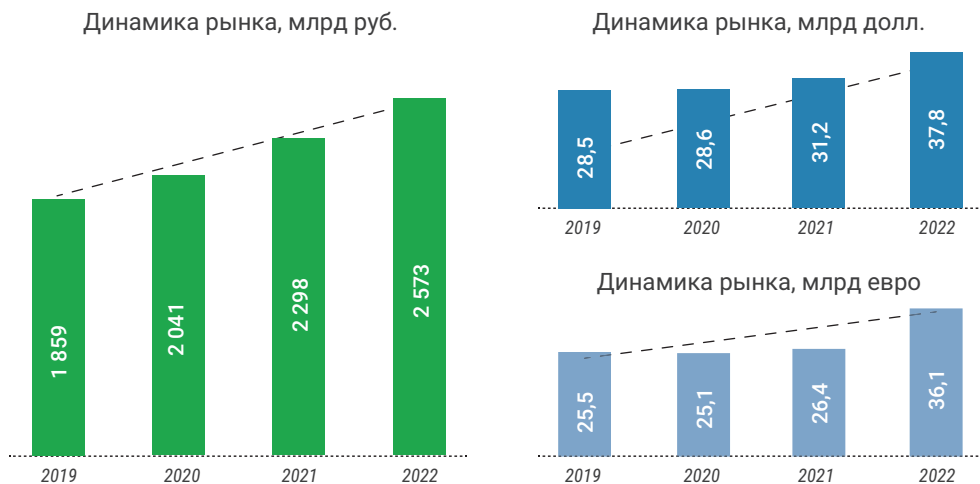
На рисунке 2 представлена динамика объёма фармацевтического рынка России в 2021-2022 годах в разрезе сегментов.

Государственный сектор – объём рынка, обеспеченный государственными деньгами – госпитальные закупки, льготное лекарственное обеспечение (включая программы ВЗН, ОНЛС) и региональная льгота – занимает 40% объёма рынка лекарств. В 2022 году этот показатель снизился на 2 процентных пункта.

Сильнее всего в 2022 году выросли закупки лекарственных препаратов по программам для региональных льготников (РЛО) – на 28%. Драйвером роста стали орфанные препараты, на них пришлось 64 млрд руб. из общего объёма в 183 млрд руб. Часть закупки таких препаратов переходит в региональную льготу за счёт снижения федеральных бюджетов. Объём федеральной льготы был выше на 9%, чем годом ранее.

Рисунок 1

Динамика фармрынка



А вот закупки больниц выросли всего на 1%. Снижение уровня заболеваемости коронавирусной инфекцией привело к уменьшению тендеров на препараты, рекомендованные для лечения Covid-19. За год объем сократился на 22%. Высокими темпами продолжает расти финансирование Фонда поддержки детей «Круг добра»: в 2022 году было закуплено лекарств на 40 млрд руб.

Динамика в коммерческом сегменте ЛП в 2022 году имела различные факторы для роста. В январе-феврале – это Covid-19, в марте – «ажиотажный спрос» преимущественно на дорогостоящие импортные лекарства для системного использования, в апреле-мае – последствия высокой инфляции в марте, в ноябре-декабре – повышенный уровень заболеваемости гриппом и ОРВИ. При этом спрос на «несезонные» препараты восстановился до пандемийного уровня, и продажи росли в среднем на 10%.

По результатам 2022 года ёмкость коммерческого рынка лекарственных препаратов составила порядка 4,5 млрд упаковок или 1 350 млрд рублей. При сравнении с 2020 годом объём продаж лекарств в упаковках сократился на 2%. В стоимостном выражении

реализация выросла на 15% относительно прошлого года.

Аптечные продажи парафармацевтического ассортимента увеличились на 12,6% и составили 327 млрд руб. Все группы (за исключением репеллентных средств) показали положительную динамику в рублях. Сильнее всего росли средства гигиены, изделия медицинского назначения и биологически активные добавки (выше 20%). А вот в упаковках выросли только группы БАД и ИМН.

Рынок в цифрах

Доля лекарств импортного производства в целом на рынке по итогам 2022 года составила 55,5% в рублях и 32,3% в упаковках. Рост рынка в натуральном выражении был отрицательный и у препаратов, произведённых на территории России (-6,8%), и у препаратов иностранного производства (-4,9%). В рублёвом выражении локализованные препараты выросли на 8%, тогда как импортные средства – на 14,9%.

Структура рынка лекарств по типу отпуска изменилась в пользу рецептурных препаратов. Около 71% в денежном эквиваленте

Ёмкость фармрынка
млрд руб. в ценах конечного потребления



Ёмкость фармрынка
млн упак.

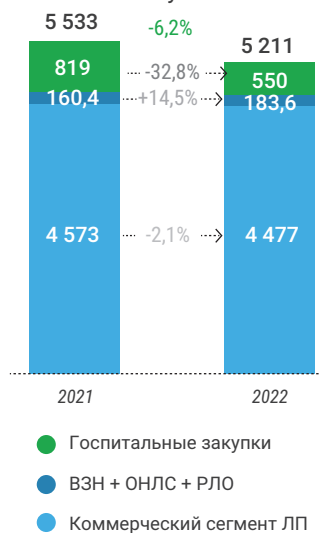


Рисунок 2

Ёмкость фармацевтического рынка

приходится на Rx-препараты. Но за счёт более низкой цены OTC-препараты преобладают в упаковках, и их доля составляет 55%.

Жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты (ЖНВЛП) — перечень лекарственных препаратов, утверждаемый Правительством РФ в целях государственного регулирования цен на лекарственные средства. Перечень входящих в него препаратов ежегодно пересматривается. Поэтому его доля может меняться из-за разных факторов. В 2022 году доля препаратов ЖНВЛП на рынке снизилась с 64% до 61% в стоимостном выражении, так как уровень инфляции на данную группу был практически «нулевой». В упаковках доля ЖНВЛП составляет 59% (-2% к 2021 году).

За 2022 год доля оригинальных препаратов составила 40% в стоимостном выражении и 13% в натуральном. Относительно 2021 года доля незначительно выросла за счет увеличения финансирования в госсегменте на закупку дорогостоящих лекарственных средств.

Рейтинг АТС в 2022 году возглавила группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы», которая включает в себя дорогостоящие препараты. За счёт увеличения финансирования в госсегменте объём потребления лекарственных средств дан-

ной группы вырос: +9%. Основным каналом, за счёт которого финансируется отпуск противоопухолевых препаратов, госпитальные закупки – 55%. Но его доля сократилась на 3% за счет смещения в сегмент региональной льготы (рост с 17% до 21%).

Группа [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» сохранила за собой 2 строчку, её доля составляет 14,4%. Основным каналом, через который реализуются лекарства данной группы, является аптечный сегмент – 76% в рублях приходится на приобретение лекарственных препаратов за счёт средств населения.

Группа [J] «Противомикробные препараты для системного использования» выросла на 8% и располагается на 3 месте. Подгруппа [J01] «Антибактериальные препараты для системного использования» показала высокую отрицательную динамику (-21%), а вот спрос на [J05] «Противовирусные препараты для системного применения» остается высоким (+26%).

Падением отметились только три группы, в том числе и группа [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» на -2%, в результате группа переместилась на одну строчку вниз на 5 место. Группа [C] вернула себе четвертую позицию.

Рисунок 3

Структура рынка в различных разрезах, 2022 год

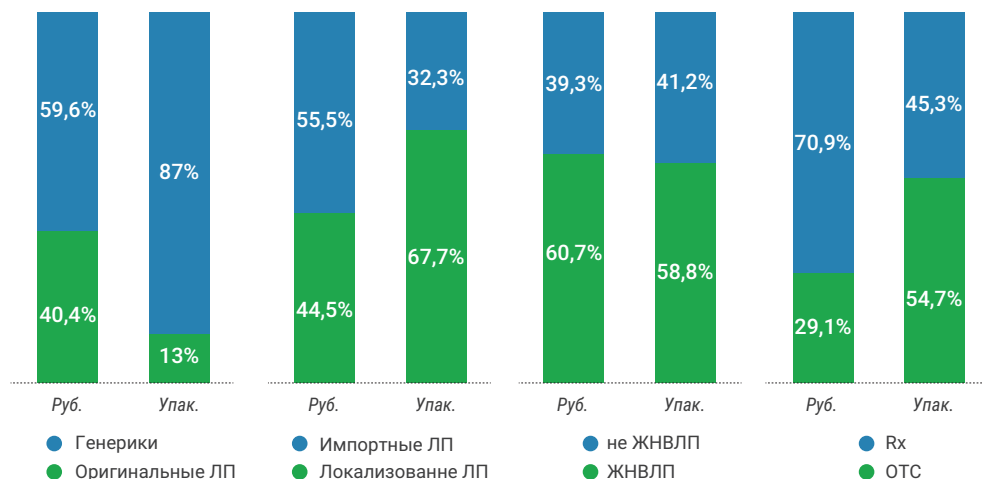


Таблица 2

Структура продаж
ЛП по АТС-группам,
2022 год

АТС-группы I-го уровня	Доля группы в стоимостном объёме	Доля группы в натуральном объёме
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	17,28%	1,92%
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	14,39%	15,58%
J: Противомикробные препараты для системного использования	13,79%	10,65%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	9,34%	13,41%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	8,89%	6,24%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	8,14%	14,20%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	7,93%	14,04%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	6,56%	7,19%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	4,27%	1,91%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	3,48%	8,04%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	1,92%	2,42%
Без АТС	1,67%	2,19%
V: Прочие препараты	1,33%	0,78%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,86%	1,08%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,14%	0,36%

2. Коммерческий сегмент ЛП

Потребления препаратов за счет собственных средств населения остается основной частью лекарственного обеспечения. По итогам 2022 года доля коммерческого сегмента ЛП оставила 60% в рублях и 86% в упаковках. Несмотря на положительную динамику государственных закупок, значимость аптечных продаж ЛП не уменьшается.

В 2022 году дайвером роста фармрынка стал именно коммерческий сегмент, основной объём которого приходится на продажи лекарств. В 2022 г. ёмкость коммерческого рынка ЛП составила порядка 4,48 млрд упаковок или 1 350 млрд рублей. При сравнении с 2021 г. объём продаж лекарств в упаковках уменьшился на 2,1%. Однако в стоимостном выражении реализация заметно возросла – на 15% относительно прошлого года.

В последние годы на развитие аптечного рынка все больше влияют внешние факторы и финансово-экономическое положение

в стране. 2022 год также является ярким примером такого воздействия. На фоне продолжающейся пандемии коронавирусной инфекции основной вклад в динамику продаж лекарственных препаратов был за счет «ажитажного» спроса в марте 2022 года, когда началась основная череда санкционных мер. В результате рынок опять демонстрирует высокие показатели прироста.

Интересный факт и наблюдение: в 2020 году мы уже сталкивались с подобной картиной. И «ажитажный» спрос тогда тоже пришелся на март. Поэтому поговорка «Снаряд дважды в одну воронку не падает» не сработала в данной ситуации. Конечно, причина повышенного спроса, как и его структура, различаются, но результат одинаковый: в 2020 году прирост марта составил 46% относительно марта 2019 года, в 2022 году – этот показатель был на уровне 72% (то есть почти в 1,5 раза выше). В 2020 году «ажитажный» спрос спровоцирован резким ростом курса валют в первую неделю

Рисунок 4

Динамика розничных продаж ЛП, 2018-2022 гг.



марта и началом пандемии Covid-19 (как следствие, закрытие границ). Потребитель на фоне этих факторов опасался дефектуры и роста цен на лекарства, и поэтому «скупал» в аптеках практически все.

В 2022 году в этом плане уже было больше взвешенного подхода: в первую очередь приобретались дорогостоящие лекарственные препараты импортного производства, которые чаще всего относятся к системным и применяются на регулярной основе. Действительно, введение санкционных мер могло привести к усложнению доступа таких препаратов на рынок (в том числе и из-за нарушения цепочек поставок и возможного включения лекарств в санкционный список). К счастью, опасения не оправдались, и в целом лекарственное обеспечение нарушено не было.

Правда, следствием этих всех событий стала все-таки высокая инфляция на лекарства в марте-апреле, которая в том числе была одним из сдерживающих факторов роста потребления. Именно индекс цен на препараты со стоимостью свыше 500 рублей был максимальным в этот период, тогда как традиционно сильнее растут более дешевые препараты. В последующие периоды года мы уже наблюдали за стан-

дартной картиной роста цен по ценовым сегментам.

Стоит отметить, что без учета марта прирост рынка также измеряется двузначными темпами (совокупно январь-февраль и апрель-декабрь выросли на 10% относительно 2021 года). На высокую динамику аптечных продаж препаратов в 2022 г. повлияло множество факторов (рис. 5). В том числе рост заболевших россиян новым штаммом вируса SARS-CoV-2 «омикрон» в январе-феврале, ухудшение эпидемиологической обстановки по COVID-19 в августе и наконец, рост сезонных ОРВИ и гриппа в ноябре и декабре.

Если сравнивать уровень заболевания в 2022 году в целом, то он был выше, чем в 2021 году. По официальной статистике, в 2022 году количество заболевших составило около 11 млн человек, тогда как годом ранее цифра была на уровне 7 млн человек. То есть показатель вырос на 57%. При этом продажи антиковидных лекарств не показали такую высокую динамику: их объем увеличился на 6%, тогда как остальные препараты выросли в 3 раза сильнее (+17%).

Отдельно отметим, что несмотря на то, что лекарства не стали предметом санкционных

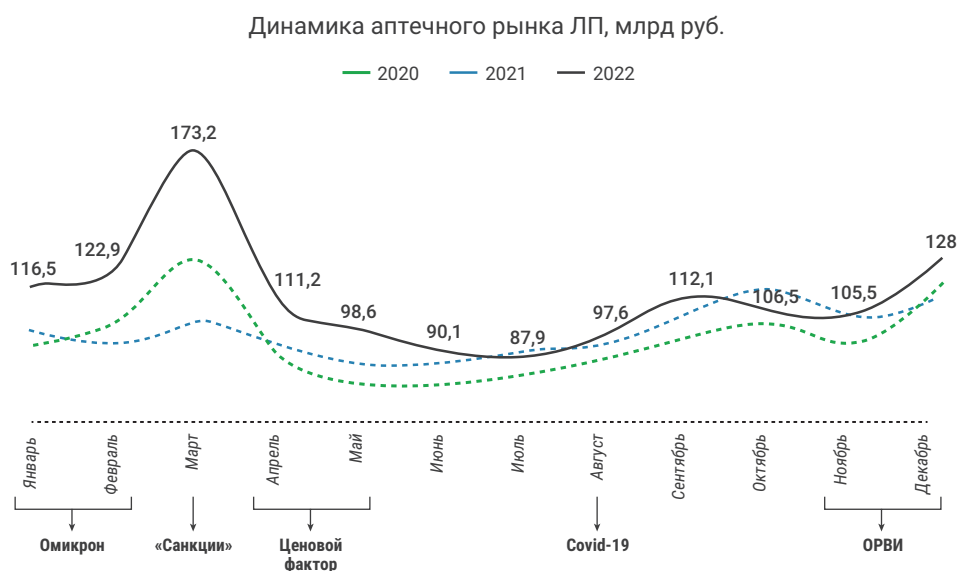


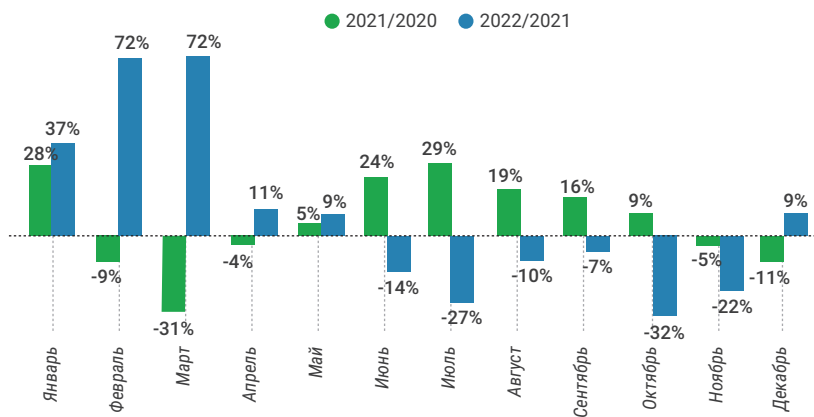
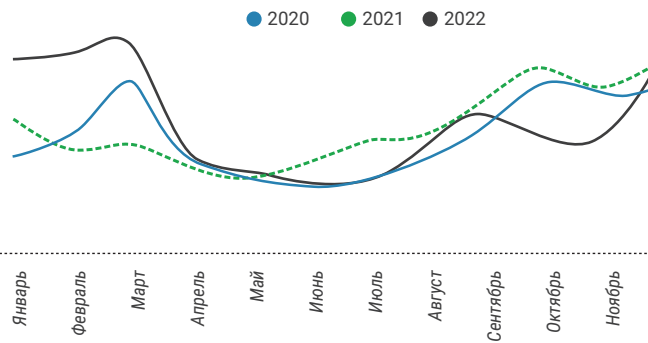
Рисунок 5

Факторы роста аптечного рынка ЛП в 2022 г.

Рисунок 6

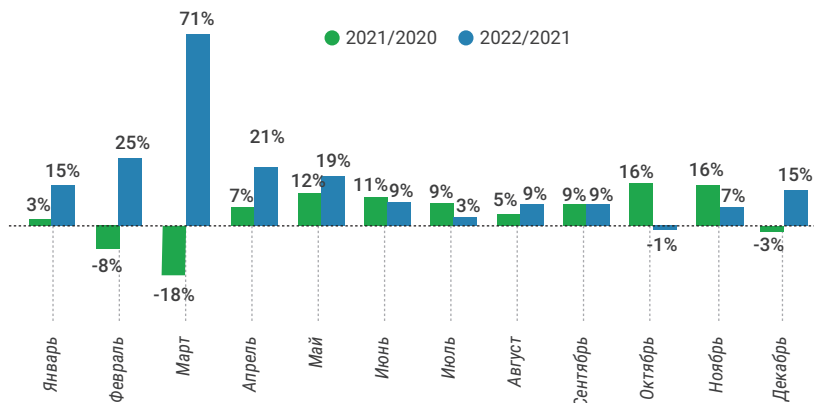
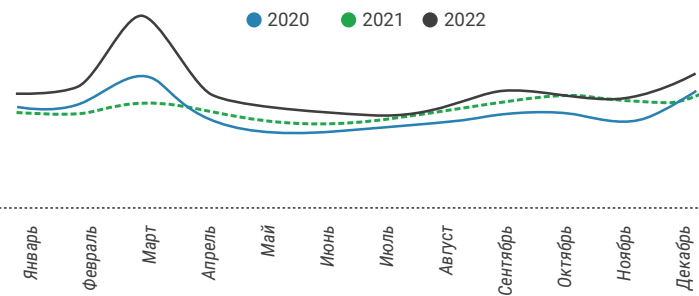
Сезонность продаж ЛП в 2022 г.

Динамика продаж «ковидных» групп препаратов



Примечание: «Ковидные» препараты: АНАЛЬГЕТИКИ (N02); АНТИБАКТЕРИАЛЬНЫЕ ПРЕПАРАТЫ ДЛЯ СИСТЕМНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ (J01); АНТИКОАГУЛЯНТЫ (B01); АНТИПРОТОЗОЙНЫЕ ПРЕПАРАТЫ (P01); ПРОТИВОВИРУСНЫЕ ПРЕПАРАТЫ ДЛЯ СИСТЕМНОГО ПРИМЕНЕНИЯ (J05).

Динамика продаж остальных групп препаратов



мер, косвенно все-таки решения, принятые иностранными компаниями, могут в дальнейшем изменить структуру рынка. Речь идет о маркетинговых бюджетах и рекламном продвижении препаратов, которые были сокращены многими западными фармпроизводителями. С экранов телевизоров исчезли бренды Bayer, Sanofi, Abbott, Johnson & Johnson и т.д. Кажется, оставшиеся на рекламном телевизионном рынке компании быстро поделят долю ушедших. Ничего подобного пока не произошло. Во-первых, реклама на телевидении – это только безрецептурные лекарственные препараты. Во-вторых, очень высока приверженность пациентов бренду. На изменение лояльности нужно время. Это касается и рецептурных препаратов. Нужно время, чтобы врачи стали рекомендовать другие бренды.

Правда, есть вероятность, что преимущество отечественных и оставшихся иностранных компаний будет не долгим. В Госдуму в очередной раз внесен законопроект о запрете теле- и радиорекламы лекарственных препаратов, отпускаемых без рецепта. Предлагается оставить такую рекламу только на специализированных телеканалах и в специальных радиопрограммах с участием медицинских и фармацевтических работников.

Соотношение объемов продаж импортных и локализованных ЛП

Структура коммерческого рынка ЛП по степени локализации отражена на рис. 7.

По итогам 2022 г. доля лекарств, произведенных на территории России, составила 45,7% в рублях и 65,1% в упаковках. По сравнению с 2021 г. быстрой трансформации рынка не произошло: изменение долей было в пределах $\pm 1\%$.

Хотя увеличение доли локализованных препаратов – уже устоявшийся тренд для рынка препаратов. С 2018 г. этот показатель увеличился с 42% до 46% в рублях. Вес лекарств, произведенных на территории России, в упаковках стабильно превышает 65% на протяжении последних 5 лет.

Локализованные лекарственные средства (+15,7% в руб. относительно 2021 г.) имеют более высокую динамику продаж, чем импортные (+14,9%). Если анализировать месячную динамику продаж, то можно наблюдать, что локализованные лекарства стали расти активнее импортных, начиная с июня.

В натуральном объеме темп снижения продаж у обеих групп превысил 2%. Падение



Рисунок 7

Соотношение объемов продаж импортных и локализованных ЛП розничного рынка России, 2021-2022 гг.

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

ние продаж в упаковках обеспечили препараты из низкого ценового сегмента, к которым относятся так называемые традиционные «отечественные» препараты: например, «Цефтриаксон» (-36,1%), «Цитрамон» (-23,9%), «Хлоргексидин» (-21,8%) и т.д.

Средневзвешенная цена локализованного препарата (+18,1%) выросла сильнее, чем цена импортного лекарства (+17,3%). При этом она всё ещё остаётся более чем в 2 раза ниже. Так, в 2022 г. в среднем одна упаковка локализованного средства стоила порядка 212 руб., зарубежного – 469 руб.

В целом на рынке количество российских и иностранных производителей примерно одинаковое (471 и 431 компания соответственно). При этом в аптеках больше представлены бренды лекарственных средств зарубежных компаний (2 894 бренда, что составляет 7 863 SKU). Аналогичный показатель для отечественных препаратов на 11% меньше – 2 586 брендов (9 273 SKU). Таким образом, видно, что иностранные производители больше реализуют «уникальные» позиции – оригинальные препараты и брендированные генерики. Российские лекарства в большом объёме выпускаются

в виде небрендированных генериков сразу несколькими предприятиями.

Соотношение объёмов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска

Онлайн-продажу ОТС-препаратов в России легализовали ещё весной 2020 г. Важным событием 2022 г. стало проведение в Москве, Московской и Белгородской областях эксперимента по онлайн-продаже рецептурных лекарств. Закон вступит в силу с 1 марта 2023 г. и продлится три года.

Соотношение объёмов аптечных продаж по типу отпуска представлено на рис. 8.

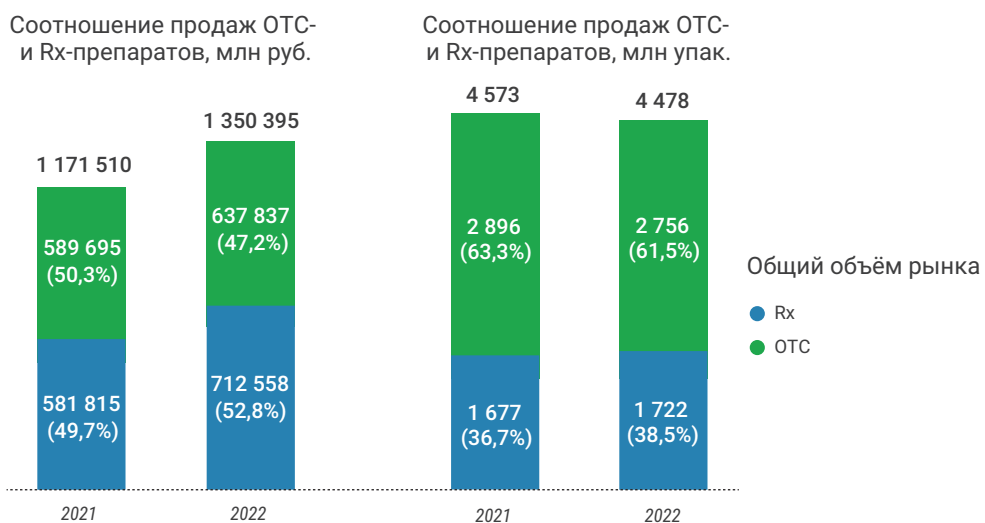
Относительно предыдущего года структура рынка изменилась в пользу препаратов, отпускаемых по рецепту врача (+3,1% в руб. и +1,8% в упак.). В денежном эквиваленте рынок разделён пополам между препаратами рецептурного и безрецептурного отпуска. Что касается натурального объёма потребления, то распределение долей между лекарствами в зависимости от типа отпуска смещено в пользу ОТС-средств, вес которых по итогам 2022 г. составил 61,5%.

Рисунок 8

Соотношение объёмов продаж ОТС- и Rx-препаратов розничного рынка России, 2021-2022 гг.

Примечание:

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



В динамике за последние 5 лет можно проследить тенденцию изменения структуры рынка в пользу рецептурных лекарств: по сравнению с 2018 г. их удельный вес увеличился на 4,3% в деньгах и на 5,4% в упаковках. Правда стоит отметить, что эта тенденция может поменяться, так как постоянно ужесточается контроль за отпуском рецептурных препаратов. Сейчас на утверждении находятся новые санкции: фармацевтов будут наказывать на сумму до 20 тыс. руб., юристы могут оштрафовать на 200 тыс. руб. Таким образом, динамика Rx-препаратов может заметно снизиться.

В 2022 г. продажи рецептурных лекарств выросли на 22,5% в рублях и на 2,7% в упаковках по отношению к 2021 г. Темп прироста продаж безрецептурных лекарственных средств был ощутимо ниже: +8,2% в стоимостном выражении. А объём реализованных упаковок даже сократился на 4,8%.

Средняя стоимость препарата, отпускаемого по рецепту врача, составила 414 руб., безрецептурный препарат стоил в розничных ценах аптек в среднем 231 руб. Средневзвешенные цены на обе категории препаратов стали выше относительно ана-

логичного периода прошлого года на 19,3% и 13,7% соответственно.

Соотношение продаж оригинальных и генериковых ЛП

Соотношение объёмов аптечных продаж оригинальных и генериковых препаратов показано на рис. 9.

Ситуация, сложившаяся на рынке в 2022 г., способствовала продолжению основных тенденций прошлых лет. Последние три года вес генериков падает. Так, доля оригинальных средств увеличилась с 30,8% в 2019 г. до 31,3% в 2022 г. в рублях и с 11,4% до 13,6% соответственно в упаковках. При этом преимущество на рынке препаратов по-прежнему остаётся за генериками, на которые по итогам 2022 г. приходится 68,7% от стоимостного объёма и 86,4% – натурального.

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить заметное увеличение продаж в рублях как у генериков, так и у оригинальных препаратов: +14,8% и +16,4%. В натуральных единицах измерения объём реализации генериковых средств снизился

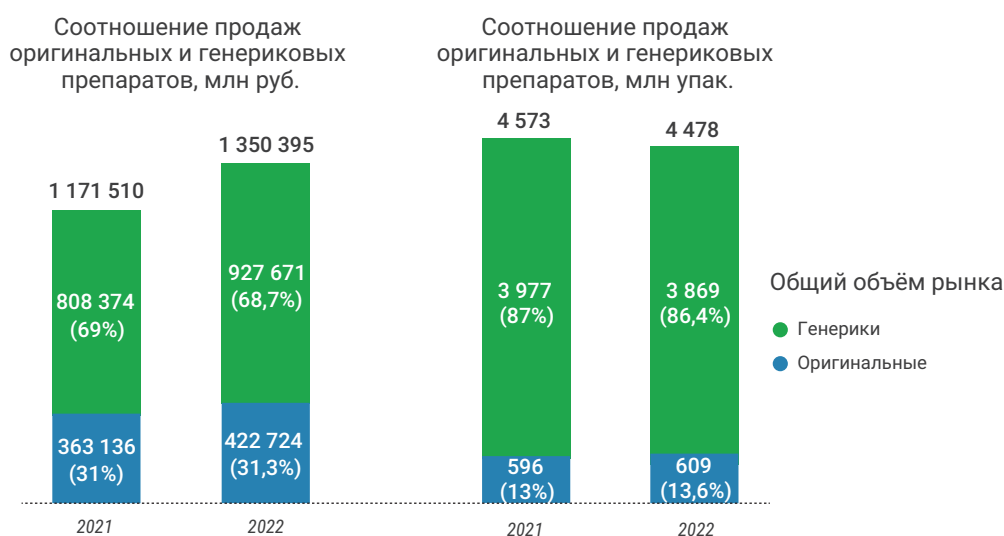


Рисунок 9

Соотношение объёмов продаж оригинальных и генериковых препаратов розничного рынка России, 2021-2022 гг.

на 2,7%, а объём продаж оригинальных ЛП, наоборот, вырос на 2,2%, чем и обусловлено изменение структуры рынка в их пользу.

Средняя стоимость оригинального препарата составила 694 руб./упак. (+13,9% к показателю 2021 г.), генерик отпускался в среднем по 240 руб. (+18%).

Структура продаж ЛП розничного рынка по АТС-группам

Соотношение аптечных продаж ЛП по АТС-группам I уровня в России представлено в табл. 3.

Структура аптечного рынка по АТС-группам 1-го уровня в 2022 г. несколько изменилась относительно 2021 г.:

- за счёт заметного прироста объёма реализации препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы (+18,8%) сместили с 5-й строчки группу противомикробных средств для системного использования;
- по той же причине поменялись местами препараты для лечения заболеваний органов чувств (+20,2%) и противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы (+4,1%).

Традиционно лидирует группа [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (+14,2%) с долей 18,4% от стоимостного объёма. Лидерами в данной АТС стали гепатопротекторы «Гептрал» (доля в группе 3,1%) и «Урсосан» (2%) и пищеварительное ферментное средство «Креон» (2,1%). Существенный прирост реализации показали препарат магния «Магне В6» (+24,9% к 2021 г.), гепатопротекторное средство «Урсосан» (+22,9%) и НПВП «Тантум» (+20,4%). При этом падение среди десяти ведущих брендов группы [A] отме-

чено у эубиотика «Линекс» (-24,5%), гепатопротектора «Гептрал» (-4,4%) и витамина В «Мильгамма» (-3,1%).

Порядка 13,8% стоимостного объёма продаж АТС-группы [A] приходится на подгруппу [A07] «Противодиарейные препараты». На первом месте по объёму продаж в группе [A07] оказался бренд «Линекс» с долей в рублях, соответствующей 12,6%. «Энтеросгель» и «Энтерофурил» занимают в рейтинге по стоимостному объёму 2 и 3-е место с долями 10% и 8,1% соответственно. По количеству проданных пачек лидирует недорогой и преимущественно отечественный препарат «Активированный Уголь» (25% продаж группы [A07]).

Подгруппа [A10] «Средства для лечения сахарного диабета» в 2022 г. продемонстрировала самую высокую динамику в своём АТС – объём реализации вырос на 38,1% в рублях. Одной из причин является повышенный спрос на гипогликемические средства «Саксенда» (+145,9% к 2021 г.), «Форсига» (+124,4%) и «Оземпик» (+95,8%). Кроме того, в 2022 г. на рынке появилась новинка – препарат «Ребелсас» (МНН семаглитид) производства компании Novo Nordisk (объём продаж по итогам года составил 1 173 млн руб.). Данный препарат показан для применения у взрослых пациентов старше 18 лет с неудовлетворительным контролем сахарного диабета II типа в дополнение к диете и физической нагрузке для улучшения контроля гликемии.

На второй строчке по стоимостному объёму расположилась АТС-группа [C] «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» (доля 14,8%). Ведущими брендами группы [C] являются следующие препараты: ангиопротектор «Детралекс»

Таблица 3

Структура продаж ЛП розничного рынка России по АТС-группам в 2022 г.

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

АТС-группы I-го уровня	Объем продаж, млрд руб.	Прирост группы в руб.	Объем продаж, млн упак.	Прирост группы в упак.
[A] Пищеварительный тракт и обмен веществ	248,5	14,2%	721,8	-3,3%
[C] Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	199,5	18,6%	641,8	0,1%
[R] Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	160,7	14,8%	725,8	0,7%
[N] Препараты для лечения заболеваний нервной системы	154,0	19,2%	659,8	-3,7%
[M] Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	114,2	18,8%	367,7	-0,2%
[J] Противомикробные препараты для системного использования	107,2	1,5%	334,5	-8,0%
[G] Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	98,0	25,0%	104,2	9,7%
[B] Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	76,6	14,3%	150,7	-1,2%
[D] Препараты для лечения заболеваний кожи	72,9	8,8%	379,5	-8,2%
[S] Препараты для лечения заболеваний органов чувств	37,5	20,2%	127,5	5,2%
[L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	35,7	4,1%	65,4	-0,6%
ЛП без указания АТС-группы	23,8	23,0%	114,1	-5,0%
[V] Прочие препараты	9,9	30,7%	26,8	-0,2%
[H] Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	8,8	18,1%	39,2	14,1%
[P] Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	3,1	35,2%	19,3	4,4%

(доля 4,6%), препарат, влияющий на систему ренин-ангиотензин, «Эдарби» (3,2%) и бета-адреноблокатор «Конкор» (3,2%). Максимальный вклад в увеличение продаж группы на 18,6% по сравнению с предыдущим годом внесли препарат, влияющий на систему ренин-ангиотензин, «Эдарби» (+81,6%), гиполипидемическое средство «Розувастатин» (+52,1%), а также гипотензивное средство «Нолипрел» (+33,5%).

Замыкает тройку лидеров АТС-группа [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы» с долей 11,9% в рублях. Реализация препаратов группы [R] выросла на 14,8%. Наиболее заметная динамика была отмечена у подгруппы [R02] «Препараты для лечения заболеваний горла» (+26,4% к 2021 г.) с основными брендами. Самые быстрорастущие бренды внутри [R02]: антисептические средства «Аджисепт» (+77,8%) и «Гексорал» (+51,9%), антибиотик «Граммидин» (+37,5%).

Прирост ёмкости и средней стоимости упаковки в АТС-группах представлен на рис. 10.

Все группы без исключения показали рост продаж относительно 2021 г.

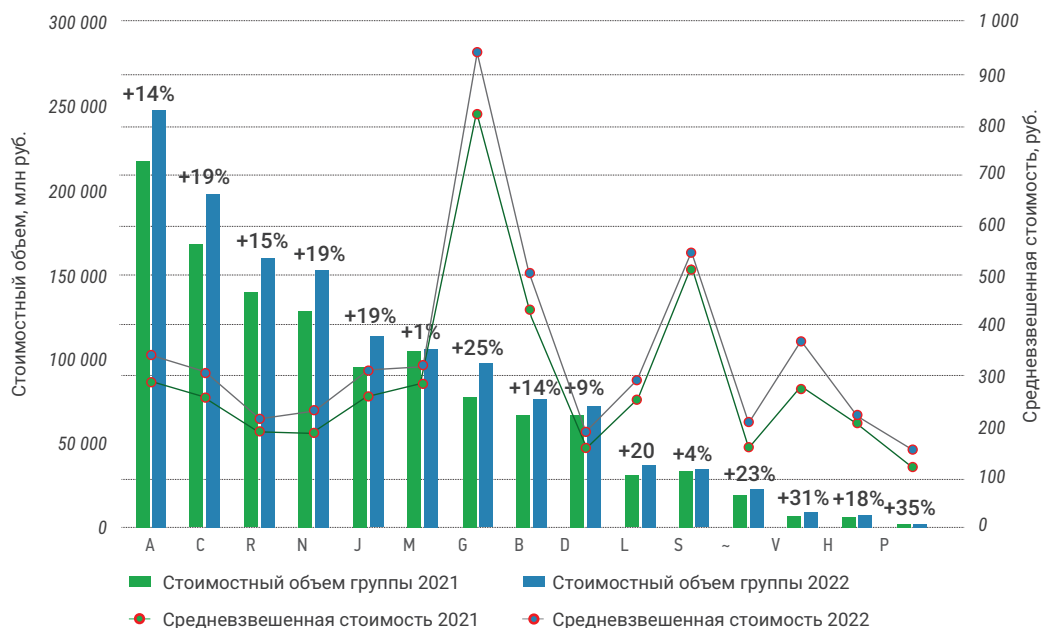
Максимальный прирост в 2022 г. продемонстрировали АТС-группы [P] «Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты» (+35,2%), [V] «Прочие препараты» (+30,7%) и [G] «Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны» (+25%).

Группа противопаразитарных препаратов, инсектицидов и репеллентов отметилась наибольшим приростом продаж. Существенное увеличение продаж показали антигельминтные средства [P02] (+38,1%), на которые приходится 87,8% продаж группы [P]. Внутри подгруппы [P02] заметнее всего вырос спрос на марки «Бильтрицид» (+83,3%), «Вормин» (+50,8%) и «Немозол» (+39,1%). Также на рынок вышел новый препарат – «Албендазол» (объём реализации в 2022 г. составил 129 млн руб.).

Среди прочих препаратов, расположившихся на втором месте по темпу прироста, вы-

Рисунок 10

Структура розничного рынка ЛП, 2021-2022 гг.



сокою динамику год к году показали МИБП-аллерген «Сталораль» (+127,8%), средство лечения почечной недостаточности «Кетостерил» (+78,6%), а также антисептическое средство растительного происхождения «Шалфей Зелёный Доктор» (+63%).

Рост группе препаратов для лечения заболеваний урогенитальных органов и половых гормонов обеспечили противоклиматическое средство «Фемостон» (+58,3%), контрацептивные средства «Клайра» (+43,8%) и «Ярина» (+26,5%).

В натуральном выражении лидерами по росту потребления стали группы [H] «Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)» (+14,1%) и [G] «Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны» (+9,7%). При этом у 9 из 15 групп отрицательная динамика к показателям прошлого года. Наибольшее снижение аптечных продаж в упаковках было зафиксировано у препаратов для лечения заболеваний кожи (-8,2%), противомикробных

средств для системного использования (-8%), а также у лекарств без указания АТС-группы (-5%).

Наибольшая средневзвешенная цена одной упаковки ЛП по итогам 2022 г. составила 941 руб. для препаратов группы [G] «Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны». Такая высокая цена объясняется тем, что стоимость упаковки некоторых ЛП этой группы достигает 10 тыс. рублей и выше. Самые дорогостоящие препараты в группе: фолликулостимулирующее средство «Рековелль раствор для подкожного введения 33,3 мкг/мл 2,16 мл № 1» (50,8 тыс. руб. за упаковку); средство для лечения урологических заболеваний «Фертивелл лиофилизат для приготовления раствора для внутримышечного введения 5 мг № 10» (34,2 тыс. руб.); противоклиматическое средство «Мэлсмон раствор для подкожного введения 2 мл № 10» (32,9 тыс. руб.).

Также высокая средневзвешенная цена отмечается в группах [L] «Противоопухо-

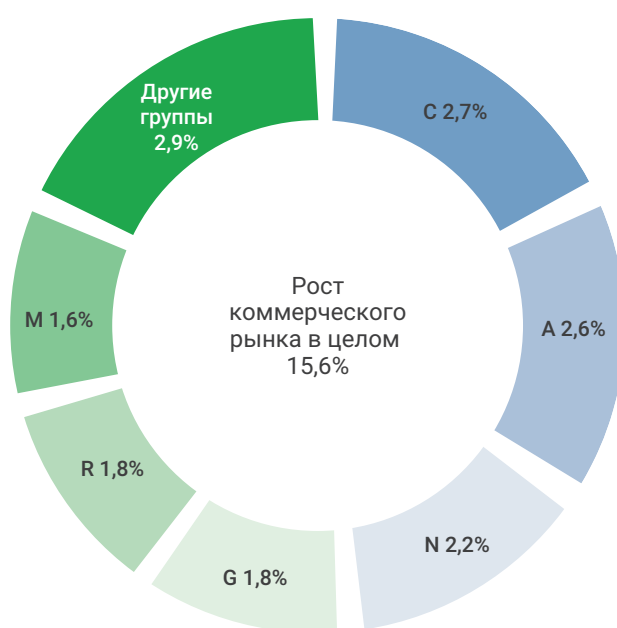


Рисунок 11

Взвешенный прирост ЛП розничного рынка по АТС-группам в 2022 г.

левые препараты и иммуномодуляторы» — порядка 546 руб., [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» — 509 руб. У противопаразитарных препаратов, инсектицидов и репеллентов, наоборот, самая низкая средневзвешенная цена — 161 руб. за одну упаковку.

Вклад различных АТС-групп в общий прирост коммерческого рынка оценивался с помощью средневзвешенного прироста — показателя, учитывающего долю АТС-группы, умноженную на темп её прироста (рис. 11).

Наибольший вклад в увеличение ёмкости коммерческого рынка ЛП в рублях в 2022 г. внесли группы [C] «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы», [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ», [N] «Препараты для лечения заболеваний нервной системы», что суммарно составило 7,5% или 48,3% от роста рынка в целом.

Производители ЛП розничного рынка

В табл. 4 приведён ТОП-20 производителей, лидирующих по стоимостному объёму продаж на коммерческом рынке России в 2022 г.

В 2022 г. на российском фармацевтическом рынке присутствовало порядка 890 игроков. Суммарно на ТОП-20 фирм приходится 52% стоимостного объёма продаж ЛП. По сравнению с 2021 г. общая доля двадцатки уменьшилась на 2,4%. Рейтинг производителей является более стабильным по сравнению с рейтингом препаратов.

Уже традиционно лидером рынка по итогам года в аптечном сегменте становится компания Bayer (доля 4,3% в руб.), объём продаж которой в аптечном сегменте вырос

на 11,9%. Портфель немецкой корпорации включает в себя 60 брендов, реализуемых в аптечных учреждениях. Максимальный объём продаж компании приходится на антикоагулянтное средство «Ксарелто» — его доля в продажах компании по итогам года составила 28% в рублёвом эквиваленте, объём реализации за год увеличился на 11,9%. Среди ведущих марок компании наиболее ярко себя проявили контрацептивные средства «Клайра» (+43,8% к 2021 г.) и «Ярина» (+26,5%) и регулятор кальциево-фосфорного обмена «Кальцемин» (+30,4%). В натуральном выражении по объёму продаж лидируют такие «хиты продаж», как «Релиф», «Ксарелто» и «Ренни».

Отечественный производитель «Отисифарм» занял вторую позицию в рейтинге, уступив лидеру всего лишь 0,6% по доле в рублях. Объём продаж компании в 2022 г. снизился на 1,5% по отношению к предыдущему году. В российских аптеках реализуется 45 брендов фирмы, из них самый весомый рост спроса был зафиксирован на глазные капли и витамины для поддержки зрения под маркой «Тауфон» (+134,4%). Однако наибольшее влияние на динамику продаж компании в целом среди ключевых брендов всё-таки оказала «падающая» группа препаратов — это в первую очередь противовирусные средства «Арбидол» (-8,9%) и «Амиксин» (-8%), витаминно-минеральные комплексы «Компливит» (-8,1%).

На третьем месте расположилась корпорация Stada (доля 3,6%). За счёт увеличения продаж на 21,7% компания укрепила своё положение в рейтинге на 1 место. Ряд ведущих препаратов компании отметился заметным приростом продаж — «Эдарби» (+81,6% к уровню продаж 2021 г.), «Арта» (+70%), «Ксефокам» (+46,4%).

Таблица 4

ТОП-20 производителей ЛП по стоимостному объёму продаж в 2022 г.

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

Рейтинг	Изменение к 2021	Производитель	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2021
1	-	Bayer	58 681	4,3%	11,9%
2	-	Отисифарм	50 298	3,7%	-1,5%
3	+1	Stada	48 793	3,6%	21,7%
4	+1	Sanofi	42 504	3,1%	6,7%
5	+4	Servier	41 675	3,1%	23,4%
6	+1	Abbott	41 038	3,0%	17,2%
7	-4	Novartis	39 636	2,9%	-10,3%
8	-2	Teva	38 612	2,9%	5,7%
9	+2	KRKA	37 845	2,8%	19,4%
10	-2	GlaxoSmithKline	36 873	2,7%	8,1%
11	-1	A.Menarini	32 490	2,4%	-3,6%
12	-	Биннофарм Групп	30 861	2,3%	21,8%
13	-	Gedeon Richter	29 561	2,2%	19,9%
14	+1	Озон	26 995	2,0%	18,3%
15	-1	Фармстандарт	26 262	1,9%	11,2%
16	-	Pfizer	25 170	1,9%	12,4%
17	+1	Polpharma	23 637	1,8%	10,8%
18	-1	Johnson & Johnson	22 863	1,7%	2,7%
19	+2	Вертекс	22 601	1,7%	30,6%
20	-	Валента Фарм	21 684	1,6%	15,8%

Максимальное снижение реализации среди производителей лекарственных препаратов из ТОП-20 было отмечено у лидера прошлых лет – компании Novartis (-10,3%; -4 строчки). Отрицательную динамику фармацевтической корпорации обеспечили антибиотик «Амоксиклав» (-38,5%), отхаркивающее муколитическое средство «АЦЦ» (-38,4%) и противогрибковый препарат «Экзодерил» (-34,4%).

Самый значительный темп прироста продемонстрировали следующие компании: отечественный производитель «Вертекс» (+30,6% к 2021 г.) и компания Servier (+23,4%). Гиполипидемические средства «Розувастатин» (+98,3%) и «Аторвастатин» (+33,7%), препарат гистамина «Бетагистин» (+53,9%) обеспечили +2 строчки компании «Вертекс». Увеличение спроса на гипотензивные комбинированные препараты «Трипликсам» (+70,7%) и «Нолипрел» (+33,5%), анксиолитическое средство (транквилизатор) «Грандаксин» (+40,4%) позволило фирме Servier подняться на 4 строчки вверх в рейтинге ведущих производителей.

Рейтинг компаний в большей мере представлен иностранными производителями ЛП. В 2022 г. в ТОП-20 вошло 6 отечественных компаний: 2-я строчка – «Отисифарм» (доля 3,7% в руб.), 12 строчка – «Биннофарм Групп» (2,3%), 14 строчка – «Озон» (2%), 15 строчка – «Фармстандарт» (1,9%), 19 строчка – «Вертекс» (1,7%), 20 строчка – «Валента Фарм» (1,6%).

В упаковках преимущество остаётся за российскими компаниями и зарубежными с высокой долей дженериков в своём ассортименте. Максимальная доля у компании «Фармстандарт» (7%). «Озон» занимает порядка 4,1% в упаковках от аптечных продаж. Тройку лидеров замыкает Stada с весом 4%. ТОП-20 производителей рейтинга

в упаковках занимают более половины аптечного рынка ЛП (53%), что сопоставимо с концентрацией в стоимостном выражении (на ТОП-20 корпораций приходится 52%).

Отдельно стоит выделить динамику компании «Гротекс» (+14,9%), которая продвинулась сразу на 5 позиций в рейтинге вверх. Наиболее успешными оказались следующие марки производителя: противоконгестивные средства «Ксилот-Солофарм» (+54%) и «Оксифрин» (+42,6%), а также НПВП «Ангидак» (+40,9%).

Заметно потребление упало у компаний Novartis (-15,1% и -4 строчки), «Тульская Фармацевтическая Фабрика» (-14,6% и -3 строчки) и A.Menarini (-13,7% и -3 строчки).

Препараты розничного рынка

Если количество SKU препаратов в госсегменте практически не изменилось за 2022 г., то количество SKU в аптеках уменьшилось на 8% до 21,6 тысяч. Лидеры среди препаратов, которые ушли с рынка, – это, как правило, дорогостоящие препараты, применяемые при различных патологиях. В тройку по стоимостному объёму вошли марки «Кадсила», «Октагам», «Актинолизат». При этом несмотря на то, что препараты стали уходить из розничного сегмента, они продолжают присутствовать в государственном сегменте фармрынка.

Среди факторов, повлиявших на уход препаратов с рынка, также можно выделить последствия санкций и нарушение логистических цепочек, в результате чего выросла себестоимость производства ЛП. Так, например, ушли некоторые препараты из списка ЖНВЛП, так как себестоимость производства данных лекарств превысила их предельную отпускную цену.

Таблица 5

ТОП-20 производителей ЛП по натуральному объёму продаж в 2022 г.

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

Рейтинг	Изменение к 2021	Производитель	Объём продаж, млн упак.	Доля	Прирост к 2021
1	-	Фармстандарт	315	7,0%	-10,1%
2	+1	Озон	184	4,1%	-0,7%
3	+1	Stada	178	4,0%	-1,7%
4	-2	Отисифарм	177	4,0%	-5,6%
5	+1	Биннофарм Групп	143	3,2%	2,3%
6	-1	Teva	128	2,9%	-9,0%
7	-	Обновление	125	2,8%	-5,0%
8	-	Polpharma	106	2,4%	-8,6%
9	+1	Dr.Reddy's	98	2,2%	-2,6%
10	+4	Вертекс	95	2,1%	6,5%
11	+5	Гротекс	95	2,1%	14,9%
12	-	Sanofi	93	2,1%	-2,8%
13	-4	Novartis	92	2,1%	-15,1%
14	-3	Тульская Фармацевтическая Фабрика	85	1,9%	-14,6%
15	+2	KRKA	84	1,9%	11,0%
16	-3	A.Menarini	82	1,8%	-13,7%
17	+2	Servier	79	1,8%	9,3%
18	-3	GlaxoSmithKline	77	1,7%	-8,6%
19	-1	Abbott	72	1,6%	-0,7%
20	-	Johnson & Johnson	69	1,5%	-4,2%

Помимо этого, часть препаратов снизила свою представленность на рынке. Препараты, доступность которых максимально сократилась: «Гексорал аэрозоль местный 0,2% 40 мл № 1» (-75,8); «АЦЦ Лонг таблетки шипучие 600 мг № 10» (-74,9); «Но-Шпа таблетки 40 мг № 100» (-67,6). Также сюда вошли довольно-таки привычные для российских потребителей лекарства: «Амоксилав», «Смекта», «Нурофен для детей», «Зовиракс» и др. Их доступность в десятки раз снизилась по причине уменьшения предложения дистрибуторов.

Не случайно в 2022 г. появился перечень Росздравнадзора по препаратам, которые потенциально могут быть в дефектуре.

В табл. 6 приведены ТОП-20 брендов, лидирующих по объёму продаж на коммерческом рынке России в 2022 г.

По итогам года на аптечных полках было представлено более 5 000 брендов лекарственных препаратов. На ТОП-20 брендов лекарств пришлось 12,2% рынка в рублях. Рейтинг брендов, лидирующих по стоимостному объёму на розничном рынке, заметно изменился. На первое место поднялся антикоагулянтный препарат «Ксарелто» (доля 1,2% в руб.) немецкой корпорации Bayer, продемонстрировав увеличение продаж на 11,9% относительно 2021 г. Лидер прошлого года – отечественный противовирусный препарат «Арбидол» (1,2%) от компании «Отисифарм» опустился на вторую строчку за счёт падения продаж на 8,9%. Высокий темп прироста показал и другой антикоагулянт – «Эликвис» (1,1%) производства фирмы Pfizer, реализация которого увеличилась на 15,8%. Бренд расположился на 3-й строчке.

Из заметных положительных изменений можно выделить следующие препараты: +32 места у препарата, влияющего на систему ренин-ангиотензин, «Эдарби» (+81,6% относительно 2021 г.) производства корпорации Stada; +19 мест у комбинированного противоклиматического средства «Фемостон» (+58,3%) от Abbott; +10 мест у препарата для лечения заболеваний горла «Граммидин» (+37,5%) от «Валента Фарм».

Падением отметились только 5 торговых наименований. Значительнее прочих упал спрос на следующие препараты: противовирусные средства «Арбидол» (-8,9%) и «Ингавирин» (-1,9%), гепатопротекторный препарат «Гептрал» (-4,4%).

Рейтинг ключевых ЛП покинули противовирусное иммуностимулирующее средство «Гриппферон» (27-я строчка в 2022 г.), нестероидный противовирусный препарат «Вольтарен» (31 строчка), эубиотик «Линекс» (35 строчка), отхаркивающее муколитическое средство «АЦЦ» (45 строчка) и антибиотик «Амоксилав» (54 строчка).

В упаковках по-прежнему лидируют «традиционные» дешёвые препараты «Парацетамол» (доля 1,4% в упак.), «Цитрамон» (1,3%) и «Омепразол» (1,3%). Большинство препаратов (17 брендов), входящих в ТОП-20 по объёму в натуральном эквиваленте, показали отрицательную динамику. Наибольший темп снижения продемонстрировали антибиотик цефалоспорин «Цефтриаксон» (-30% относительно 2021 г.), энтеросорбирующее средство «Активированный Уголь» (-24,7%), а также АПФ ингибитор «Эналаприл» (-24,2%).

Максимальный прирост продаж при этом показали НПВП «Ибупрофен» (+25,2%) и мест-

Таблица 6

ТОП-20 брендов по стоимостному объёму продаж в 2022 г.

Рейтинг	Изменение к 2021	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2021
1	+1	Ксарелто	16 247	1,2%	11,9%
2	-1	Арбидол	15 700	1,2%	-8,9%
3	-	Эликвис	14 426	1,1%	15,8%
4	+3	Детралекс	9 081	0,7%	18,0%
5	-1	Ингавирин	8 460	0,6%	-1,9%
6	+2	ТераФлю	8 143	0,6%	10,6%
7	-2	Нурофен	8 091	0,6%	-1,3%
8	-2	Гептрал	7 758	0,6%	-4,4%
9	+1	Мексидол	7 353	0,5%	7,8%
10	-1	Пенталгин	7 059	0,5%	2,1%
11	-	Кардиомагнил	6 503	0,5%	3,3%
12	+4	Нимесил	6 461	0,5%	14,5%
13	+32	Эдарби	6 446	0,5%	81,6%
14	-	Конкор	6 351	0,5%	7,3%
15	+19	Фемостон	6 308	0,5%	58,3%
16	+2	Лориста	6 282	0,5%	16,1%
17	-5	Мирамистин	6 136	0,5%	-1,0%
18	+10	Граммидин	6 059	0,4%	37,5%
19	+2	Актовегин	5 914	0,4%	13,4%
20	+7	Джес	5 559	0,4%	25%

ноанестезирующее средство «Меновазин» (+10,1%). ТОП-20 брендов в натуральном эквиваленте занимает 18% розничных продаж, т.е. их концентрация несколько выше, чем в стоимостном объёме. Средневзвешенная цена ТОП-20 в упаковках составляет 93 руб.

ЖНВЛП

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

Согласно Распоряжению Правительства от 23 декабря 2021 г. № 3781-р, с 1 января 2022 г. перечень ЖНВЛП был расширен на 22 наименования – до 808. Среди новых наименований представлены препараты: для лечения СМА (МНН рисдиплам), рака молочной железы (талазопариб), муковисцидоза (ивакафтор + лумакафтор), рассеянного склероза (кладрибин, сипонимод), множественной миеломы (изатуксимаб, помалидомид), хронического гепатита В (булевертид), туберкулёза лёгких (деламанид), ВИЧ-инфекции (биктегравир + тенофовира алафенамид + эмтрицитабин, доравирин + ламивудин + тенофовир) и внутрибольничных инфекций (полимиксин В).

Также для 5 препаратов, уже ранее включённых в перечень, новым распоряжением добавлены дополнительные лекарственные формы (панкреатин, морфин, карбетоцин, фосфазид, трипторелин).

В 2022 г. перечень ЖНВЛП расширялся периодически несколько раз в течение всего года.

В марте перечень обновили – список пополнился препаратом молнупиравир, ко-

торый применяется для лечения больных с коронавирусной инфекцией. Для противовирусного средства фавипиравир, ранее включённого в перечень, добавлены 3 дополнительные лекарственные формы – порошок, концентрат и лиофилизат (Распоряжение от 30 марта 2022 г. № 660-р).

В августе в перечень ЖНВЛП было добавлено всего одно новое МНН: пробиотик из бифидобактерий бифидум однокомпонентный сорбированный в лекарственных формах капсулы и порошок для приёма внутрь. Также из перечня были полностью исключены антибиотик группы биосинтетических пенициллинов феноксиметилпенициллин и контрастное диагностическое парамагнитное ионное средство гадоверсетамид (Распоряжение от 24 августа 2022 г. № 2419-р).

В октябре добавлены две новые позиции противовирусных препаратов – ингибиторов протеаз: нирматрелвир в таблетках в плёночной оболочке и нирматрелвир + ритонавир в таблетках в плёночной оболочке и их набор (Распоряжение от 06 октября 2022 г. № 2927-р).

И уже в конце года в перечень были внесены очередные правки. Новые позиции в перечне ЖНВЛП в декабре: рамиприл (капсулы, таблетки); цефотаксим + [сульбактам] (порошок для приготовления раствора для внутривенного и внутримышечного введения); тенофовир + элсульфавирин + эмтрицитабин (таблетки, покрытые плёночной оболочкой); антитоксин дифтерийный (л/ф не указана); антитоксин столбнячный (л/ф не указана); пэгаспаргаза (лиофилизат для приготовления раствора для внутримышечного введения и инфузий); кальция полистиролсульфонат (порошок для приготовления суспензии для приёма внутрь).

Также был полностью исключён мельдоний. И для препаратов ванкомицин (порошок для приготовления концентрата для приготовления раствора для инфузий и приёма внутрь) и морфин (раствор для приёма внутрь) добавлены лекарственные формы, указанные в скобках (Распоряжение от 24 декабря 2022 г. № 4173-р).

По итогам 2022 г. в продажах аптек были зафиксированы в продаже около 850 МНН, относящихся к перечню ЖНВЛП (что соответствует 2 044 брендам). Объём продаж препаратов перечня ЖНВЛП составил 551 млрд руб. или 2 383 млн упак. (рис. 12).

Отметим, что в стоимостном выражении объём продаж ЖНВЛП вырос менее заметно, чем по остальному перечню препаратов (+8,2% – ЖНВЛП, +20,7% – не-ЖНВЛП). В натуральном выражении продажи ЖНВЛП снизились на 4%, тогда как объём реализации препаратов, не включённых в список, увеличился на 0,2%.

Доля локализованных (произведённых на территории РФ) жизненно необходимых лекарственных препаратов в натуральном

выражении составила 65,8%, в деньгах их доля была на уровне 50,4%.

Средневзвешенная цена на ЖНВЛП по итогам 2022 г. составила 231 руб., причём цена одной упаковки локализованного препарата составила около 177 руб., а импортного почти в 2 раза выше (335 руб.).

Средняя стоимость препаратов ЖНВЛП (231 руб.) оказалась ниже средневзвешенной цены на прочие препараты (382 руб.). Это свидетельствует о том, что в сегменте ЖНВЛП смещение продаж в сторону дорогих лекарств произошло менее заметно, чем в целом по рынку.

На рис. 13 приведён индекс цен по различным группам лекарств. В 2022 г. инфляция на лекарства составила 7,5%, а это в 2 раза выше показателя 2021 г. (3,7%). Инфляционная составляющая больше проявила себя на препаратах, не входящих в перечень ЖНВЛП, и достигла в 2022 г. 12,5%. Рост цен на препараты из списка ЖНВЛП наблюдался весной и в начале лета, в прочие периоды составлял 1-2%. В итоге по году показатель составил всего 1%.

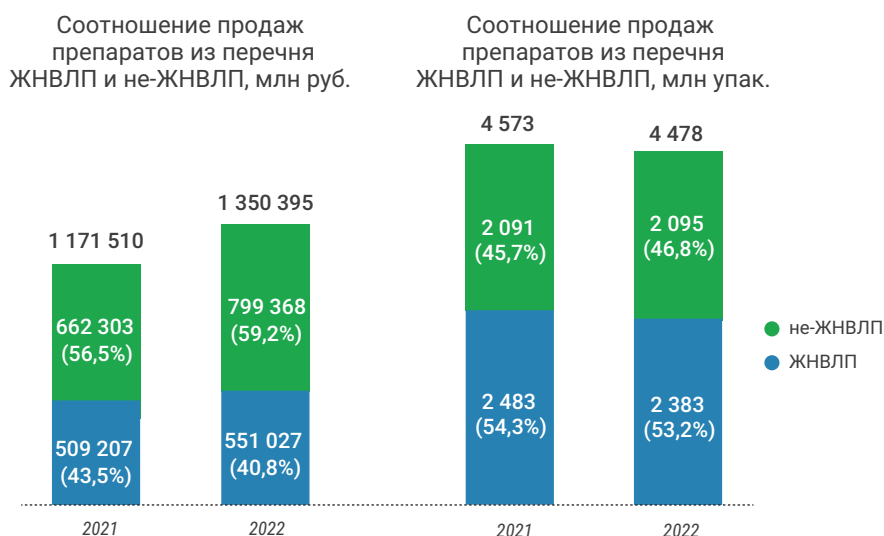


Рисунок 12

Соотношение продаж препаратов из перечня ЖНВЛП и не ЖНВЛП, 2021-2022 гг.

Рейтинг продаж ЛП по МНН, включённым в перечень ЖНВЛП, представлен в табл. 7.

По итогам 2022 г. ТОП-20 МНН, включённых в перечень ЖНВЛП, вновь возглавил ксилонметазолин с ведущим брендом «Снуп». Объём продаж препаратов с данным действующим веществом увеличился на 6,2% относительно предыдущего года.

Расстановка сил в рейтинге заметно изменилась, однако все перемещения происходили внутри ТОП-20. Высокую динамику продемонстрировали гепатопротекторное средство урсодезоксихолевая кислота (+29,4% к 2021 г.), антикоагулянт апиксабан (+15,8%) и гипотензивный препарат центрального действия моксонидин (+15,2%). В итоге препараты с данными действующими веществами укрепили свои позиции в рейтинге на 7, на 1 и на 3 строчки соответственно.

При этом заметно снизилось потребление муколитического средства ацетилцистеин (-30%; -7 мест), антибактериальных препаратов амоксициллин + [клавулановая кислота] (-21,7%; -5 мест) и азитромицин (-19,9%; -2 места).

Ценовая сегментация препаратов розничного рынка

Средневзвешенная цена одной упаковки ЛП составила 301,5 руб., что на 17,7% выше, чем в 2021 г. При этом наценка аптечных сетей составляла менее 25%. Дешёвые лекарства всё меньше пользуются спросом у россиян, и потребители аптек переходят на более дорогостоящие средства и упаковки большего содержания.

На рис. 14 представлена структура коммерческого рынка и средняя стоимость упаковки по ценовым сегментам в 2021-2022 гг.

За год структура рынка в рублях изменилась в пользу препаратов «высокого» ценового сегмента относительно предыдущего года. Отрицательная динамика продаж была отмечена у всех категорий за исключением сегментов «свыше 500 руб.» (+32,9% в руб. и +27,3% в упак.) и «50-150 руб.» (+3,5% и +1,6% соответственно). За счёт высокого прироста удельный вес дорогих лекарств увеличился на 7,5% в рублёвом и на 4% в натуральном эквиваленте. Заметим, что данный сегмент растёт от года к году. Причин здесь несколько: это не только уход препа-

Рисунок 13

Динамика индекса цен на розничном рынке в 2022 г.

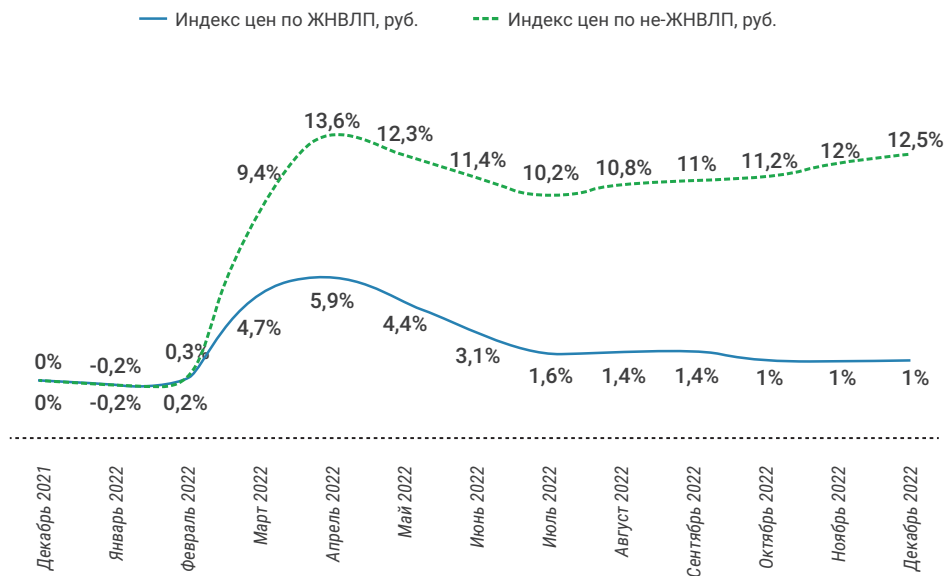


Таблица 7

ТОП-20 МНН, включённых в перечень ЖНВЛП, по стоимостному объёму продаж в 2022 г.

Рейтинг	Изменение к 2021	МНН	Объём продаж, млрд руб.	Доля в продажах ЖНВЛП, руб.	Лидер среди брендов внутри МНН
1	+1	Ксилометазолин	19,4	3,5%	Снуп
2	-1	Умифеновир	18,4	3,3%	Арбидол
3	-	Ривароксабан	16,2	2,9%	Ксарелто
4	+1	Апиксабан	14,4	2,6%	Эликвис
5	-1	Ибупрофен	13,9	2,5%	Нурофен
6	+1	Панкреатин	11,5	2,1%	Креон
7	-1	Бисопролол	11,4	2,1%	Конкор
8	-	Адеметионин	9,6	1,7%	Гептрал
9	+7	Урсодезоксихолевая кислота	8,8	1,6%	Урсосан
10	-1	Имидазолилэтанамида пентандиовой кислоты	8,5	1,5%	Ингавирин
11	-	Аторвастатин	8,2	1,5%	Аторвастатин
12	-2	Интерферон альфа-2b	8,0	1,5%	Гриппферон
13	+2	Омепразол	7,1	1,3%	Омепразол
14	-	Лозартан	6,4	1,2%	Лориста
15	+3	Этилметилгидроксипиридина сукцинат	6,0	1,1%	Мексидол
16	+3	Моксонидин	5,8	1,0%	Моксонидин
17	-5	Амоксициллин + [клавулановая кислота]	5,7	1,0%	Амоксиклав
18	+2	Тамсулозин	5,3	1,0%	Омник
19	-2	Азитромицин	5,3	1,0%	Азитромицин
20	-7	Ацетилцистеин	4,9	0,9%	АЦЦ

ратов, но и повышение цен, и переход лекарств в другую категорию, и изменение содержания потребительской корзины.

Группа препаратов ценового сегмента «до 50 руб.» продолжила терять в 2022 г. лидерство в упаковках: доля сократилась на 5,3% в натуральном выражении и на 0,8% в стоимостном объёме в результате существенно снижения продаж (-18,6% в руб. и -23,2% в упак.). А за несколько лет падение доли было более ощутимо: с 38,1% в упаковках и с 4,5% в рублях в 2018 г.

Индекс цен препаратов розничного коммерческого рынка

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

В декабре 2022 г. цены выросли на 7,5% относительно декабря 2021 г., тогда как годом ранее этот же показатель был на уровне 3,7%.

В 2022 г. инфляция на лекарства была ниже, чем в целом индекс потребительских цен Госкомстата (11,94%).

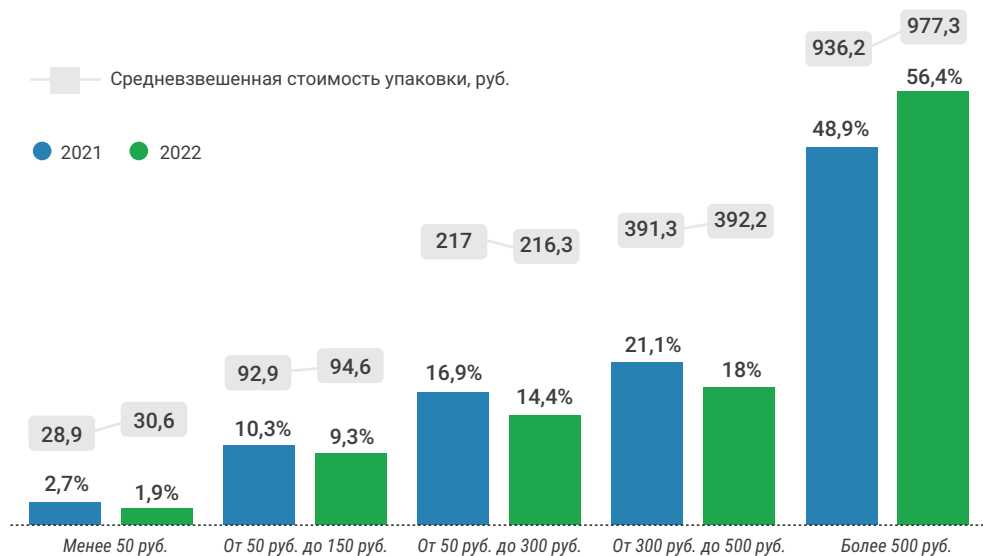
Заметим, что до весны 2022 г. увеличение стоимости было практически минимальным, а вот с марта рост цен стал более ощутимым.

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

По данным Росстата, индекс потребительских цен по итогам 2022 г. составила 11,94%. Уровень инфляции в 2022 г. стал максимальным за последние несколько лет, существенно превысив показатель 2016 г. (2016 г. – 5,4%; 2017 г. – 2,5%; 2018 г. – 4,3%; 2019 г. – 3%; 2020 г. – 4,9%; 2021 г. – 8,4%). Аналитики Центрального Банка РФ прогнозируют инфляцию в 2023 г. на уровне 6%. При этом ключевой показатель правительства – 4%. По итогам 2022 г. дефицит бюджета составил 2,3% ВВП (3,35 трлн руб.). Незапланированный рост расходов бюджета – главный риск разгона инфляции и в 2023 г.

Рисунок 14

Структура продаж ЛП розничного рынка по ценовым сегментам в стоимостном выражении, 2021-2022 гг.



Заметнее всего, согласно данным Росстата, подорожали услуги – на 13,2%, что в 2,6 раза больше показателя прошлого года (5% в 2021 г.).

Непродовольственные товары в целом за 2022 год подорожали на 12,7%, продукты питания – на 10,3%. Менее всего выросли цены на бензин (менее 1%).

Новые препараты розничного рынка

В 2022 г. в розничном обороте фармацевтического рынка появилось 330 новых брендов лекарственных препаратов (240 МНН). Совокупный объём продаж «новинок» по итогам года составил 3,85 млрд рублей или 6,8 млн упаковок, что соответствует 0,3% стоимостного и 0,2% натурального объёма аптечных продаж всех лекарственных препаратов. Средневзвешенная цена одной упаковки нового лекарственного средства составила 566 руб. По сравнению с 2021-м г. произошёл рост объёма продаж новинок коммерческого рынка почти в 4 раза в рублях и в 3 раза в упаковках, средневзвешенная цена за упаковку стала

выше на 31%.

Среди новинок 91 бренд – импортные препараты, 240 брендов – отечественные, 4 бренда – локализованные. Это позволяет сделать вывод об увеличении темпов повышения рыночной доли препаратов отечественного производства в розничном сегменте лекарств, в том числе и за счёт вывода на рынок новых позиций. Соотношения продаж в рублях и в упаковках среди новых препаратов практически идентично ситуации на всём розничном рынке: доли продаж импортных и отечественных препаратов в стоимостном выражении составляют 47% и 53%, а в натуральном – 13% и 87% соответственно.

Половина новых брендов являются рецептурными препаратами. Если в стоимостном выражении Rx-препараты занимают 69% от оборота новинок, то в натуральном преимущественно остаётся за OTC-препаратами – 64,4% от оборота новинок.

ТОП-20 по большей части представлен новыми препаратами от отечественных ком-

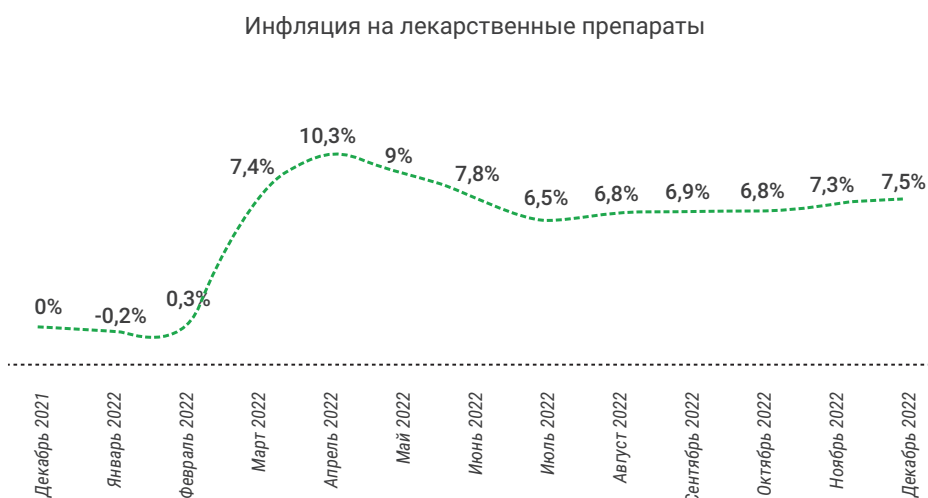


Рисунок 15

Изменение цен на ЛП на розничном рынке России в 2022 г.

паний (13 наименований). В данный список также вошли два оригинальных препарата зарубежных компаний – «Ребелсас» и «Арлеверт». Как правило, в ТОП рейтинга редко попадают оригинальные препараты из-за консервативности потребителя.

В целом из 330 новых брендов только 13 наименований относятся к оригинальным препаратам, что составляет порядка 34% от общего объёма реализации новинок в стоимостном выражении (4% без учёта бренда «Ребелсас»).

Наилучшие показатели по объёму розничных продаж в стоимостном выражении среди новых препаратов, вышедших на рынок РФ в 2022 г., продемонстрировал бренд «Ребелсас» компании Novo Nordisk. Впервые мы видим, когда препарат в первый год лонча превышает отметку продаж в 1 млрд руб. на розничном рынке России. Оригинальный препарат имеет в своём составе действующее вещество семаглутид, которое является агонистом рецептора глюкагоноподобного пептида-1 (GLP-1) и применяется при лечении сахарного диабета 2 типа и ожирения. «Ребелсас» стал

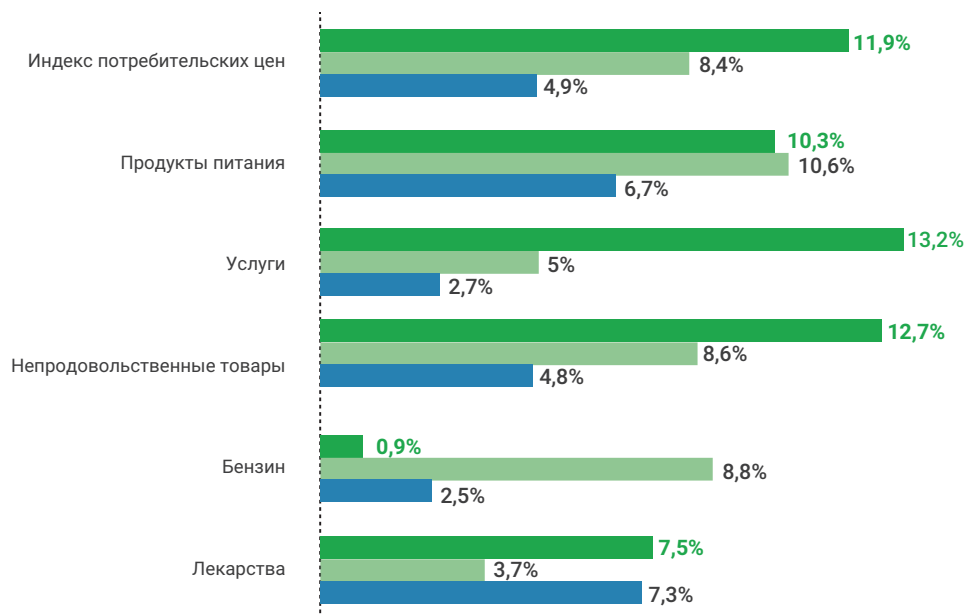
первым в мире агонистом рецептора GLP-1, реализованным в пероральной рецептуре (до этого все препараты данного класса предполагали инъекционное введение). Не высокая средневзвешенная цена по сравнению с аналогичными препаратами, представленными в инъекционных формах (средневзвешенная цена бренда «Ребелсас» за упаковку – 8 494,42 руб. за 2022 г.) и удобство приёма препарата привели к высоким показателям продаж среди всех новых препаратов на розничном рынке.

На второй позиции рейтинга лекарственный препарат «Кайлина» от компании Bayer. Объём продаж данного препарата составил 129 млн руб. «Кайлина» представляет собой внутриматочную терапевтическую систему с активным веществом левоноргестрел, которая обеспечивает контрацепцию сроком до 5 лет. На сегодняшний день рынок препаратов с лекарственной формой внутриматочная терапевтическая система состоит из нескольких SKU, два из которых принадлежат компании Bayer («Кайлина» и «Мирена»).

Тройку лидеров замыкает препарат «Моде-

Рисунок 16

Индекс потребительских цен в России



● Декабрь 2022 г. к декабрю 2021 г. ● Декабрь 2021 г. к декабрю 2020 г. ● Декабрь 2020 г. к декабрю 2019 г.

Таблица 8

ТОП-20 новых брендов 2022 г. на коммерческом рынке по стоимостному объёму

Рейтинг	Бренд	Производитель	Объём продаж, млн руб.	Дата появления в аптеке
1	Ребелсас	Novo Nordisk	1 173	Февраль 2022
2	Кайлина	Bayer	129	Январь 2022
3	Моделакс	Промомед	128	Февраль 2022
4	Рафамин	Материа Медика	118	Январь 2022
5	Эсперавир	Промомед	100	Март 2022
6	Зенон	Sanofi	85	Март 2022
7	Флюстоп	Профит Медика	79	Апрель 2022
8	Арлеверт	A. Menarini	79	Февраль 2022
9	Албендазол	Биннофарм Групп	72	Апрель 2022
10	Глицин + Мелатонин	Эвалар	71	Май 2022
11	Аквазивин	Троицкий Йодный Завод	64	Июнь 2022
12	Диацереин	Северная Звезда	64	Январь 2022
13	Строколин	Профит Фарм	61	Июль 2022
14	Албендазол	Jodas Exproim	54	Август 2022
15	Моксонидин	Биннофарм Групп	54	Май 2022
16	Офтрикс	Гротекс	45	Март 2022
17	Спазмастоп	Южфарм	41	Январь 2022
18	Долококс	Dr.Reddy's	37	Февраль 2022
19	Брейнмакс	Промомед	36	Июнь 2022
20	Риманал	World Medicine	34	Август 2022

лак» от компании «Промомед», объём продаж которого составил 128 млн руб. «Моделакс» представляет собой слабительное средство, применяемое местно, что обеспечивает безопасность и подходит детям уже с первых дней жизни, а также женщинам при беременности и во время грудного вскармливания.

Компания «Промомед» в 2022 г. вывела на рынок 7 новых брендов, три из которых вошли в ТОП-20 рейтинга новинок по объёму реализации в стоимостном выражении. Речь идёт о слабительном средстве «Моделакс» (3-я строчка), противовирусном препарате «Эсперавир» (5-я строчка) и бренде «Брейнмакс» (19-я строчка), который применяется в составе комплексной терапии острых и хронических нарушений мозгового кровообращения.

Стоит отметить, что даже через два года после появления коронавирусной инфекции, на фармацевтическом рынке не прекращается обновление препаратов от COVID-19. Компания «Промомед» выпустила на рынок препарат «Эсперавир», позволяющий снизить риски госпитализации и ухудшения состояния. В основе бренда «Эсперавир» – действующее вещество молнупиравир, которое способно подавлять различные штаммы COVID-19, в том числе «омикрон». Всего

на рынке в 2022 появилось 13 новых препаратов, которые предназначены для лечения вирусных инфекции, что в стоимостном выражении составляет 7% от рынка новых розничных препаратов в целом.

Фармацевтический рынок в 2022 г. столкнулся с рядом сложностей, в том числе из-за прекращения клинических исследований в России, которые проводятся иностранными компаниями. Создаётся угроза дефицита инновационных оригинальных препаратов в средне- и долгосрочной перспективе из-за невозможности их регистрации. В связи с этим в 2023 г. ожидается появление меньшего количества новых оригинальных препаратов, а рынок в целом сместится в сторону более дешёвых дженериков и биоаналогов. В следствие данных факторов замедлится (или будет отрицательным) рост средневзвешенной цены на новый лекарственный препарат розничного рынка.

Ситуация, сложившаяся на фармацевтическом рынке в 2022 г., открывает перед Россией возможности для интенсивного развития собственных инновационных фармацевтических производств, а также для дополнительных инвестиций в исследовательские центры.

3. Льготное лекарственное обеспечение

Сфера обеспечения льготными лекарственными препаратами граждан остаётся важной составляющей частью государственной социальной помощи. Объём выделяемого финансирования в 2022 г. продолжил расти (+19,7% к 2021 г.), как и увеличилась доля льготного сегмента в общем объёме фармацевтического рынка ЛП с 12,6% в 2021 г. до 13,5% в 2022 г.

Финансирование лекарственного обеспечения льготных категорий граждан осуществляется из бюджетов разных уровней:

- Федерального – по двум программам «Обеспечение необходимыми лекарственными средствами» (ОНЛС) и «Высокозатратные нозологии» (ВЗН).
- Регионального – можно выделить закупку, которая регламентируется Постановлением Правительства РФ от 30 июля 1994 г. № 890 «О государственной поддержке развития медицинской промышленности и улучшении обеспечения населения и учреждений здравоохранения лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения», а также закупку орфанных препаратов, которая попадает под действие нормативно-правовых актов субъектов РФ.

Если ранее для каждой подпрограммы действовали перечни препаратов, согласно которым осуществлялась закупка, то, начиная с 2021 г., все перечни за исключением ВЗН были упразднены. Теперь льготники обеспечиваются бесплатными лекарствами в объёме не менее, чем это предусмотрено списком ЖНВЛП, который пересматривает-

ся не реже 1 раза в год, а изменения могут вноситься по мере необходимости. В 2022 г. перечень ЖНВЛП расширялся планомерно несколько раз в течение всего года. Что касается территориальных программ, то список лекарств ежегодно утверждается на уровне регионов.

Максимальный объём денежных средств федерального бюджета приходится на подпрограмму «**Высокозатратные нозологии**». С 2018 по 2022 г. количество пациентов взрослого и детского возраста с высокозатратными нозологиями увеличилось почти на 50% с 158 тыс. человек до 233 тыс. пациентов, 15 тыс. из которых дети. В настоящий момент в неё входит 14 нозологий, и перечень препаратов состоит из 46 МНН.

Распоряжение Правительства от 23 декабря 2021 г. № 3781-р расширило перечень ВЗН на 2022 г. на 4 новых препарата, необходимых пациентам с рассеянным склерозом (объём закупок МНН кладрибин за 2022 г. составил 718 млн руб.), множественной миеломой (помалидомид – 753 млн руб., иксазомиб – 591 млн руб.) и гемофилией (эфмороктоког альфа – 327 млн руб.).

На госпрограмму «14 ВЗН» в бюджете 2022 года и на плановый период 2023-2024 гг. было предусмотрено по 66,96 млрд руб. Фактически в 2022 году объём закупок по высокозатратным нозологиям превысил показатель плана. На программу ВЗН в 2022 г. было израсходовано 76 млрд рублей, что на 15,5% больше, чем годом ранее. В натуральном выражении объём реализа-

ции составил 4,3 млн упаковок (-1,8% к 2021 г.). Суммарная стоимость обязательств «14 ВЗН» в связи с расширением пациентской аудитории и лекарственной номенклатуры выросла. Поэтому «постоянно» возникает дефицит финансирования программы.

Потребность в препаратах, исходя из обработанных заявок от регионов на 2023 год и учитывая включение в перечень четырех новых МНН, может достичь стоимостного объема в 87,8 млрд рублей, что заметно превосходит плановый показатель. Поэтому трансформация программы необходима.

До 30% затрат от общего количества закупаемых препаратов в рамках программы «14 ВЗН» занимают закупки препаратов для детей. В 2022 г. был усовершенствован порядок финансирования государством таких закупок. Пациенты в возрасте 18 лет и старше будут обеспечиваться лекарствами за счёт бюджетных средств, выделенных Минздраву. Тогда как для детей и подростков лекарственное обеспечение будет осуществляться за счёт бюджетных ассигнований, предусмотренных фонду «Круг добра» (подробнее о фонде в разделе «Объём заку-

пок лекарств ЛПУ»). Данный порядок начнёт действовать с 1 января 2023 г.

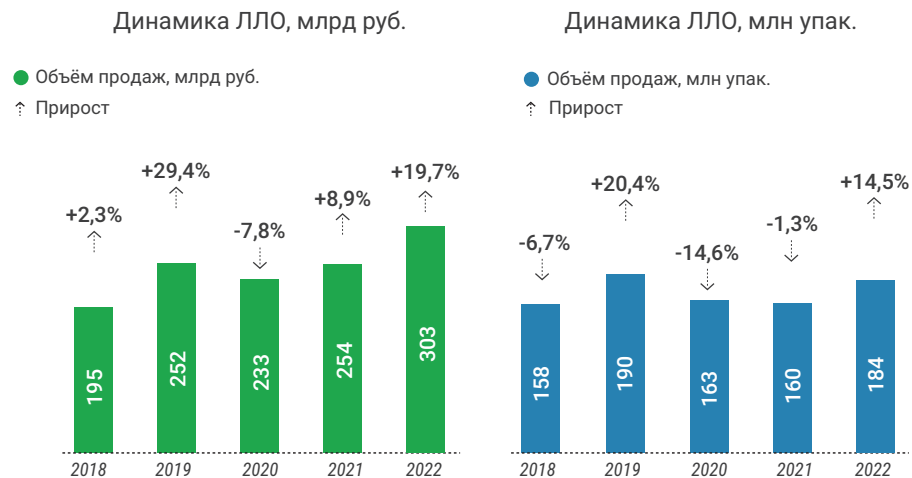
Правительство утвердило перечни препаратов на 2023 г. Изначально перечень лекарств для программы ВЗН планировалось пополнить 3 наименованиями, но в итоге ни одно из них так и не было включено.

«Обеспечение необходимыми лекарственными средствами» (ОНЛС) регламентируется Федеральным законом от 17 июля 1999 г. № 178-ФЗ «О государственной социальной помощи» и распространяется на 9 категорий граждан: инвалиды, дети-инвалиды, инвалиды войны, участники ВОВ, ветераны боевых действий и др.

Ежегодно устанавливается норматив для получения этой социальной услуги. С 1 февраля 2022 г. правительство увеличило норматив ежемесячных финансовых затрат на социальную помощь для льготных групп населения на 78,1 руб. до 1 007,9 руб. (Постановление Правительства от 9 мая 2022 г. № 841). Средства предназначены для закупки медицинских изделий и лекарственных препаратов для льготников и специализированного питания для детей с инвалидностью.

Рисунок 17

Динамика программы ЛЛО, 2018-2022 гг.



Обычно ежемесячный норматив индексируется каждый год. С 2023 года правительство изменит подход к его формированию, в результате норматив будет увеличиваться пропорционально росту потребительских цен.

Объём финансирования программы ОНЛС в 2022 г. практически не изменился относительно предыдущего года и составил 43,9 млрд рублей (-0,2%). В натуральном выражении отмечено снижение числа приобретённых упаковок на 9,5% относительно 2021 г., ёмкость сегмента в итоге составила 60,6 млн упаковок.

Территориальные льготные программы регламентируются законами субъектов РФ. По оценкам компании DSM Group, объём **региональной программы** сопоставим с федеральной, а в последние 3 года даже превышает её. Региональный сегмент также растёт в большей мере за счёт увеличения финансирования орфанных заболеваний.

Объём региональной льготы превышает федеральную программу. В 2022 г. было закуплено лекарств на 183,5 млрд рублей (+27,7% относительно 2021 г.), что составляет 118,6 млн упаковок (+33,3%).

В целях оптимизации и удобства получения льготными категориями граждан бесплатных лекарственных препаратов разрабатываются различные механизмы, а также проводится тестовая их апробация. Так, в Москве в 2022 году запустили пилотный проект по выдаче льготных лекарств по электронным рецептам в коммерческих аптеках. В настоящий момент в реестре значится 340 таких аптек из 13 аптечных коммерческих сетей. Для получения назначенного лекарственного средства достаточно предъявить QR-код рецепта на экране мобильного устройства или в распечатанном талоне из информационного киоска поликлиники. Эксперимент распространяется на москвичей, которые являются региональными льготниками.

Белгородская область стала первым регионом в РФ, который внедрил сервис доставки льготных лекарственных препаратов на дом. После оформления положенные препараты доставляют на дом в течение пяти дней.

С 2023 года льготные категории граждан смогут приобретать лекарственные препараты, медизделия и лечебное питание

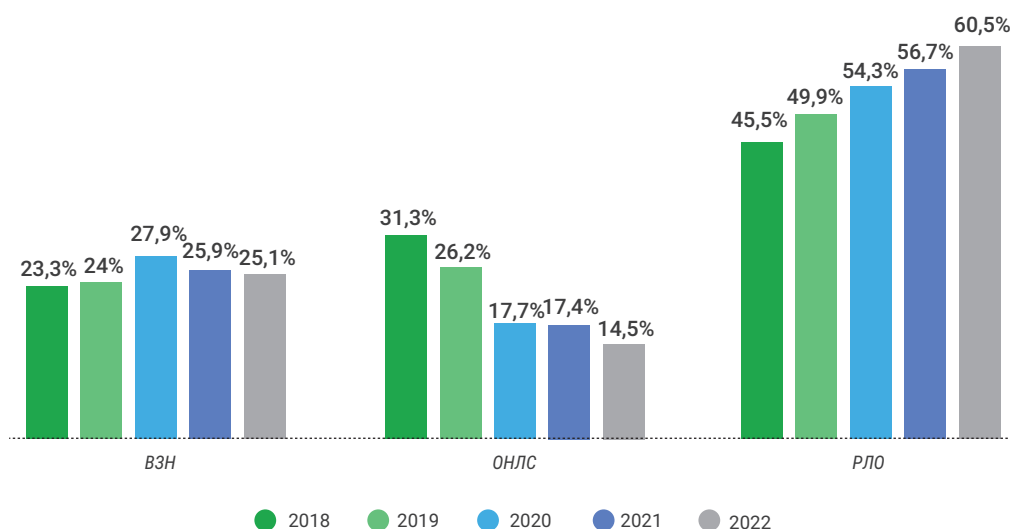


Рисунок 18

Соотношение затрат по программам ВЗН, ОНЛС и РЛО в общем стоимостном объёме потраченных средств в сегменте ЛЛО, 2018-2022 гг.

с помощью электронного сертификата по рецепту врача в коммерческой аптеке. Технология была опробована с лета 2022 года в части приобретения технических средств реабилитации. Государственный платежный инструмент привязан к банковской карте «МИР», а оплата осуществляется исключительно целевым образом – только на лекарственные препараты, медизделия и лечебное питание, предусмотренное цифровой записью. Гражданину будет гарантировано обеспечение лекарственным препаратом с указанным в рецепте действующим веществом. При желании можно будет взять более дорогой аналог лекарственного препарата с другим торговым наименованием, доплатив до его фактической стоимости из собственных средств. Таким образом, это первый шаг к запуску системы соплатежей, обсуждение которой ведется на протяжении уже многих лет.

Совокупно объём закупок лекарственных препаратов для льготных категорий граждан по итогам 2022 г. составил 183,6 млн упаковок на сумму 303,4 млрд руб. В денежном эквиваленте показатель ёмкости льготного сегмента фармрынка увеличился на 19,7% по сравнению с 2021 г. Объём закупленных упаковок также вырос – на 14,5%. Аналитические данные отражают факты оплаты и поставки исполненных в 2022 г. контрактов.

Если рассматривать отдельно льготные программы, то можно отметить, что наблюдается тенденция трансформации рынка в сторону роста доли региональной льготы – сейчас на неё приходится уже 60,5% от объёма финансирования всего льготного сегмента. Доли ВЗН и ОНЛС в 2022 г. сократились до 25% и 15% соответственно.

Соотношение импортных и локализованных ЛП в ЛЛО

По программам ЛЛО в большей мере закупаются оригинальные дорогостоящие препараты, которые чаще всего являются импортными. В 2022 г. можно наблюдать, что доля зарубежных лекарств в общих закупках увеличилась на 3,4% в рублях и составила 66% по итогам года. При этом в натуральном выражении структура закупок изменилась в пользу локализованных препаратов: за год их вес вырос с 75,1% до 80,3% (рис. 20).

В абсолютных значениях объём потребления препаратов, произведённых на территории России, вырос на 9% в рублях и на 22% в упаковках. Затраты на закупку импортных препаратов также были выше уровня 2021 г. на 26% в деньгах, а объём закупленных пачек, наоборот, сократился на 10%.

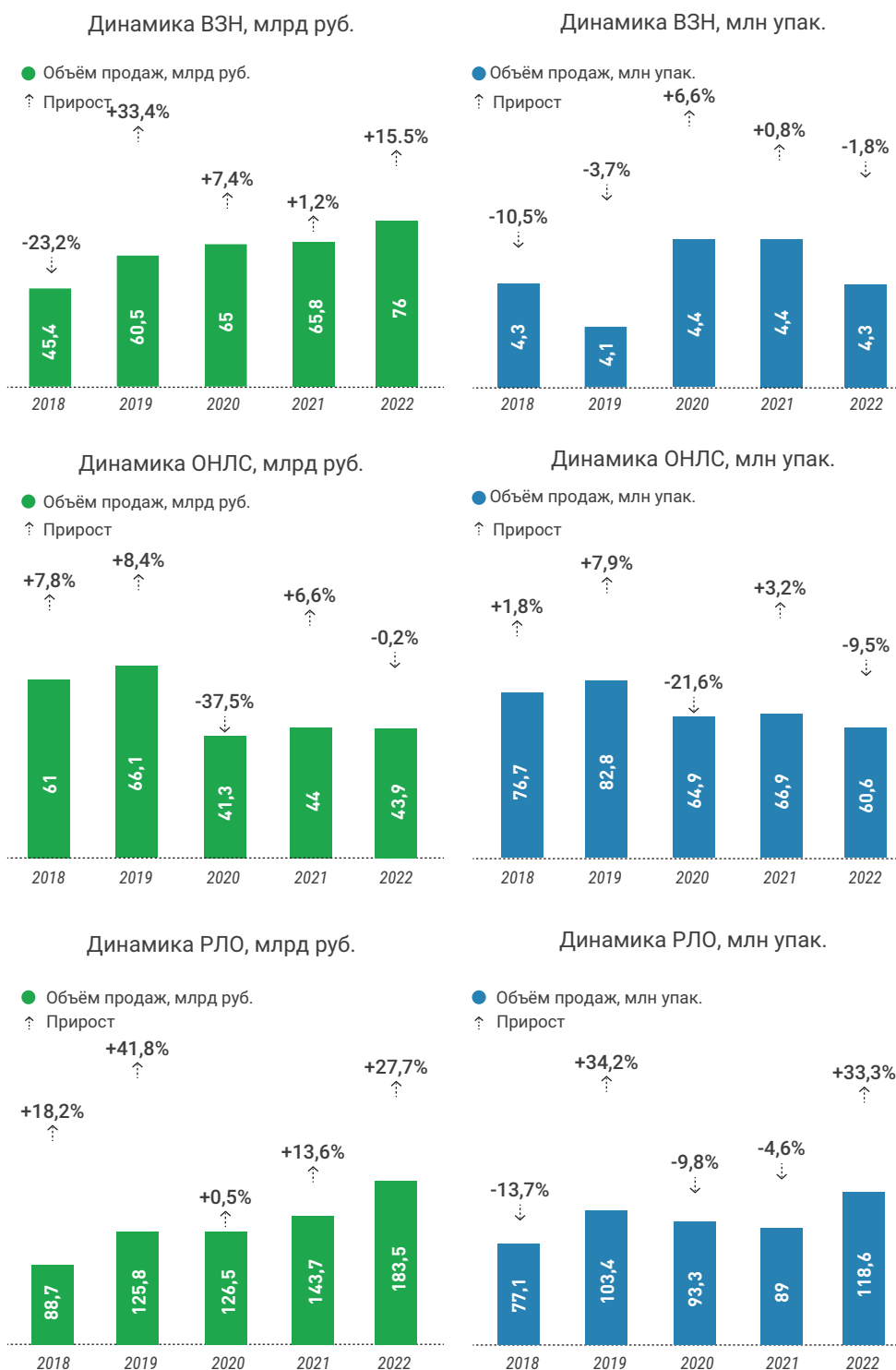
Таким образом, соотношение между локализованными и импортными препаратами в денежном выражении сохранилось в пользу препаратов, завезённых из-за границы. В 2022 г. 66% стоимостного объёма пришлось на них, и только 34% – на лекарства, производимые в России.

Без учёта импортных препаратов, произведённых на территории России, доля отечественных лекарственных средств составила бы только 25,9% в рублях. Таким образом, «локализация» поднимает этот показатель на 8,1%.

Стоимость локализованных ЛП, по данным за 2022 г., была на уровне 699 руб., тогда как импортные стоили 5 543 руб.

Рисунок 19

Динамика затрат по льготным программам, 2018-2022 гг.



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

В части ЛЛО, соответствующей высокозатратным нозологиям, доля зарубежных препаратов в рублях заметно выросла относительно уровня 2021 г. на 11% и составила 67,6%. Именно в этом сегменте самая большая доля импортных препаратов в упаковках (51,4%), которая за год уменьшилась на 3%.

По программе ОНЛС доля импортных препаратов увеличилась менее, чем на 1%,

и составила порядка 53,2% в деньгах. В упаковках локализованные лекарства заняли около 84% рынка (в 2021 г. данный показатель был несколько ниже – 82,6%).

В региональной льготе в деньгах преобладают импортные препараты (68,5%, доля осталась на уровне прошлого года), в упаковках локализованные лекарства занимают около 80% (+9% к 2021 г.).

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

Рисунок 20

Соотношение закупок импортных и локализованных ЛП в 2022 г.

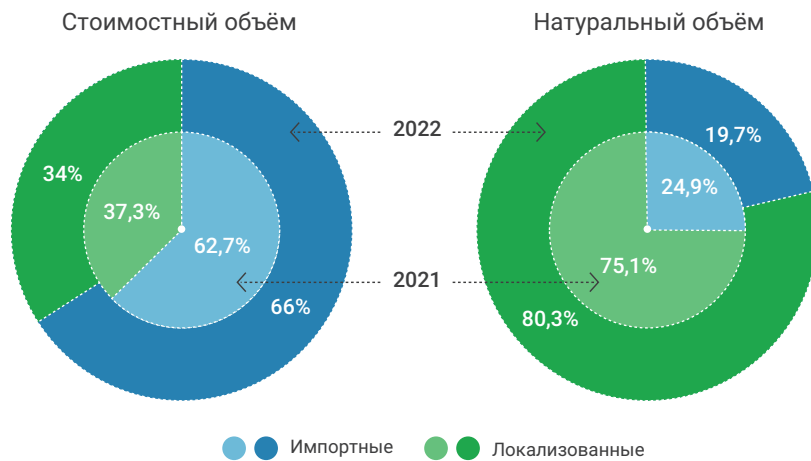
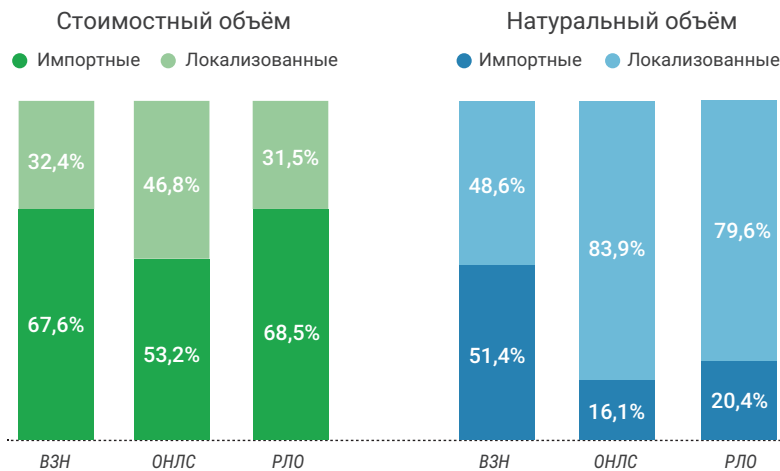


Рисунок 21

Соотношение закупок импортных и локализованных ЛП по подпрограммам в 2022 г.



В рейтинг вошли три МНН (интерферон бета-1а, салметерол + флутиказон и сунитиниб) с заметным ростом доли препаратов, произведённых на территории России, которые в 2021 г. уже лидировали по объёму закупок внутри МНН.

Также стоит выделить МНН валсартан + сакубитрил, который вошёл в рейтинг действующих веществ по «импортозамещению» в результате локализации компанией Novartis производства препарата «Юперо», предназначенного для лечения хронической сердечной недостаточности, на своём заводе в Санкт-Петербурге. За год доля локализованных препаратов под данной маркой увеличилась на 9%.

Второй год подряд в рейтинг попадают препараты эверолимус (лидер 2022 г. с увеличением доли локализованных ЛП в размере 52%) и интерферон бета-1а (+20%).

В рейтинг вошли лекарства следующих терапевтических групп: кардиология (валсартан + сакубитрил); новообразования (сунитиниб, метотрексат, эверолимус); обструктивные заболевания дыхательных путей (салметерол + флутиказон, беклометазон + формотерол, будесонид + формотерол); сахарный диабет (инсулин аспарт двухфазный); заболевания иммунной системы, такие как ревматоидный артрит и псориаз (этанерцепт), рассеянный склероз (интерферон бета-1а).

Соотношение ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска в ЛЛО

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

В 2022 г. доля лекарственных средств рецептурного отпуска составила в стоимостном объёме 99,3% (практически не изменилась относительно 2021 г.), в натуральном – 92,4% (-0,8%).

Структура продаж ЛП по АТС-группам в ЛЛО

Соотношение закупок ЛП по программе ЛЛО по АТС-группам I уровня в России в 2022 г. представлено в табл. 10.

Рейтинг АТС-групп по объёмам реализации в соответствии с программой ЛЛО довольно стабилен. В стоимостном объёме рынок достаточно высоко концентрирован – первые три АТС-группы занимают 80,1% рынка.

Препараты группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» по-прежнему остаются основной статьёй финансирования программы ЛЛО. В 2022 г. на их закупку было потрачено порядка 45,4% от общего объёма государственного финансирования. Это самая дорогостоящая группа препаратов в ЛЛО – средневзвешенная цена за упаковку составила 13 939,8 руб. Затраты на закупку данных средств относительно 2021 г. выросли в рублях на 22,3%. При этом объём закупленных упаковок заметно сократился – на 10,9%. В упаковках можно отметить переключение на генерики. В 2022 г. лидером группы стал отечественный бренд «Элизария» (МНН экулизумаб) производства «Генериум» с долей 8,9%, объём закупки иммунодепрессивного препарата вырос на 25,7%. На втором и третьем месте расположились иммунодепрессант «Ревлимид» (МНН леналидомид) от фирмы Bristol-Myers Squibb и ингибитор протеинкиназы «Имбрувика» (МНН ибрутиниб) корпорации Johnson & Johnson. Лекар-

Таблица 9

ТОП-10 МНН по
«импортозамещению»
в 2022 г.

МНН	Доля локализованных ЛП в рублях		Рост доли	Препарат-лидер в 2021 году (производитель)	Препарат «переключения» в 2022 году (производитель)
	2021	2022			
Эверолимус	23%	75%	+52%	Афинитор (Novartis)	Николимус (Фармасинтез)
Будесонид + формотерол	34%	80%	+46%	Симбикорт (AstraZeneca)	Респифорб (Рус Биофарм), Формисонид (Натива (Спектр))
Беклометазон + формотерол	0%	31%	+31%	Фостер (Chiesi Farmaceutici)	Респикомб Эйр (Рус Биофарм)
Интерферон бета-1а	50%	70%	+20%	Тебериф (Биокад)	Тебериф (Биокад)
Этанерцепт	1%	18%	+17%	Энбрел (Pfizer)	Этанерцепт (Рус Биофарм)
Инсулин аспарт двухфазный	0%	13%	+13%	Новомикс (Novo Nordisk)	Ринфаст (Герофарм)
Салметерол + флутиказон	71%	82%	+11%	Респисальф (Рус Биофарм)	Респисальф (Рус Биофарм)
Сунитиниб	60%	70%	+10%	Сунитиниб (Натива (Спектр))	Сунитиниб (Натива (Спектр), Промомед Рус, Репарт)
Валсартан + сакубитрил	68%	78%	+9%	Юперо (Novartis)	Юперо (Novartis)
Метотрексат	44%	54%	+9%	Методжект (Medac)	Метотрексат (Фармпотребсоюз, Фармасинтез)

Таблица 10

Структура закупок
ЛП по АТС-группам
на рынке ЛЛО
в 2022 г.

АТС-группы I уровня	Стоимостный объём закупок, млн руб.	Доля группы в стоимостном объёме	Натуральный объём закупок, млн упак.	Доля группы в натуральном объёме
[L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	137 713,3	45,4%	9,9	5,4%
[A] Пищеварительный тракт и обмен веществ	58 507,0	19,3%	60,8	33,1%
[B] Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	46 951,2	15,5%	12,0	6,5%
[R] Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	14 124,0	4,7%	18,3	10,0%
[J] Противомикробные препараты для системного использования	10 902,1	3,6%	3,7	2,0%
[N] Препараты для лечения заболеваний нервной системы	9 174,3	3,0%	19,3	10,5%
[C] Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	8 883,7	2,9%	49,9	27,2%
[M] Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	7 206,3	2,4%	3,5	1,9%
[H] Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	4 944,7	1,6%	2,1	1,1%
[V] Прочие препараты	2 972,3	1,0%	0,9	0,5%
[D] Препараты для лечения заболеваний кожи	840,8	0,3%	0,3	0,1%
Препараты без указания АТС-группы	505,1	0,2%	0,1	0%
[S] Препараты для лечения заболеваний органов чувств	404,0	0,1%	2,1	1,1%
[G] Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	252,3	0,1%	0,6	0,3%
[P] Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	18,8	0%	0,1	0%

ственные средства занимают примерно 6% и 4% соответственно от стоимостного объёма реализации группы [L].

Объём АТС-группы, расположенной на втором месте, меньше чем у лидера вдвое. В 2022 г. это место принадлежит группе [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (доля 19,3% в руб.). Относительно предыдущего года было отпущено препаратов группы больше на 17,4% в рублях и на 25,6% в упаковках. Порядка 73,7% этой группы приходится на препараты для лечения сахарного диабета [A10]. В 2022 г. лидером этой подгруппы по стоимостному объёму продаж стал препарат «Туджео СолоСтар» (МНН инсулин гларгин) производства компании Sanofi. Препарат компании AstraZeneca «Форсига» (МНН дапаглифлозин) и корпорации Boehringer Ingelheim «Джардинс» (МНН эмпаглифлозин) заняли 2 и 3-ю строчки соответственно.

На третьем месте в рейтинге находятся препараты, влияющие на кроветворение и кровь (15,5%). В 2022 г. группа [B] выросла в объёме на 22,8% в стоимостном выражении. В упаковках закупки снизились на 11%.

В структуре ЛЛО пятёрку лидеров по АТС-группам в 2022 г. возглавила группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы». Доля 5 ключевых групп в стоимостном объёме подросла на 1% и составила порядка 88,4%. Наибольшим приростом продаж отметилась группа [R], доля которой за год также заметно выросла с 4,2% до 4,7%. Препараты для лечения заболеваний респираторной системы реализуются преимущественно в РЛО и ОНЛС.

Интересно посмотреть, сколько средств расходуется по программе ЛЛО на лечение основных групп заболеваний. С этой целью препараты были соотнесены с показаниями к назначению. В результате получился следующий рейтинг затрат в ЛЛО по заболеваниям (табл. 11).

Несколько лет подряд первую строчку занимают препараты для терапии злокачественных новообразований, так как онкологическое направление стало приоритетным в последнее время. На долю лидера пришлось 24,9% от стоимостного объёма закупок всего сегмента ЛЛО. 82% лекарств отпускается по программе РЛО. В 2022 г.

Рисунок 22

Соотношение стоимостного объёма закупок АТС-групп в программе ЛЛО в 2022 г.

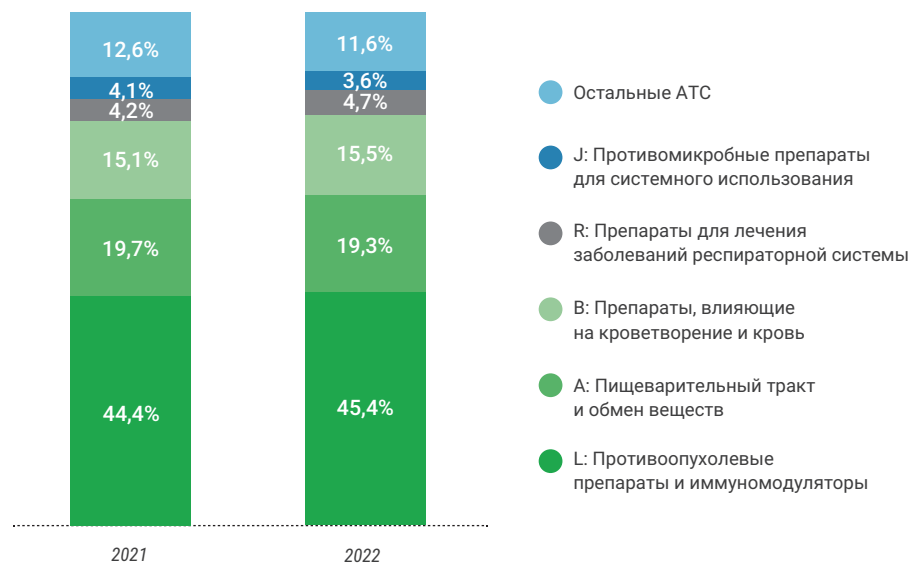


Таблица 11

Рейтинг затрат в ЛЛО по заболеваниям в стоимостном выражении в 2022 г.

Заболевание	Объём закупок, млн руб.	Прирост к 2021	Доля		
			ВЗН	ОНЛС	РЛО
Онкологические заболевания	75 627,8	30,1%	9%	9%	82%
Заболевания иммунной системы	62 085,5	14,0%	61%	9%	31%
Заболевания крови и органов кроветворения	46 856,4	23,5%	47%	13%	41%
Сахарный диабет	45 138,9	18,7%	-	23%	77%
Заболевания пищеварительной системы	15 064,7	15,0%	51%	11%	38%
Заболевания органов дыхания	14 124,0	33,7%	10%	22%	68%
Заболевания, вызванные различными инфекционными агентами	10 910,1	5,5%	-	10%	90%
Заболевания нервной системы	9 174,3	9,2%	-	32%	68%
Заболевания костно-мышечной системы	7 206,3	-0,5%	-	16%	84%
Заболевания сердечно-сосудистой системы	6 880,6	9,4%	-	31%	69%
Заболевания, связанные с гормональными нарушениями	4 944,7	10,1%	4%	35%	61%
Прочее	4 082,6	7,6%	-	43%	57%
Заболевания кожи	840,8	123,5%	-	14%	86%
Заболевания органов зрения	402,4	20,3%	-	15%	85%
Заболевания репродуктивной системы мужчин и женщин	60,7	22,3%	-	22%	78%

Таблица 12

ТОП-20
производителей ЛП
по потреблению
ЛЛО в 2022 г.

Рейтинг	Изменение к 2021	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Доля	Прирост к 2021
1	+1	Johnson & Johnson	22 464	7,4%	45,5%
2	-1	Генериум	20 453	6,7%	10,6%
3	-	Novartis	18 013	5,9%	31,0%
4	+2	AstraZeneca	16 472	5,4%	53,7%
5	+2	F.Hoffmann-La Roche	15 950	5,3%	73,1%
6	-2	Sanofi	13 769	4,5%	10,3%
7	-2	Bristol-Myers Squibb	11 235	3,7%	-6,5%
8	+2	Pfizer	11 208	3,7%	26,3%
9	-	Биокад	10 029	3,3%	11,4%
10	-2	Novo Nordisk	9 814	3,2%	7,4%
11	+2	Boehringer Ingelheim	8 884	2,9%	42,0%
12	-1	Bayer	8 640	2,8%	15,6%
13	-1	Baxter	8 129	2,7%	9,0%
14	+6	Takeda	8 075	2,7%	110,5%
15	+1	Astellas Pharma	7 394	2,4%	49,3%
16	-1	GlaxoSmithKline	7 358	2,4%	33,5%
17	-3	Фармасинтез	5 572	1,8%	-9,7%
18	+6	AbbVie	5 310	1,8%	48,0%
19	+2	Amgen	4 756	1,6%	24,4%
20	+2	Герофарм	4 240	1,4%	12,5%

данная группа продемонстрировала положительный прирост на 30,1% по отношению к предыдущему периоду.

Препараты для лечения заболеваний иммунной системы на второй строчке в рейтинге и также показывают прирост закупок на 14%. Основной объём затрат приходится на сегмент ВЗН (доля 61%).

Третье место в 2022 г. заняли препараты для лечения заболеваний крови и органов кроветворения, которые в основном отпускаялись по программе «14 нозологий» (доля 47% в рублях).

Группа препаратов для терапии заболеваний кожи (+123,5%) выросла значительно больше прочих благодаря увеличению закупок ингибитора интерлейкина «Дупиксент» (+136,6%). В большей мере этот бренд закупается через региональный льготный сегмент.

Производители в сегменте ЛЛО

В табл. 12 представлены ТОП-20 производителей, лидирующих по стоимостному объёму потребления в программе ЛЛО в 2022 г.

В 2022 г. по программе льготного лекарственного обеспечения закупались препараты у 400 производителей. Причём в ВЗН участвуют только 34 компании, в ОНЛС – 245, а в региональной льготе закупаются препараты 388 предприятий. Такая картина складывается по причине того, что списки препаратов в ВЗН законодательно регламентируются, а в остальной части льготы соответствуют потребностям каждого пациента.

Рейтинг заметно изменился – только 2 компании смогли сохранить позиции прошлого года. Остальные переместились на новые строчки. В 2022 г. на первое место

поднялась компания Johnson & Johnson с долей 7,4%, объём реализации которой вырос на 45,5% за год. Номенклатурный ряд препаратов, закупаемых по льготным программам, включал в себя 29 брендов. Реализация 8 из 10 ключевых марок компании выросла. Наибольшим увеличением закупок отметились противоопухолевое средство – антиандроген «Эрлеада» (+225% относительно 2021 г.), моноклональное антитело «Тизабри» (+144,6%) и антиагрегантное средство «Апбрави» (+115,2%). При этом закупки антипсихотического средства (нейролептика) «Рисполепт» (-2,2%) и противовирусного [ВИЧ] средства «Эвиглера» (-2%) снизились.

Лидер прошлого года – российская компания «Генериум» (доля 6,7% в руб. от льготных лекарств) переместилась на вторую строчку. Закупки препаратов из портфеля производителя выросли на 10,6% относительно 2021 г. Биоинженерная компания нацелена на производство аналогов дорогостоящих импортных оригинальных препаратов. Государство закупает у компании порядка 9 брендов ЛП. Рост продаж произошёл в первую очередь за счёт увеличения закупок противовоспалительного антибронхоконстрикторного средства «Генолар» (+1669,9% к 2021 г.), гемостатических препаратов «Нонаког Альфа» (+1222%) и «Коагил» (+62,1%). Закупки основного препарата компании – иммунодепрессивного средства «Элизария» увеличились на 25,7%. Негативную динамику показали гемостатическое средство «Октофактор» (-55,5%), цитокин «Инфибета» (-6,8%) и МИБП-аллерген «Диаскинтест» (-5,2%)

Третья строчка в 2022 г. досталась корпорации Novartis с долей 5,9%. Объём реализации производителя за год вырос на 31%. Портфель фирмы в льготном сегменте рынка продолжил уменьшаться: за год число закупленных брендов сократилось

с 76 до 72 брендов. В большей мере вырос спрос на иммунодепрессивное средство «Эрелзи» (+785,3% по отношению к 2021 г.) для терапии ревматических заболеваний и псориаза; средство лечения рассеянного склероза «Кайендра» (+317,8%); препарат «Юперо» (222,1%) при хронической сердечной недостаточности и эссенциальной артериальной гипертензии. Однако на 3,2% упали закупки иммунодепрессивного препарата – моноклонального антитела «Иларис» относительно предыдущего года.

Самым заметным перемещением по рейтингу отметился японский производитель Takeda (+6 строчек; +110,5% к 2021 г.), портфель которого включает всего 15 брендов. Существенный прирост относительно предыдущего года показали: средство лечения ангионевротического наследственного отёка «Такзайро» (+717,4%), препарат «Гэтте-стив» (+613%) для лечения пациентов с синдромом короткой кишки в возрасте от 1 года и старше и ведущий бренд «Элапраза» (+400,4%), предназначенный для длительного лечения пациентов с синдромом Хантера (мукополисахаридозом II типа, МПС II).

По итогам 2022 г. 4 российских производителя вошли в ТОП-20 по стоимостному объёму реализации благодаря программе импортозамещения.

В табл. 13 приведён рейтинг производителей, участвующих в программе «14 нозологий», ОНЛС и РЛО.

Отечественная компания «Генериум» вышла на первую позицию в программе «14 нозологий», а в программах ОНЛС и РЛО лидируют иностранные компании Novartis и AstraZeneca. В каждой из подпрограмм присутствует несколько отечественных производителей, наибольшее количество

российских компаний представлено в ТОП-20 в сегментах ОНЛС (8 компаний) и РЛО (5 компаний). В сегменте ВЗН 4 отечественных производителя – «Генериум», «Биокад», «Мир-Фарм» и «Фармасинтез» – вошли в двадцатку лидеров.

Препараты сегмента ЛЛО

В табл. 14 представлены ТОП-20 брендов, лидирующих по стоимостному объёму закупок по программе ЛЛО в 2022 г. Доля ТОП-20 брендов в 2022 г. составила 30,9% от стоимостного объёма, что на 0,5% больше, чем годом ранее.

Рейтинг препаратов за год изменился ещё более существенно, чем «двадцатка» ведущих компаний. Свои позиции в рейтинге удержали только ключевые препараты «Элизария» и «Ревлимид».

Первую позицию удерживает «новинка» 2019 г. – иммунодепрессант «Элизария» (+25,7% относительно 2021 г.) производства российской корпорации «Генериум». Вторую строчку стоимостного рейтинга занимает по-прежнему зарубежный иммунодепрессивный препарат «Ревлимид» (-2,9%) производства компании Bristol-Myers Squibb. Замыкает тройку лидеров противоопухолевое средство – ингибитор протеинтирозинкиназы «Имбрувика» (+27,3% и +3 места) фирмы Johnson & Johnson.

Итак, в 2022 г. рейтинг затронули глобальные перестановки. Семь препаратов первой двадцатки – новички. Сильнее всех по рейтингу вверх продвинулись:

- препарат «Элапраза» (+92 строчки) компании Takeda для длительного лечения пациентов с синдромом Хантера;
- моноклональное антитело «Гемлибра» (+32 места) производства F.Hoffmann-La Roche для предотвращения и снижения ча-

Таблица 13

ТОП-20
производителей ЛП
по объёму закупок
в сегменте ЛЛО
в соответствии с
программами ВЗН,
ОНЛС, РЛО в 2022 г.

Рейтинг	ВЗН		ОНЛС		РЛО	
	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Производитель	Объём закупок, млн руб.
1	Генериум	13 506	Novartis	3 208	AstraZeneca	14 284
2	F.Hoffmann-La Roche	8 955	Novo Nordisk	2 968	Novartis	13 201
3	Johnson & Johnson	8 855	Sanofi	2 577	Johnson & Johnson	12 053
4	Bristol-Myers Squibb	8 212	Bayer	2 380	Sanofi	9 947
5	Baxter	6 498	AstraZeneca	2 188	Pfizer	9 357
6	Биокад	5 807	Boehringer Ingelheim	2 128	Novo Nordisk	6 846
7	Takeda	4 759	Pfizer	1 833	Генериум	6 842
8	Octapharma	3 334	Johnson & Johnson	1 555	Boehringer Ingelheim	6 756
9	Novartis	1 604	Фармстандарт	1 405	GlaxoSmithKline	6 756
10	CSL Behring	1 520	Герофарм	1 174	Bayer	6 260
11	Catalent	1 518	Рус Биофарм	1 115	F.Hoffmann-La Roche	6 167
12	Astellas Pharma	1 360	Фармасинтез	1 105	Astellas Pharma	5 415
13	Sanofi	1 245	Биокад	1 031	AbbVie	4 525
14	Cinnagen	1 240	Протек	1 022	Amgen	4 340
15	Мир-Фарм	1 085	F.Hoffmann-La Roche	827	Фармасинтез	3 746
16	Grifols	1 033	Ipsen	818	Биокад	3 191
17	Kedrion	1 014	AbbVie	773	Takeda	3 103
18	Фармасинтез	721	Канонфарма Продакшн	763	Герофарм	3 066
19	Merck KGAA	718	Озон	687	Ipsen	2 869
20	Dr.Reddy's	406	Fresenius	626	Рус Биофарм	2 855

Таблица 14

ТОП-20 брендов по стоимостному объёму закупок в ЛЛО в 2022 г.

Рейтинг	Изменение к 2021	Бренд	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Доля	Прирост к 2021
1	-	Элизария	Генериум	12 253	4,0%	25,7%
2	-	Ревлимид	Bristol-Myers Squibb	8 422	2,8%	-2,9%
3	+3	Имбрувика	Johnson & Johnson	5 965	2,0%	27,3%
4	-1	Туджео СолоСтар	Sanofi	5 789	1,9%	0,1%
5	-1	Ксарелто	Bayer	5 756	1,9%	18,2%
6	+5	Кстанди	Astellas Pharma	5 218	1,7%	59,9%
7	+7	Линпарза	AstraZeneca	4 785	1,6%	92,6%
8	+32	Гемлибра	F.Hoffmann-La Roche	4 563	1,5%	246,9%
9	+4	Дарзалекс	Johnson & Johnson	4 559	1,5%	79,3%
10	+5	Форсига	AstraZeneca	4 345	1,4%	82,8%
11	+1	Окревус	F.Hoffmann-La Roche	4 154	1,4%	46%
12	+92	Элапраза	Takeda	3 541	1,2%	400,4%
13	+7	Джардинс	Boehringer Ingelheim	3 343	1,1%	76,6%
14	-4	Левемир	Novo Nordisk	3 313	1,1%	-1,7%
15	-10	Адвейт	Baxter	3 263	1,1%	-31,4%
16	+16	Рисарг	Novartis	3 043	1%	89,9%
17	+30	Тизабри	Johnson & Johnson	3 029	1%	144,6%
18	+4	Тебериф	Биокад	3 015	1%	69,8%
19	+12	Тагриссо	AstraZeneca	2 773	0,9%	70,2%
20	+31	Венклекста	AbbVie	2 752	0,9%	137%

Таблица 15

ТОП-20 брендов по объёму закупок в сегменте ЛЛО в соответствии с программами ВЗН, ОНЛС, РЛО в 2022 г.

Рейтинг	ВЗН		ОНЛС		РЛО	
	Бренд	Объём закупок, млн руб.	Бренд	Объём закупок, млн руб.	Бренд	Объём закупок, млн руб.
1	Ревлимид	8 212	Ксарелто	2 032	Элизария	6 476
2	Элизария	5 707	Туджео СолоСтар	1 498	Имбрувика	5 734
3	Гемлибра	4 463	Левемир	1 067	Кстанди	4 720
4	Окревус	4 034	Эральфон	693	Линпарза	4 531
5	Дарзалекс	3 847	Тресиба	651	Туджео СолоСтар	4 291
6	Элапраза	3 525	Форсига	644	Ксарелто	3 724
7	Адвейт	3 258	Октреотид	636	Форсига	3 701
8	Тебериф	3 015	Фиасп	567	Джардинс	2 969
9	Тизабри	2 931	Симпони	548	Рисарг	2 857
10	Фейба	2 356	Энбрел	509	Энплейт	2 685
11	Плегриди	2 078	Респифорб	506	Венклекста	2 685
12	Инфибета	1 833	Эликвис	506	Тафинлар	2 490
13	Октофактор	1 661	Кстанди	498	Тагриссо	2 425
14	Коагил	1 524	Брилинта	478	Джакави	2 305
15	Наглазим	1 518	Варгатеф	477	Галвус	2 285
16	Тигераза	1 449	Прадакса	467	Левемир	2 246
17	Адваграф	1 360	Далибра	464	Итулси	2 218
18	Иларис	1 323	Галвус	445	Эврисди	2 105
19	Вилате	1 290	Аторвастатин	425	Револейд	2 065
20	Синновекс	1 240	Апидра	419	Спинраза	1 888

стоты кровотечений у взрослых и детей с гемофилией А;

- противоопухолевое средство «Венклекста» (+31 место) от AbbVie для терапии хронического лимфоцитарного лейкоза, лимфомы из малых лимфоцитов и острого миелоидного лейкоза;
- моноклональное антитело «Тизабри» (+30 мест) производства Johnson & Johnson, применяемое при рассеянном склерозе.

Средневзвешенная цена для брендов ТОП-20 составила 11 736 руб./упак. Самым дорогостоящим препаратом стал ингибитор протеинтирозинкиназы «Имбрувика» в форме капсул, средневзвешенная стоимость которого составляет порядка 426 тыс. рублей за упаковку. А гипогликемическое средство для перорального применения «Форсига», наоборот, оказалось самым «дешёвым» препаратом «двадцатки» лидеров (2 376 руб.).

Большинство ведущих препаратов относятся к группе [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (12 брендов). На второй строчке группа [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (5 брендов). Третье место по данному показателю занимает группа [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» с 3 торговыми марками.

Подавляющая часть препаратов рейтинга (12 брендов) – это лекарства, преимущественно отпускаемые по региональной льготной программе. Принадлежность к РЛО не исключает отпуск лекарств по ВЗН или ОНЛС. Именно поэтому рейтинги ведущих брендов по сегментам перекликаются.

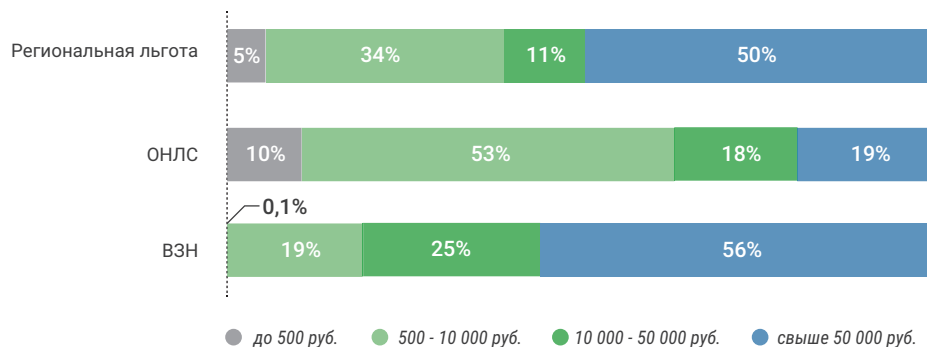
Ценовая сегментация в ЛЛО

В 2022 г. средняя стоимость упаковки по программе ЛЛО за год стала выше на 4,5% и составила около 1,7 тыс. руб. Если говорить в разрезе подпрограмм, то в ВЗН самые дорогостоящие лекарственные препараты: в среднем одна упаковка закупается государством по 18 тыс. руб. (+17,6% при сравнении с 2021 г.). В региональной льготе цена стала ниже на 4,2% и составила 1 547 руб. «Дешевле» всего закупают препараты по программе ОНЛС – по 725 руб. (+10,2%).

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

По всем программам самый заметный прирост закупок показали дорогостоящие препараты из ценового диапазона «свыше 50 000 руб.»: в ВЗН – +42,7% в руб.; в ОНЛС – +47,7%; РЛО – +77,2%.

Рисунок 23
Структура программы ЛЛО в стоимостном выражении по ценовым сегментам в 2022 г.



4. Объём закупок лекарств ЛПУ

Ни пандемия COVID-19, ни экономические санкции в 2022 году не поменяли вектор развития национальной системы здравоохранения. Внедрение цифровых технологий, а именно Big Data, искусственного интеллекта, Internet of Things, телемедицины, предвещает появление новых методов и подходов к профилактике, диагностике и лечению заболеваний.

В рамках цифровизации здравоохранения в России инициированы два больших межведомственных проекта – это создание единого цифрового контура взаимодействия медицинских организаций в здравоохранении на основе ЕГИСЗ, концепция создания которой была утверждена ещё в 2011 г., и разработка медицинских платформенных решений федерального уровня (ВИМИС). Также стратегия цифровой трансформации отрасли включает две стратегические инициативы: «Национальная цифровая платформа «Здоровье» и «Персональные медицинские помощники».

В течение 2023 и 2024 гг. Минздравом РФ будет реализован пилотный проект по дистанционному мониторингу состояния здоровья пациентов с использованием высокотехнологичных устройств и сервисов в рамках инициативы социально-экономического развития «Персональные медицинские помощники». В рамках пилотного проекта, пациентам с диабетом или гипертонией будут выдаваться диагностические приборы, данные с которых, будут поступать на цифровую платформу для дальнейшей обработки врачами-специалистами из двух медицин-

ских центров НМИЦ кардиологии им. ак. Е.И. Чазова Минздрава России и НМИЦ эндокринологии Минздрава России.

С развитием телемедицины в России также связаны большие ожидания. В последнее время наблюдается уверенный рост в части удалённых консультаций, диетологии и психологии. Рынок предлагает множество сервисов: «Яндекс.Здоровье», «Сбер Здоровье», «Доктор рядом», «Онлайн Доктор», My Doc, ONDOC, «ТелеМед», «СОГАЗ-Телемед», «Медведь.Телемед», сервис видеоконсультаций с психотерапевтом «Ясно» и мн. др.

Кассовое исполнение национального проекта «Здравоохранение» по итогам 2022 г. составило 96%. Наиболее близко к полному исполнению бюджета приблизился проект «Борьба с онкологическими заболеваниями» (98,2%, потрачено 185,18 млрд руб. из 188,52 млрд – это самый дорогостоящий федеральный проект). При этом самые низкие показатели за год у проектов «Борьба с сердечно-сосудистыми заболеваниями» (94,7%, 24,2 млрд руб. из 25,6 млрд) и «Создание единого цифрового контура в здравоохранении на основе ЕГИСЗ» (90,8%, 13,36 млрд руб. из 14,72 млрд).

В целом федеральный бюджет по итогам 2022 г. был исполнен с дефицитом. Поэтому можно проследить снижение финансирования по некоторым статьям бюджета на следующий год.

Расходы федерального бюджета России на здравоохранение в 2023 г. составят 1 451,9

млрд руб. (против 1 234,6 млрд руб. в 2022 г.; расходы федбюджета на здравоохранение составили в 2022 г. 1 498,6 млрд руб., утверждённые сводной бюджетной росписью на ноябрь). На плановый период заложено: в 2024 г. – 1 474,7 млрд руб., в 2025 г. – 1 486,8 млрд руб. Согласно принятому бюджету, самым затратным станет федеральный проект «Борьба с онкологическими заболеваниями», реализация которого в 2023 г. обойдётся государству в 154,8 млрд руб. (в 2022 г. было направлено 189,6 млрд руб.).

По итогам 2022 г. для нужд ЛПУ закупили 550 млн упаковок лекарственных препаратов на сумму 592 млрд рублей в оптовых ценах (аналитические данные отражают факты оплаты и поставки контрактов, исполненных за 2022 г.). Относительно 2021 г. больницы потратили на 1,3% больше бюджетных средств. Объём закупленных упаковок сильно сократился – на 32,8%.

Заметим, что закупка лекарств, связанная с распространением коронавирусной инфекции, хоть и вносит свой вклад в динамику госпитального сегмента, но не является единственным фактором. Финансирование уже существующих программ также определило его ёмкость в 2022 г.

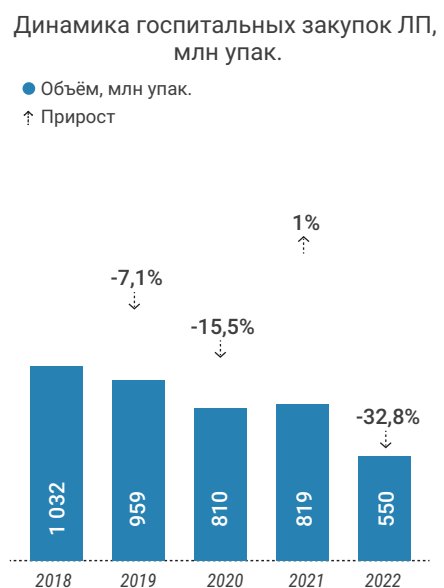
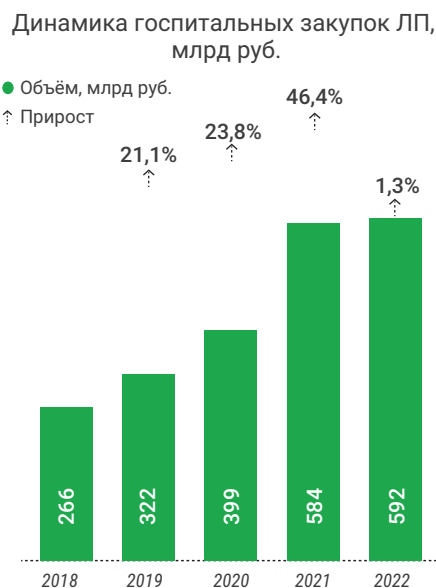
Программа «Борьба с онкологическими заболеваниями» действует уже на протяжении многих лет, и финансирование закупки необходимых препаратов неуклонно растёт. Если в 2021 г. на закупку лекарств было израсходовано 136,9 млрд руб., то в 2022 г. было потрачено уже 160,1 млрд руб. Рост финансирования на 17% связан в том числе и с появлением новых более современных препаратов, и с изменением схем лечения.

По информации Минздрава, на сегодняшний день число россиян с онкологическими заболеваниями составило около 4 миллионов, ежегодно число новых случаев составляет порядка 600 тысяч. Выявляемость растёт за счёт укрепления материально-технической базы, а также создания условий для современной диагностики. За последние 4 года реализации федерального проекта «Борьба с онкологическими заболеваниями» удалось снизить смертность населения от новообразований на 4,4%, годовая летальность пациентов снизилась на 13,5%.

Заметнее всего сократилось финансирование закупки «ковидных» групп препаратов – на 22% к прошлому году. А это ни много ни мало 32 млрд рублей.

Рисунок 24

Динамика госпитальных закупок, 2018-2022 гг.



При анализе помесечной динамики можно наблюдать, что с лета закупки «ковидных» препаратов в государственном сегменте фармынка стали заметно ниже уровня 2021 г. (рис. 26). Препараты активно закупались в 1-м квартале. Но затем заболеваемость резко пошла вниз, запасы уже закупленных ранее лекарств сохранялись, и они же использовались для оказания медпомощи.

За год закупки по федеральной целевой программе об организации обеспечения лекарственными препаратами лиц, инфицированных вирусом иммунодефицита человека и гепатитом (+10%), по проекту по борьбе с ССЗ (+10%), а также по «Национальному календарю профилактических прививок» (+16%) выросли двузначными темпами по сравнению с прошлым годом.

В 2023 году на федеральный проект **«Борьба с сердечно-сосудистыми заболеваниями»** будет направлено 17,5 млрд руб., что заметно меньше – на 32%, чем годом ранее (25,6 млрд руб. в 2022 г.).

В 2022 г. «Национальный календарь профилактических прививок» так и не был расширен на вакцину от ротавирусной инфекции, и маловероятно, что пополнится вакци-

ной от ветряной оспы в 2023 г. Эти сроки предусматривал утверждённый правительством в 2021 г. график «Стратегии развития иммунопрофилактики до 2035 г.». Вакцина от ротавирусной инфекции не была включена в календарь по причине того, что российские производители пока так и не выпустили эти вакцины, а в НКПП могут быть включены только отечественные вакцины. Поэтому правительство намерено обновить график стратегии, предусмотрев новые сроки. Компания «Фарм Эйд» собирается локализовать производство в России вакцины от ротавируса.

Что касается положительной динамики закупок по НКПП, то она в первую очередь обеспечена существенным ростом потребления противогриппозной вакцины «Совигрипп».

За год объём финансирования, выделяемый на оказание паллиативной помощи, не изменился и составил 1,2 млрд рублей.

Сильнее всего растут закупки по фонду **«Круг добра»** (+63%), созданному в 2021 г. по инициативе президента. Пока ещё ёмкость исполненных контрактов, размещённых фондом, не столь значима для госпитального сектора – всего лишь 40,4 млрд руб. по ито-

Динамика закупок ЛПУ, млрд руб.

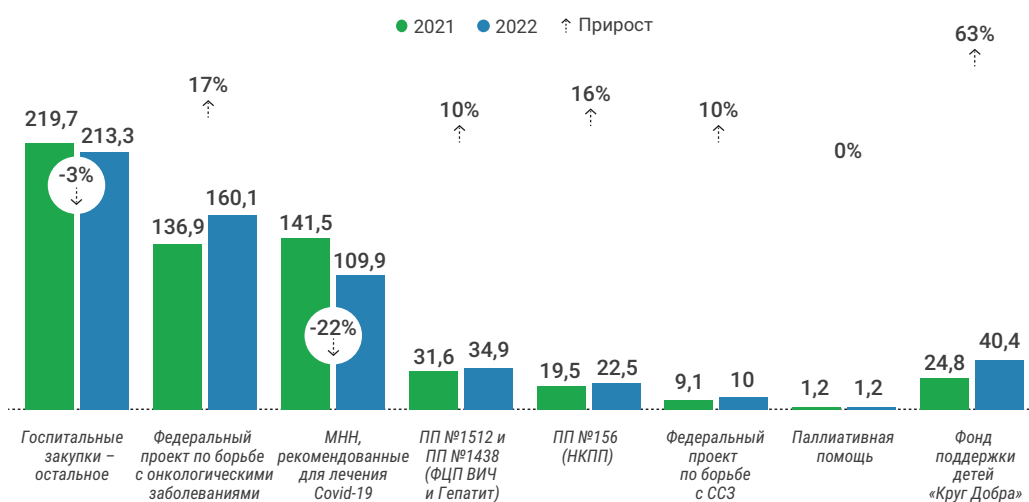


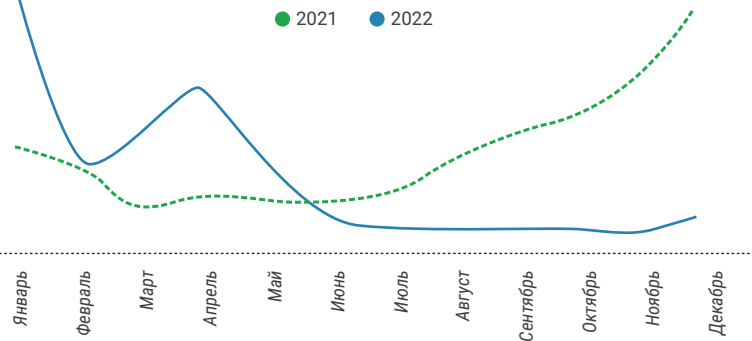
Рисунок 25

Динамика госпитальных закупок по программам

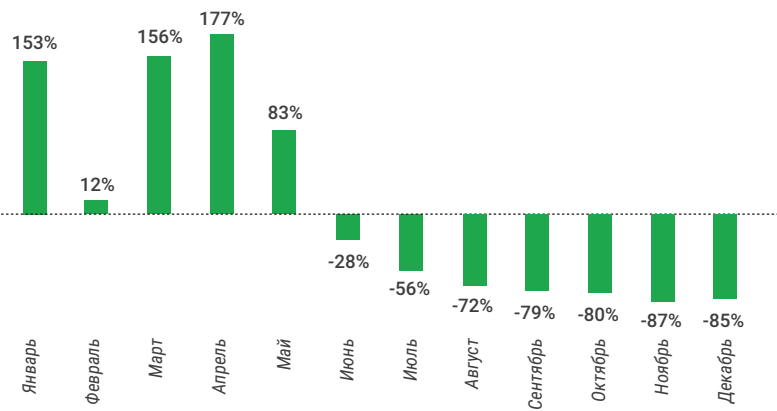
Рисунок 26

Сезонность закупок «ковидных» групп препаратов в государственном сегменте фармацевтического рынка, 2021-2022 гг.

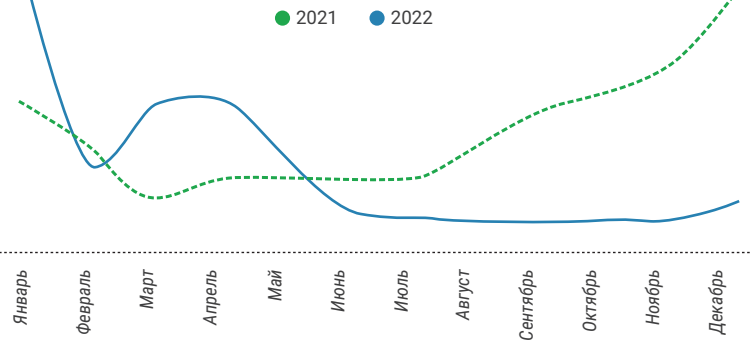
Динамика продаж «ковидных» групп препаратов, руб.



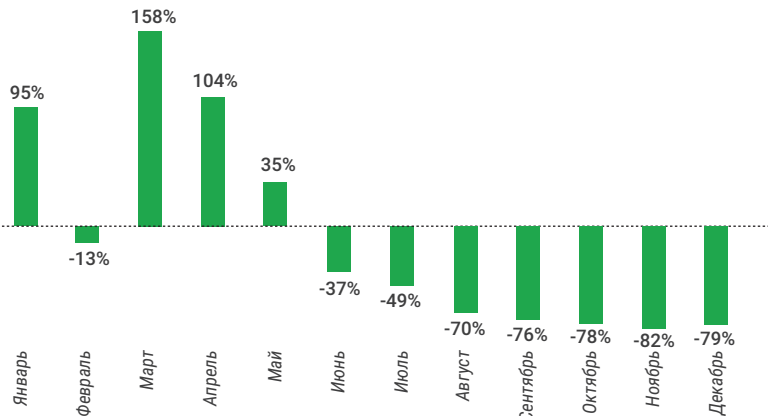
Прирост продаж «ковидных» групп препаратов, руб.



Динамика продаж «ковидных» групп препаратов, упак.



Прирост продаж «ковидных» групп препаратов, упак.



гам года. Ожидается, что в 2023 г. закупки фонда составят порядка 80 млрд рублей, т.е. увеличатся в два раза. В 2023 г. из федерального бюджета будет направлен грант в форме субсидии Фонду поддержки детей «Круг добра» в размере около 41 млрд руб.

С 1 января 2023 г. начнёт действовать новый усовершенствованный порядок финансирования государством закупок препаратов для детей и взрослых, страдающих орфанными заболеваниями, включёнными в программу «14 ВЗН». Пациенты в возрасте 18 лет и старше будут обеспечиваться лекарствами за счёт бюджетных средств, выделенных Минздраву. Тогда как для детей и подростков лекарственное обеспечение будет осуществляться за счёт бюджетных ассигнований, предусмотренных фонду «Круг добра».

Кроме того, в 2023 г. фонд возьмёт на себя обеспечение медпомощью детей с тяжёлыми жизнеугрожающими заболеваниями срустя год после совершеннолетия. В 2023 г. 18 лет исполнится или уже исполнилось 258 подопечным «Круга добра».

Для повышения эффективности помощи детям фонд намерен в 2023 г. подписать ещё и соглашения о взаимодействии со всеми регионами России. Первым регионом, заключившим соглашение, стала Московская область.

Список заболеваний, по которым фонд уже помогает, постоянно расширяется, и сейчас в перечне 61 нозология. В 2022 г. перечень был дополнен 15 нозологиями, а в начале 2023 г. в список вошли ещё два заболевания – атрезия наружного слухового прохода и микротия ушной раковины. В перечне для закупок фонда 59 препаратов и медицинских изделий. По данным на февраль 2023 г. количество детей, которым помощь

оказана или будет оказана на основании одобренных заявок, уже превысила отметку в 5 тысяч.

Фонд продолжает обеспечивать детей со спинальной мышечной атрофией (СМА) необходимыми лекарственными препаратами, включая бренд «Золгенсма», который на настоящий момент является самым дорогостоящим лекарственным препаратом из трёх, которые закупает фонд (объём закупок в 2022 г. составил 5,5 млрд руб.).

Тем не менее «Золгенсма» только на втором месте по объёму закупок. Наибольшее количество средств было израсходовано на закупку «Эврисди» (8,9 млрд руб.), а на третьем месте – «Спинраза» с объёмом 4,2 млрд руб.

Швейцарская Roche локализует в России свой препарат «Эврисди» (МНН ридиплам) для лечения спинальной мышечной атрофии (СМА). Процесс локализации уже запущен на производственной площадке «Добролек» в Москве (ГК «ФармЭко»). Локализованный в РФ препарат появится в продаже в июле 2023 г.

Отечественная биотехнологическая компания «Биокад» подала заявку на проведение клинического исследования первого российского оригинального генотерапевтического препарата под названием ANB-4 для лечения СМА в Министерство здравоохранения. Исследование планируется завершить в июне 2031 г.

В 2023 г. запланирован запуск федерального проекта **«Борьба с сахарным диабетом»**, подразумевающий модернизацию подходов к лечению данного заболевания. Под программу уже зарезервировано 10 млрд руб. из федерального бюджета. Это будут в том числе средства от дохода, полу-

ченного от введения с 1 июля 2023 г. акциза на производство сладких напитков.

По данным Росстата, в России официально зарегистрировано свыше 5 млн пациентов с сахарным диабетом. При этом, по информации НМИЦ эндокринологии, этот показатель существенно выше – порядка 10 млн человек. На текущий момент Россия занимает 5-е место в мире по числу пациентов с сахарным диабетом в возрасте от 20 до 79 лет. А за последние 10 лет в 2 раза выросла смертность больных и снизилась их средняя продолжительность жизни (с диабетом 1-го типа – на 4 года, 2-го типа – на 1 год).

Соотношение импортных и локализованных ЛП

В 2022 г. распределение объемов в деньгах в сегменте ЛПУ изменилось в пользу импортных препаратов. За год доля препаратов, произведённых за рубежом, увеличилась на 3,6% в рублях до 52,8%. Но при этом в упаковках структура закупок перераспределась в пользу локализованных препаратов: до 84,6% (увеличение на 1 процентный пункт).

Количество закупленных упаковок и объём израсходованных средств изменились в категории локализованных препаратов

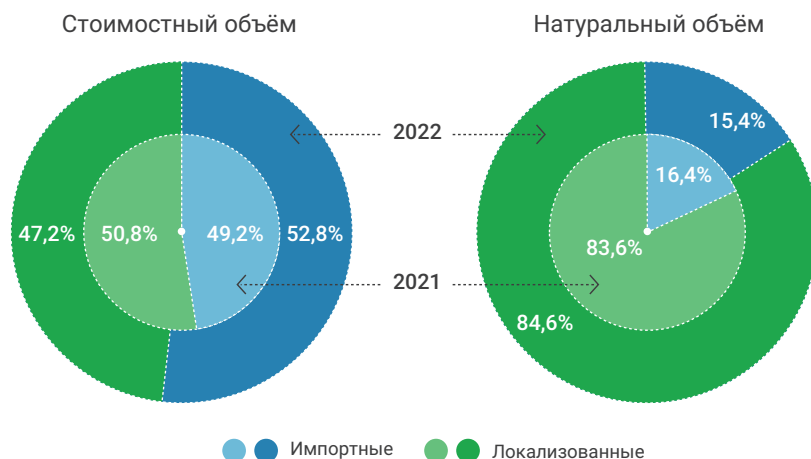
на -5,9% в руб. и -32% в упак. На снижение закупок в большей степени повлияла динамика следующих брендов: моноклонального антитела «Артлегиа» (-62,0% к 2021 г.) и противовирусных препаратов «Арепливир» (-38,1%) и «Коронавир» (-32,7%) для лечения новой коронавирусной инфекции. При этом среди лекарств, производимых в России, высокий положительный рост был отмечен у вакцины для иммунизации против гриппа «Совигрипп» (+142,7%), противовирусного [ВИЧ] препарата «Тивикай» (+57,9%) и противовирусного средства «Ремдеформ» (+50,2%) для лечения COVID-19 у взрослых с пневмонией, требующей дополнительной оксигенотерапии.

Что касается импортных лекарств, то несмотря на снижение объёма реализованных упаковок на 36,8%, объём закупок в стоимостном выражении вырос на 8,8%. На положительную динамику реализации импортных средств в большей мере повлияли закупки моноклональных антител «Китруда» (+189,5% относительно 2021 г.) и «Тецентрик» (+146,1%), а также стимулятора репарации тканей «Трансларна» (+167%).

Средневзвешенная цена одной упаковки импортного средства по итогам 2022 г. составила 3 683 руб., что на 72,3% выше, чем годом ранее. Прирост средней стоимости

Рисунок 27

Структура сегмента ЛПУ по степени локализации, 2021-2022 гг.



локализованных лекарств составил 38,4%, но цена всё равно значительно отстаёт (почти в 6 раз) от стоимости зарубежных ЛП и составляет 601 руб. за упаковку.

Лидерами среди иностранных производителей, которые теперь производят лекарства в России, являются GlaxoSmithKline (доля 25,3%), AstraZeneca (14,6%), Merck & Co (13,1%). Основной объём «локализованных» ЛП – это противомикробные средства и препараты, влияющие на кроветворение и кровь.

Несмотря на то, что в 2022 г. распределение финансирования было в пользу импортных препаратов, процесс импортозамещения продолжается. Ниже приведён ТОП-10 МНН с максимальной долей «переключения» на локализованные препараты из ТОП-100 по объёму закупок (на данные МНН приходится 73% всех госпитальных закупок в деньгах).

В 2022 г. список состоял из МНН, отличных от списка, сформированного в 2021 г. Только 4 МНН (иммуноглобулин человека нормальный, далтепарин натрия, надропарин кальция и фулвестрант) попали в рейтинг второй год подряд. Таким образом, процесс «импортозамещения» охватывает с каждым годом дополнительный объём номенклатуры.

В рейтинг по росту доли локализованных лекарств вошло два МНН, у которых годом ранее лидером закупок был российский препарат (выделены зелёным цветом), расширение произошло за счёт увеличения его закупок либо включения в перечень закупок ещё нескольких отечественных препаратов.

Также стоит выделить МНН вакцина для профилактики пневмококковых инфекций, которое вошло в рейтинг действующих веществ по «импортозамещению» в результате увеличения закупки уже локализованной вакцины

«Превенар» от Pfizer (производство осуществляется в Московской области на мощностях предприятия «Петровакс Фарм»). За год доля локализованных препаратов под данной маркой увеличилась на 7%.

Новые МНН, которые вошли в 2022 г. в ТОП-100:

- противовирусный препарат молнупиравир для лечения коронавируса: в закупках присутствовало 6 препаратов – импортный бренд «Лагеврио» от компании Merck & Co (MSD) и локализованные бренды «Аларио» от «Р-Фарм», «Молнупиравир», который выпускает сразу несколько производителей («Валента Фарм», «Герофарм» и «Мир-Фарм»), и «Эсперавир» от «Промомед Рус»;
- ингибитор протеинтирозинкиназы селуметиниб, применяемый в качестве монотерапии для лечения симптоматических, неоперабельных плексиформных нейрофибром (представлено брендом «Коселуго» от AstraZeneca);
- моноклональное антитело против S-белка коронавируса регданвимаб (представлено брендом «Регкирона» от Celltrion Healthcare);
- моноклональное антитело против вируса SARS-CoV-2 сотровимаб (представлено брендом «Сотровимаб» от GlaxoSmithKline).

По данным за 2022 г., из 2 027 МНН, закупаемых больницами, в 812 МНН доля локализованных препаратов превышает 90%. При этом остаётся ещё 773 МНН, в которых преобладают импортные средства (их доля в закупках выше 90%), причём 50 из них попадают в ТОП-100 по объёму. Наиболее ёмкими МНН, представленными только импортными ЛП, пока остаются: моноклональные антитела пембролизумаб и ниволумаб и препарат для лечения СМА рисдиплам – эти три МНН занимают 7,6% от госпитальных закупок.

Таблица 16

ТОП-10 МНН по «импортозамещению» в стоимостном выражении в 2022 г.

Рейтинг	МНН	Доля локализованных ЛП, руб.		Рост доли	Препарат-лидер (производитель), 2021	Препарат «переключения» (производитель), 2022
		2021	2022			
1	Фулвестрант	15%	47%	+32%	Фазлодекс (AstraZeneca)	Фазотикад (Биокад), Фулвесан (Фармасинтез)
2	Надропарин кальция	33%	58%	+24%	Фраксипарин (Aspen Pharma)	Элмапарин (Гротекс), Надропарин Кальция (ФГУП «ГосНИИОХТ»), Детромбин (Протек)
3	Дарунавир	77%	99%	+22%	Дарунавир (Фармасинтез)	Кемерувир (Фармасинтез)
4	Трастузумаб	48%	59%	+11%	Герцептин (F.Hoffmann-La Roche)	Гертикад (Биокад)
5	Альбумин человека	28%	38%	+11%	Альбумин (Octapharma)	Альбумин (Нацимбио)
6	Йогексол	12%	22%	+9%	Омнипак (Ge Healthcare)	Рингаскан (Фармасинтез), Йогексол (Бинергия)
7	Бевацизумаб	88%	96%	+9%	Авегра (Биокад)	Авегра (Биокад)
8	Вакцина для профилактики пневмококковых инфекций	69%	76%	+7%	Превенар (Pfizer)	Превенар (Pfizer)
9	Иммуноглобулин человека нормальный	34%	41%	+7%	Привиджен (CSL Behring)	Иммуноглобулин Человека (Нацимбио), Иммуновенин (Нацимбио), Габриглобин (Иммуно-Гем)
10	Далтепарин натрия	28%	33%	+5%	Фрагмин (Pfizer)	Дальтеп (Фармасинтез)

Ценовая сегментация

Структура закупок ЛПУ по ценовым сегментам представлена на рис. 28.

В 2022 г. произошли заметные изменения в ценовой структуре больничных закупок. Доля высокого ценового сегмента «более 500 руб.» выросла на 3,6% в рублях и на 4,6% в упаковках. Все прочие категории отметились снижением веса в объёме закупок лекарственных препаратов для ЛПУ. Самое существенное сокращение у препаратов с ценой из диапазона от 150 до 500 рублей: доля уменьшилась с 7,7% до 5,8% за год. При этом в упаковках доля данного ценового сегмента, наоборот, выросла на 2%. Таким образом, предпочтение отдавалось более дорогостоящим средствам.

В упаковках самым ёмким по-прежнему остаётся сегмент препаратов с ценой до 50 руб. — его доля составляет 39,3%. В 2022 г. вес этого ценового диапазона заметно уменьшился — на 4,7% по сравнению с 2021 г. Как и ранее, здесь наиболее покупаемыми средствами остаются препараты с МНН натрия хлорид (31,6% от натурального объёма категории «менее 50 руб.»). При этом

объём закупки натрия хлорида существенно сократился — на 42,7% в упак.

Изменение структуры в упаковках в пользу сегмента «150-500 руб.» (+2%) произошло за счёт увеличения закупок омепразола (+2942,2%); сегмента «свыше 500 руб.» (+4,6%) — за счёт закупки вакцины для профилактики дифтерии, коклюша, полиомиелита, столбняка и инфекций, вызываемых *Haemophilus influenzae* типа В (+75,1%), и вакцины для профилактики гриппа [инактивированной] (+50,4%), а также противовирусного препарата, активного в отношении ВИЧ, лопинавир + ритонавир (+61,6%).

Среди импортных препаратов наибольшую долю занимают лекарства с ценой свыше 500 рублей — 97,8% (рис. 29). Среди локализованных препаратов ценовые сегменты «менее 50 руб.» (1,9%), «от 50 до 150 руб.» (2,7%) и «от 150 до 500 руб.» (10,3%) занимают невысокую долю, а наибольший объём продаж, составивший 85%, также приходится на категорию «более 500 руб.».

Если в сегментах со стоимостью упаковки до 500 рублей разница между средневзвешенной ценой у импортных и локали-

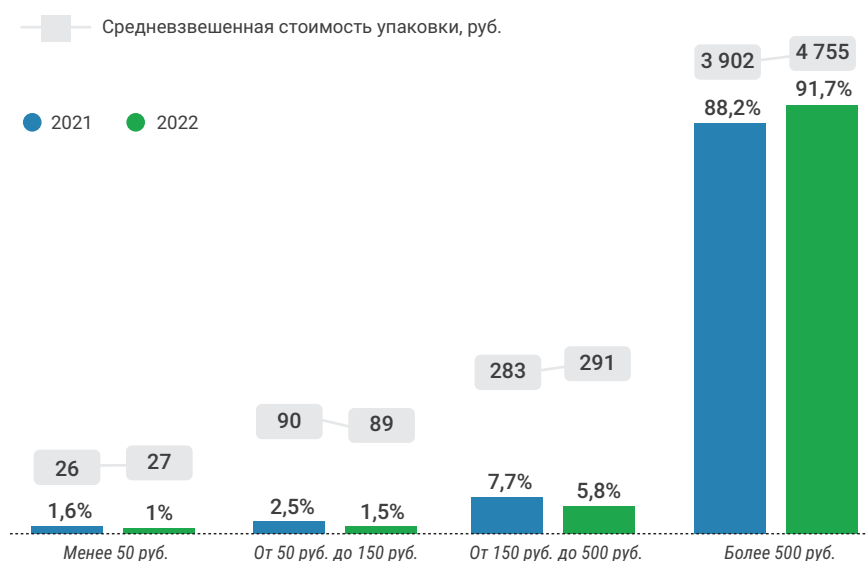


Рисунок 28

Структура госпитальных закупок по ценовым категориям в стоимостном выражении, 2021-2022 гг.

зованных препаратов не столь ощутима, то в самом ёмком сегменте «более 500 руб.» разница между препаратами, произведёнными в России и за рубежом, остаётся значительной: почти в 3 раза.

Структура продаж ЛП по АТС-группам

Соотношение больничных закупок ЛП по АТС-группам I уровня в России по итогам 2022 г. представлено в табл. 17.

Рейтинг лекарственных препаратов сегмента ЛПУ по АТС-группам существенно отличается от коммерческого рынка. ТОП 2022 г. отличается и от прошлогоднего.

За год объём закупки препаратов группы [J] «Противомикробные препараты для системного использования» увеличился на 25,7 млрд руб. В итоге группа приблизилась по доле на рынке к лидеру – противоопухолевым препаратам. И опять же причина – спрос на противовирусные препараты и вакцины. Так, по сравнению с 2021 г. объём закупок групп [J05] «Противовирусные препараты для системного применения» и [J07] «Вакцины» заметно увеличился –

на 41,8% и 23,5% соответственно. При этом значительное падение закупок показали антибактериальные препараты для системного использования (АТС-группа [J01]), реализация которых снизилась на 38,4% (-16,9 млрд руб.).

Высокую динамику среди десяти ключевых МНН, относящихся к группе [J], показали: многокомпонентная вакцина для иммунизации против дифтерии, коклюша, полиомиелита, столбняка и инфекций, вызываемых *Haemophilus influenzae* типа В (+74% к 2021 г.); противовирусные препараты, активные в отношении ВИЧ, ралтегравир (+67,6%), долутегравир (+57,9%) и лопинавир + ритонавир (+46,6%); препарат для терапии новой коронавирусной инфекции у взрослых с пневмонией, требующей дополнительной оксигенотерапии, ремдесивир (+65,1%).

В 2022 г. в десятку лидеров вошли два новых МНН. Так, ЛПУ за год закупили препараты с действующим веществом молнупиравир на сумму около 12,5 млрд рублей. Противовирусный препарат включён в рекомендованные схемы лечения и предназначен для лечения COVID-19 лёгкого или среднетяжёлого течения у взрослых,

Рисунок 29

Структура госпитальных закупок по ценовым категориям для импортных и локализованных препаратов в стоимостном выражении в 2022 г.

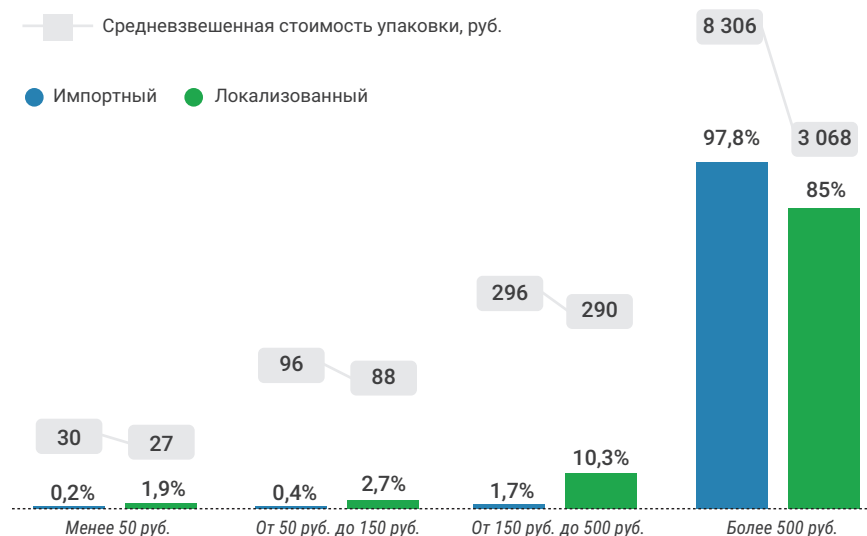


Таблица 17

Структура
больничных закупок
ЛП по АТС-группам
в 2022 г.

АТС-группа I-го уровня	Стоимостный объём, млрд руб.	Доля группы в стоимостном объёме	Натуральный объём, млн упак.	Доля группы в натуральном объёме
[L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	211,7	35,7%	24,3	4,4%
[J] Противомикробные препараты для системного использования	196,5	33,2%	181,6	33,0%
[B] Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	63,3	10,7%	129,4	23,5%
[M] Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	31,8	5,4%	13,7	2,5%
[A] Пищеварительный тракт и обмен веществ	20,7	3,5%	42,8	7,8%
[N] Препараты для лечения заболеваний нервной системы	16,4	2,8%	53,3	9,7%
[V] Прочие препараты	15,3	2,6%	12,4	2,3%
[R] Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	12,6	2,1%	16,0	2,9%
[S] Препараты для лечения заболеваний органов чувств	6,7	1,1%	3,3	0,6%
[C] Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	6,2	1,0%	37,5	6,8%
[H] Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	4,3	0,7%	12,5	2,3%
[D] Препараты для лечения заболеваний кожи	3,3	0,6%	20,8	3,8%
[G] Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	2,1	0,3%	2,3	0,4%
Препараты без указания АТС-группы	1,3	0,2%	0,2	0,0%
[P] Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,0	0,0%	0,2	0,0%

в т. ч. с повышенным риском прогрессирования заболевания до тяжёлого течения и не требующих дополнительной оксигенотерапии.

7,7 млрд рублей составили расходы на закупку вируснейтрализующего моноклонального антитела к SARS-CoV-2 тиксагевимаб + цилгавимаб (бренд «Эвушелд» производства компании AstraZeneca). Препарат был зарегистрирован в России только в конце 2022 г. Лекарственное средство назначается при всех вариантах течения COVID-19 в сочетании или без сочетания с противовирусными препаратами пациентам с высоким риском тяжёлого течения заболевания, при наличии сопутствующих заболеваний (например, иммунодефицит, сахарный диабет, хронические заболевания ССС, ожирение и др.). Препарат включён в 17-ю версию Временных методических рекомендаций «Профилактика, диагностика и лечение новой коронавирусной инфекции (COVID-19)».

Обратная ситуация с препаратами, влияющими на кроветворение и кровь, – стоимостный объём группы [B] сократился на 26,5% по сравнению с предыдущим годом. Девять из десяти ключевых МНН отметились снижением продаж. Сильнее всего упали закупки антикоагулянтов: гепарин натрия (-49,9%), эноксапарин натрия (-46%) и далтепарин натрия (-33,3%).

Прирост объёма закупки в стоимостном выражении АТС-группы [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы» на 48,8% преимущественно обусловлен спросом на препарат ивакафтор + лумакафтор (бренд «Оркамби» производства американской компании Vertex Pharmaceuticals) для лечения муковисцидоза. Препарат для своих подопечных закупал госфонд «Круг Добра».

В последние годы первую строчку в сегменте госпитальных закупок занимает АТС-группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (доля 35,7% в стоимостном выражении), продемонстрировав прирост закупок на 2,8% (с 2013 г. закупки группы ежегодно растут). Увеличение объёмов продаж группы [L] в основном произошло за счёт увеличения закупок в подгруппе [L01] «Противоопухолевые препараты» (+19,6% в руб.), а именно препаратов – моноклональных антител «Китруда» (+189,5%) и «Эрбитукс» (+142%) от Merck & Co, «Тецентрик» (146,1%) от F.Hoffmann-La Roche. При этом в натуральном выражении наблюдалось снижение закупок противоопухолевых средств и иммуномодуляторов -19,2%.

Производители в сегменте госпитальных закупок

В табл. 18 представлен рейтинг ТОП-20 производителей в сегменте ЛПУ по итогам 2022 г., который в сравнении с предыдущим годом имеет существенные отличия и по составу, и по расположению компаний. В ТОП-3 производителей вошли компании с высокой долей препаратов для лечения онкологических заболеваний.

В 2022 г. общий объём бюджетных денежных средств, затраченных на закупку препаратов компании Merck & Co, составил 41,3 млрд руб., что больше на 90,4%, чем годом ранее. В итоге производитель продвинулся в рейтинге на 4 строчки вверх и занял позицию лидера. Основной вклад в прирост внесли препараты АТС-группы [L] (+168,8%). Всего в госпитальный сегмент компания поставляет 58 брендов лекарственных препаратов. Самые быстрорастущие бренды в ТОП-10: «Китруда» (+189,5%), «Эрбитукс» (+142%) и «Исцентресс» (+67,6%).

Таблица 18

ТОП-20 производителей в сегменте ЛПУ в стоимостном выражении в 2022 г.

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

Рейтинг	Изменение к 2021	Производитель	Стоимостный объём, млн руб.	Доля	Прирост к 2021
1	+4	Merck & Co	41 287	7,0%	90,4%
2	-1	Биокад	36 772	6,2%	4,4%
3	-	F.Hoffmann-La Roche	36 417	6,1%	23,9%
4	-	Фармасинтез	30 869	5,2%	19,2%
5	+5	AstraZeneca	24 752	4,2%	67,1%
6	+1	Swixx Biopharma	20 483	3,5%	3,4%
7	+6	Нацимбио	18 794	3,2%	40,1%
8	+4	Novartis	18 531	3,1%	37,7%
9	-7	P-Фарм	18 408	3,1%	-43,5%
10	+1	GlaxoSmithKline	18 408	3,1%	32,3%
11	-5	Pfizer	17 786	3,0%	-14,7%
12	+4	Промомед Рус	17 630	3,0%	46,1%
13	-5	Bayer	17 468	2,9%	-11,5%
14	-5	Sanofi	15 680	2,6%	-7,0%
15	-	Johnson & Johnson	12 691	2,1%	2,6%
16	+7	AbbVie	8 675	1,5%	36,7%
17	+29	PTC Therapeutics	7 937	1,3%	167,0%
18	-1	Eli Lilly	7 335	1,2%	-23,9%
19	+11	ХимРар ЦВТ	6 858	1,2%	38,1%
20	-	Amgen	6 726	1,1%	-14,7%

Российская компания «Биокад» переместилась на второе место, закупки у производителя выросли всего лишь на 4,4% к показателю 2021 г. За год ЛПУ закупили 38 брендов, которые по программе импортозамещения заменяют зарубежные аналоги. Сильнее всего затраты больниц выросли на противоопухолевые средства «Фортека» (+115,1%), «Авегра» (+36,9%) и «Гертикад» (+28,8%).

Третью строчку по итогам года сохранил за собой производитель F.Hoffmann-La Roche (+23,9%). Госпитальный ассортиментный ряд компании состоит из 41 бренда. Ведущий препарат F.Hoffmann-La Roche – бренд «Эврисди» показан для лечения спинальной мышечной атрофии (СМА) у взрослых и детей. Ещё 11 ключевых брендов относятся к группе [L]. Всего 12 основных препаратов занимают порядка 98,9% в объёме закупок швейцарской корпорации.

В ТОП-20 по стоимостному объёму крупнейших закупок вошло 6 отечественных производителей: «Биокад» (2 место), «Фармасинтез» (4 место), «Нацимбио» (7 место), «Р-Фарм» (9 место), «Промомед Рус» (12 место), ЦВТ «ХимРар» (19 место). Среди российских производителей наиболее ярко себя проявили фирмы «Промомед Рус» (+46,1%) и «Нацимбио» (+40,1%).

«Промомед Рус» поставляет больницам свыше 130 брендов, за год портфель фирмы расширился на 19 препаратов. 97% от объёма реализации в стоимостном выражении занимают противовирусные лекарства и антибиотики. В 2022 г. ЛПУ закупили основной препарат производителя для лечения COVID-19 «Эсперавир» (МНН молнупиравир) на сумму порядка 9,6 млрд руб.; закупки антиретровирусного препарата «Ритонавир» по итогам года составили 288,6 млн руб. Самыми быстрорастущими в первой десятке были антибактериаль-

ные средства «Цефоперазон+Сульбактам» (+53%), «Цефотаксим» (+32%) и «Меропенем» (+13,6%).

Среди ключевых препаратов компании «Нацимбио» закупки заметно выросли у дифтерийно-столбнячного анатоксина «Анатоксин» (+1526,1%), иммуноглобулинов «Ковид-Глобулин» (+690,2%) и «Иммуноглобулин Человека» (+224,4%), а также у вакцины от гриппа «Совигрипп» (+142,7%). Всего госпитальный портфель фирмы в 2022 г. включал в себя 63 бренда.

Падение закупок относительно 2021 г. из рейтинга отмечено у шести производителей. Наибольшее снижение показали компании «Р-Фарм» (-43,5%), Eli Lilly (-23,9%) и Pfizer (-14,7%).

Препараты сегмента госпитальных закупок

В табл. 19 представлен ТОП-20 брендов в сегменте ЛПУ по итогам 2022 г. Доля ТОП-20 брендов в госпитальных закупках составляет 31,2% – больше на 1,7%, чем в предыдущий год.

Изменения в рейтинге довольно глобальные: в 2022 г. только один препарат в ТОП-20 сохранил позицию 2021 г. Речь идёт об ингибиторе интерлейкина под маркой «Илсира».

Лидером по итогам 2022 г. стал бренд «Китруда» (+189,5% и +9 строчек за год) от компании Merck & Co. Моноклональные антитела – это новейшее достижение в фармакологии, препараты принципиально нового класса, которые обладают целенаправленным действием. Концентрат для приготовления раствора для инфузий «Китруда» закупается ЛПУ для пациентов с злокачественными новообразованиями. Сюда относится целый пул опухолевых

Таблица 19

ТОП-20 брендов
в сегменте ЛПУ
в стоимостном
выражении
в 2022 году

Рейтинг	Изменение к 2021	Бренд	Стоимостный объём, млн руб.	Доля	Прирост к 2021
1	+9	Китруда	21 493	3,6%	189,5%
2	-	Илсира	15 277	2,6%	2,3%
3	+1	Опдиво	14 821	2,5%	23,3%
4	+7	Тивикай	10 628	1,8%	57,9%
5	new	Эсперавир	9 618	1,6%	new
6	+19	Совигрипп	9 386	1,6%	142,7%
7	+5	Эврисди	8 877	1,5%	40,9%
8	-7	Артлегиа	8 196	1,4%	-62,0%
9	+9	Ремдеформ	8 139	1,4%	50,2%
10	+35	Трансларна	7 937	1,3%	167,0%
11	new	Эвушелд	7 724	1,3%	new
12	+16	Перьета	7 645	1,3%	112,1%
13	+3	Авегра	7 424	1,3%	36,9%
14	+15	Кадсила	7 403	1,3%	109,2%
15	-7	Ксарелто	7 367	1,2%	-18,4%
16	+10	Пентаксим	6 804	1,1%	77,1%
17	-11	Коронавир	6 527	1,1%	-32,7%
18	+33	Тецентрик	6 489	1,1%	146,1%
19	-10	Натрия Хлорид	6 463	1,1%	-20,8%
20	+431	Оркамби	6 420	1,1%	3455,8%

заболеваний: меланома, немелкоклеточный рак лёгкого (НМРЛ), рак головы и шеи, классическая лимфома Ходжкина (кЛХ), уротелиальный рак и др.

2-е место у отечественного иммунодепрессанта производства фирмы «Биокад» под брендом «Илсира» (+2,3%), предназначенный для лечения ревматоидного артрита и патогенетической терапии синдрома высвобождения цитокинов при тяжёлом течении новой коронавирусной инфекции. Препарат выпускается в форме раствора для подкожного введения.

Препарат «Опдиво», который выпускает корпорация Swixx Biopharma, за год поднялся на одну строчку вверх, заняв третье место в рейтинге брендов, в результате увеличения объёма закупок на 23,3%. Противоопухолевое средство показано для лечения меланомы, НМРЛ, почечно-клеточного рака, кЛХ и др.

Коронавирус продолжает влиять на госпитальный рынок. Выпускаются новые препараты для лечения вирусной инфекции. Так, в ТОП-20 вошли два новых препарата, которые не закупались в прошлом году – это марка «Эсперавир» (5 место) и бренд «Эвуселд» (11 место), предназначенные для лечения новой коронавирусной инфекции.

В 2022 г. завершилось клиническое исследование препарата против COVID-19 «МИР-19». Лекарственное средство в виде спрея для горла или носа предназначено для ингаляционного или интраназального введения. В закупках лекарство появилось только в конце года: объём реализации составил 9,5 тыс. упаковок на сумму более 33 млн рублей.

Самая высокая динамика у препарата для лечения муковисцидоза у пациен-

тов в возрасте 6 лет и старше «Оркамби» (+3455,8%), закупленного фондом «Круг Добра». Препарат производит компания Vertex Pharmaceuticals.

Четыре препарата первой двадцатки показали снижение продаж – это моноклональное антитело «Артлегиа» (-62%), противовирусный препарат «Коронавир» (-32,7%), растворитель и регидратирующее средство «Натрия Хлорид» (-20,8%) и антикоагулянт «Ксарелто» (-18,4%).

Рейтинг представлен следующими лекарственными средствами: моноклональные антитела для терапии злокачественных новообразований – 6 брендов; противовирусные средства при COVID-19 – 4 бренда; вакцины – 2 бренда; препараты для лечения ревматоидного артрита и патогенетической терапии синдрома высвобождения цитокинов при тяжёлом течении COVID-19 – 2 бренда; антикоагулянт – 1 бренд; препарат для лечения муковисцидоза – 1 бренд; препарат для лечения мышечной дистрофии Дюшенна (МДД) – 1 бренд; препарат для терапии СМА – 1 бренд; противовирусное ВИЧ-средство – 1 бренд; растворитель и регидратирующее средство – 1 бренд.

Помимо дорогих импортных лекарственных средств в «двадцатку» лидеров вошёл также и дешёвый препарат «Натрия Хлорид» (-20,8% и -10 мест) – растворитель и регидратирующее средство. Несмотря на значительное падение закупки натрия хлорида (-41,7% в упак.), препарат продолжает в 2022 г. сохранять за собой первую строчку в упаковках с долей 14,2% от всех закупок в госпитальном сегменте. 35 производителей реализуют на рынке препараты под данным брендом. Лидерами в 2022 г. стали компании «Эском», «Мосфарм» и «Келун-Казфарм».

5. Биологически активные добавки

За последние несколько лет рынок БАД в России заметно трансформировался. Этому способствовала и пандемия коронавирусной инфекции, которая спровоцировала дополнительное внимание потребителя к здоровью и его профилактике; и развитие онлайн-торговли с расширением доступного ассортимента; и изменение аудитории, которая потребляет добавки (снижение среднего возраста покупателя категории). Все это в совокупности делает данный сегмент рынка одним из быстрорастущих, но при этом и наиболее привлекательным для вывода новых позиций в продажу.

Особенно актуальна эта тема стала с официального разрешения продажи БАД дистанционным способом. До 2020 года запрещалось продавать БАД через интернет. Допускалась их реализация через аптеки, аптечные магазины и киоски, специализированные магазины по продаже диетических продуктов и продовольственные магазины. С января 2021 года онлайн-торговля БАД и витаминами разрешена. В результате появилось большое количество сайтов, предлагающих огромное разнообразие добавок. Поэтому в 2022 году остро стал вопрос с реализацией контрафакта или фальсифицированных добавок к пище, что в результате проверок привело к увеличению количества правонарушений в данной сфере.

Например, в отчете Центра стратегических разработок (ЦСР) за 1 полугодие 2022 года

приводятся следующие показатели:

- Почти четверть (24%) биологически активных добавок (БАД), продаваемых онлайн, не имеют государственной регистрации;
- В 19% случаев в составе продукции были обнаружены запрещенные в России или странах ЕАЭС вещества;
- В 17% случаев описание добавок вводило потребителя в заблуждение, обещая нереалистичные сроки достижения желаемого результата или эффекты;
- Самым распространенным нарушением стало отсутствие в карточках товара обязательной информации.

При этом объем «опасной» продукции вырос на 40% по сравнению с прошлогодним показателем. В связи с этим необходимость пересмотра, а где-то и ужесточения существующих норм по обороту биологически активных добавок становится особо важной. Есть несколько инициатив, которые осуждаются и могут быть приняты.

Одна из них – это принятие законопроекта о досудебной блокировке страниц, содержащих предложения о продаже опасных продуктов, реализуемых в категории БАД, который может «заработать» с 1 сентября 2023 года. Сейчас в онлайн-канале продаж наблюдается множество предложений к продаже БАД, не прошедших должную оценку качества; ассортимент продукции, предлагаемой под видом БАД, значительно

превосходит перечень официально зарегистрированных БАД. В качестве меры противодействия традиционные маркетплейсы начали требовать (в добровольно-принудительном порядке) предоставление продавцами свидетельств о государственной регистрации продукции (БАД), а также автоматически контролировать загружаемые документы через интеграцию с реестром сертификатов на БАД, который ведет ЕЭК. Например, Wildberries начал делать это в октябре 2022 года, что привело к снижению продаж добавок на данной площадке, так как многие позиции не смогли пройти контроль.

Более действенным способом контроля за оборотом БАД станет маркировка. Пилотный проект начался еще в мае 2021 года, и сроки его окончания пока сдвигаются. По последним данным он должен закончиться 28 февраля, а с 1 апреля 2023 года маркировка БАД должна стать обязательной для всех. На февраль 2023 г. в эксперименте фигурируют 4 495 участников. Продажа биодобавок с кодом «Честного знака» дистанционным способом – это один из этапов эксперимента по маркировке, который сейчас проводится в России. И в 2022 г. в онлайн-продаже впервые появились БАД с маркировкой. Данная партия добавки омега 3-6-9 производства компании Uniforce была доступна клиентам маркетплейса Ozon.

Количество производителей БАД (1 157 компаний) несколько больше количества производителей лекарств (893 компании). А компаний, которые производят и ЛП, и БАД, всего около 240. Таким образом, большая часть производителей должна готовиться к маркировке с нуля. Заметим, что Минпромторг готов предоставить

льготные кредиты производителям БАД на покупку оборудования для системы маркировки. Сумма займа может достигать 50 млн руб. под 1% на два года.

Помимо сроков обязательной маркировки также устанавливаются сроки для предоставления сведений об обороте и выводе из него БАД: с 1 сентября 2023 года – для розничной торговли, с 1 ноября этого же года – для оптовой торговли в рамках объемно-артикульного учета, а с 1 марта 2025 года – для оптовой торговли в рамках поэкземплярного учета.

Чаще всего при выявлении контрафакта или запрещенных к обороту добавок в России такие позиции оказываются импортными. Это происходит, в том числе и из-за различий законодательной базы, определяющей отнесение продукции к биологически активным добавкам. Поэтому в качестве ответной меры российские власти рассматривают возможность запрета импорта БАД из недружественных стран – сейчас 90% ввозимых позиций приходится на недружественные страны.

Хотя геополитическая обстановка и так способствовала «уходу» известных производителей и иностранных маркетплейсов из России. В 2022 году зарубежные компании, самостоятельно реализующие биодобавки (не через коммерческий сегмент фармрынка), стали испытывать серьезные проблемы с продвижением и продажей своей продукции, а часть из них в принципе приостановили свою деятельность. Например, теперь напрямую сделать заказ в iHerb невозможно, потому что сайт американской площадки заблокирован. Amway и Herbalife остановили импорт товаров из-за границы и закрывают свои ПВЗ.

Но российский потребитель все равно остается привлекательным для иностранных компаний, и поиск возможности реализовать свою продукцию не останавливается. Так, «Яндекс.Маркет» стал продавать товары собственной торговой марки iHerb. Витамины бренда California Gold Nutrition появились на сайте в разделе «Здоровое питание».

Вообще, БАД – одна из самых популярных категорий для выпуска собственных торговых марок (СТМ). За несколько лет их доля выросла в разы. В 2022 г. СТМ уже занимает долю порядка 12% аптечных продаж в рублях и 18% в упаковках. Востребованность СТМ объясняется тем, что данная категория помогает аптекам наращивать прибыль в текущих непростых экономических условиях. Если в целом на БАД наценка выше, чем на лекарственные препараты, но при этом для поддержания конкурентных цен и привлечения потребителей аптекам приходится снижать наценку на данную группу ассортимента: в 2022 г. наценка на БАД составила 26,5%. По сравнению с 2021 г. данный показатель сократился на 6%, а по сравнению с 2018 г. – на 10%. А вот на биологически активные добавки, которые выпускаются как СТМ, средняя на-

ценка выше – по итогам 2022 г. она составила около 60%.

Поэтому предложение на рынке СТМ постоянно увеличивается. Каждая сеть начинает выпускать популярные позиции под собственной маркой. В 2022 году даже частная медицинская компания «Инвитро» сообщила о запуске линейки биологически активных добавок под собственной торговой маркой. В продаже доступны шесть видов БАД, которые можно приобрести в любом медицинском офисе (их более 1 800), интернет-магазине «Инвитро», а также на маркетплейсах. Поставщиками являются российские производители «Квадрат-С» и «Скальный». Линейка добавок к пище – это часть масштабного проекта по развитию СТМ «Инвитро». На данный момент продукты компании представлены в следующих категориях: гигиена, самотесты, медизделия и косметические средства.

«Сбер Еаптека» представила клиентам собственную линейку БАД под брендом Love Botanica. Бренд добавок интернет-аптеки состоит из восьми наименований, включающих витамины С и D, а также специальные комплексы – успокоительные, средства для похудения и др.

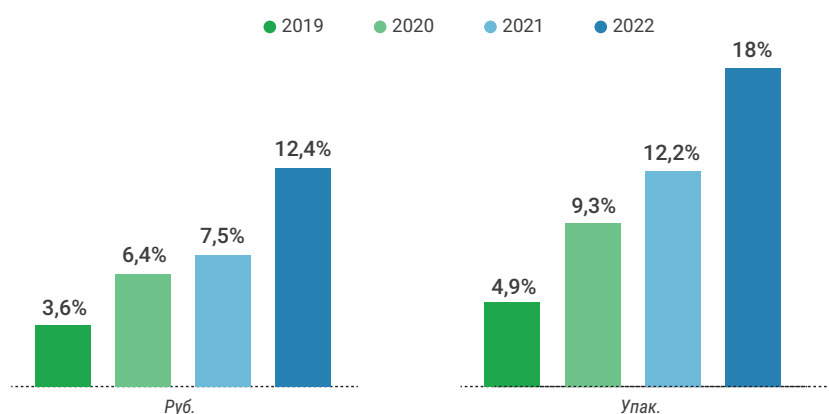


Рисунок 30

Доля СТМ
в аптечных
продажах БАД

Активно продолжает развиваться сегмент eCom: собственные сайты аптечных сетей, аптечные маркетплейсы (Apteka.ru, Zdravcity.ru, Asna.ru), аптечные интеграторы (Uteka, 009, Aptekamos) и традиционные маркетплейсы (Ozon, «Яндекс.Маркет»). Среди основных типов товаров аптечного ассортимента у категории БАД самая высокая доля eCom – 17,7% от общей ёмкости аптечного рынка биодобавок по итогам 2022 г.

Традиционные маркетплейсы чаще всего предлагают потребителю более широкий ассортимент добавок для выбора. Поэтому рейтинги аптечных продаж не совпадают с рейтингом маркетплейсов. Например, в Ozon на первой строчке продажи Solgar. В ТОПе такие производители как GLS Pharmaceuticals, Natrol, Maxler. А вот компания с максимальным оборотом в аптечных продажах БАД «Эвалар» только на второй строчке с выручкой в 2 раза ниже, чем у лидера.

Популярность БАД и расширение предложения позволяет категории одной из немногих показать положительную динамику в упаковках. Распространение коронавирусной инфекции, например, в 2020-2021 гг.

сделало популярным категорию БАД с витаминами D3 и С. В 2022 году количество «новинок» в этих категориях продолжает расти, а вот прирост в объемах уже не такой большой. Например, предложение БАД с витамином С увеличилось на 36%, а продажи снизились на 16%. Категория витамина D3 еще продолжает расти +61% в СКЮ и +18% в деньгах.

А фокус предложений смещается на новые категории. В 2022 году вырос ассортиментный ряд БАД с коллагеном на 63%, а оборот в стоимостном выражении увеличился на 59%. Нервная обстановка сделала более популярной и так емкую группу БАД, обладающих успокаивающим и мягким снотворным действием (N02B): появилось почти 100 новых наименований, и продажи выросли на 17%. Также растет категория БАД с магнием – на 68% в рублях (сейчас около 280 наименований таких БАД можно найти в аптеках).

Самым стабильным остаётся аптечный канал. В 2022 г. ёмкость коммерческого рынка биодобавок составила 105 млрд руб. и 364 млн упак. Последние четыре года ры-

Рисунок 31

Динамика продаж основных типов товаров в 2022 г. по отношению к 2021 г.



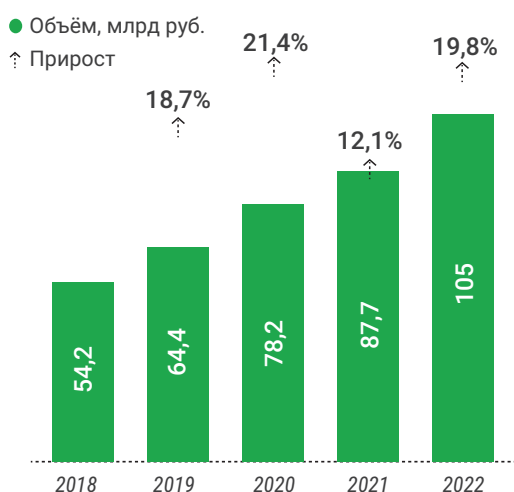
нок добавок к пище растёт двузначными темпами. Так, в 2022 г. прирост составил 19,8% к предыдущему году.

В 2022 г. самым удачным для рынка стал 1-й квартал, на который пришлось порядка 30,7% годового оборота в рублях. Наибольший прирост относительно 2021 г. был отмечен в марте (+74,7% в руб. к третьему месяцу прошлого года) и в феврале (+38,6% к февралю 2021 г.).

В среднем одна упаковка БАД в 2022 г. обошлась потребителю аптеки в 288 руб. (розничная цена), что на 19,2% выше, чем годом ранее. В ценах закупки аптек средневзвешенная стоимость БАД составляет порядка 226 руб.

Рост цен и переключение потребителей на более дорогостоящие добавки заметно повлияли на структуру продаж по ценовым сегментам. Ощутимый прирост объёма продемонстрировал «высокий» ценовой сегмент (+33,1% в руб. и +25,8% в упак.). В результате структура рынка БАД в разрезе ценовых категорий изменилась в пользу биодобавок с ценой свыше 500 руб. – удельный вес данной группы добавок к пище вырос на 6,1% в стоимостном выражении и на 3,8% в натуральном эквиваленте. В итоге дорогостоящие добавки к пище принесли аптекам более половины выручки (доля 60,6% в руб.), для сравнения в 2018 г. данный показатель составлял только 39,6%.

Динамика рынка БАД, млрд руб.



Динамика рынка БАД, млн упак.

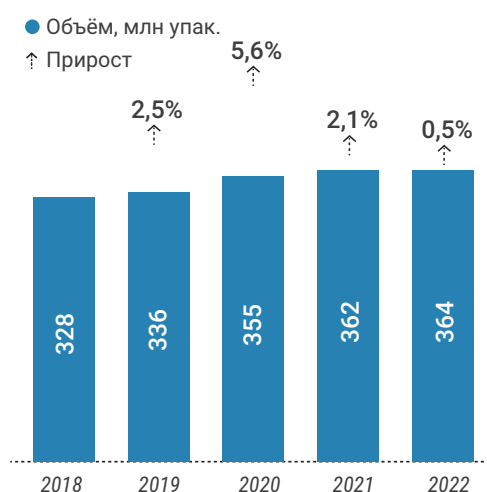
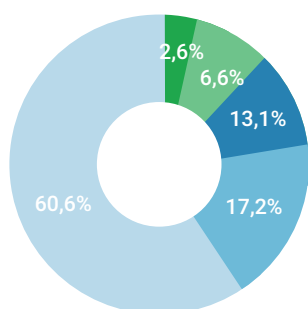


Рисунок 32

Динамика аптечных продаж БАД в России, 2018-2022 гг.

Стоимостный объём



Натуральный объём

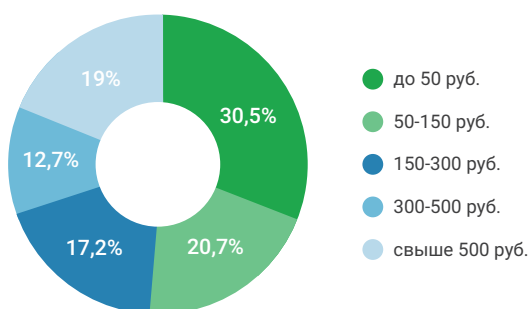


Рисунок 33

Соотношение продаж БАД по ценовым сегментам в 2022 г.

На втором месте по ёмкости на рынке добавки из категории «от 300 до 500 руб.» (доля 17,2% в руб.). Вес данного сегмента за год уменьшился на 3,3% в рублях.

Наиболее востребованными у россиян на рынке по-прежнему остаются дешёвые БАД, при этом их объём реализации сократился на 5,8% в рублях и на 13,8% в упаковках. Как результат средства из ценового диапазона «до 50 руб.» постепенно вымываются с полок: в 2022 г. их доля сократилась на 5,1% до 30,5% проданных упаковок. Из-за низкой стоимости в рублях вес нижнего сегмента не превышает 3% (-0,7% по сравнению с 2021 г.). Бренды «Гематоген» и «Аскорбиновая кислота» составляют около 40% от объёма продаж в упаковках сегмента с ценой «до 50 руб.».

Самая высокая доля СТМ у сегмента «150-300 руб.» (порядка 23% от объёма продаж ценовой категории и в рублях, и в упаковках). И этот сегмент демонстрирует прирост к 2021 г. на 11,4% в рублях и на 11,8% в упаковках. Бренды-лидеры в данном ценовом диапазоне: «Витамир» и «Эвалар».

Динамика цен на биодобавки была проанализирована с помощью индекса цен Ласпейреса. Одной из причин роста средневзвешенных цен стала инфляция на БАД. В 2022 г. цены в рублях на БАД увеличились

на 12%, и показатель был в 2,5 раза выше, чем в 2021 г. Основной рост цен пришёлся на май-апрель 2022 года. Но в отличие от лекарств, цены на которые с лета начали снижаться, уровень инфляции на биологически активные добавки оставался высоким на протяжении всего года.

БАД позиционируются производителями как добавки к пище для профилактики различных заболеваний. Классификатор БАД по действию, разработанный в компании DSM, содержит 16 разделов, большинство из которых имеют 2-й подуровень, а некоторые разделы – 3-й.

Рейтинг за год несколько изменился. Группа [W] «БАД для похудения и очищения организма», продемонстрировав снижение продаж на 6%, опустилась на 3 строчки вниз и уступила позиции группам, показавшим заметный рост потребления. Речь идёт о БАД, поддерживающим функцию иммунной системы (+34,4%); БАД, действующим на органы чувств (+23,5%); БАД, действующим на мочевыделительную систему (+55,6%).

Традиционно самыми востребованными на рынке остаются добавки общего назначения группы [M] «БАД, действующие на организм в целом» (доля 32,3% в руб.). При сравнении с 2021 г. объём реализации

Рисунок 34

Изменение цен БАД на аптечном рынке России

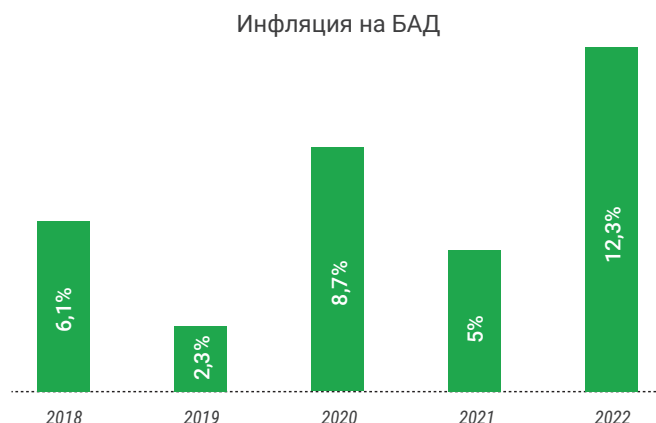


Таблица 20

Рейтинг продаж по разделам классификатора БАД в 2022 г.

Рейтинг	Изменение к 2021	Группа	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2021
1	-	[V] БАД, действующие на организм в целом	33 892	32,3%	19,2%
2	-	[A] БАД, действующие на пищеварительную систему	20 421	19,5%	16,3%
3	-	[N] БАД, влияющие на функции центральной нервной системы	9 900	9,4%	20,2%
4	-	[M] БАД, применяемые при заболеваниях костной системы	7 947	7,6%	19,6%
5	-	[G] БАД, влияющие на репродуктивную систему	7 653	7,3%	17,6%
6	-	[C] БАД для поддержания функций сердечно-сосудистой системы	4 858	4,6%	16,9%
7	-	[R] БАД, применяемые при заболеваниях дыхательной системы	4 417	4,2%	35,9%
8	-	[D] БАД, применяемые для устранения различных проблем с кожей и волосами	3 358	3,2%	18,6%
9	-	[B] БАД, действующие на кроветворную систему	2 657	2,5%	43,7%
10	+1	[I] БАД, поддерживающие функцию иммунной системы	2 411	2,3%	34,4%
11	+1	[S] БАД, действующие на органы чувств	2 001	1,9%	23,5%
12	+1	[U] БАД, действующие на мочевыделительную систему	1 846	1,8%	55,6%
13	-3	[W] БАД для похудения и очищения организма	1 722	1,6%	-6,0%
14	-	[T] БАД, применяемые при отравлениях и интоксикациях	941	0,9%	-1,7%
15	-	[H] БАД, влияющие на функцию желез внутренней секреции	807	0,8%	20,1%
16	-	[J] БАД, применяемые при вирусных, бактериальных и грибковых заболеваниях	155	0,1%	13,5%

этой группы БАД вырос на 19,2%. Основные бренды биодобавок в группе [V]: Solgar (доля в продажах группы – 15,4% в руб.) одноимённой корпорации и «Фемибион» (6,1%) компании Dr.Reddy's.

Вторую строчку удерживает группа [A] «БАД, действующие на пищеварительную систему» (19,5%), которая продемонстрировала прирост продаж на 16,3%. В данной группе наиболее востребованы позиции «Бак-Сет» (доля в продажах группы – 13,2% в руб.) компании PharmaMed и «Максилак» (11,2%) отечественного производителя «Биннофарм Групп».

Третье место – у группы [N] «БАД, влияющие на функции центральной нервной системы» (9,4%), которая также показала положительную динамику продаж: +20,2%. Группу возглавили добавки отечественного производителя «Эвалар» – «Эвалар Глицин» (доля в продажах группы – 7,9% в руб.) и «Формула Спокойствия» (7,2%).

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

- БАД, действующие на мочевыделительную систему, показали наибольшее

увеличение продаж (+55,6%): реализация брендов группы [U] «Урефрон», «Реналис» и «Уронекст» возросла на 273,6%, 172% и 138% соответственно;

- биодобавки, действующие на кроветворную систему (+43,7%), на третьем месте по годовому темпу прироста: бренды «ВитаФерр» (+1 005,2%), «Витамир» (+161,8%) и PL (+148,5%) сыграли основную роль в положительной динамике группы;

- БАД, применяемые при заболеваниях дыхательной системы (+35,9%): положительную динамику группе [R] обеспечили бренды «Микфетин» (+2546,5%), Consumed (+750,5%) и «Лориотабс» (+209%).

Продажи заметнее всего упали у популярной ранее группы [W] «БАД для похудения и очищения организма» – на 6%. Объём реализации линеек «Редуксин» (-22,4%), «Турбослим» (-18,3%) и «Летящая Ласточка» (-11,9%) для снижения веса в 2022 г. заметно сократился.

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

По итогам 2022 г. на аптечных полках было представлено свыше 3 200 брендов БАД

Рисунок 35
Динамика продаж БАД по разделам классификатора в рублях

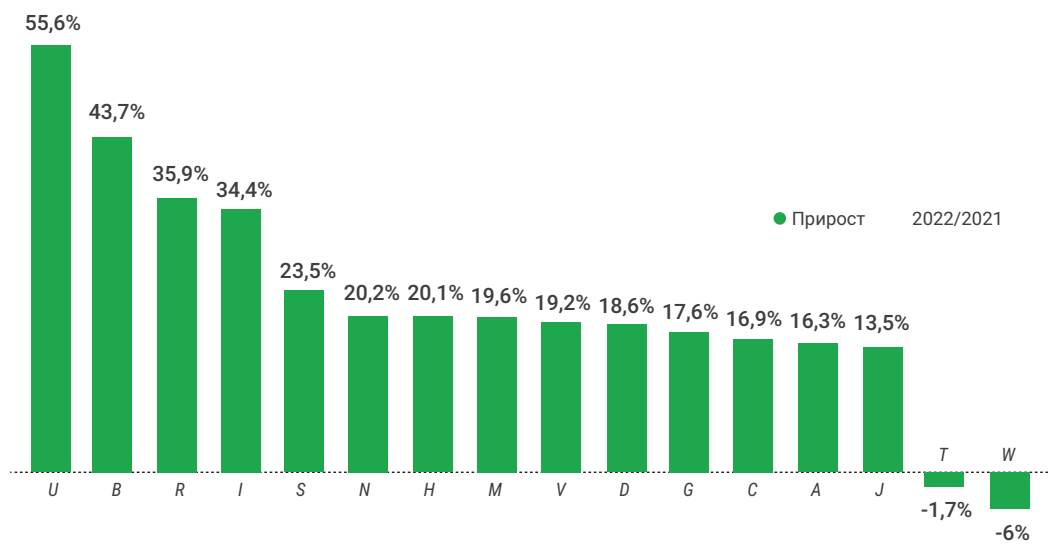


Таблица 21

ТОП-20 брендов БАД
в России в 2022 г.

Рейтинг	Изменение к 2021	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2021
1	-	Эвалар	13 345	12,7%	-4,2%
2	-	Solgar	8 103	7,7%	32,3%
3	+2	Бак-Сет	2 758	2,6%	31,5%
4	-	Доппельгерц	2 433	2,3%	4,1%
5	-2	Максилак	2 289	2,2%	-4,3%
6	+3	Витамир	2 140	2,0%	101,7%
7	-	Фемибион	2 063	2,0%	11,4%
8	-2	Детримакс	1 893	1,8%	-1,7%
9	-1	Витрум	1 498	1,4%	3,8%
10	+2	ВТФ	1 348	1,3%	54,0%
11	-1	Витамишки	1 040	1,0%	8,9%
12	+1	Natures Bounty	981	0,9%	16,5%
13	+4	Мирролла	919	0,9%	38,3%
14	-	Элевит	858	0,8%	11,2%
15	+4	Фитомуцил	848	0,8%	31,6%
16	-1	Гематоген	794	0,8%	11,0%
17	+3	Будь Здоров!	775	0,7%	34,1%
18	-7	Супрадин	758	0,7%	-14,8%
19	-1	Артра	709	0,7%	8,0%
20	+33	Bificin	689	0,7%	167,6%

(порядка 13,8 тыс. SKU) от 1 157 производителей. За год на рынке появилось более 500 новых брендов. Если раньше новинки легко занимали топовые позиции за счёт грамотного продвижения, то сейчас привлекательности «интересные» продукты стало сложнее.

Самой успешной «новинкой» стала марка «Криспофан» (СТМ аптечной сети «Планета Здоровья»), которая по итогам года разместилась на 116-й строчке (объём продаж — 169,3 млн руб.). В линейке 6 торговых наименований разной направленности. Самые востребованные — добавка, обладающая успокаивающим и мягким снотворным действием, «Krispofun Night/Криспофан Ночь Комплекс для сна» и БАД, применяемый при заболевании мочевыделительной системы различного характера, «Криспофан Цисто/Krispofun Cysto».

В рейтинге ТОП-20 брендов, лидирующих по стоимостным объёмам продаж, можно отметить ряд существенных изменений. Тройка лидеров также изменилась. На первой строчке, как и годом ранее, расположилась добавка под маркой «Эвалар» (12,7%) одноимённого производителя, которая включает в себя широкий перечень продукции. Уступая 5% в доле на рынке, второе место занимает линейка пищевых биодобавок Solgar, действующих как на организм

в целом, так и на его отдельные системы, от компании Solgar. Замыкает тройку лидеров мульти-пробиотик для нормализации микрофлоры в кишечнике под маркой «Бак-Сет» (2,6%). Эту добавку выпускает корпорация PharmaMed.

В рейтинг попала одна новинка: синбиотик Bificin, который производит компания «Спектрум». За счёт увеличения продаж на 167,6% марка поднялась на 33 строчки вверх и заняла 20-е место.

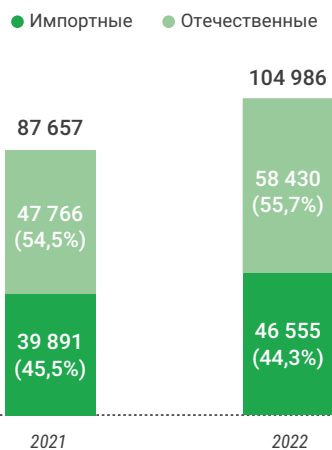
Из заметных положительных изменений также стоит выделить ещё два бренда. Продукты различной направленности под маркой «Витамир» (производитель «Квадрат-С») укрепились в рейтинге на 3 строчки в результате увеличения продаж на 101,7% относительно прошлого года. На две позиции выше поднялся бренд «ВТФ» (+54%) от корпорации «ВТФ».

На рынке биологически активных добавок преобладают средства российского производства. Отечественные БАД занимают 80,8% натурального объёма продаж и 55,7% стоимостного. Если в рублях структура рынка изменилась в пользу российских биодобавок (их вес на рынке вырос на 1,2%), то в упаковках, наоборот, увеличилась доля импортных БАД с 18,7% до 19,2% за год. По-

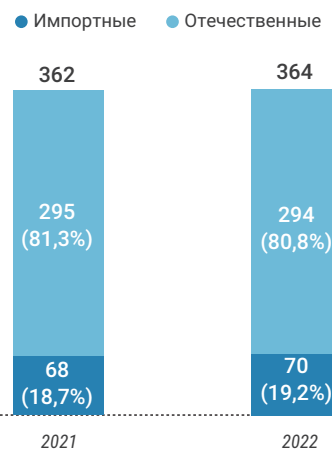
Рисунок 36

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства 2021-2022 гг.

Соотношение отечественных и импортных БАД, млн руб.



Соотношение отечественных и импортных БАД, млн упак.



литическая и экономическая ситуация повлечёт за собой дальнейшее увеличение доли отечественных производителей.

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить увеличение продаж у обеих категорий в стоимостном объёме: реализация импортных добавок в 2022 г. по отношению к 2021 г. выросла на 16,7%, отечественных БАД – на 22,3%. Объём продаж в упаковках у российских биодобавок сократился на 0,2%, у зарубежных БАД увеличился на 3,4%.

Средняя стоимость упаковки отечественного БАД в 2022 г. составила 199 руб. (+22,6% относительно 2021 г.), что в 3 раза ниже стоимости упаковки импортного средства – 666 руб. (+12,8%).

Среди иностранных производителей лидируют БАД производства США (40,7%), Германии (17,6%) и Индии (7,2%). Среди американских БАД наиболее популярна продукция компании Solgar (серия БАД Solgar). Список немецких производителей возглавляют корпорации Queisser Pharma (серия БАД «Доппельгерц») и Stada (бренды «Артра» и «Витрум»). Среди производителей из Индии лидируют компании Dr.Reddy's (БАД «Фемибион» и «Бион») и Sun Pharmaceutical («Неотрависил»).

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

Концентрация производителей на фармацевтическом рынке добавок к пище довольно высокая – ТОП-20 компаний занимает 60% рынка.

Лидером рынка на протяжении уже многих лет остаётся российская компания «Эвалар» (доля 13,6% в руб.). В 2022 г. было зафиксировано увеличение объёма реализации на 0,3%, при этом доля производителя на рынке уменьшилась – на 2,6%. Положительная динамика фирмы обеспечена ростом потребления метабиотика, способствующего уменьшению количества бактерий Хеликобактер пилори и поддерживающего баланс микрофлоры желудка, «Хелинорм» (+65,7% к 2021 г.), линии нурицевтиков, направленных на замедление процессов старения, Anti-Age (+13,7%) и БАД, влияющего на женскую репродуктивную систему, «Эвалар Индол Форте» (+11,9%). А вот реализация линейки шипучего витамина С «Эвалар Витамин С» (-26,8%), серии средств для похудения «Турбослим» (-18,3%) и добавки, нормализующей процессы возбуждения и торможения в ЦНС, «Формула Спокойствия» (-10,7%), наоборот, уменьшилась. В настоящий момент в порт-

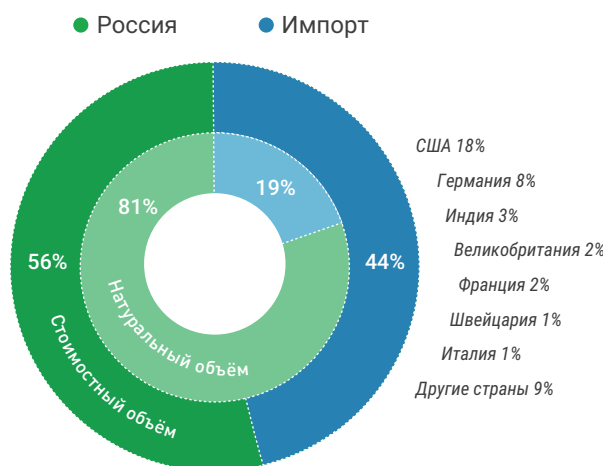


Рисунок 37

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства по странам в 2022 г.

Таблица 22

ТОП-20
производителей БАД
в России в 2022 г.

Примечание:

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

Рейтинг	Изменение к 2021	Производитель	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2021	Доля онлайн-сегмента в продажах компании
1	-	Эвалар	14 290	13,6%	0,3%	15%
2	-	Solgar	8 103	7,7%	32,3%	37%
3	-	PharmaMed	5 690	5,4%	25,2%	19%
4	-	Квадрат-С	4 979	4,7%	57,3%	3%
5	+5	ВТФ	3 223	3,1%	60,0%	4%
6	-	Unipharm	3 027	2,9%	4,5%	23%
7	-2	Stada	2 964	2,8%	0,9%	18%
8	-	Queisser Pharma	2 439	2,3%	4,4%	23%
9	-	Dr.Reddy's	2 336	2,2%	15,4%	21%
10	-3	Биннофарм Групп	2 293	2,2%	-4,3%	10%
11	+4	Мирролла	2 155	2,1%	106,4%	5%
12	-1	Bayer	1 739	1,7%	1,0%	20%
13	+28	Аптека Сервис Плюс	1 601	1,5%	331,2%	5%
14	-1	Bausch Health	1 440	1,4%	2,5%	10%
15	-3	Отисифарм	1 349	1,3%	-14,0%	17%
16	-	Полярис	1 313	1,3%	39,0%	8%
17	-3	Laboratoires Ineldea	1 138	1,1%	-7,2%	8%
18	+6	VP Laboratory	1 026	1,0%	71,7%	7%
19	-2	The Bountiful Company (NBTY)	986	0,9%	16,6%	32%
20	+6	Аквион	873	0,8%	46,6%	36%

феле «Эвалар» находится 496 различных торговых наименования БАД, объединённых в 95 линеек с одним брендом. Ежегодно на рынок запускаются новые продукты компании. В 2022 г. на прилавках аптек появилось около 130 новых БАД с учётом формы выпуска. Самая успешная новинка – добавка, влияющая на сердечную деятельность, «Коррстат Кардио АД-Минус таблетки № 40». Объём реализации БАД составил 31,8 млн руб.

«Эвалар» активно использует все возможные каналы реализации своей продукции: в числе прочих не только аптечная розница, компания также развивает собственные офлайн-аптеки «Эвалар», онлайн-аптеки (asevalar.ru), маркетплейс (Fitomarket.ru), который интегрирован в «Яндекс.Маркет» и «СберМегаМаркет», а также интернет-магазин (shop.evalar.ru). Кроме того, «Эвалар» активно сотрудничает с крупнейшими маркетплейсами. Благодаря этому у корпорации доля eCom за год увеличилась с 11% до 15%.

Также стабильны позиции иностранных производителей, которые реализуют свою продукцию через аптеки. Американский производитель Solgar (7,7%) расположился на второй строчке, показав существенный прирост продаж (+32,3% к 2021 г.). У компании всего один бренд – Solgar, который представляет собой серию биологических добавок с различным спектром действия: от БАД для поддержания пищеварительной системы до добавок, влияющих на функционирование ЦНС. Объём реализации у восьми из десяти основных торговых наименований компании увеличился. Наибольший темп прироста был отмечен у позиций, рекомендуемых производителем в качестве дополнительного источника магния – «Solgar Цитрат Магния» (+103,1% к 2021 г.), железа – «Solgar Джентл Айрон Легкодоступное Железо» (+45,1%) и комплекса

с витаминами группы В «Solgar Мульти I» (+40,6%). При этом в портфеле производителя присутствует и падающая группа биодобавок: «Solgar Пиколинат Цинка» (-13,3%) и «Solgar Эстер-С Плюс Витамин С» (-4,5%).

Производитель PharmaMed (5,4%) с основным продуктом – добавкой «Бак-Сет» (доля в продажах производителя 48,5%) – занял третье место за счёт увеличения реализации на 25,2% в рублях. Портфель фирмы включает в себя 9 брендов. Все биодобавки за исключением детских витаминов «Кидс Формула» показали увеличение объёма реализации. На рост продаж в большей мере повлиял повышенный спрос на добавку к пище для мужского здоровья «СпермАктин Форте» (+33,4% к 2021 г.), линейку средств от запора, для снижения веса, уровня холестерина и при отравлениях «Фитомуцил» (+31,6%) и мульти-пробиотик для нормализации микрофлоры в кишечнике под маркой «Бак-Сет» (+31,5%).

Стоит отметить, что производители с высокой долей СТМ в своём портфеле демонстрируют заметную положительную динамику: «Квадрат-С» (+57,3%), «ВТФ» (+60%), «Мирролла» (+106,4%), «Полярис» (+39%). Основную выручку российскому производителю «Мирролла» принесла линейка биодобавок «Мирролла» (доля в продажах компании 42,6%; +38,3% относительно 2021 г.). Максимальный прирост показали марки Superum, «Рикуан Цинк» и «Пикосульфат Натрия».

На отрицательный прирост продаж компании «Отисифарм» (-14%) в большей мере повлияло снижение реализации добавки, восполняющей дефицит микронутриентов, «Юнивит» (-93,1%), БАД, влияющего на функции центральной нервной системы, «Магнелис» (-77,4%) и аскорбиновую кислоту в жевательных таблетках «Асвитол» (-31,1%).

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

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



30 000 аптек РФ
ежемесячно получают газету

Распространение через ФК ПУЛЬС

Портал
для настоящих
профессионалов
www.PHMLIFE.ru

фармация и медицина
ФМ LiFE
для провизоров, фармацевтов и медицинских работников



Сайт для провизоров, фармацевтов
и медицинских работников

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

ИЗДАНИЕ

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



Подписной индекс ПР394

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

ЕЖЕГОДНАЯ ПРЕМИЯ «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЕЙТИНГ»

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

Проводится с 2016 года. Более **1300** отечественных и иностранных производителей, более **5800** брендов.

nphr.ru

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЕЙТИНГ

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



10 ОЧЕВИДНЫХ ПРИЧИН



**ЗАКАЗАТЬ
СУВЕНИРНУЮ
ПРОДУКЦИЮ
В DSM GROUP**

 dsmgifts.ru

 +7 (495) 780-72-67

 zakaz@dsmgifts.ru

 [dsm_gifts](https://t.me/dsm_gifts)

6. Косметика (аптечные продажи)

Косметический рынок, в отличие от лекарственного, сильнее ощутил последствия событий февраля 2022 года. Косметика не входит в категории социально-значимой продукции, поэтому «уход» из России мировых брендов на фоне санкций наверно можно назвать ожидаемым событием. При этом на законодательном уровне только США ввели ограничения на продажи косметики в Россию, а ЕС в восьмом пакете санкций ограничил закупки из России косметики, но не запретил ее ввоз.

В марте прекратили поставки и продажи Estee Lauder Companies Inc., LVMH, L’Oreal Paris и Shiseido Group. Еще один мировой гигант — американская корпорация Procter & Gamble (Gillette, Pantene, Head & Shoulders, Old Spice) — решил отказаться от рекламы и инвестиций в российский рынок, но продолжит продавать повседневные товары первой необходимости для здоровья, гигиены и персонального ухода. Британская компания Unilever (Rexona, Dove, AXE, Camay, Sunsilk, Timotei) также приостановила экспорт продукции в Россию, однако ее предприятия в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Омске и Туле продолжают работать. О прекращении поставок товаров сообщила американская холдинговая компания Johnson & Johnson, включающая такие бренды, как o.b., Carefree, Johnson’s. Также закрылись онлайн- и офлайн-точки продаж французского ритейлера Sephora, где эксклюзивно продавались марки Рианны Fenty Beauty и Fenty Skin, веганская косме-

тика KVD Beauty и бренд визажистки Худы Каттан Huda Beauty.

В среднем с конца февраля ассортимент товаров во всех сегментах парфюмерно-косметического рынка снизился на 25%.

Конечно, для иностранных косметических средств есть возможность их ввоза по параллельному импорту: Минпромторг не запрещает продавать ввезенную таким способом продукцию (есть правда ряд брендов, которые попали в исключение), однако планируется, что ее ввезти в Россию можно будет только легально по лицензии от правообладателя. При этом сами ритейлеры не очень стремятся к получению товара через параллельный импорт: это чревато имиджевыми издержками; можно испортить отношения с брендами, а это повлияет на взаимодействие в будущем, да и финансово это не всегда выгодно.

Без сомнения, все это возможность роста отечественного производства косметических средств, но при этом, как и везде, компании столкнулись с логистическими трудностями. Российская косметическая отрасль закупает из-за рубежа около 5 тыс. наименований сырья, используемого в производстве косметики. Несмотря на то, что большинство каналов закупок удалось переориентировать на Индию и Китай, зависимость от импорта сырья из ЕС остается высокой. По этой причине многие отечественные производители косметики

вносят изменения в рецептуру и меняют ассортимент выпускаемой продукции.

Помимо ассортиментной трансформации, косметический рынок подвергся и структурным изменениям: выросла значимость сегмента eCom. С начала 2022 года торговлей косметикой занялись классические продовольственные ретейлеры и онлайн-сервисы. В феврале оператор экспресс-доставки «Самокат» выделил направление в отдельный онлайн-магазин «Самокат Бьюти». В марте сеть супермаркетов «Лента» открыла первый «магазин в магазине» парфюмерии и косметики совместно с «Рив Гош». В июне онлайн-гипермаркет «Vprok.ru Перекресток», входящий в розничную группу X5 Group, запустил онлайн-магазин косметики.

Обращают свое внимание парфюмерно-косметические сети и на аптечный рынок, создавая дополнительную конкуренцию не только аптекам, но и брендам, которые реализуются в них. В декабре 2021 года компания «Л'Этуаль» начала проект по развитию аптечной розницы. Сейчас работает 6 точек под такой вывеской, хотя в планах было открыть до конца 2022 г. 21 аптеку.

Помимо этого, в 2022 г. уральская сеть парфюмерии и профессиональной косметики

«Золотое яблоко» открыла собственную аптеку в формате shop in shop (магазин в магазине). Первая аптечная точка появилась в мае в Екатеринбурге в универмаге Bolshoy.

Все эти тенденции не способствуют росту продаж аптечной косметики, уводя потребителей в другие каналы. В последние несколько лет мы наблюдаем отрицательный тренд оборота в упаковках. Так, по итогам 2022 г. аптеки продали 148,5 млн упак. (-10,8% к 2021 г.).

В стоимостном выражении ёмкость рынка достигла 50 млрд руб. Потребители аптек израсходовали на 10,4% средств больше, чем годом ранее. Это самый высокий показатель за последние несколько лет. Достаточно серьёзное влияние на потребление косметики оказал спрос на селективную косметику, который возрос на 16,4% в денежном эквиваленте.

Если сравнивать ежемесячно объёмы продаж с показателями прошлого года, то можно отметить, что основной прирост обеспечил март (+59% к марту 2021 г.). Без учёта марта темп прироста реализации аптечной косметики составил бы только 5%.

По итогам 2022 г. косметика заняла третью строчку (после лекарственных препаратов и БАД) в структуре продаж аптек.

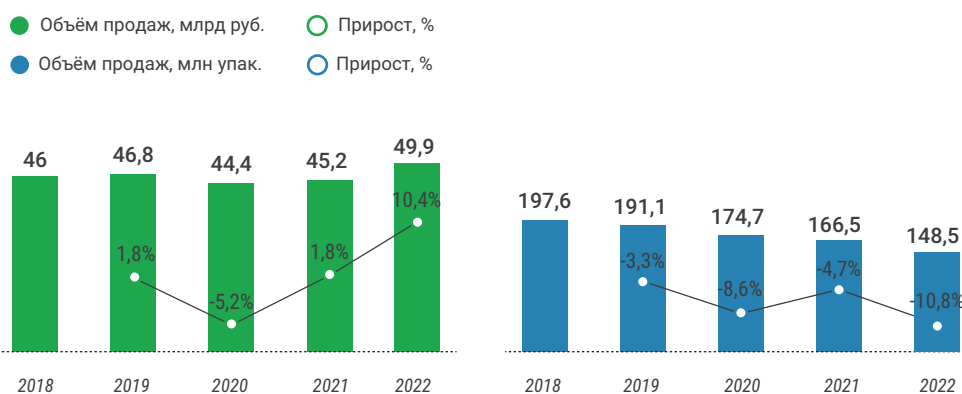


Рисунок 38

Динамика объёма продаж аптечной косметики в России в 2018-2022 гг.

Ассортимент косметики в аптеках продолжает пополняться из года в год, причём увеличение происходит как за счёт новых брендов, так и в результате расширения уже существующих линеек. Российские аптеки в 2022 г. реализовали около 2 400 различных брендов косметики (24,6 тыс. SKU). При этом производители предложили потребителю более 260 новых брендов. Наиболее удачными из них стали следующие бренды: 110 место – СТМ косметика Enlu Lab (компания Maryvery), представляющая собой серию средств для лица; 142 место – косметические гели при растяжениях, ушибах, заболеваниях суставов воспалительного характера «Артелар» (СТМ производства «Аптека Сервис Плюс»); 158 место – серия косметических средств mass-market Malinia London (компания Maryvery), включающая продукты для проблемных волос, а также тонкой и сухой кожи. Данные позиции сумели войти в ТОП-200 по объёму реализации в стоимостном выражении, поскольку их продажи за анализируемый период суммарно превысили 194 млн руб.

Косметика находится в лидерах по доле eCom от продаж косметических средств в целом. В сумме за 2022 г. доля косметических средств, заказанных через аптечный «онлайн», составила 15% или 7,5 млрд руб., что на 4% выше, чем аналогичная цифра в 2021 г. (а прирост по «онлайну» составляет 53%). Селективная косметика, которая представлена преимущественно в аптеках (такие марки как La Roche-Posay, Vichy, Bioderma и т.д.), чаще бронируется через интернет – её доля составляет 18,6%. Это объясняется тем, что потребитель активно использует онлайн-площадки для покупок с целью выбора оптимальной цены. Именно премиальная косметика имеет максимальную средневзвешенную стоимость упаковки (1 163 руб.), поэтому в этой категории чувствительность к цене более высокая.

При этом, конечно, аптечный eCom косметики далеко не сопоставим с другими каналами. Так, например, только через Ozon в 2022 году было реализовано космети-

Рисунок 39

Доля онлайн-продаж основных групп аптечного ассортимента от общего объёма продаж, 2022 г.

Доля eCom по типам товаров в рублях



ческих средств на сумму около 11 млрд рублей. Интересно, что лидером этой площадки (как и в аптеках) является бренд La Roche-Posay. А вот на втором месте бренд ARAVIA, который в аптеках не представлен. Librederm, который в аптеках занимает четвертую строчку, в Ozon находится только на 8 месте.

Важным событием для рынка косметики является эксперимент по маркировке антисептиков, который проводился в России с 1 августа 2021 г. по 31 августа 2022 г. и был продлён до 28 февраля 2023 г. в целях обеспечения постепенного перехода отрасли к новым требованиям. А уже с 1 апреля 2023 г. цифровая маркировка может стать обязательной для косметической продукции, предназначенной для гигиены рук, с заявленным антимикробным действием.

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

Селективная косметика (премиум и люкс класс) – элитные, престижные косметические средства, характеризующиеся наличием специализированных линеек, чётко разделённых между собой и предназначенных для определённого состояния кожи или волос (например, марки La Roche-Posay, Vichy, Bioderma). В основном это дорогостоящая продукция.

Лечебная (активная) косметика – косметика, применяемая для лечения и профи-

лактики определённых заболеваний, содержит биологически активные вещества (к ней относятся марки Alerana, «Лошадиная Сила», «911 Ваша Служба Спасения» и т.д.).

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

За год структура рынка изменилась в пользу селективной косметики, доля которой увеличилась на 1,9% до 37,1% в рублях и на 1,1% до 10,7% в упаковках. Если рассматривать динамику в абсолютных показателях, то она также оказалась одной из самых значительных: отмечено увеличение объёма продаж на 16,4% в стоимостном выражении. При этом в натуральном эквиваленте зафиксировано снижение продаж на 1,1% к цифрам 2021 г. Из 20 ведущих брендов люксовой косметики наибольший темп прироста показали небольшие по ёмкости марки Herbal Essentials (+1740,3% в руб.), 8.1.8 Beauty Formula (+221,1%) и Eucerin (+93,7%).

Сегмент активной (лечебной) косметики по-прежнему остаётся самым востребованным, занимая половину объёма продаж всей косметики. Поэтому лечебные косметические продукты играют основную роль в динамике рынка аптечной косметики в целом: +7,2% в рублях и -11,5% в упаковках. Его ёмкость уменьшилась на 0,4% в натуральном объёме и на 1,3% в стоимостном. За год аптеки реализовали 977 брендов активной косметики производства 491 компании (4,9 тыс. SKU). Продвижение данных товарных позиций на стыке нелекарственного и лекарственного ассортимента, доступная ценовая политика определяет спрос на эту категорию косметики.

Снижение потребления наблюдается в сегменте mass-market косметики. Стоит отметить, что для косметики массового потребления аптека не является основным каналом продвижения. В результате заметного падения объёма реализации вес этого типа косметики сократился на 1,5% в денежном выражении и на 2,3% в натуральном. Несмотря на то, что mass-market косметика занимает 31,1% от объёма продаж в упаковках, в рублях её доля составляет всего лишь 14,4%, так как этот подсегмент представлен преимущественно дешёвыми средствами. В большей мере продажи данной категории в аптеках или носят импульсный характер, или являются дополнительной покупкой к лекарственному ассортименту.

Активными темпами растёт СТМ косметика (+59,3% в руб. и +25,9% в упак.). При этом доля СТМ в общих продажах аптечной косметики составляет только 3% от стоимостного объёма и 6% от натурального по итогам года.

В 2022 г. средневзвешенная цена одной упаковки косметического средства

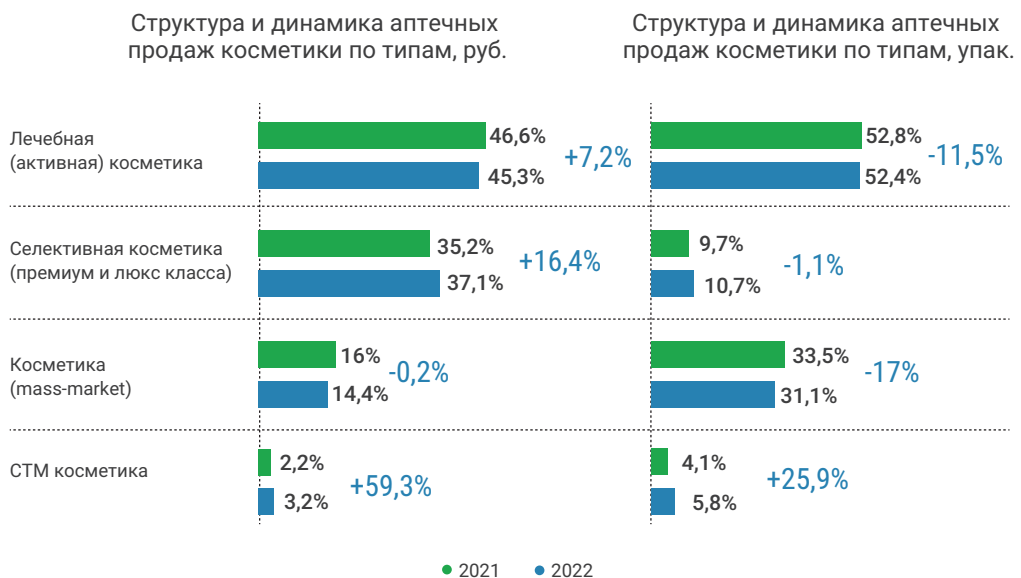
в розничных ценах аптек составила 336 руб. Относительно 2021 г. цена стала выше на 23,8%. При рассмотрении рынка по сегментам можно увидеть, что все категории выросли в цене. Наибольший прирост показала СТМ косметика, средневзвешенная цена за упаковку которой стала выше на 26,6% к 2021 г. и составила 185 руб. Цена одной упаковки активной косметики стала выше на 21,2%, цены на косметику из масс-маркета и премиальные средства выросли на 20,2% и 17,7% соответственно.

Если рассматривать косметику в разрезе целевого предназначения, то самой востребованной косметикой традиционно остаётся универсальная, рассчитанная на любого потребителя (на её долю пришлось 31,2% объёма продаж упаковок). В рублях наибольший вес у средств для лица – 25,4%.

Пять ведущих групп показали положительную динамику продаж. Косметические средства для волос и кожи головы (+15,7% в руб.), а также косметика для лица (+12,9%) и для тела (+12,7%) показали наибольший темп прироста среди всех групп. В натуральном выражении, наоборот, большин-

Рисунок 40

Соотношение аптечных продаж косметики в зависимости от типа косметического товара



ство групп продемонстрировали падение объёма реализации, самое заметное снижение – у многофункциональных средств (-22% в упак.). При этом продажи косметики для губ и для волос и кожи головы выросли на 1,3% и на 0,7% соответственно.

Наибольший вес в структуре косметики по возрастному критерию занимает косметика, рассчитанная на все возрастные ка-

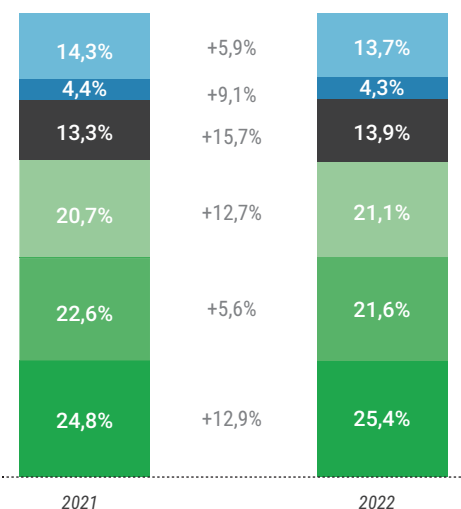
тегории (80% стоимостного объёма продаж и 79,8% натурального). На второй строчке расположилась косметика для детского и младшего детского возраста (с 0 до 14 лет): 8% в рублях и 13% в упаковках. Замыкает тройку лидеров косметика для людей среднего возраста (после 25 лет) с долей рынка 5% в рублёвом эквиваленте. В этой категории наблюдается перевес в сторону высокомаржинальной премиальной и люк-



Рисунок 41

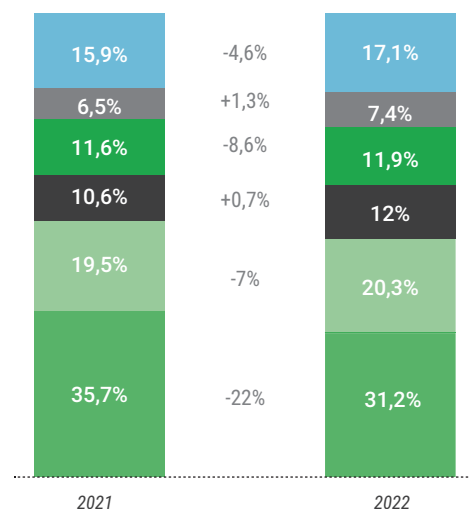
Средневзвешенная цена косметического средства в аптеках

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



- Средства для лица (Н)
- Средства для тела (R)
- Средства для ног (L)
- Универсальное средство (S)
- Средства для волос и кожи головы (V)
- Другое

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



- Универсальное средство (S)
- Средства для тела (R)
- Средства для волос и кожи головы (V)
- Средства для губ (C)
- Средства для лица (Н)
- Другое

Рисунок 42

Структура косметики по целевому назначению в 2022 г.

совой косметики – 80,8% объёма в рублях данной категории приходится на селективную косметику. Также большой перевес в сторону дорогой косметики наблюдается у сегмента средств для зрелого возраста (после 45 лет) и для молодого и юношеского возраста (14-25 лет): в данных категориях селективная косметика занимает порядка 76% и 79% соответственно от стоимостного объёма продаж. Сегмент косметики для пожилого возраста (после 60 лет) демонстрирует максимальный темп снижения в деньгах (-17% к 2021 г.).

Российская косметика более востребована на фармрынке, чем зарубежная, отечественные косметические средства занимают более 76,4% от натурального объёма реализации. При анализе продаж в рублёвом эквиваленте можно отметить, что рынок практически разделён пополам, однако наблюдается небольшой перевес в сторону импортной продукции (порядка 50,3% продаж).

Внутри сегментов соотношение отечественной и зарубежной косметики заметно отличается (рис. 43).

В 2022 г. премиальная косметика была представлена в основном импортными косметическими средствами, которые занима-

ют 87% рынка в рублях и 69% в упаковках. На российский бренд Librederm приходится 87,7% продаж отечественной селективной косметики в рублях.

В сегменте лечебной (активной) косметики, наоборот, преимущество на стороне российских брендов, которые лидируют как по стоимостному (73%), так и по натуральному (82%) показателям.

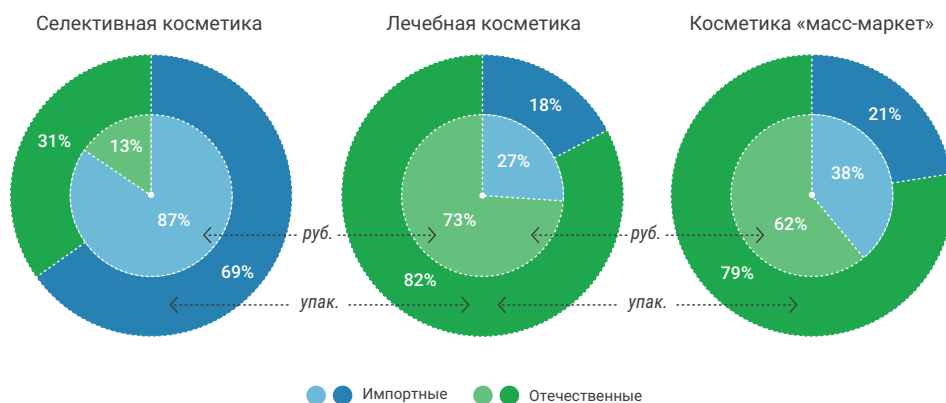
Доля отечественной косметики в масс-маркет сегменте увеличилась относительно прошлого года на 3,8% в рублях и на 1,5% в упаковках. Ключевыми брендами, произведёнными российскими компаниями, являются «Детский Крем», EVO и «Моё Солнышко», которые совокупно занимают 18,1% рынка в рублях.

Селективная косметика

В 2022 г. аптеки реализовали 15,9 млн упаковок премиальных косметических средств на сумму порядка 18,5 млрд рублей (в розничных ценах). Относительно прошлого года число проданных пачек уменьшилось на 1,1%, при этом объём израсходованных средств вырос на 16,4%. Бренд Librederm (-7%), который единственный в ТОП-10 показал падение продаж, уступил третью строч-

Рисунок 43

Соотношение аптечных продаж косметики по происхождению в зависимости от типа косметического товара в 2022 г.



ку марке Bioderma. Также в рейтинг вошёл один новый бренд – Topicrem (+1 место).

Французский бренд La Roche-Posay (+7% к 2021 г.) компании L’Oreal удерживает первую строчку. Вес бренда на рынке при этом уменьшился на 2,3% до 26,3%. Косметические средства La Roche-Posay, разработанные на основе термальной воды, специально предназначены для проблемной кожи, поэтому более 40% продаж бренда занимают линейки Effaclar (специальная серия для ухода за жирной и проблемной кожей) и Lipikar (средства для лица против раздражения и зуда). Всего в портфеле бренда 280 полных торговых наименования.

На втором месте расположилась также косметическая продукция фирмы L’Oreal под маркой Vichy (+8%), предназначенная для поддержания здоровья и красоты кожи. Доля бренда Vichy в сегменте селективной косметики также уменьшилась на 1,4% до 17,8%. 33% от объёма продаж марки приходится на средства для анти-возрастного ухода (группа [A13] «Старение кожи, морщины»): ассортиментные линейки Neovadiol в период менопаузы, Liftactiv против морщин и для упругости, Slow Age против первых признаков старения, а также и солнцезащитные средства Capital Ideal Soleil (именно позиции anti-age из линейки). Всего в аптеках было реализовано более 440 SKU, средневзвешенная цена которых составила 1 732 руб.

На третью строчку в категории селективной косметики поднялся бренд Bioderma производства Bioderma Laboratories: доля бренда на рынке заметно увеличилась с 8,9% до 11,3% в стоимостном объёме за счёт прироста продаж на 48% относительно 2021 г. В продуктовый портфель входит 163

позиции, из них наибольший вес занимают средства для лица (около 50%). Внутри марки наиболее активно росли ключевые линейки: Atoderm (+63% к 2021 г.) для ухода за атопичной, сухой, очень сухой и чувствительной кожей лица и тела; Sensibio (+52%) для чувствительной кожи, склонной к покраснениям, раздражениям, к появлению аллергии, купероза, розацеа и дерматита; Sebium (+45%) для жирной и комбинированной кожи лица с тенденцией к акне, которая помогает нормализовать выработку себума, сужает поры и уменьшает жирный блеск; Hydrabio (+38%) для ухода за обезвоженной и чувствительной кожей лица.

Максимальный темп прироста продемонстрировали дермокосметологические средства Topicrem (+64%; +1 строчка) для ежедневного ухода, а также для профилактики и комплексного лечения различных кожных заболеваний. Внутри марки лидирует косметика для сухой и очень сухой, раздражённой кожи (доля 55%) и для атопических дерматитов (33%).

У ведущих премиальных брендов доля онлайн-продаж достаточно высокая. Наибольший вес eCom наблюдался у Topicrem (доля 34% в руб.), Ducray (34%) и Bioderma (26%).

«Лечебная» косметика

Активная косметика продвигается производителями как средства, которые помимо решения эстетических задач обладают также и «лечебным» эффектом. Данная группа косметических средств занимает ведущее положение на аптечном рынке. Если премиальная косметика в большей мере направлена на решение проблем кожи лица, то активная косметика имеет более широкий круг показаний к применению. Основ-

Таблица 23

ТОП-10 брендов
селективной
косметики
в 2022 году

Рейтинг	Изменение к 2021	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2021	Доля «онлайна» в продажах бренда
1	-	La Roche-Posay	4 860	26,3%	+7%	17%
2	-	Vichy	3 289	17,8%	+8%	17%
3	+1	Bioderma	2 093	11,3%	+48%	26%
4	-1	Librederm	2 084	11,3%	-7%	11%
5	-	Avene	1 204	6,5%	+19%	21%
6	-	CeraVe	963	5,2%	+47%	18%
7	-	Uriage	717	3,9%	+39%	19%
8	-	Filorga	437	2,4%	+20%	16%
9	-	Ducray	387	2,1%	+38%	34%
10	+1	Topicrem	338	1,8%	+64%	34%

Таблица 24

ТОП-10 брендов
активной (лечебной)
косметики в 2022 г.

Рейтинг	Изменение к 2021	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2021	Доля «онлайна» в продажах бренда
1	+1	Lactacyd	782	3,5%	+9%	14%
2	+1	Alerana	772	3,4%	+8%	11%
3	-2	Лошадиная Сила	757	3,4%	-11%	7%
4	+1	Липобейз	730	3,2%	+29%	15%
5	-1	911 Ваша Служба Спасения	645	2,9%	+1%	8%
6	+1	Циновит	550	2,4%	+13%	14%
7	-1	Cetaphil	521	2,3%	+3%	30%
8	+5	Эсвицин	472	2,1%	+36%	11%
9	+1	Dry Dry	466	2,1%	+17%	22%
10	+4	Сульсен	447	2,0%	+34%	11%

ную долю в продажах этой группы ассортимента занимают продукты, применяемые при растяжениях, ушибах, заболеваниях суставов воспалительного характера (доля 9,5% в руб.), для ухода за сухой и очень сухой, раздражённой кожей (9,1%), при выпадении волос и облысении (8,6%).

На ТОП-10 брендов приходится 27,2% продаж категории активной косметики, что заметно ниже, чем в сегменте люксовых марок (88,5%). Это в том числе связано и с тем фактором, что линейки селективной косметики всегда довольно широкие и призваны решать сразу несколько проблем. Бренды активной косметики в основном продвигаются для решения одной конкретной «задачи». Поэтому данная категория довольно широкая: на аптечных полках можно найти 977 брендов «лечебной» косметики.

Относительно 2021 г. рейтинг заметно изменился – ни один из брендов не сохранил позиции прошлого года. ТОП-10 пополнили две новинки – средства для волос и кожи головы «Эсвицин» (+5 строчек) и «Сульсен» (+4 места).

На первую строчку в 2022 г. поднялась линия средств для ежедневной интимной гигиены Lactacyd (+9%) на основе натуральной молочной кислоты, которая не только бережно очищает, но и поддерживает женское здоровье, предотвращая запах и дискомфорт. Самыми «быстрорастущими» продуктами среди десяти основных стали: экстрамягкое средство для интимной гигиены девочек Lactacyd Girl с объёмом 200 мл (+73,7%) и ежедневный нежный мусс для интимной гигиены Lactacyd с объёмом 150 мл (+21,4%).

Alerana – комплекс средств от выпадения волос, а также профессиональные средства для роста, лечения и восстановления волос для женщин и мужчин. Поэтому 73%

продукции, выпускаемой под данной маркой, – шампуни для волос. В 2022 г. бренд Alerana (+8%) поднялся на одну строчку вверх и занял второе место в категории лечебной косметики.

На третье место опустился отечественный бренд «Лошадиная Сила», продажи марки упали на 11%. 71,8% от объёма продаж бренда в рублях приходится на средства для тела, 18% – на косметику для волос и кожи головы.

Два новых бренда продемонстрировали максимальный темп прироста к прошлому году. На 36% увеличился объём реализации лосьона-тоники для роста волос «Эсвицин», на 34% выросли продажи ещё одной линейки для ухода за волосами «Сульсен».

Самая значительная доля онлайн-продаж у брендов Cetaphil (доля 30% в руб.), Dry Dry (22%) и «Липобейз» (15%).

Масс-маркет-косметика

Масс-маркет косметика на 32% состоит из универсальных средств и в большей мере предназначена для очищения (доля 22% в руб.).

В рейтинге масс-маркет косметики позиции 2021 г. удержали только лидеры – марки Johnsons и «Детский Крем». В десятку лидеров вошли четыре новых бренда: Organic Guru (new), Nivea (+8 строчек), «Флоресан» (+4 строчки) и «Гинокомфорт» (+4 строчки).

Марка детской косметики Johnsons (доля 4,5% в руб.) одноимённой компании расположилась на первой строчке, несмотря на снижение продаж на 28%. Косметические средства для детей «Детский Крем» (4,1%) удерживают второе место. Под данным брендом свою продукцию выпускают 4 компании-производителя. Относительно

2021 г. объём продаж «Детского Крема» снизился на 9%. За счёт высокой динамики на третью позицию поднялась серия специализированных средств для восстановления и поддержания здорового состояния кожи и волос, предназначенных для специального и ежедневного ухода, EVO (+30% к 2021 г.; +3 места) от компании «Аванта».

Самые представленные в рейтинге компании:

- «Аванта» – в ТОП-10 вошли 3 марки производителя (EVO, «Моё Солнышко», также «Аванта» лидер среди производителей бренда «Детский Крем»);
- Johnson & Johnson – в десятку лидеров вошли 2 марки производителя (Johnsons и Neutrogena).

Пять марок из десяти, занимающих ведущие места, отметились положительной динамикой. Бренд Nivea в результате прироста продаж на 32% укрепил свою позицию в рейтинге на 8 строчек и попал на 6-е место в десятке лидеров в сегменте косметики массового потребления. Косметические продукты по уходу за кожей выпускает немецкий производитель Beiersdorf.

Помимо вышеупомянутой марки EVO, также ещё стоит выделить продукцию под брендом «Флоресан» (+22%), которая отличается демократичной ценой и широким ассортиментом, – основной объём продаж приходится на универсальную косметику,

средства для волос, тела и лица. За год марка укрепила свою позицию в рейтинге на 4 строчки.

Также на 4 строчки вверх поднялись косметические средства «Гинокомфорт» (+20%) для ежедневного ухода за интимной зоной и укрепления женского здоровья.

Самым заметным перемещением вниз по рейтингу отметилась марка «Кора» (-32%; -7 мест). 37% от объёма продаж марки занимают средства против старения кожи, 32% – косметика для восстановления и регенерации кожи.

Одной из особенностей рейтинга косметики масс-маркет, реализуемой в аптечных учреждениях, является большое количество марок, относящихся к детским брендам. 22% от объёма продаж приходится на категорию, предназначенную для детского и младшего детского возраста (с 0 до 14 лет). Три детских бренда Johnsons, «Детский Крем» и «Моё Солнышко» попали в рейтинг в 2022 г., они являются основными в данной категории (на них приходится 54% в руб. всей детской mass-market косметики, приобретаемой в аптеках).

Самая значительная доля онлайн-продаж у брендов: «Кора» (доля 12% в руб.), «Гинокомфорт» (12%) и «Флоресан» (11%).

Таблица 25

ТОП-10 брендов
масс-маркет
косметики в 2022 г.

Рейтинг	Изменение к 2021	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2021	Доля «онлайн» в продажах бренда
1	-	Johnsons	323	4,5%	-28%	6%
2	-	Детский Крем	294	4,1%	-9%	5%
3	+3	EVO	263	3,7%	+30%	10%
4	+1	Моё Солнышко	255	3,5%	+11%	7%
5	-1	Neutrogena	203	2,8%	-13%	10%
6	+8	Nivea	184	2,6%	+32%	7%
7	new	Organic Guru	183	2,5%	new	2%
8	+4	Флоресан	180	2,5%	+22%	11%
9	+4	Гинокомфорт	172	2,4%	+20%	12%
10	-7	Кора	161	2,2%	-32%	12%

7. Аптечные сети

Аптечный рынок в 2022 году вырос, вырос довольно существенно +15%. Казалось бы, такой тренд должен привести к улучшению финансово-экономического положения ну наверно всех аптек. Но это не так. И дело даже не в том, что каждая аптека по-разному развивается (это конечно тоже важно). Но значительное влияние на ситуацию оказывают и сами участники.

Привлекательность аптечного рынка определённно на лицо: за год было открыто рекордное за последнее время количество аптек. По данным на начало 2023 года в России работало 70,4 тыс. аптек, почти на 4 тыс. больше, чем было в начале 2022 года. Такого высокого темпа прироста точек продаж не наблюдалось за весь период мониторинга: до этого максимум был в 2018 году, когда появилось около 3 тыс. новых аптек. В результате прирост в абсолютном выражении составил 6%, а значит средний оборот одной точки вырос более медленно, чем рынок в целом: данный показатель по итогам года составил чуть больше 2 млн руб.

Лидером по открытию новых точек стала аптечная сеть «Апрель». За год в сети появилось 2,3 тыс. новых аптек. Кстати, такая динамика позволила сети стать первой среди игроков, которые в своем составе имеют более 5 тыс. точек (ранее такими большими объединениями были только маркетинговые ассоциации). Аптечная сеть «Апрель» на конец года состояла из 5 372 аптек.

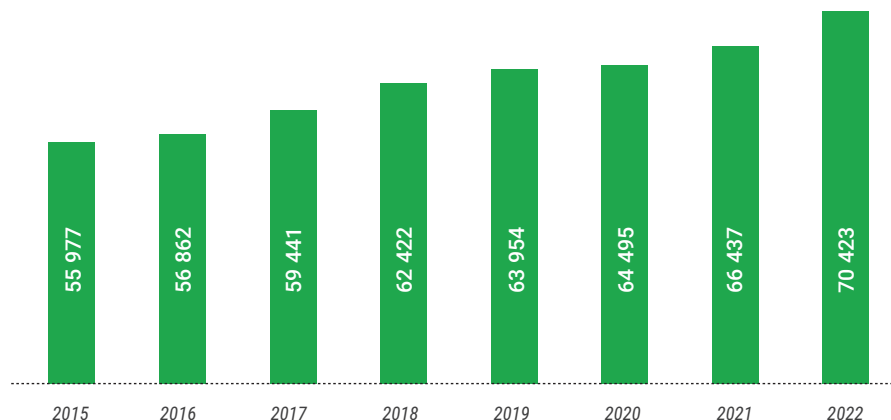
Среди лидеров по росту количественного состава также федеральные сети, но их показатели по увеличению заметно ниже: «Имплозия» - +680 точек, «Вита» - чуть больше 300 точек, «Фармленд» - +330 точек.

А вот количество одиночных точек и малых сетей продолжает сокращаться (за 2022 год на 1 250 точек).

Прирост сетей связан не только с органическим ростом, но и с покупкой региональных игроков. Правда, если ранее этот процесс был более заметен (приобретались крупные компании), то сейчас уже речь идет о погло-

Рисунок 44

Количество аптечных точек в России



щении локальных сетей. В 2022 году сделок не так много. Из активных участников процесса можно выделить аптечную сеть «Ригла»: в январе 2022 года «Ригла» приобрела 12 аптечных точек кировской сети «Аптеки Вятки»; в апреле-мае завершила сделку по приобретению 34 точек аптечной сети «СПАР аптека» в Туле и области; в октябре завершила сделку по покупке 11 аптек ООО «Аптека — Управление» в Тверской области.

Самая крупная сделка (по количеству точек) принадлежит сети «Фармлэнд». В июле 2022 года компания приобрела оренбургскую сеть «ОренЛек», состоящую из 144 аптек. В конце апреля 2022 года также стало известно, что «Фармлэнд» запустил сделку по приобретению прав на 17 аптечных точек московской сети «Экономъ», но информации о ее завершении не было.

Высокие темпы роста показывают компании, которые представляют различные партнерства. Например, «ИРИС» включает уже 16 брендов сетей партнеров. То есть рост количества точек в партнерстве растет как за счет новых участников, так и за счет развития самих сетей. В результате за 2022 год прирост аптек в партнерстве «ИРИС» составил около 580 точек. Из сделок, которые совершили участники можно выделить: приобретение «Фармаимпексом» в феврале 64 аптек компа-

нии «Аптечные традиции», работающих в городах Центральной России; сеть «Твой доктор» (Тула) приобрела 68 точек московской сети «Век живи», а также стала собственником воронежской сети «Фармия» (45 аптек).

В целом емкость аптечного рынка в 2022 году составила 1 677 млрд руб. (+15% к прошлому году). Консолидация на рынке не снижается. Суммарно ТОП-20 сетей занимают в 2022 году 57%, что на 1,4% выше показателя 2021 года.

На рисунке 46 представлены рост оборота и количества точек ТОП-20 аптечных сетей в 2019-2022 годах. В 2022 году ТОП-20 объединяет 33,6 тыс. аптек, что только на 20% больше, чем в 2021 году. В рейтинге 2022 года 10 сетей имеют в своем количественном составе более 1 000 точек, и все они занимают с 1 по 10 место.

Лидером рейтинга по количественному составу стала сеть «Апрель», правда пока по объему продаж компания находится на втором месте. По обороту первую строчку занимает сеть «Ригла» с долей 8,0%.

Анализируя тренды аптечного рынка, все острее становится вопрос: когда закончится рост точек, работающих в нашей стране; какие факторы повлияют на изменение си-

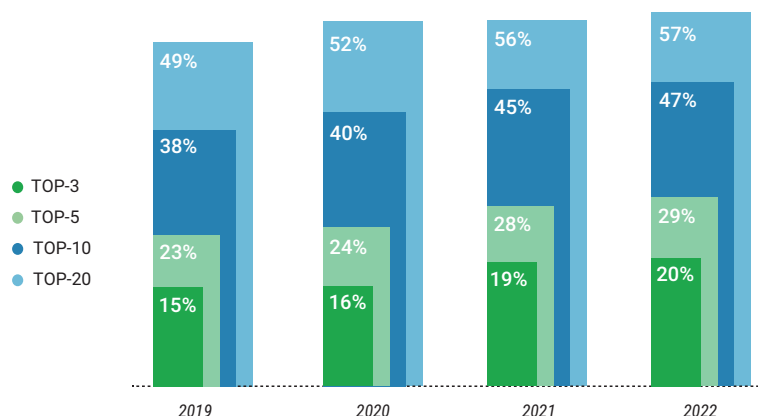


Рисунок 45

Концентрация
ТОП-20 аптечных
сетей

туации и приведут к снижению количества аптечных игроков. Кажется, что в 2023 году ждать этого не приходится. Да и сами участники заявляют о том, что будут дальше расти. Например, «Апрель» планирует открыть в этом году порядка 2 тыс. точек. Возобновил процесс открытия новых аптек «Магнит», «Ригла» приближается к отметке в 4 тыс. аптек (значит, и она будет расти дальше).

Кстати, если сравнивать с европейскими показателями по количеству аптек, то в России плотность аптек выше. Так, в среднем по Европе на 100 000 человек приходится 31 аптека. В России данный показатель оценивается в 48 аптек. Но конечно есть страны, которые превышают российскую цифру. Например, Мальта и Болгария – у них насчитывается по 51 аптеке на 100 000 человек. Близкая оценка к российскому уровню у Литвы и Испании – по 47 аптек, в Латвии и Бельгии – по 44 аптеки. Хотя в большинстве стран плотность аптек заметно ниже: Германия – 24 аптеки на 100 000 человек, Венгрия и Великобритания – по 22 аптеки, Австрия – 16 аптек, Дания – 8 аптек.

Наверно остановить рост аптек могут законодательные инициативы, которые широко обсуждаются, а некоторые уже приняты

и будут введены в ближайшее время.

В 2022 году было окончательно принято решение о ведении специального реестра фармацевтических и медицинских работников. С марта 2023 года становится обязательным внесение информации о фармацевтических организациях, а также о людях, ведущих фармацевтическую деятельность или обучающихся по профессиональным образовательным программам медицинского или фармацевтического образования, в Единую государственную информационную систему в сфере здравоохранения (ЕГИСЗ). Из этих данных будет сформирован единый реестр фармацевтических работников, содержащий персональные данные о каждом фармацевте в России. Такой реестр позволит проводить анализ кадрового состава фармацевтов и провизоров по всей России и прогнозировать возможный недостаток кадров как по отдельным специальностям, так и в отдельных субъектах РФ.

С учётом дефицита персонала в фармотрасле открытие новых аптек может быть затруднено, так как работать в аптеках смогут теперь только сотрудники, которые есть в реестре.

Рисунок 46

Динамика роста оборота и количества точек ТОП-20 аптечных сетей

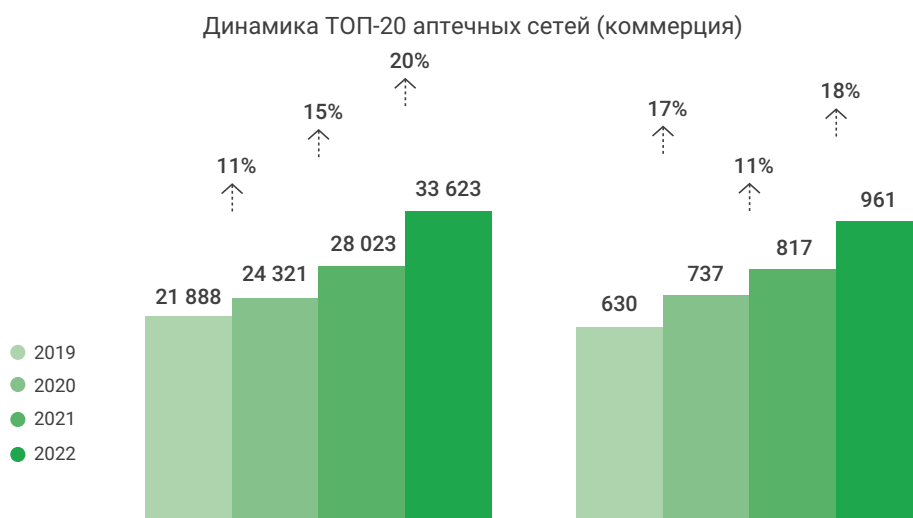


Таблица 26

Рейтинг аптечных сетей по обороту в 2022 году

Рейтинг	Аптечные сети	Объем, млрд руб.	Доля в коммерческом сегменте, 2022	Прирост оборота по сравнению с 2021	Количество точек продаж
1	Ригла	133,4	8,0%	18,4%	3 661
2	Апрель	112,4	6,7%	43,5%	5 372
3	ИРИС	85,1	5,1%	21,1%	3 341
4	Объединенная АС ЭРКАФАРМ и МЕЛОДИЯ ЗДОРОВЬЯ	80,8	4,8%	-9,2%	2 037
5	Аптечная сеть «36,6»	67,3	4,0%	26,5%	1 814
6	Нео-Фарм	67,2	4,0%	19,6%	1 081
7	Имплозия	64,6	3,8%	23,0%	4 308
8	Вита (Самара)	59,3	3,5%	20,9%	2 378
9	Планета здоровья	57,5	3,4%	12,0%	2 325
10	Фармлэнд	54,4	3,2%	20,4%	1 873
11	Е-аптека	26,7	1,6%	57,3%	276
12	Максавит	24,8	1,5%	11,7%	858
13	Здоров.ру	19,5	1,2%	10,9%	98
14	Фармацевт+	18,9	1,1%	10,0%	624
15	Алоэ	16,1	1,0%	33,6%	534
16	Аптека Невис	15,8	0,9%	11,0%	626
17	Губернские аптеки	15,2	0,9%	7,3%	404
18	Аптека-Таймер	14,7	0,9%	-6,0%	838
19	Магнит	14,0	0,8%	4,0%	834
20	ИДЕЯ	13,0	0,8%	18,0%	341
21	Монастырёв.рф	11,1	0,7%	26,9%	184
22	Здоровье (Усть-Лабинск)	9,4	0,6%	9,3%	215
23	Эдельвейс	9,3	0,6%	36,0%	287

Рейтинг	Аптечные сети	Объем, млрд руб.	Доля в коммерческом сегменте, 2022	Прирост оборота по сравнению с 2021	Количество точек продаж
24	Надежда-Фарм	8,0	0,5%	13,1%	378
25	Фармэконом	7,4	0,4%	19,0%	181
26	Антей	7,3	0,4%	9,0%	616
27	Ваша №1	7,3	0,4%	50,9%	102
28	Гармония здоровья	6,6	0,4%	32,2%	240
29	Петербургские аптеки	6,5	0,4%	-5,0%	86
30	Волгофарм	5,6	0,3%	0,0%	154
31	Вита-плюс	5,6	0,3%	32,8%	280
32	Областной аптечный склад (Челябинск)	5,4	0,3%	1,5%	287
33	Алия-Фарм	5,3	0,3%	11,0%	170
34	Экономная аптека (Крым)	4,8	0,3%	22,6%	122
35	Советские аптеки	4,7	0,3%	2,0%	398
36	Башфармация	4,6	0,3%	9,0%	288
37	Арбик	4,5	0,3%	28,3%	198
38	Нижегородская областная фармация	4,1	0,2%	-12,0%	221
39	МФК Северо-Запад	3,7	0,2%	24,0%	102
40	Трика (Москва)	3,6	0,2%	5,0%	55
41	О'Вита	3,5	0,2%	14,0%	119
42	Диалог	3,4	0,2%	2,0%	78
43	Сердце России	3,3	0,2%	0,6%	202
44	Флория (Чита)	3,2	0,2%	0,1%	122

Рейтинг	Аптечные сети	Объем, млрд руб.	Доля в коммерческом сегменте, 2022	Прирост оборота по сравнению с 2021	Количество точек продаж
45	Семейная аптека (Благовещенск)	3,2	0,2%	28,0%	285
46	Лаки-Фарма	3,0	0,2%	14,0%	210
47	Аптека25.рф	2,8	0,2%	20,3%	25
48	Фармия	2,7	0,2%	-8,3%	108
49	Новосибирская аптечная сеть	2,7	0,2%	13,0%	70
50	Вита Норд	2,4	0,1%	9,0%	90
51	Фитофарм	2,3	0,1%	9,0%	202
52	Мир лекарств и Забота	2,3	0,1%	8,2%	143
53	Таблеточка	2,1	0,1%	12,0%	92
54	Брянскфармация	2,1	0,1%	-14,0%	141
55	Дешевая аптека	2,0	0,1%	-8,0%	80
56	ЭкономЪ	1,7	0,1%	2,1%	16
57	Аптека «Вита» (Томск)	1,6	0,1%	22,0%	67
58	Аптечные традиции	1,6	0,1%	-67,4%	117
59	Таттехмедфарм	1,5	0,1%	-0,5%	181
60	Мособлмедсервис	1,5	0,1%	15,0%	599
61	Эвалар	1,4	0,1%	11,4%	47
62	АВ и К	1,3	0,1%	78,8%	28
63	ГУП Чувашской Республики "Фармация"	1,2	0,1%	7,0%	139
64	Московские аптеки	1,2	0,1%	81,9%	21
65	Народная аптека	1,2	0,1%	16,3%	25

Обновленное в марте 2022 года «Положение о лицензировании фармдеятельности» исключает возможность для ИП открывать больше одной аптеки, а утвержденные в марте 2020 года правила дистанционной торговли не допускают ИП к доставке лекарств. Нормы вступили в силу с 1 сентября 2022 года. Одно из опасений отрасли, что новое правило приведет к проведению массовых проверок аптек и лишению ИП, которые имеют больше одной аптеки, лицензий.

Весной 2023 года Госдума снова вернется к обсуждению идеи об ограничении размеров аптечных сетей. Ранее от соответствующего законопроекта отказались, но есть большая вероятность, что опять будет обсуждение законопроекта 2020 года. Он предусматривает не только фиксацию максимальной доли сети в регионе и в России в целом, но и ограничение размера маркетинговых бонусов. Сети с долей рынка оптовой и розничной торговли лекарственными препаратами выше 20% планировали ограничить в расширении площадей. Долю предлагали рассчитывать для сетей в границах городов федерального значения, в границах муниципальных

районов и городских округов. Также авторы законопроекта предлагали установить максимальный размер дохода от маркетинговых контрактов в 5%.

Заметим, что развитие маркетинговых союзов и объединений также продолжается из года в год высокими темпами: растет как количество участников в ассоциациях, так и участие самих сетей в различных маркетинговых компаниях. То есть, если раньше аптеки входили только в одну ассоциацию, то сейчас могут выбирать разные и сотрудничать одновременно с несколькими в зависимости от условий, которые предлагаются союзами по тому или иному производителю.

Среди маркетинговых ассоциаций преимущество остается за «АСНА», в состав которой входит уже 17 тыс. участников с оборотом 15,8% от всего аптечного рынка.

Структурные изменения на аптечном рынке были спровоцированы принятием в 2020 году закона о дистанционной продаже лекарств, который пока касается безрецептурных лекарственных препаратов. Последние два года мы увидели бурное развитие различных сервисов, которые

Таблица 27

Рейтинг маркетинговых ассоциаций по обороту в 2022 году

Источник: оценки DSM Group ISO 9001:2015, собственные данные компаний

Рейтинг	Маркетинговая ассоциация	Объем, млрд руб.	Доля в коммерческом сегменте, 2022	Прирост оборота по сравнению с 2021	Количество точек продаж
1	АСНА	265,0	15,8%	30,5%	17 056
2	ПроАптека	186,5	11,1%	26,7%	10 026
3	МФО	152,0	9,1%	52,9%	7 758
4	Созвездие	125,4	7,5%	35,8%	6 531
5	Весна	38,3	2,3%	71,7%	3 112
6	Анна	8,1	0,5%	12,5%	755

предлагают как онлайн-бронирование аптечного ассортимента, так и доставку ОТС-препаратов на дом.

Если в 2015 году на рынке были представлены только аптечные маркетплейсы («Аптека.ру», «ЗдравСити», «Еаптека» и т.д.), то сейчас забронировать лекарства можно и на аптечных агрегаторах (которые представляют информацию о наличии и ценах в аптеках), и на собственных площадках аптечных сетей, и на традиционных маркетплейсах («Яндекс.Маркет», Ozon, Wildberries). Именно эти участники забирают долю у аптечных маркетплейсов. За 2022 год доля аптечных маркетплейсов снизилась с 66% до 60%. И это несмотря на то, что появляются и развиваются новые игроки.

Ассоциация «АСНА» продолжает развивать сайт Asna.ru, к которому подключаются не только участники маркетингового союза. Покупателям доступно более 10 тыс. аптек по всей России. Также в проект включился дистрибутор «Пuls». Благодаря этому клиенты получили возможность не только бронирования из текущего наличия в аптеке, но и заказа товара с доставкой на следующий день из объединенного ассортимента «АСНА» + «Пuls» со склада дистрибутора.

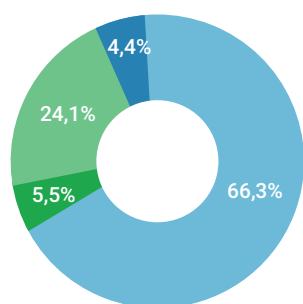
При этом и сам «Пuls» в 2022 году запустил свой маркетплейс на сайте POLZA.ru, а также компания получила разрешение на дистанционную торговлю и доставку лекарственных препаратов на дом. К сервису подключено более 8 тыс. партнерских аптек в 1,3 тыс. населенных пунктов.

«ЗдравСити» расширил географию доставки за счёт отделений «Почты России». Маркетплейс здоровья «ЗдравСити» в партнёрстве с «Почтой России» запустил пилотный проект по доставке заказов в малые и труднодоступные населённые пункты. В проекте принимают участие 1 200 отделений Почты России в 77 регионах страны.

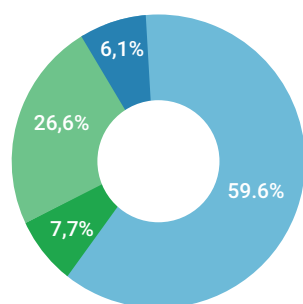
Сама «Почта России» с 1 сентября в пилотном проекте начала доставку безрецептурных препаратов в 5 отделениях Самарской и Тверской областей. В июне компания получила разрешение Росздравнадзора на дистанционную розничную торговлю лекарствами.

Традиционные маркетплейсы стараются более активно развивать сервис не только бронирования, но и круглосуточной доставки ОТС-препаратов на дом. Так, маркетплейс «Яндекс.Маркет» запустил ночную экспресс-доставку лекарственных

Структура аптечного онлайн
2021 год



Структура аптечного онлайн
2022 год



- аптечные маркетплейсы
- агрегаторы
- собственные площадки аптечных сетей
- маркетплейсы (Яндекс.Маркет, Озон, WB)

Рисунок 47

Структура аптечного онлайн-бронирования

Таблица 28

Рейтинг сервисов дистанционного заказа по обороту в 2022 году

Примечания:

* Объем приведен только по ассортименту, который заказан в «онлайн».

** Объем приведен только по лекарственным средствам, заказанным в «онлайн».

Источник: оценки DSM Group ISO 9001:2015, собственные данные компаний

Рейтинг	Сервис дистанционного заказа	Количество точек продаж	Объем, млрд руб.	Прирост оборота по сравнению с 2021	Доля в коммерческом сегменте, 2022
1	Аптека.ру	31 058	73,42	24%	4,38%
2	Еаптека *	10 103	23,9	55%	1,43%
3	Здравсити	24 838	13,45	49%	0,80%
4	Ютека	47 643	7,9	164%	0,47%
5	Асна.ру	8 000	3,8	280%	0,23%
6	009.РФ	27 000	1,2	-	0,07%
7	Ozon **	-	1,1	-	0,07%
8	СберМегаМаркет **	-	0,8	-	0,05%
9	Яндекс.Маркет	2 940	0,4	-	0,02%

препаратов за 1-2 часа в Москве и Санкт-Петербурге. Также безрецептурные препараты и биодобавки к пище стало возможно заказывать с круглосуточной экспресс-доставкой через сервис «Яндекс.Еда».

Сервис доставки Delivery Club запустил услугу бесплатного самовывоза препаратов и других товаров из аптечных организаций. Услуга доступна жителям Москвы, Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода и ещё 22 городов. Сейчас к сервису уже подключено 1 200 точек из 8 аптечных сетей. При этом с июля 2022 года можно заказать препарат с ночной 30-минутной доставкой на дом. Новая услуга работает в Москве и Санкт-Петербурге, к доставке подключилось свыше 80 аптек.

В итоге потребитель получил возможность выбирать максимально выгодное предложение в ценовом плане, также увеличился и ассортиментный ряд для выбора. Конечно, это приводит к тому, что сегмент аптечного онлайн продолжает расти высокими темпами.

Объем аптечного eCom в 2022 году составил порядка 194,3 млрд руб. (совокупно ЛП и парафармацевтика), что соответствует 11,6% от емкости аптечного рынка. Если динамика продаж на рынке в целом – это порядка 15%, то оборот, который пришелся на «онлайн», вырос по сравнению с 2021 годом на 54%. Заметим, что в настоящий момент более популярным данный вид приобретения лекарственных средств является у жителей Москвы. Доля аптечного eCom в столице составляет чуть больше 20%, но на протяжении 2022 года существенного роста уже не произошло. Похоже в Москве достигнут «психологический» максимум в онлайн. При этом рост аптечного eCom происходит за счет регионов: если в прошлом году доля была на уровне 7-8%, то сейчас она уже превышает 10%.

Возможно, дополнительный рост аптечного онлайн спровоцирует разрешение доставки рецептурных препаратов. В конце октября 2022 года подписан закон, разрешающий в качестве эксперимента

дистанционную продажу рецептурных препаратов. Согласно документу, эксперимент пройдет с 1 марта 2023 по 1 марта 2026 года в Москве, Белгородской и Московской областях. Правительство утвердило критерии включения рецептурных ЛС в перечень для онлайн-продажи. В Москве начнут оформлять льготные электронные рецепты на препараты сроком до года.

Заметим, что и сейчас доля рецептурных препаратов превышает онлайн-бронирование ОТС-препаратов. По итогам 2022 года доля Rx, заказанных через интернет, составляет 64% от общего объема всех лекарств (в целом на рынке этот показатель находится на уровне 53%). Средневзвешенная стоимость одной упаковки рецептурных препаратов в 2,4 выше, чем безрецептурных.

В завершении остановимся еще на одной законодательной инициативе, которая заработает с 1 сентября 2023 года: в ноябре 2022 года был подписан закон, направленный на возрождение деятельности производственных аптек в России. Закон призван возродить производство в аптеках

фармацевтических препаратов в индивидуальных дозировках, которые выписываются врачом под конкретного пациента. Согласно документу, аптеки, в том числе и ветеринарные, получают право изготавливать мази, микстуры, порошки, растворы и многое другое как из фармацевтических субстанций, так и из готовых рецептурных препаратов.

Около десяти лет назад провизорам запретили самостоятельно готовить препараты, которые уже зарегистрированы и имеют фармацевтическую лицензию в России. Из-за этого производственные аптеки стали массово закрываться по всей стране. Сократились объемы и номенклатура лекарств, которые можно было бы сделать «не отходя от кассы» и при этом не нарушить патент правообладателей. Сегодня по всей стране осталось всего 450 производственных аптек.

Принятие закона о производственных аптеках – одна из мер поддержки фармацевтической отрасли и увеличения доступности препаратов для населения.

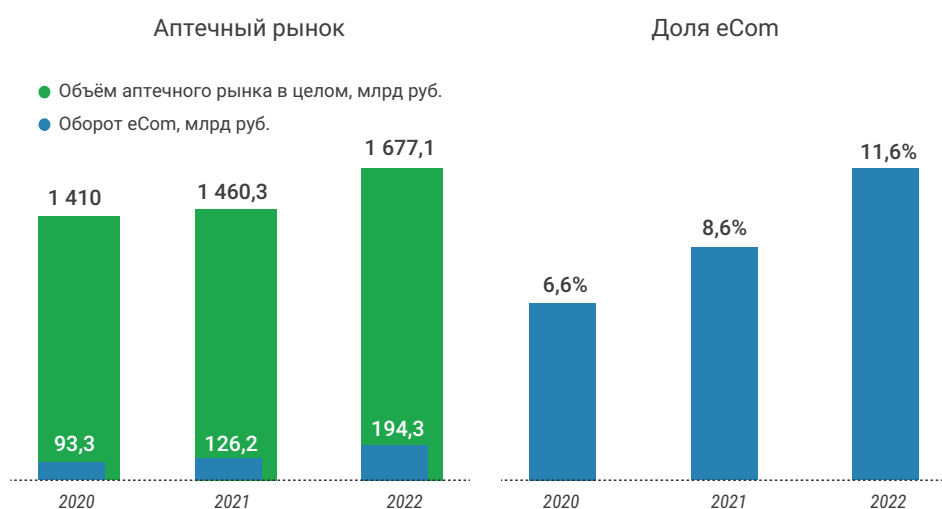


Рисунок 48

Динамика аптечного eCom, 2020-2022

8. Дистрибуторский сектор фармацевтического рынка

Вызовы 2022 года в очередной раз показали значимость дистрибуторов в товаропроводящей цепочке на фармацевтическом рынке. К счастью, санкции западных стран не распространились напрямую на его участников, хотя, конечно, оптовому звену пришлось решать те же задачи, которые возникли у всех: изменение логических цепочек; проблемы с оплатами, если компания являлась импортером; рост цен практически на все, начиная от транспорта и заканчивая непосредственно стоимостью лекарств.

«Ажиотажный» спрос в марте 2022 года (аналогично марту 2020 года) был более контролируем со стороны дистрибуторов. Дабы избежать заметного сокращения товарного запаса и не допустить риск дефектуры по многим позициям компании задействовали различные инструменты: здесь и лимитирование объёмов, и сокращение отсрочек платежа вплоть до перевода на предоплату, и требование дополнительных обеспечительных мер в виде банковских гарантий и страхования ответственности, и поднятие цен на востребованные лекарственные препараты. Все эти меры позволили не допустить высокого «затоваривания» аптечных сетей и сохранить необходимый товарный запас до полного восстановления поставок ассортимента из-за рубежа.

Заметим, что «ажитаж» наблюдался только в аптеках, тогда как в госсегменте дополнительных закупок в этот период не наблюдалось. В целом тендеры проводились согласно планам-графикам, определенным на год, и сверхзапас препаратов в боль-

ницах и у уполномоченных поставщиках не создавался.

Отдельно хочется сказать, что «государство» (в виде каких-то законов и актов) особо никогда не регламентировало отношения дистрибуторов с участниками рынка. Но в 2022 году, наверно впервые, такой регламент появился. Аптечные сети неоднократно заявляли о проблемах в отгрузках и росте наценок весной 2022 года. В результате Министерство здравоохранения установило предельные сроки отгрузки лекарств в аптеки для дистрибуторов: приказ Минздрава № 267н от 18.04.2022 зарегистрирован 25 апреля 2022 года. Согласно документу, срок отгрузки должен составлять от 10 до 15 дней, в зависимости от расположения места отгрузки: в границах города федерального значения, муниципального района и городского округа максимальный срок составит 10 рабочих дней, для остальных территорий – 15 рабочих дней со дня регистрации заявки от аптечной организации.

Спорность данного постановления, как в его исполнении со стороны дистрибутора, так и контроле за его исполнением со стороны государства. Несовершенство передачи данных и расхождения между данными реального товарного учета и данными МДЛП составляют до нескольких десятков тысяч упаковок, что затрудняет возможность проконтролировать остатки товара на складе с помощью системы МДЛП, а значит понимания о необходимости и своевременности отгрузки на аптеку определённого товара. С другой стороны,

положения ведомственного приказа может использоваться аптеками в своих интересах, поскольку приказ устанавливает обязанность по отгрузке, не учитывая условия договоров между сторонами.

Наиболее востребованными могут оказаться принятые поправки в б1-ФЗ, которые затронули правила ввоза иностранных препаратов. При попадании лекарственных средств в дефектуру из-за сложившейся экономической ситуации разрешается ввозить такие препараты в страну в нерусифицированной вторичной упаковке со стикером на русском языке.

В 2022 году объем фармацевтического рынка в ценах дистрибуторов составил 2 195 млрд руб., что на 11% выше, чем в 2021 году. Показатели довольно внушительные. Второй год подряд рынок растет двузначными темпами. Заметим, что если в прошлом году драйвером роста рынка был государственный сегмент, то в 2022 году сильнее растут продажи в аптеках. Это, кстати, хорошо видно и по динамике «оптовиков», которые имеют выраженную специализацию на той или иной части фармрынка.

Относительно низкая динамика (+6%) в государственном сегменте объясняется снижением закупок «ковидных» препаратов (антибиотиков, антикоагулянтов и т.д.). По льготным программам динамика закупок лекарственных средств остается положи-

тельной. Более высокий прирост в коммерческом сегменте обусловлен ажиотажным спросом на дорогостоящие системные препараты в марте, а также повышенным спросом на препараты от ОРВИ и гриппа в конце года, когда уровень заболеваемости превышал эпидемиологические пороги.

По итогам 2022 года совокупная доля 10 крупнейших дистрибуторов на фармацевтическом рынке была на уровне 72,1%. Относительно 2021 года этот показатель снизился на 0,7%. Снижение концентрации на фармрынке связано с составом ведущей «десятки», только половина из этих компаний полностью сосредоточена на обеспечении лекарственным ассортиментом аптек, остальные имеют высокую долю в тендерных закупках. Более низкая динамика госсегмента не позволила сохранить всем компаниям долю на рынке в целом.

Если сравнивать ТОП-5 дистрибуторов в коммерческой части рынка, то средний прирост среди них составляет 11,8%, для госсегмента ТОП-5 дистрибуторов растут в среднем на 9,2%. Заметим, что в этих рейтингах (ТОП-5) пересечений по составу нет, имена участников «ведущих пятёрок» различаются. Ниже уже есть компания, которая входит в оба рейтинга ТОП-10: это «Протек», который фокусируется в основном на аптечном канале, но при этом имеет заметную долю и в государственных тендерах по лекарственным препаратам (около

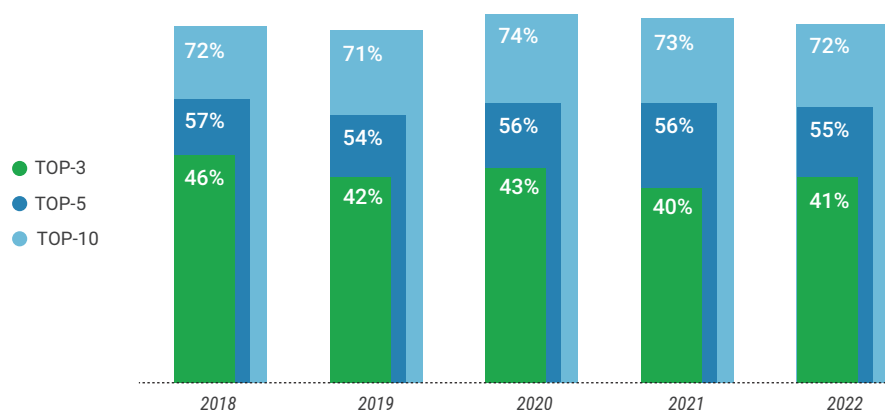


Рисунок 49

Концентрация в дистрибуторском сегменте

Таблица 29

Рейтинг дистрибуторов на фармацевтическом рынке, 2022 год

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

Ранг	Дистрибутор	Объём, млрд руб.	Прирост	Доля
1	Пульс	311,6	7%	14,2%
2	Протек	292,1	17%	13,3%
3	Катрен	288,1	12%	13,1%
4	Р-Фарм	180,4	-10%	8,2%
5	ФК Гранд Капитал	135,5	22%	6,2%
6	БСС	98,1	28%	4,5%
7	Фармкомплект	90,0	-8%	4,1%
8	Ирвин 2	71,9	4%	3,3%
9	Фармимэкс	57,9	26%	2,6%
10	ПрофитМед	56,8	-4%	2,6%
11	Ланцет	50,6	29%	2,3%
12	Ассоциация «Асфадис»	50,5	10%	2,3%
13	Авеста Фармацевтика	43,5	5%	2,0%
14	Агроресурсы	37,9	12%	1,7%
15	Джи Ди Пи	34,8	5%	1,6%
16	Магнит	23,8	0%	1,1%
17	ЗдравСервис	22,5	8%	1,0%
18	ГК «Евросервис»	20,1	5%	0,9%
19	Фармстор	19,5	-9%	0,9%
20	Примафарм	16,3	35%	0,7%
21	Фармсервис	15,8	-1%	0,7%
22	Северо-Запад	14,3	14%	0,7%
23	Медипал-онко	14,1	25%	0,6%
24	Мединторг	11,0	23%	0,5%
25	Торговый Дом БФ	4,7	-7%	0,2%
26	АрхиМед	4,5	3%	0,2%
27	Волгофарм	2,8	-43%	0,1%

10% от валового оборота в целом). Для сравнения «Пульс» и «Катрен» на госрынке имеют около 1% от своей общей реализации.

Состав рейтинга дистрибуторов в последние годы довольно стабилен. Но вот «борьба» за положение в нем происходит постоянно. Причем даже места лидеров могут меняться.

Третий год подряд лидерскую позицию занимает компания «Пульс». Темпы роста дистрибутора в 2022 году немного снизились, и доля компании уменьшилась на 0,5%, но отрыв от второго места все равно существенный – почти целый процент. «Пульс» продолжает работать в основном на коммерческом рынке, в том числе совершенствуя предлагаемые аптечному сегменту решения.

Одним из масштабируемых проектов стала автоматизированная конвейерная линия по сборке заказов, которая в том числе позволяет поддерживать услугу по обработке 3PL-заказов. В 2022 году аптечная сеть «Планета Здоровья» передала на логистическое обслуживание 3PL в «Пульс» все аптеки сети во всех регионах присутствия на территории РФ.

Диверсификация дистрибутора в большей мере направлена на аптечное звено. Не имея собственного производства, компания активно развивает проекты, которые позволяют предлагать аптечной рознице дополнительные инструменты. Например, «Пульс» запустил в продвижение собственную линейку СТМ, продукцию детской линии гигиены и ухода ComForte.

В 2022 году ФК «Пульс» запустила свой маркетплейс на сайте POLZA.ru, а также компания получила разрешение на дистан-

ционную торговлю и доставку лекарственных препаратов на дом. POLZA.ru возникла на базе сайта «Аптеки Форте». К сервису подключено более 8 тыс. партнерских аптек в 1,3 тыс. населенных пунктов. Онлайн-аптека пока предоставляет только услугу самовывоза для клиентов: забрать товар можно в одной из партнерских точек, оплатив его картой или наличными. Среди крупнейших аптечных сетей, уже подключившихся к сервису, – «Фармленд» и «Планета здоровья». Ассортимент, который представлен на сайте не ограничивается только аптечным ассортиментом, делая его привлекательным для потребителя с точки зрения расширения предложения.

Второе место рейтинга в 2022 году вернул себе дистрибутор «Протек», заняв долю 13,3%. Компания продемонстрировала максимальный прирост продаж среди ТОП-3 на 17%. Оптовое звено – это часть большого холдинга. По итогам 2021 года ГК «Протек» возглавила список фармацевтической отрасли в рейтинге крупнейших компаний России «Эксперт-400», опубликованном в журнале «Эксперт». Группа заняла 67-е место в общем списке с объемом реализации более 314 млрд руб.

Развитие компании продолжается во всех направлениях. Летом 2022 года в Казани был запущен новый логистический центр ЦВ «Протек», который специализируется на паллетно-коробочном хранении лекарственных средств, БАД и изделий медицинского назначения – более 11 тыс. позиций товаров. В течение 2023 года планируется расширение ассортимента до 20 тыс. позиций. В 2023 году планируется завершить создание пушкинского кластера – логистического парка «Транссервис» в Подмоскowie, который будет обслуживать не только столичный регион, но и еще 10 областей с максимальной

численностью населения. Также планирует ввести в эксплуатацию сразу два самых современных терминала (ТСТ-3 и ТСТ-4): в январе 2023 года и в конце сентября.

Для оптимизации логистики доставки было запущено мобильное приложение «Мобильный водитель». Приложение представляет собой собрание передовых международных практик, направленное на повышение эффективности товарной доставки как в сегменте B2B, так и в сегменте B2C. «Мобильный водитель» позволяет планировать оптимальный маршрут доставки заказов и сопровождать водителя с использованием картографических сервисов. Использование «Мобильного водителя» позволило сократить время планирования маршрутов на 60% (с 4 до 1,5 часа), время работ водителя на маршруте – на 10%. Срок обработки и планирования довозных доставок сокращен с трех-четырёх дней до доставки на следующий день. Через него реализуется до 1 тыс. маршрутов доставки для 27 тыс. клиентов в день.

В рамках приложения, реализован полный набор возможностей для курьерской доставки, включая прием платежей, что даст дополнительный толчок к развитию онлайн-сервиса «Здравсити». В 2023 году ставится дополнительный приоритет на его развитие. Для этого с начала июля 2022 года ООО «Здравсити» выделено в отдельную структуру ГК «Протек». Компания планирует увеличить инвестиции в проекты «Здравсити» и «Мое здоровье».

В рамках развития производственного звена «Протек» купил три компании, связанные с фармацевтикой: ООО «Бион», известный производитель фармпрепаратов, ООО «Фарминтеллект» и ООО «Химфармкомплект».

Третью строчку рейтинга занял дистрибутор «Катрен», оборот которого вырос на 12%. Компания активно продолжает развивать интернет-площадку «Аптека.ру», расширив список участников проекта до 31 тыс. аптек. В обороте компании 25% в стоимостном выражении приходится на заказы, которые сформированы в сервисе «Аптека.ру». По данным компании VK (владелец официального российского магазина приложений RuStore), приложение Apteka.ru занимает первое место в категории популярных для скачивания приложений о здоровье.

Отметим, что дистрибутор «Катрен», один из самых опытных на рынке. В 2023 году ему исполнится 30 лет.

В ТОП-10 несколько игроков улучшили свои позиции: на одну строчку вверх поднялся дистрибутор «БСС» и «Ирвин 2», на две позиции вверх – «Фармимэкс».

Первое место среди «классических» дистрибуторов госсегмента (без учёта производителей, которые также могут являться победителями и поставщиками в тендерах) занимает компания «Р-Фарм». Её общий оборот – 180 млрд руб., из которых 57% обеспечены бюджетными средствами. В 2021 году «Р-Фарм» удостоен звания поставщика Правительства Москвы.

В большей мере в своём развитии «Р-Фарм», сконцентрирован на производственном сегменте и локализации высокотехнологичных препаратов. Поэтому не удивительно, что компания стала лидером среди частных российских фармацевтических компаний-производителей по упоминаемости в средствах массовой информации (по данным сервиса «Медиадиагностика»). Общее количество сообщений в СМИ с упоминанием Группы компаний «Р-Фарм» в 2022 году составило 6 414.

Таблица 30

ТОП-10 дистрибуторов по сегментам

Аптечный сегмент			Государственные закупки	
Ранг	Дистрибутор	Доля	Дистрибутор	Доля
1	Пульс	22,5%	Р-Фарм	11,7%
2	Катрен	21,1%	Ирвин 2	8,2%
3	Протек	18,7%	БСС	5,2%
4	ФК Гранд Капитал	9,9%	Фармимэкс	5,0%
5	Фармкомплект	6,6%	Джи Ди Пи	4,0%
6	ПрофитМед	4,1%	Ланцет	3,2%
7	БСС	3,9%	Протек	3,1%
8	Агроресурсы	2,9%	Примафарм	1,9%
9	Авеста Фармацевтика	2,7%	Северо-Запад	1,7%
10	Ассоциация «Асфадис»	2,1%	Фармсервис	1,7%

В Ярославской области сосредоточено сразу несколько производственных предприятий «Р-Фарм». Помимо этого, теперь «Р-Фарм» открыла в Ярославском государственном медицинском университете (ЯГМУ) базовую кафедру «Биотехнологии и промышленная фармация». Это часть образовательной программы, которая реализуется в регионе по инициативе «Р-Фарм»: создание тренинг-центра «Р-Фарм» в ЯПЭК им. Пастухова, курс лекций от экспертов фармотрасли в профильных ярославских вузах и колледжах и другие. Все эти проекты способствуют выстраиванию в регионе «центра биотехнологических компетенций».

География холдинга также расширяется: «Р-Фарм» построит фармацевтический завод в рамках первого в Санкт-Петербурге

инвестиционного контракта со встречными обязательствами от государства. Офсетный контракт заключается в Санкт-Петербурге впервые. Согласно условиям конкурса, победитель должен в течение трех лет за свой счет построить фармацевтическое предприятие в городе. В последующие семь лет город закупит у инвестора лекарства для своих нужд – по итогам торгов общая их стоимость не превысит 8,7 млрд руб.

Дополнительно «Р-Фарм Холдинг» стал основным владельцем ООО «Первый электронный рецепт». Компании принадлежат 51% акций одного из операторов системы электронных рецептов. Компания занимается внедрением системы электронных рецептов, подключив к сервису уже более 30 регионов России.

Второе место среди компаний «госзаказа» занимает «Ирвин 2», доля выросла с 5,9% в 2021 году до 8,2% в 2022 году. Компания активно участвует в поставках по государственным программам «Круг добра», по борьбе с онкологическими и сердечно-сосудистыми заболеваниями, а также поставками противокоронавирусных и орфаных препаратов.

Высокие темпы прироста демонстрирует дистрибутор «Ланцет», поднявшийся в общем рейтинге с 13 на 11 место. В феврале 2022 года введен в эксплуатацию новый фармацевтический склад АО «Ланцет». Комплекс расположен в Подольском районе Московской области. Общая площадь логистического центра составляет 7600 м², что в 2,5 раза больше, чем ранее использовавшиеся компанией складские помещения.

Как уже писалось выше, рейтинг дистрибуторов в последние годы был относительно стабилен. Но уже с 2022 года «лишился» привычного игрока. Компания «Биотэк» перестала осуществлять оптовую деятельность и быть представленной в госсегменте в связи с судебным преследованием владельца бизнеса. И хоть пока нет офи-

циального решения, возможность банкротства компании очень высока.

В конце 2022 года появилась новость о проблемах еще одного дистрибутора «ПрофитМед» и готовящемся его банкротстве. По итогам года компания занимает 10 строчку рейтинга и имеет долю в 2,6%. К «ПрофитМед» за ноябрь-декабрь 2022 года было подано 32 иска на 390 млн рублей. Одним из кредиторов дистрибутора является «Сбербанк», у которого в залоге находится часть продукции «ПрофитМед», в том числе товары на 532,2 млн рублей.

В последние годы компания «Джи Ди Пи» развивалась, сосредоточившись на госзаказах. По итогам 2022 года дистрибутор занял 5 строчку. «Джи Ди Пи» – бывшее дистрибуторское подразделение «Аптечной сети 36,6», с 2021 года работающее как отдельная компания. А вот в конце 2022 года компания сменила владельца: покупателем выступила холдинговая компания «Доминанта».

Таким образом, в 2023 году из рейтинга дистрибуторов могут исчезнуть еще несколько «привычных» имен, сменив их на новых игроков.

9. Производство лекарственных средств

Одной из основных проблем, с которой столкнулись фармпроизводители в 2022 году, стала логистическая. По мере введения санкций, начиная с конца февраля, традиционные пути перевозки стали не доступны; в результате компаниям пришлось не только пересматривать логические цепочки, но и искать альтернативных поставщиков различных составляющих для производства лекарственных препаратов. Данная задача была критична как для иностранных производителей, так и для отечественных.

В связи с политическими событиями в России многие крупные зарубежные фармкомпании заявили о частичном прекращении своей деятельности на территории РФ:

- Johnson & Johnson, Bristol-Myers Squibb, Roche, AbbVie, Eli Lilly, Novartis, Sanofi, GlaxoSmithKline, Takeda Pharmaceutical и Astellas Pharma объявили о приостановке проведения новых клинических испытаний, Gilead Sciences приостановит создание новых центров клинических испытаний в России;
- MSD (Merck & Co), Eli Lilly, Bayer, Pfizer, Novartis, Takeda прекратили новые инвестиции в Россию;
- Novartis прекращает, а Sanofi ограничивает коммерческую деятельность в России, Gilead Sciences объявила о частичной приостановке бизнес-операций;
- Eli Lilly, Bayer, Sanofi и GlaxoSmithKline сократили рекламную деятельность и промо-активности в России;

- Reckitt Benckiser заявил о планах по продаже своего российского бизнеса третьей стороне или своим сотрудникам в РФ;

- Bristol-Myers Squibb в мае начала передачу российского бизнеса компании Swiix BioPharma;

- Eli Lilly прекратила ввоз в Россию препарата «Сиалис» для лечения эректильной дисфункции;

- AbbVie сообщила о том, что приостанавливает работу по всем продуктам для эстетической медицины;

- MSD (Merck & Co) объявила о прекращении поставок в Россию вакцин от оспы, краснухи, кори и паротита. Компания намерена сохранить продажи тех своих препаратов, у которых нет аналогов.

Конечно, полностью ушедших производителей с российского рынка нет, и, самое главное, поставки лекарственных препаратов продолжают. Но все равно, доступность лекарственного обеспечения ухудшается, так как одной из форм появления новых высокотехнологичных препаратов на рынке было проведение клинических исследований, а они в нашей стране являются обязательным условием для регистрации лекарств.

За первые шесть месяцев 2022 года в России не были проведены или были приостановлены почти 50% запланированных клинических исследований инновационных лекарств, целью которых

является последующая государственная регистрация лекарственного средства. Такие данные содержатся в бюллетене Ассоциации организаций по клиническим исследованиям (АОКИ) за первое полугодие 2022 года. В целом, согласно бюллетеню, в первом полугодии этого года Минздравом России было выдано 425 разрешений на проведение клинических исследований лекарств (на 28% больше, чем за тот же период прошлого года), в том числе 111 — на международные мультицентровые клинические исследования (на 27% меньше), целью которых является последующая государственная регистрация препарата в стране. При этом за второй квартал 2022 года было прекращено или отменено 16–18% таких исследований, 50–55% были не начаты или приостановлены по решению производителя препарата. Согласно данным Госреестра лекарственных средств, с января по октябрь были завершены, прекращены или приостановлены 79 клинических исследований (более подробные данные недоступны).

Помимо этого, «уход» иностранных компаний с рекламного рынка и снижения маркетинговых бюджетов также влияют на конечную структуру потребления. Без привычных маркетинговых активностей объемы потребления лекарственных препаратов таких производителей начинают уменьшаться. Понятно, что это не быстрый процесс, а привычка и приверженность к бренду не изменяется одновременно. Но освободившееся место активно занимают отечественные компании. Поэтому не удивительно, что именно в аптечном сегменте рынка мы увидели во втором полугодии рост доли продаж лекарственных препаратов, произведенных на территории России.

При этом стоит отметить, что российские компании усилили свою активность задолго до сегодняшних событий. Тренд на «им-

портозамещение» наблюдается уже на протяжении многих лет, поэтому происходит рост объемов выпуска лекарств и расширение их номенклатуры.

Так, по данным Росстата, фармацевтическая отрасль России в 2022 году произвела лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях, на 8,6% больше по сравнению с 2021 годом. Если рассматривать динамику внутри года, то уже будет видно, что фармкомпании стали сталкиваться с трудностями получения субстанции из-за рубежа со второй половины года. Рост за 5 месяцев производства лекарственных препаратов в России составил 29,5% по сравнению с аналогичным периодом, показатель за 9 месяцев 2022 года составлял почти 22%, за 11 месяцев уже был на уровне только 14%. А, например, в декабре выпуск лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях, снизился по сравнению с декабрем 2021 года на 30,7%.

Стоит отметить, что продолжающаяся пандемия Covid-19 и «санкционные» меры не сильно трансформировали планы отечественных производителей по развитию: в 2022 году запуски новых производств лекарственных средств были во многом сопряжены с разработкой новых средств для лечения коронавирусной инфекции, вакцинацией и с возникшей потребностью на рынке компенсировать низкую представленность некоторых импортных лекарственных препаратов.

Например, в результате повышенного спроса на тироидные препараты, компания «Обновление» в сжатые сроки осуществила запуск производства препарата «L-Тироксин Реневал». Ранее потребность в препаратах с МНН левотироксин натрия преимущественно закрывали импортные лекарства.

Таблица 31

Ключевые запуски производственных площадок на российском фармрынке в 2022 году

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объём инвестиций
Renewal (ПФК «Обновление»)	Новосибирская обл.	В 2023 г. компания запустит производство 80 новых видов лекарственных средств, которые представляют собой аналоги импортных препаратов. Первый этап проекта фармкомпания уже реализовала: было открыто производство мягких лекарственных форм, а именно мазей, гелей, линиментов. В ближайшие 6 месяцев будут открыты ещё 3 производственных цеха		3,5 млрд руб.
«Биннофарм Групп»	г. Оболensk, Московская обл.	Модернизация производственного участка на заводе «Алиум», предполагающая наращивание производственной мощности выпуска лекарственных средств в форме саше. Изначально будет налажен выпуск 2-х противопростудных препаратов, а до конца 2022 г. производитель планировал выпускать на предприятии ещё 3-и препарата в форме саше	Увеличение производства препаратов в форме саше до 50 млн ед. в год	100 млн руб.
«Биннофарм Групп»	г. Курган, Курганская обл.	Реконструкция помещений и установка нового оборудования, что позволило увеличить производственные мощности участка по выпуску жаропонижающих препаратов, НПВП, муколитических средств в форме сиропов и суспензий на курганском заводе «Синтез»	6 млн флаконов в год	
«Федеральное медико-биологическое агентство» (ФМБА) на базе «Санкт-Петербургского института вакцин и сывороток» (СПбНИИВС)	г. Санкт-Петербург	Запуск производства субъединичной рекомбинантной вакцины для профилактики COVID-19 «Конвасэл»	До 2 млн доз вакцины в месяц, а в последующем в зависимости от потребностей	
ООО «Ист-Фарм» (ГК «Фармасинтез»)	г. Уссурийск, Приморский край	Компания начала строительство нового завода, которое предполагает расширение продуктового портфеля и создание импортозамещающего производства растворов парентерального (внутривенного) питания из перечня ЖНВЛП и средств для наркоза для внутривенного введения с МНН пропофол. Открытие запланировано на 3 кв. 2023 г.	800 млн доз в год. Предполагаемый ежегодный объём выпуска – 790 тыс. упак. в год	750 млн руб.

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объём инвестиций
АО «Фармасинтез-Норд» (ГК «Фармасинтез»)	г. Санкт-Петербург	Компания получила разрешение на ввод в эксплуатацию НПК по разработке и производству лекарственных препаратов для лечения онкологических и аутоиммунных заболеваний, а также заболеваний, связанных с нарушением эндокринной системы. Кроме того, комплекс станет крупнейшей площадкой по выпуску вакцины «Спутник Лайт» для профилактики COVID-19		Более 4,5 млрд руб.
АО «Фармасинтез» (ГК «Фармасинтез»)	г. Иркутск, Иркутская обл.	Планирует запустить на иркутском заводе производство бронхолитиков, которые появятся в гражданском обороте с 1 кв. 2024 г.	136 млн капсул с порошком для ингаляций и 867 тыс. аэрозолей для ингаляций в год	1 млрд руб.
ООО «Нанолек»	Кировская обл.	Проектирование нового корпуса завода по производству вакцин по полному циклу завершено в 2022 г. А через 3 года там планируется начать выпуск первой полностью отечественной вакцины против ВПЧ	До 8 млн доз готовой вакцины против ВПЧ	Более 3,5 млрд руб.
ООО «Амедарт»	ОЭЗ «Технополис «Москва», г. Москва	Запущено импортозамещающее производство лекарственных средств, в том числе для лечения ВИЧ-инфекции и онкологических заболеваний. Кроме того, на площадке начали выпускать иммунодепрессанты и лекарства для лечения почечной недостаточности, планируется запуск производства инсулинов. В общем итоге в портфеле производителя более 60 продуктов, все входят в перечень ЖНВЛП	До 15 млн упак. в год всей номенклатуры ЛП Из них: до 10 млн упак. в год препаратов для лечения ВИЧ-инфекции; до 1 млн упак. в год противоопухолевых средств	Более 1,5 млрд руб.
АО «Русатом Хэлскеа» (Госкорпорация «Росатом») на базе АО «Научно-исследовательский физико-химический институт им. Л.Я. Карпова»	г. Обнинск, Калужская обл.	Компания получила разрешение на строительство завода по производству радиофармпрепаратов. Портфель будет включать широкую номенклатуру радиофармпрепаратов и АФИ, в т. ч. наиболее востребованные продукты на основе йода 131, самария 153, молибдена 99 и перспективные радиофармпрепараты на основе лютеция 177, актиния 225 и радия 223. Производитель намерен выпустить первую партию продукции в 2024 г.	89 тыс. кюри в год	9 млрд руб.

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объём инвестиций
ОАО «Фармстандарт-УфаВИТА»	Уфа, Республика Башкортостан	В декабре 2022 г. компания запустила цех по производству полного цикла препарата фактора свёртывания крови VIII (торговое наименование «Эйтотплазм») для профилактики и лечения больных гемофилией типа А. Согласно планам компании, гемостатический препарат будет введён в гражданский оборот в 1 квартале 2023 г.	350 тыс. флаконов в год 5,9 млн упак. в год	1,58 млрд руб.
АО «Фармстандарт-лексредства»	Курская обл.	Компания планирует создать крупнотоннажное производство распространённых базовых медикаментов: парацетамол, валидол, цитрамон, аскофен и др. Запуск линии ожидается в марте 2023 г.	400 млн упак. в год. Это позволит практически вдвое увеличить объёмы производства на предприятии	1,9 млрд руб.
Solpharm (ООО «Гротекс»)	г. Санкт-Петербург	В апреле был запущен новый завод по производству твёрдых лекарственных форм, капсул и таблеток. В результате линейка лекарственных средств расширилась с 36 до 84 препаратов. Новые линии будут направлены на производство лекарств в области кардиологии, неврологии, гастроэнтерологии, травматологии, а также пульмонологии и терапии	2 млрд таблеток и капсул в год	3,5 млрд руб.
ООО «НПО Петровакс Фарм»	Московская обл.	Запуск новой четвертой производственной линии по выпуску инъекционных форм. Производитель намерен увеличить выпуск социально значимых препаратов и вакцин за счёт расширения	Более 50 млн доз в год	1,6 млрд руб.
ООО «НПО Петровакс Фарм»	г. Подольск, Московская обл.	В 3 кв. 2023 г. компания намерена завершить строительство 2-й очереди проекта. На новых линиях будет осуществляться синтез субстанций и производство биотехнологических препаратов и вакцин для лечения онкологических, аутоиммунных, инфекционных и орфанных заболеваний. Например, препарат для терапии болезни Фабри		2 млрд руб.

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объём инвестиций
ООО «Премиум Стандарт Технополис»	ОЭЗ «Технополис «Москва», г. Москва	Строительство производственного комплекса по выпуску упаковки для фармацевтической продукции (лекарственных препаратов и косметических средств), инструкций по медицинскому применению и фольги для блистров к 2024 г. В будущем компания также намерена выпускать новые типы продуктов для фармацевтической и парфюмерно-косметологической отраслей – тубы для гелей и мазей		1,1 млрд руб.
ООО «Генериум-нект» (учредитель АО «Генериум»)	ОЭЗ «Технополис «Москва», г. Москва	Запуск цеха по вторичной упаковке и выпуску препаратов для лечения бронхиальной астмы, сердечно-сосудистых, редких и наследственных заболеваний, в т. ч. болезни Гоше и муковисцидоза. К 2024 г. компания планирует построить собственный завод полного цикла, т.е. производство будет включать в себя все стадии от выпуска субстанций и готовых лекарственных форм до первичной и вторичной упаковки	Более 150 тыс. ед. продукции в год к 2024 г.	Инвестиции в строительство завода составят около 5 млрд руб. к 2024 г. ФРП одобрил заём на сумму 2 млрд руб. по программе «Приоритетные проекты»
НАО «Северная звезда»	Ленинградская обл.	Введён в эксплуатацию второй производственный комплекс по выпуску инъекционных растворов, глазных капель и спреев	140 млн упак. ампул, 13 млн упак. капель и 10 млн упак. спреев в год	Более 1 млрд руб.
ООО «Аргументум Фарма»	ОЭЗ «Дубна», г. Дубна, Московская обл.	Компания получила разрешение на строительство завода по производству готовых лекарственных средств. На заводе будет налажен выпуск стерильных препаратов в ампулах, флаконах, преднаполненных шприцах и картриджах. На новом производстве специалисты будут разрабатывать и выпускать жидкие лекарственные формы, в т. ч. гормональные препараты. Компания планирует разрабатывать и серийно производить препараты из перечня ЖНВЛП, а также лекарства, которые не выпускаются на территории России. Завершить возведение объекта планируется в 3-м кв. 2023 г.	Производственный участок стерильных препаратов в ампулах и флаконах: 48 млн ед. в год. Лиофильная сушка: 1,5 млн флаконов в год. Производственный участок стерильных препаратов в преднаполненных шприцах и картриджах: 7 млн ед. в год. Мощность корпуса гормональных препаратов: 48 млн ед. в год	1,5 млрд руб.

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объём инвестиций
ООО «Бетарен Фарма»	ОЭЗ «Дубна», г. Дубна, Московская обл.	Компания планирует в течение 1,5-2 лет запустить производство жидких и твёрдых форм лекарственных препаратов, которые будут применяться для терапии гематологических и сердечно-сосудистых заболеваний, диабета, а также заболеваний периферической и центральной нервной системы		Более 1 млрд руб.
ООО «Завод Медсинтез» в сотрудничестве с компанией «АйВиФарма»	г. Новоуральск, Свердловская обл.	Открыт цех по производству биотехнологических субстанций для репродуктивного здоровья женщин. В нём будет осуществляться производство первого российского препарата рекомбинантного фолликулостимулирующего гормона (ФСГ) для лечения бесплодия человека – «Примапур». При чём будет осуществляться производство полного цикла: и субстанции этого препарата, и готовой лекарственной формы в предзаполненной одноразовой шприц-ручке	До 30 г субстанции, до 1 млн одноразовых шприц-ручек в год	
АО «Биохимик» (ГК «Промомед»)	г. Саранск	Состоялся запуск таблеточного цеха по производству лекарственных средств, а именно противовирусных и гепатопротекторных препаратов, НПВП и лекарств для терапии ВИЧ-инфекции. В ближайшее время также будет налажено производство лекарств в форме саше	1 млрд таблеток в год	Более 1,8 млрд руб.
ООО «Брайт Вэй Индастриз» (ГК Bright Way Group)	ОЭЗ «Технополис «Москва», г. Москва	Досрочно завершено строительство НПК полного цикла. Высокотехнологичный комплекс займётся разработкой и производством препаратов для терапии дыхательной и костно-мышечной систем, пищеварительного тракта, противомикробных лекарств и других медикаментов (более 80 наименований ЖНВПЛ)		3,4 млрд руб.
АО «Рафарма» (ГК «Протек»)	Липецкая обл.	Запущен в эксплуатацию участок мягких лекарственных форм по выпуску препаратов в форме гелей и мазей. Первым лекарственным средством, которое произвели на этом участке, стал «Амелотекс гель» в новой фасовке 100 г	10 млн туб в год	

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объём инвестиций
АО «Отисифарм Про» (входит в АО «Отисифарм»)	Индустриальный парк «Храброво», г. Калининград	В январе 2023 г. компания планирует ввести в эксплуатацию фармацевтический завод по выпуску медицинских препаратов широкого профиля: противовирусные, антисептические и противовоспалительные средства, НПВП, комбинированные анальгезирующие средства, противогрибковые и анксиолитические средства		4,7 млрд руб.
АО «Ретиноиды»	г. о. Балашиха, Московская обл.	Запущены новые линии по выпуску импортозамещающей фармацевтической продукции, а именно препаратов для лечения заболеваний кожи		Около 150 млн руб.
ЗАО «Эвалар»	г. Бийск, Алтайский край	Компания завершила переоборудование и расширение мощностей участка по выпуску синтетических лекарственных препаратов для обеспечения выпуска мягких желатиновых капсул	Свыше 250 тыс. капсул в час	100 млн руб.

Компания «Фармасинтез» в 2022 году запустила производство ещё двух препаратов для лечения COVID-19 и стала обладателем практически полного портфеля лекарственных средств для этиотропного лечения коронавируса: «Ремдеформ» (МНН ремдесивир), «Фавибырин» (МНН фавипиравир), «Ковипир» (МНН молнупиравир) и «Миробивир» (МНН нирматрелвир+ритонавир).

В перечне производственных площадок, которые были анонсированы или запущены в действие в 2022 году, ряд проектов связан также с выпуском активных фармацевтических ингредиентов и производством препаратов по полному циклу.

В 2022 году можно выделить ряд новых проектов по локализации иностранных производителей на территории России:

- В 2022 году Novo Nordisk на своём заводе в Калуге запустил первый этап локализации инсулина сверхдлительного дей-

ствия «Тресиба» с дозировкой 100 ЕД/мл в шприц-ручке «ФлексПен».

- Российская биофармацевтическая компания «Нанолек» и «Санофи Пастер» (подразделение ГК «Санофи») выпустили на заводе в Кировской области первую партию вакцины против менингококковой инфекции «Менактра». В рамках локализации данной вакцины планируется производить до 3,5 млн доз ежегодно.

- Фармкомпания «Петровакс Фарм» объявила о намерениях локализовать производство полного цикла биосимиляра «Агалсидаза бета» для лечения орфанного заболевания Фабри в партнёрстве с южнокорейской компанией ISU Abxis. В строительство биотехнологического опытно-промышленного предприятия будет инвестировано 2 млрд руб. Ожидается, что препарат из собственной субстанции появится на рынке в начале 2025 года.

- На совместном предприятии госкорпорации «Ростех» и дубайской Ishvan

Pharmaceuticals – компании «Фарм Эйд» – будет локализовано производство полного цикла по выпуску «живых» и инактивированных вакцин (речь идёт о вакцинах для профилактики ротавирусной инфекции, ветряной оспы и вируса папилломы человека, в перспективе – от других заболеваний). В строительство биофармацевтического производственного комплекса в Калужской области, который планируют запустить в конце 2024 года, будет инвестировано 9 млрд рублей.

- Было принято решение завершить строительство завода, оставленного компаниями Pfizer и «НоваМедика» для того, чтобы на новом предприятии наладить выпуск отечественных вакцин. А именно фармкомпания «Фарм Эйд» к 2029 году намерена осуществить локализацию производства полного цикла вакцины против ротавируса.

- Правительство Московской области и индийская группа компаний «Эдвансд» заключили соглашение, согласно которому компания локализует на территории региона производство лекарственных препаратов для терапии онкологических заболеваний и построит предприятие по химическому синтезу фармацевтических субстанций. Объём инвестиций в проект на первом этапе оценивается в 1,5 млрд рублей, из них 1 млрд рублей будет израсходован на строительство производственного комплекса, а 500 млн рублей – на разработку субстанций. На втором этапе «Эдвансд» инвестирует порядка 5 млрд рублей в строительство предприятия по химическому синтезу субстанций с производственной мощностью до 500 тонн субстанций в год. Начало строительства намечено на 1 квартал 2023 года, а завершение – на 1 квартал 2027-го.

- В сентябре 2022 года компания Stada на своём заводе «Хемофарм» в Обнинске запустила производство препарата для лечения артериальной гипертензии «Эдарби» с дозировками 20, 40 и 80 мг.

- Швейцарская Roche локализует в России свой препарат «Эврисди» (МНН ризидиплам) для лечения спинальной мышечной атрофии (СМА). Процесс локализации уже запущен на производственной площадке «Добролек» в Москве (ГК «ФармЭко»). Локализованный в РФ препарат появится в продаже в июле 2023 года.

Для поддержки и развития производства собственных субстанций на территории России можно воспользоваться еще одним инструментом - специальный инвестиционный контракт (СПИК). В 2022 году было принято постановление, по которому минимально возможный срок заключения СПИК сократился до 1,5 месяцев. Правда, эта мера не столь популярна у фармкомпаний. В 2022 году можно отметить только один такой проект: Чувашская Республика и ООО «Волжская перекись» заключили специальный инвестиционный контракт (СПИК 2.0) по организации производства перекиси водорода антрахиноновым методом на площадке ПАО «Химпром». Выпуск продукции на заводе запланирован на конец 2023 – начало 2024 года. Объём инвестиций в проект составит 9,7 млрд руб.

Еще одной формой долголетнего сотрудничества на фарме становится «офсетный контракт» – долгосрочный договор поставки со встречными инвестиционными обязательствами. В сентябре 2022 года Московская область и компания «ПСК Фарма» заключили такой контракт, согласно которому производитель обязуется в срок до 2025 г. исполнить инвестиционные обязательства в размере не менее 1 млрд руб. и в срок до 2031 г. осуществить поставку согласованных объёмов лекарственных средств для лечения сердечно-сосудистых заболеваний, астмы, ревматоидного артрита, лёгочной гипертензии, идиопатической тромбоцитопенической пурпуры и гипер-

фосфатемии у взрослых пациентов с хронической почечной недостаточностью. Ещё одним условием является производство по полному циклу, включая синтез АФС, не менее 3 препаратов в 2 различных лекарственных формах.

В настоящее время в России исполняются уже девять офсетных контрактов в различных сферах со встречными инвестиционными обязательствами – в Москве, Московской и Самарской областях, Республике Башкортостан.

Правительство РФ со своей стороны поддерживает производителей лекарств. Так, в ноябре было утверждено постановление № 2141 (от 25.11.2022 г.), согласно которому упрощённый порядок предоставления лицензий на производство лекарственных препаратов с 2023 г. будет действовать на постоянной основе.

Результатом всех мер поддержки отечественных производителей является достижение плановых показателей по доле отечественной продукции: 53% к 2024 году. По итогам 2022 года доля локализованных лекарственных препаратов в стоимостном выражении составила 44,5%. Это на 1,5%

ниже, чем в 2021 году. Такая динамика обусловлена трендами развития госсегмента: финансирование закупки дорогостоящих программ привело к тому, что доля импортных препаратов в этом сегменте увеличилась, что сказалось на рынке в целом. Так, в 2021 году доля лекарств, произведенных за рубежом и закупленных через тендеры, составляла 46,8%, тогда как в 2022 году – 42,7%. Особенность импортозамещения в госсегменте действительно влияет на структуру закупки конкретных МНН, и появление отечественного препарата приводит к практически полному вытеснению иностранных аналогов (в качестве примеров можно привести такие МНН как экулизумаб, бевацизумаб, линезолид и т.д.). Но вновь выводимые оригинальные препараты на рынок имеют более высокую стоимость и чаще всего оказываются импортными. В итоге общие результаты по переключению на локализованные препараты нивелируются.

В коммерческом сегменте наблюдается слабая, но все-таки переориентация потребителя на локализованные препараты – 45,7% (+0,2% по доле). Более агрессивная маркетинговая политика отечественных компаний и снижение активности иностран-

Рисунок 50

Структура потребления ЛП по происхождению

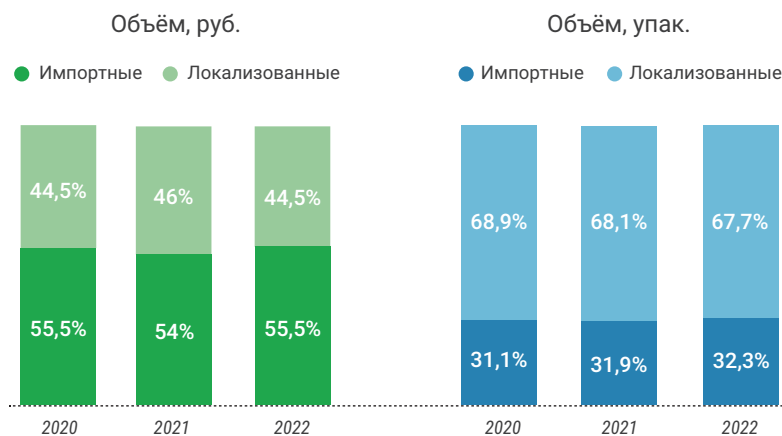


Таблица 32

ТОП-20
производителей
по объему продаж
на фармацевтическом
рынке России
в 2022 г.

Рейтинг	Изменение к 2021	Производитель	Объём продаж, млн руб.	Прирост к 2021	Доля
1	-	Bayer	84 787,9	6,4%	3,8%
2	-	Novartis	76 180,6	6,7%	3,4%
3	-	Sanofi	71 953,0	4,0%	3,2%
4	+1	GlaxoSmithKline	62 536,7	16,8%	2,8%
5	+8	AstraZeneca	60 588,5	52,3%	2,7%
6	+8	Merck & Co	58 220,0	54,7%	2,6%
7	-	Johnson & Johnson	58 016,7	15,8%	2,6%
8	-4	Отисифарм	55 291,9	0,0%	2,5%
9	+2	F.Hoffmann-La Roche	54 740,6	34,0%	2,4%
10	-4	Pfizer	54 163,8	3,9%	2,4%
11	-1	Stada	50 768,3	19,6%	2,3%
12	-4	Биокад	48 178,1	6,1%	2,1%
13	-4	Abbott	46 453,6	7,5%	2,1%
14	+2	Servier	42 444,0	22,6%	1,9%
15	-3	Teva	40 240,8	0,4%	1,8%
16	+3	KRKA	39 168,2	17,6%	1,7%
17	+3	Фармасинтез	38 595,8	15,9%	1,7%
18	-	Биннофарм Групп	36 627,5	7,4%	1,6%
19	+2	Фармстандарт	34 452,7	7,3%	1,5%
20	+3	Озон	34 039,1	13,4%	1,5%

ных производителей также способствуют росту доли продаж в аптеках препаратов, произведенных на территории России.

Волатильность рейтинга производителей в 2022 году заметно снизилась. Лидеры (ТОП-3) смогли сохранить за собой занятые в 2021 году позиции.

Совокупно доля ТОП-20 производителей в 2022 году составила 46,8%. Лидирующую позицию по итогам 2022 года заняла компания Bayer. Прирост продаж: +6,4% относительно 2021 года. Второе место со-

хранила корпорация Novartis с долей 3,4%. Производитель Sanofi остался на 3 строчке рейтинга.

За счёт высокого роста закупок в госпрограммах компании AstraZeneca и Merck & Co переместились по рейтингу на 8 позиций вверх – это максимальный результат в ТОП-20.

В рейтинге шесть российских компаний, тогда как в прошлом году было только четыре. «Новички» рейтинга – «Фармстандарт» и «Озон», которые имеют высокую долю продаж за счет коммерческого сегмента.

ИНФОРМАЦИЯ ПРЕДОСТАВЛЕНА НА ОСНОВЕ ДАННЫХ РОЗНИЧНОГО
АУДИТА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА РФ DSM GROUP, СИСТЕМА
МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА КОТОРОГО СООТВЕТСТВУЕТ
ТРЕБОВАНИЯМ ISO 9001: 2015.

DSM GROUP ЯВЛЯЕТСЯ ЧЛЕНОМ ЕВРОПЕЙСКОЙ АССОЦИАЦИИ
ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ РЫНКА И ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ ESOMAR.



125124, Москва, улица Правды,
д. 8, корп. 7

+7 (495) 780 72 63