

Пессимистичные прогнозы, предупреждавшие скорый крах российского фармрынка не оправдались. В 2013 г. рынок лекарств не только не упал, но вырос на 14% и преодолел очередной важный рубеж – его объём впервые превысил 1 трлн руб. Об этом заявил Сергей Шуляк, генеральный директор аналитической компании DSM Group, выступая на международной конференции «Фармбизнес в России – 2014», состоявшейся в Москве.

Новые – старые

Как и в предыдущие годы, основным драйвером роста рынка остаётся коммерческий розничный сегмент (609 млрд руб.). Но это в ценах конечного потребления. В натуральном выражении рынок ушёл в минус (-2%). По словам эксперта это обусловлено, прежде всего, ростом цен на медикаменты.

В структуре рынка по источникам финансирования коммерческий сегмент составляет 75%. Основным покупателем лекарств в России по-прежнему является рядовой потребитель. По оценке DSM в прошлом году среднестатистический россиянин потратил на покупку лекарств 5240 руб.

Наибольший вклад в рост фармрынка – изменение структуры в пользу дорогих препаратов. – Одним из благоприятных факторов роста на фармрынке является тот факт, что население стало предпочитать более дорогие препараты, – отметил С.Шуляк. – Этот тренд сохраняется на протяжении последних нескольких лет, и в дальнейшем он будет сохраняться.

Помесячная динамика рынка практически повторяет «кривую» предыдущих лет. Традиционно высокий спрос на лекарства отмечался в первый месяц зимы (+24%), в мае рынок просел до 3,5%. Однако уже в конце лета он снова стал набирать обороты и в ноябре – декабре его прирост составил 16,5 и 20% соответственно. За 5 недель 2014 г. рынок показал 15%-ный прирост по отношению к аналогичному периоду 2013 г.

Также одна из новых «старых» тенденций на рынке – низкая инфляция. В 2013 г. был отмечен один из самых низких показателей инфляции на лекарственных препараты. В розничном сегменте он составил 3,7%. Для сравнения: в два предыдущих года этот показатель колебался в пределах 6-9%.

В госпитальных закупках и сегменте ОНЛС этот показатель был и вовсе незначительным – 0,1 и 0,2% соответственно. По словам эксперта столь низкая инфляция в данных сегментах связана с жёсткой государственной политикой – введением ценового

Акценты

Цифровая гимнастика

О кризисной стабильности, спросе на дорогие препараты и других событиях на российском фармацевтическом рынке



регулирования на жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты (ЖНВЛП) и проведением тендеров.

Прогноз благоприятный

В 2013 г. на российском фармрынке работали 1256 производителей, из них 1120 – в розничном сегменте; продавалось 27 тыс. SKU – ассортиментных позиций (различных разновидностей упаковок). За последние 2 года этот показатель остаётся практически неизменным, рост отмечается только в госпитальном сегменте (с 15,5 тыс. в 2011 г. до 17,8 тыс. в 2013 г.).

За этот же период на рынке было представлено 5600 брендов, большая часть из них, что весьма предсказуемо, – в розничном сегменте (4900). По мнению эксперта, такое обилие наименований препаратов осложняет работу как врачей, так и провизоров. Одно лишь перечисление названий займёт значительное время, а ведь надо ещё запомнить, к какой группе относится препарат, что лечит и т.д. Даже самому квалифицированному и опытному специалисту это не под силу.

В стоимостном объёме рынок практически поделён поровну между рецептурными и безрецептурными препаратами (51 против 49%), в натуральном выражении лидируют безрецептурные препараты (на их долю приходится 70% коммерческого сегмента рынка).

По уровню прироста по АТС-

группам лидирующее положение занимают противовирусные препараты для системного применения и иммуномодуляторы. На третьем месте – противоопухолевые препараты.

– В последнее время приходится слышать, что люди стали меньше покупать лекарств, потому что реже болеют гриппом и простудными заболеваниями. Однако статистика говорит об обратном, – подчеркнул эксперт.

В завершение С.Шуляк озвучил свой прогноз относительно развития российского фармрынка в 2014 г. По его словам, не стоит ожидать его высокого роста, как, впрочем, нет оснований полагать, что рынок скатится в глубокий кризис, сопровождающийся резким снижением объёмов и в деньгах, и в упаковках. В целом, по оценке DSM, российский фармрынок вырастет на 12%.

Три буквы

Глобальные тренды развитых рынков запаздывают в своём проявлении на локальных. Более существенным фактором, влияющим на их развитие, являются «внутренние» регуляторные инициативы, и российский рынок в этом ряду не составляет исключения, считает Олег Фельдман, директор подразделения здравоохранения компании Synovate Comcon Healthcare.

– Сегодня российский фармрынок живёт в состоянии неопределённости, его игрокам непонятны глобальные установки

регуляторов, и они вынуждены фрагментарно реагировать на все те изменения, которые происходят в данной сфере. В этих условиях компаниям крайне сложно выстраивать долгосрочные стратегии. Тем не менее рынок развивается достаточно активно, и, несмотря на все сложности, его возможности ещё очень велики, а его ёмкость значительна, – считает эксперт.

Конкуренция на рынке становится более жёсткой, и всё чаще в этой борьбе побеждают не фармацевтические гиганты, а небольшие компании. Они быстрее набирают вес и активнее в продвижении маркетинговых идей.

Как отметил О.Фельдман, в настоящее время определяющими на рынке являются два основных потока. Первый – товарный, от производителей через дистрибьюторов к аптекам. Второй – информационный, связанный с системой продвижения лекарственных средств. В него вовлечены врачи, пациенты и провизоры.

Одна из прошлогодних новелл – введение выписки лекарственных препаратов по международным непатентованным наименованиям (МНН). Как известно, с 1 июля 2013 г. вступил в силу приказ Минздрава России, согласно которому врач обязан выписывать рецепт на лекарственные препараты только по МНН. То есть в рецепте необходимо указывать исключительно название действующего вещества, без указания его торгового названия.

Среди ТОП-10 МНН по росту выписки их врачами лидируют такие молекулы, как эналаприл (58%), амлодипин (53%), симва- статин (49%) и диклофенак (39%).

Между тем аналитики отмечали рост назначений по МНН, ещё до принятия соответствующего документа. По словам эксперта, это в большей степени связано с введением стандартов лечения, которые прописаны по МНН. – Сегодня выписка лекарств по МНН носит весьма своеобразный характер, поскольку рецептов как таковых нет. Их как не выписывали, так и не выписывают. Скорее, это необходимо для внутренней отчётности и внедрения на будущее стандартов, связанных с системой возмещения, – считает О.Фельдман.

Три кита

Постепенно центр тяжести смещается из поликлиник в аптеки. И уже не от врача, а именно от провизора во многом зависит, какой именно препарат купит больной.

Приходя в аптеку с рецептом, пациент оказывается перед сложным выбором. МНН – одно, а лекарств много. Согласно опросу, проведённому Synovate Comcon Healthcare, 55% пациентов, имеющих врачебные назначения по МНН, не знают, какой препарат им порекомендовали или они хотят купить.

При этом около 80% перво- стольников указали, что активно предлагают замену запрошен- ным препаратам. Причём, как показывает исследование, это обязательно должен быть инновационный оригинальный препарат. В этой связи, как полагает О.Фельдман, маркетинговые инициативы по поддержке конкретных продуктов не теряют своей актуальности и продолжают играть важную и значимую роль на рынке. В целом дальнейший рост рынка, как считает эксперт, зависит от трёх основных составляющих: управления потребительскими предпочтениями, совершенствования механизмов продвижения лекарств и поиска новых продук- товых ниш.

Ещё один тренд – ограничение свободного доступа представите- лей компаний к врачам. Однако после некоторого спада, как отметила Евгения Эйрамджанц, руководитель отдела синдикатив- ных исследований фармацевти- ческого и медицинского рынков GfK Русь, в 2013 г. данный канал коммуникаций получил новое развитие: расходы на промоцию среди врачей выросли на 6%.

По словам аналитика, это обусловлено возвратом к традици- онным методам продвижения, в частности, увеличением про- мотатрат на личные контакты с врачами – на это уходит около 80% бюджета компаний на про- мотию. При этом снизились за- траты на почтовые и электронные рассылки, а также проведение клинических исследований ЛС.

Ирина СТЕПАНОВА,
корр. «МГ».

Фото Александра ХУДАСОВА.

Изъять!

Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения информирует, что из обращения на территории Российской Федерации отозваны 8 лекарственных препаратов:

- «Бисакодил, таблетки, покрытые кишечнорастворимой оболочкой 5 мг 30 шт., упаковки ячейковые контурные (1), пачки картонные» серии 060613 производства ООО «Озон», Россия (решение принято производителем в связи с несоответствием препарата требованиям нормативной документации по показателю «Распадаемость»);
- «Натрия хлорид, растворитель для приготовления лекар-

- ственных форм для инъекций 0,9% 10 мл, ампулы (10), пачки картонные» серии 120813 производства ОАО «Дальхимфарм», Россия (решение принято производителем в связи с несоответствием препарата требованиям нормативной документации по показателю «Маркировка»);
- «Ревалгин, таблетки 10 шт., упаковки безъячейковые контурные (2), пачки картонные» серии С9680 производства «Шрея Лайф Саенсиз Пвт. Лтд.», Индия (решение принято производителем в связи с несоответствием препарата требованиям нормативной документации по показателю «Подлинность»);
- «Урсосан, капсулы 250 мг 10 шт., упаковки ячейковые контур-

- ные (5), пачки картонные» серии 7Н20713 производства «ПРО. МЕД.ЦС Прага а.о.», Чешская Республика (решение принято производителем в связи с несоответствием препарата требованиям нормативной документации по показателю «Упаковка»);
- «Этамбутол, таблетки 400 мг 10 шт., упаковки ячейковые контурные (10), пачки картонные» серий 1420512, 1430512 производства ОАО «Фармасинтез», Россия (решение принято производителем в связи с несоответствием препарата требованиям нормативной документации по показателю «Описание»);
- «Никотиновая кислота, раствор для инъекций 10 мг/мл 1 мл, ампулы (10), пачки картонные»

- серии 110413 производства ОАО «Мосхимфармпрепараты им. Н.А.Семашко», Россия (решение принято производителем в связи с наличием стекла в одной ампуле препарата);
- «Кальция глюконат, раствор для внутривенного и внутримышечного введения 100 мг/мл 5 мл, ампулы (10), коробки картонные» серии 60913 производства ОАО «Мосхимфармпрепараты им. Н.А.Семашко», Россия (решение принято производителем в связи с несоответствием препарата требованиям нормативной документации по показателю «Описание»);
- «Саротен Ретард, капсулы пролонгированного действия 50 мг 30 шт., контейнеры plástico-

- вые (1), пачки картонные» серий 2338798, 2335796 производства «Х. Лундбек А/О», Дания (решение принято производителем в связи с выявлением несоответствия нерасфасованного лекарственного средства, из которого были изготовлены вышеуказанные серии лекарственного препарата, требованиям нормативной документации по показателю «Растворение»).

Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения рекомендует всем участникам фармрынка проверить у себя наличие указанных серий лекарственных средств и представить в территориальный орган Росздравнадзора информацию об их изъятии.