

**Аналитический отчет**

**DISCOVERY RESEARCH GROUP**

**Рынок аптечного ритейла в России**



Copyright © Июнь 2014 (Москва, Discovery Research Group)

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY** **Research Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

**DISCOVERY Research Group** не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

**ВАЖНО!**

**Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Ad hoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.**

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

В конце 2006 г. создана компания **DISCOVERY Leasing Advisory Services**, основной деятельностью которой стало оказание маркетинговых, консалтинговых, информационных и лоббистских услуг лизинговым компаниям в России.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых SmartMoney, Бизнес, Ведомости, Волга-Пресс, Желтые Страницы, Издательский Дом «Ансар», Итоги, Коммерсантъ, Компания, Новые Известия, Олма Медиа Групп, Профиль, Рбк-Daily, РДВ-Медиа-Урал, Секрет, Эксперт, Build Report, Строительный бизнес.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Сотрудники агентства **DISCOVERY Research Group** выполняли проекты для ведущих российских и зарубежных компаний, среди которых:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Автомобили**  Baw Motor Corporation  Bmw  Hino  Hyundai  Isuzu  Iveco  John Deere  Man  Mercedes Benz  Porsche  Scania  Setra  Toyota  Volkswagen  Автомобили и Моторы Урала  Автоцентр Пулково  Белрусавто  Верра-Моторс Пермь  Веха  ГАЗ  Камаз  Пятое Колесо Менеджмент  Русские Машины  Северсталь-Авто  Сим-Авто-Плутон  Торговый Дом Уралавто  УАЗ  **Автомобильные масла**  Shell  Роснефть  **Грузоперевозки / Логистика**  Евротранс  Почтовая Экспедиционная Компания  Трейд Лоджистик Компани  ФМ Ложистик Восток  **Гостиничный бизнес**  Гостиница Москва  Интурист Отель Групп  Русские Отели  Holiday Inn  **Недвижимость**  RDI Group  АК Барс Девелопмент  Главстрой  Конти и К  Ренова-Стройгруп  Русская Инвестиционная Группа  Строительная Компания «Люксора»  **Киноиндустрия**  Гемини Энтертейнмент  Инвесткинопроект  Каро Фильм  СТС-Медиа | **Автомобильные шины**  Bridgestone  Continental  Goodyear  Hankook  Pirelli  Sumitomo  Yokohama  Алтайский Шинный Комбинат  Белшина  Востокшинторг  Днепрошина  Мво-Столица  Московский Шинный Завод  Нижнекамскшина  Сибур Русские Шины  **Строительные и отделочные материалы**  Caparol  Cersanit  Henkel  Ideal Standard-Vidima  Isover  Kleo  Lasselsberger  Rockwool  Saint Gobain  Swisscolor  Tarkett  Terracco  Tikkurila  Trale  Ursa Евразия  Wienrberger  Ангарский Керамический Завод  Бийский Завод Стеклопластиков  Билд Фаст Текнолоджи  Евротизол  Керама Центр  Кератон  ЛСР  Минвата  Оптимист  Промстройматериалы  Ратм Цемент Холдинг  Русплит  Самарский Стройфарфор  Санитек  Сибирь-Цемент-Сервис  Старатели  Стройдепо  Текс  Топкинский Цемент  Торговый Дом Лакокраска  Уфимский Фанерно-Плитный Комбинат  Эмпилс  Эстима Керамика (Estima)  Юнис  Ярославские краски | **Промышленные рынки**  ABB  Alcoa  Basf  Dupont  Mitsui  Schneider Electric  Siemens  Sojitz Corporation  Xerox  Агромашхолдинг  Альта Виста  Байкальская Лесная Компания  Батис  Богдановичское Огнеупоры  Быт-Сервис-Регион  Волгоградский Завод ЖБИ №1  Волжский Оргсинтез  Воткинский Завод  Газпром  Газпром Нефть  Евроцемент  Завод Бытовой Химии  Завод Сварочного Оборудования Искра  Илим Палп Энтерпрайз  Интерстекло  Керамир  Кубаньгрузсервис  Макслевел  Межрегиональная Трубная Компания  Моспромстрой  Раменская Мебельная Компания  Лебедянский Гок  Обуховоэнерго  Раменский Гок  Рао Еэс России  Роснефть  Русал  Русский Пластик  Салаватстекло  Северсталь-Групп  Сибирский Цемент  Содовая Компания  Сургутнефтегаз  Татлесстрой  Трансстрой  Топкинский цемент  Тюменская Нефтяная Компания  Уралавтостекло  Уралхим, Уралхимпласт, Элопак  **Мебель**  Феликс  Мебельная Компания Ромул  Соло  Фабрика «8 марта» |
| **Аудит и консалтинг**  Bain&Company  Boston Consulting Group  Deloitte&Touche  Ernst&Young  J’Son & Partners Consulting  KPMG  Marshall Capital Partners  Pricewaterhousecoopers  Roland Berger Strategy Consultants  Wolk&Partner  Аудиторская Компания Развитие И Осторожность  БДО Юникон  Интербрэнд  Косалтингстройинвест  Северо-Западный Юридический Центр  Стратегика  Фонд ЦСР Северо-Запад  Экопси Консалтинг  **Страхование**  Гута-Страхование  Ингосстрах  Наста  Ренессанс Страхование  **IT / Телевидение**  Hewlett Packard  Intel  Microsoft  Sitronics  Арктел  Ассоциация Кабельного Телевидения РФ  Группа Компаний Вид  Дальневосточная Компания Электросвязи  Зебра Телеком  Новосибирский Городской Сайт  Опытный Завод Микрон  Ренова-Медиа  Сибирьтелеком  Спутниковое Мультимедийное Вещание  Стрим-ТВ  Центральный Телеграф  **Бытовая техника**  Bosch  Electrolux  Whirlpool  Аквион  Атлант | **Банки и финансовые компании**  P.P.F. banka  Deutsche Bank  Raiffeisen  Raiffeisen-Лизинг  Абсолютбанк  АК-Барс Банк  Альфа Цемент  Банк Москвы  Банк Тураналем  ВТБ  Газпромбанк  Дельтакредит  Еврофинанс Моснарбанк  Запсибкомбанк  Инвестиционная Компания Тройка Диалог  ИФД КапиталЪ  ИФК Алемар  Камчатпрофитбанк  КМБ-Банк  Левобережный  Металлинвестбанк  Москоммерцбанк  Пробизнесбанк  Промсвязьбанк  Russia Partners Management LLC.  Ренессанс Капитал  Ренова-Финанс  Российский Банк Развития  Русский Стандарт  Русфинанс Банк  Сбербанк  Славпромбанк  Солид Инвест  Финансбанк  Центральный Банк Российской Федерации (Банк России)  **Реклама**  News Outdoor  Video International  Агентство Массовых Коммуникаций АК.М  Арс Комьюникейшнс  Северная Медиа Группа  **Ресторанный бизнес**  Картофельный Папа  Ресторатор  Росинтер  Ресторантс  Солнце Мехико | **Розничная торговля**  Domo  Ашан  М Видео  Мир  Евросеть  Перекресток  Эльдорадо  **Продукты питания**  Mars  Pepsi-Cola  Tchibo  Tinkoff  Айс-Фили  Волгоградские Водки  ВТО Эрконпродукт  Лебедянский  Минводыпищепродукт  Минеральные Воды Кавказа  НМЖК  Русский Винный Трест  Русский Продукт  Фабрика Мороженого Престиж  Фабрика Мороженое Инмарко  **Киноиндустрия**  Гемини Энтертейнмент  Инвесткинопроект  Каро Фильм  СТС-Медиа  **Одежда и Обувь**  Ecco  Savage  Белвест  Вестфалика  Глория Джинс  Диском  Обувь России  Три Толстяка  **Парфюмерия и косметика**  Beiersdorf Ag  Procter&Gamble  Yves Rocher  Арбат Престиж  Л'Этуаль  Невская Косметика  **Образование**  Государственная Публичная Научно-Техническая Библиотека Со Ран  НИУ - Высшая Школа Экономики  Новосибирский Государственный Университет |

Содержание

[Содержание 6](#_Toc389212133)

[Список таблиц и диаграмм 9](#_Toc389212134)

[Таблицы: 9](#_Toc389212135)

[Диаграммы: 10](#_Toc389212136)

[Резюме 13](#_Toc389212137)

[1. Технологические характеристики исследования 15](#_Toc389212138)

[Цель исследования 15](#_Toc389212139)

[Задачи исследования 15](#_Toc389212140)

[Объект исследования 15](#_Toc389212141)

[Метод сбора данных 15](#_Toc389212142)

[Метод анализа данных 16](#_Toc389212143)

[Объем и структура выборки 16](#_Toc389212144)

[2. Коммерческий рынок лекарственный средств в 2012 году 17](#_Toc389212145)

[§1. Темп роста и объём коммерческого рынка лекарственных средств в 2009-2012 гг. 17](#_Toc389212146)

[§2. Структура коммерческого рынка лекарственных средств 19](#_Toc389212147)

[Импортные и отечественные лекарственные средства 19](#_Toc389212148)

[Рецептурные и безрецептурные препараты 20](#_Toc389212149)

[ЖНВЛП и не ЖНВЛП 22](#_Toc389212150)

[§3. Основные торговые марки и группы на коммерческом рынке лекарственных средств в России 23](#_Toc389212151)

[Готовые лекарственные средства (ГЛС) 23](#_Toc389212152)

[Биологически активные добавки (БАД) 28](#_Toc389212153)

[3. Коммерческий рынок лекарственных средств в 2013-2014 гг. 32](#_Toc389212154)

[§1. Темп роста и объём коммерческого рынка лекарственных средств в 2013-первом квартале 2014 г. 32](#_Toc389212155)

[§2. Лидирующие производители и фармдистрибьюторы 34](#_Toc389212156)

[Лидирующие производители 34](#_Toc389212157)

[Крупнейшие фармдистрибьюторы 35](#_Toc389212158)

[§3. Основные торговые марки и группы на коммерческом рынке лекарственных средств в России 37](#_Toc389212159)

[Готовые лекарственные средства (ГЛС) 37](#_Toc389212160)

[Биологически активные добавки (БАД) 39](#_Toc389212161)

[§4. Прогноз развития рынка в 2013-2015 гг. 42](#_Toc389212162)

[4. Общая характеристика аптечного ритейла в России 44](#_Toc389212163)

[§1. Ценовая сегментация аптечных сетей 44](#_Toc389212164)

[§2. Классификация аптечных сетей 46](#_Toc389212165)

[По месту нахождения 46](#_Toc389212166)

[По форме торговли 47](#_Toc389212167)

[По зоне доступности 48](#_Toc389212168)

[§3. Рентабельность аптечного ритейла 48](#_Toc389212169)

[§3. Состояние аптечного ритейла в регионах России 50](#_Toc389212170)

[§4. Потребительские предпочтения и потребительское поведение 55](#_Toc389212171)

[§5. Средства маркетинговых коммуникаций, используемые аптеками 64](#_Toc389212172)

[5. Основные тенденции и перспективы развития аптечного ритейла в России 71](#_Toc389212173)

[§1. Ожидаемые тренды рынка аптечного ритейла 71](#_Toc389212174)

[§2. Текущие тренды рынка аптечного ритейла 73](#_Toc389212175)

[§2. Факторы, обеспечивающие стабильный прирост коммерческого сектора 74](#_Toc389212176)

[6. Основные игроки на рынке аптечного ритейла в России. 77](#_Toc389212177)

[§1. Аптечные сети 77](#_Toc389212178)

[A5 Group 77](#_Toc389212179)

[ОАО «Аптечная сеть «36,6» 78](#_Toc389212180)

[A.V.E Group 82](#_Toc389212181)

[Горздрав 84](#_Toc389212182)

[Имплозия 84](#_Toc389212183)

[Апрель 85](#_Toc389212184)

[Магнит Косметик 87](#_Toc389212185)

[Областной аптечный склад 89](#_Toc389212186)

[ООО «Ригла» 89](#_Toc389212187)

[ОАО «Радуга» 90](#_Toc389212188)

[ЗАО «Фармакор» 91](#_Toc389212189)

[ГК «Фармаимпекс» 93](#_Toc389212190)

[§2. Сравнительная характеристика межрегиональных и региональных сетей аптек 93](#_Toc389212191)

[§3. Крупнейшие фармацевтические дистрибьюторы 98](#_Toc389212192)

[«СИА Интернейшнл» ЛТД 98](#_Toc389212193)

[ЗАО НПК «Катрен» 99](#_Toc389212194)

[ОАО «Протек» 102](#_Toc389212195)

[ЗАО «Роста» 104](#_Toc389212196)

[«Alliance Healthcare RUS» 106](#_Toc389212197)

[ЗАО «Р-Фарм» 107](#_Toc389212198)

[ООО «Oriola» 109](#_Toc389212199)

[ООО «Биотэк» 111](#_Toc389212200)

[ФК «Пульс» 112](#_Toc389212201)

[«Империя-Фарма» 113](#_Toc389212202)

[§4. Сравнительная характеристика фармацевтических дистрибьюторов в России 115](#_Toc389212203)

[7. Взаимодействие аптечных сетей с дистрибьюторами 121](#_Toc389212204)

[§1. Принципы взаимодействия 121](#_Toc389212205)

[§2. Оценка работы дистрибьюторов 122](#_Toc389212206)

[§3. Дополнительные услуги фармацевтических дистрибьюторов 128](#_Toc389212207)

[8. Государственное регулирование фармацевтического рынка и влияние на аптеки 130](#_Toc389212208)

[§1. Возможное разрешение продажи лекарств в продуктовых магазинах 130](#_Toc389212209)

[§2. Возможный запрет рекламы лекарств, требования к рекламе БАД 132](#_Toc389212210)

[§3. Изменение порядка продажи психотропных препаратов 134](#_Toc389212211)

[§4. Государственное регулирование цен на лекарства 135](#_Toc389212212)

[§5. Государственное регулирование цен на лекарства 137](#_Toc389212213)

[§6. Изменения в системе налогообложения 140](#_Toc389212214)

[§7. Ограничение допустимого срока годности на лекарственные средства 141](#_Toc389212215)

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 27 таблиц и 50 диаграмм.

Таблицы:

[Таблица 1. Топ-10 торговых наименований по объемам продаж на аптечном рынке в стоимостном выражении в 2012 г. 23](#_Toc389211946)

[Таблица 2. Рейтинг продаж МНН, включенных в ЖНВЛП, в 2012 г. 24](#_Toc389211947)

[Таблица 3. Структура продаж ГЛС розничного коммерческого рынка России по АТС-группам в 2012 году. 26](#_Toc389211948)

[Таблица 4. Топ-10 торговых наименований БАД по объему аптечных продаж (в стоимостном выражении) в России в июле-августе 2012 г., %. 29](#_Toc389211949)

[Таблица 5. Десять ведущих производителей по объему аптечных продаж в 2012 и 2013 гг. 35](#_Toc389211950)

[Таблица 6. ТОР-15 фармдистрибьюторов по доле рынка прямых поставок ЛП (с учётом льготы), в денежном выражении, по итогам 2013 г. 36](#_Toc389211951)

[Таблица 7. Десять ведущих торговых наименований по объему аптечных продаж в 2012 и 2013 гг. 37](#_Toc389211952)

[Таблица 8. Десять ведущих МНН и группировочных наименований по объему аптечных продаж в 2012 и 2013 гг. 38](#_Toc389211953)

[Таблица 9. Десять ведущих АТС групп по объему аптечных продаж в 2012 и 2013 гг. 39](#_Toc389211954)

[Таблица 10. Десять ведущих производителей БАД по объему аптечных продаж в 2012 и 2013 гг. 40](#_Toc389211955)

[Таблица 11. Десять ведущих торговых наименований БАД по объему аптечных продаж в 2012 и 2013 гг. 41](#_Toc389211956)

[Таблица 12. Десять ведущих МНН и группировочных наименований по объемам аптечных продаж в 2012 и 2013 гг. 42](#_Toc389211957)

[Таблица 13. Количество аптек в России, Москве и МО в 2011-2012 гг. 51](#_Toc389211958)

[Таблица 14. Аптечные продажи в различных регионах России в 2013 г. 52](#_Toc389211959)

[Таблица 15. Противоречие желаний потребителей с деятельностью аптек в 2010 г. 58](#_Toc389211960)

[Таблица 16. Количество аптек ОАО «Радуга» в различных регионах России в 2012 г., ед. 91](#_Toc389211961)

[Таблица 17. Топ-25 аптечных сетей по объему продаж, 2012 г. 95](#_Toc389211962)

[Таблица 18. Топ-15 российских аптечных сетей по доле коммерческого розничного рынка лекарственного ассортимента, 2012 г. 96](#_Toc389211963)

[Таблица 19. Топ-15 российских аптечных сетей по доле коммерческого розничного рынка нелекарственного ассортимента, 2012 г 96](#_Toc389211964)

[Таблица 20. TOP15 аптечных сетей по доле на розничном коммерческом рынке ЛП в денежном выражении, 2013 г. 97](#_Toc389211965)

[Таблица 21. Доля крупнейших аптечных сетей в товарообороте «Катрен» в 2010 г., ед. и %. 99](#_Toc389211966)

[Таблица 22. Доли, занимаемые компанией «Катрен» в различных сегментах рынка лекарственных средств в 2009-2010 гг., %. 100](#_Toc389211967)

[Таблица 23. Выручка ГК «Протек» и сегментов за 2013 г. 104](#_Toc389211968)

[Таблица 24. Собственные аптечные сети компании ООО «Биотек». 110](#_Toc389211969)

[Таблица 25.Топ-10 дистрибьюторов по доле на фармацевтическом рынке ГЛС в 2012 году. 115](#_Toc389211970)

[Таблица 26. Топ-10 дистрибьюторов по доле на рынке прямых поставок ЛС (включая льготное лекарственное обеспечение), 1 кв. 2013 /1 кв. 2012 гг. %. 116](#_Toc389211971)

[Таблица 27. Топ-5 дистрибьюторов по объему валовых продаж по федеральным округам\* РФ, 1 пол. 2011 г. 117](#_Toc389211972)

Диаграммы:

[Диаграмма 1. Динамика объёма коммерческого розничного сектора российского фармацевтического рынка в стоимостном и натуральном выражениях в 2009-2012 гг., млрд. $ и млрд. упаковок. 17](#_Toc389212023)

[Диаграмма 2. Объемы продаж кодеинсодержащих препаратов в натуральном выражении, 2011-2012 гг., млн. упак. 18](#_Toc389212024)

[Диаграмма 3. Доли импортных и отечественных ЛС в общем объёме продаж ЛС в коммерческом сегменте фармацевтического рынка России в натуральном и стоимостном выражении в 2012 г., %. 19](#_Toc389212025)

[Диаграмма 4. Долевое соотношение стран-производителей лекарственных препаратов в стоимостном и натуральном выражении в 2012 году, % 20](#_Toc389212026)

[Диаграмма 5. Доли ОТС и Rx-препаратов в общем объёме продаж ЛС в коммерческом сегменте фармацевтического рынка в России в натуральном выражении в 2010-2012 гг., %. 21](#_Toc389212027)

[Диаграмма 6. Доли ОТС и Rx-препаратов в общем объёме продаж ЛС в коммерческом сегменте фармацевтического рынка в России в стоимостном выражении в 2010-2012 гг., %. 21](#_Toc389212028)

[Диаграмма 7. Доли ЖНВЛП и не ЖНВЛП в общем объёме продаж ЛС в коммерческом сегменте фармацевтического рынка в России в стоимостном выражении в 2010-2012 гг., %. 22](#_Toc389212029)

[Диаграмма 8. Доли ЖНВЛП и не ЖНВЛП в общем объёме продаж ЛС в коммерческом сегменте фармацевтического рынка в России в натуральном выражении в 2010-2012 гг., %. 22](#_Toc389212030)

[Диаграмма 9. ТОП-10 торговых наименований по объемам продаж на аптечном рынке в стоимостном выражении в 2012 г. 24](#_Toc389212031)

[Диаграмма 10. Динамика объёма коммерческого розничного сектора российского фармацевтического рынка в стоимостном выражении в 2012- 2013 гг., млрд. руб., % 32](#_Toc389212032)

[Диаграмма 11. Динамика объёма коммерческого розничного сектора российского фармацевтического рынка в натуральном выражении в 2012- 2013 гг., млн. упак., % 33](#_Toc389212033)

[Диаграмма 12. Объем коммерческого сегмента ГЛС в стоимостном выражении за первый квартал в 2013 и 2014 гг., млрд. руб. 34](#_Toc389212034)

[Диаграмма 13. Объем коммерческого сегмента ГЛС в стоимостном выражении за первый квартал в 2013 и 2014 гг., млн. упак. 34](#_Toc389212035)

[Диаграмма 14. Доли крупнейших фармдистрибьюторов на рынке ГЛС в 2013 г. 37](#_Toc389212036)

[Диаграмма 15. Структура стоимостных продаж ГЛС розничного коммерческого рынка по ценовым сегментам, % 45](#_Toc389212037)

[Диаграмма 16. Структура аптечных сетей России по географическому охвату в %. 52](#_Toc389212038)

[Диаграмма 17. Рейтинг округов Москвы по обеспеченности аптеками, количество на 1 кв. км территории. 53](#_Toc389212039)

[Диаграмма 18. Рейтинг округов Москвы по обеспеченности аптеками, количество на 100 тыс. жителей. 53](#_Toc389212040)

[Диаграмма 19. Любимые бренды аптек для россиян по данным top20brands.ru в 2010-2012 гг. 55](#_Toc389212041)

[Диаграмма 20. Причины не совершения покупки при запросе конкретного лекарственного средства (на 100 запросов) в 2010 г., %. 57](#_Toc389212042)

[Диаграмма 21. Значимые факторы при приобретении ЛС для покупателей в 2010 г., %. 58](#_Toc389212043)

[Диаграмма 22. Распределение доли покупателей по количеству посещаемых аптек в 2011 г., %. 59](#_Toc389212044)

[Диаграмма 23. Распределение доли покупателей по расположению посещаемых аптек в 2011 г., %. 59](#_Toc389212045)

[Диаграмма 24. Соотношения затрат покупателей на ЛС в зависимости от месячного дохода в 2011 г., %. 60](#_Toc389212046)

[Диаграмма 25. Оценка важности характеристик провизора-фармацевта по шкале от 1 до 5 (5-наиболее важная характеристика, 1-наименее важная характеристика) в 1 квартале 2011 г.,%. 61](#_Toc389212047)

[Диаграмма 26. Оценка важности характеристик аптеки по шкале от 1 до 5 (5-наиболее важная характеристика, 1-наименее важная характеристика) в 4 квартале 2011 г., %. 62](#_Toc389212048)

[Диаграмма 27. Оценка важности принадлежности аптеки к сети по группам затрат на 3 месяца в 4 квартале 2011, % 63](#_Toc389212049)

[Диаграмма 28. Оценка важности принадлежности аптеки к сети по возрастным группам в 4 квартале 2011 г., % 63](#_Toc389212050)

[Диаграмма 29. Доля людей, покупающих ЛС в Интернет-магазинах в 2011 г. 69](#_Toc389212051)

[Диаграмма 30. Факторы, влияющие на выбор аптечной сети потребителями в г. Москва в 2011 г., %. 70](#_Toc389212052)

[Диаграмма 31. Топ-5 межрегиональных аптечных сетей по количественному составу с учетом аптек, работающих с компанией по договорам франчайзинга в 2012 г., ед. и %. 94](#_Toc389212053)

[Диаграмма 32. Топ региональных аптечных сетей с наибольшим количественным составом с учетом аптек, работающих с компанией по договорам франчайзинга в 2012 г., ед. и %. 94](#_Toc389212054)

[Диаграмма 33. Годовой оборот компании «СИА Интернейшнл» ЛТД в 2005-2012 гг., млрд. руб. и %. 98](#_Toc389212055)

[Диаграмма 34. Распределение отгрузки ЛС компании «Катрен» по типам клиента, %. 100](#_Toc389212056)

[Диаграмма 35. Годовой оборот компании НПК «Катрен» на российском фармрынке в 2010-2012 гг., млрд. руб. и %. 101](#_Toc389212057)

[Диаграмма 36. Годовой оборот компании «Роста» на российском фармрынке в 2010-2012 гг., млрд. руб. и %. 105](#_Toc389212058)

[Диаграмма 37. Годовой оборот компании «Alliance Healthcare Russia» на российском фармрынке в 2010-2012 гг., млрд. руб. и %. 106](#_Toc389212059)

[Диаграмма 38. Динамика продаж «Р-Фарм» на российском фармрынке в 2010-2012 гг., млрд. руб. и %. 108](#_Toc389212060)

[Диаграмма 39. Годовой оборот компании «Oriola» на российском фармрынке в 2010-2012 гг., млрд. руб. и %. 109](#_Toc389212061)

[Диаграмма 40. Годовой оборот компании «Биотэк» на российском фармрынке в 2010-2012 гг., млрд. руб. и %. 111](#_Toc389212062)

[Диаграмма 41. Годовой оборот компании ФК «Пульс» на российском фармрынке в 2010-2012 гг., млрд. руб. и %. 112](#_Toc389212063)

[Диаграмма 42. Годовой оборот компании «Империя-Фарма» на российском фармрынке в 2010-2012 гг., млрд. руб. и %. 113](#_Toc389212064)

[Диаграмма 43. Динамика прироста простых контрактов с производителями в ассортименте компании «Империя-Фарма» в 2010-2011 гг. 114](#_Toc389212065)

[Диаграмма 44. Топ-10 дистрибьюторов по доле на рынке прямых поставок ЛС (включая льготное лекарственное обеспечение) 1 кв. 2013 %. 117](#_Toc389212066)

[Диаграмма 45. Оценка значимости отдельных характеристик деятельности дистрибьютора, PharmaQ, апрель 2012, % 122](#_Toc389212067)

[Диаграмма 46. Финансовые условия работы, PharmaQ, апрель 2012, % 123](#_Toc389212068)

[Диаграмма 47. Оценка важности дистрибьюторов, PharmaQ, апрель 2012, доля клиентов, выделивших дистрибьютора как самого важного, % 124](#_Toc389212069)

[Диаграмма 48. Оценка поставщиков по параметрам PharmaQ, апрель 2012 125](#_Toc389212070)

[Диаграмма 49. Оценка уровня сервиса дистрибьюторов, PharmaQ, апрель 2012 125](#_Toc389212071)

[Диаграмма 50. Оценка частоты дефектуры, PharmaQ, апрель 2012, % 126](#_Toc389212072)

Резюме

В июне 2014 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка аптечного ритейла в России.

По итогам 2012 года объем коммерческого розничного сектора российского фармацевтического рынка в натуральном выражении составил ……. млрд. упаковок; в стоимостном выражении объем сектора достиг ……. млрд. руб. По сравнению с 2011 годом объем аптечных продаж ЛС сократился на 4,3% в натуральном выражении и на 11% в стоимостном.

По итогам 2013 года объем коммерческого розничного сектора российского фармацевтического рынка в натуральном выражении составил ……. млрд. упаковок; в стоимостном выражении объем сектора достиг ……. млрд. руб. За 2013 г. коммерческий рынок ГЛС вырос на 14%. Эксперты прогнозируют, что в 2014 объем розничного коммерческого рынка в составит ……. млрд. руб., а уже к 2015 г. вырастет до ……. млрд. руб.

Лидером по количеству аптек в 2013 году является сеть аптек А5 Group, её количество аптек составило 1052. На втором месте по количеству аптек –сеть "Имплозия" – ее количество точек составляет 1050 с учетом франчайзинга. В рейтинге аптечных сетей по объему продаж больше всего представлено московских компаний, где первое место занимает московская компания «Ригла» с долей …….% российского рынка, доля аптек «Доктор Столетов» составляет 2,27%, доля аптек А5 Group составляет 2,04%.

Доля ТОР-50 крупнейших аптечных сетей на розничном коммерческом рынке в первом квартале 2013 года выросла на 6% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составила 34%.

Традиционными локомотивами отрасли по-прежнему выступают крупные межрегиональные и региональные сети, особенно если учесть, что такие организации демонстрируют динамику роста, заметно опережающую динамику рынка в целом. Национальные сети пока менее активны как с точки зрения количественного развития, так и с позиции динамики рыночной доли.

…….

1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Описать текущее состояние и перспективы развития аптечного ритейла в России.

Задачи исследования

1. Определить объём и темпы роста коммерческого рынка лекарственных средств в России в 2009-2014 гг.
2. Выявить и описать структуру коммерческого рынка лекарственных средств в России; определить долю импортных и отечественных лекарственных средств, долю рецептурных и безрецептцрных препаратов, а также долю ЖНВЛП и не ЖНВЛП в структуре российского коммерческого рынка лекарственных средств.
3. Выявить круг лидирующих товарных марок и групп на коммерческом рынке лекарственных средств.
4. Описать общую характеристику аптечного ритейла в России, которое включает в себя анализ рентабельности, выявление сегментов рынка, составление классификации аптечных сетей.
5. Проанализировать исследования о потребительских предпочтениях и потребительском поведении; выявить факторы выбора аптечной сети, выявить самые популярные среди потребителей аптечные сети, определить доли затрат на покупку лекарственных средств и факторы, влияющие на выбор лекарственного средства и др.
6. Описать существующие маркетинговые стратегии аптечных сетей и вывить их влияние на потребительское поведение.
7. Проанализировать тенденции и перспективы развития аптечного ритейла в России.
8. Выявить крупные межрегиональные аптечные сети, описать их основные показатели, направления развития и географию присутствия.
9. Выявить основных фармацевтических дистрибьюторов, описать их основные показатели и историю развития.
10. Описать взаимодействие аптечных сетей и фармацевтических дистрибьюторов.
11. Описать правовое регулирование аптечного ритейла в России, в том числе проанализировать изменения в законодательстве относительно аптечного ритейла и выявить их влияние на развитие аптечного рынка.

Объект исследования

Рынок аптечного ритейла в России.

Метод сбора данных

Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка; Интернет; материалов маркетинговых и консалтинговых компаний; результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Метод анализа данных

1. Базы данных ФТС РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
3. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
4. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
5. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
6. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
7. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

1. Коммерческий рынок лекарственный средств в 2012 году

Фармацевтический рынок в России делится на два сегмента: коммерческий рынок лекарственных средств и государственный. Коммерческий рынок представляет собой продажу лекарственных препаратов через аптеки и аптечные сети. Государственный рынок - это реализация лекарств через государственные лечебно-профилактические учреждения и распространение ГЛС в рамках социальной программы Дополнительного лекарственного обеспечения (ДЛО). В данном отчёте речь пойдёт о коммерческом сегменте фармацевтического рынка.

§1. Темп роста и объём коммерческого рынка лекарственных средств в 2009-2012 гг.

По итогам 2012 года объем коммерческого розничного сектора российского фармацевтического рынка в натуральном выражении составил ……. млрд. упаковок; в стоимостном выражении объем сектора достиг …….. По сравнению с 2011 годом объем аптечных продаж ЛС сократился на 4,3% в натуральном выражении и на 11% в стоимостном. Сокращение рынка в натуральном выражении связано с постепенным снижением спроса на старые лекарственные средства, характеризующиеся продолжительным приемом, и ростом популярности новых, более эффективных препаратов.

Диаграмма 1. Динамика объёма коммерческого розничного сектора российского фармацевтического рынка в стоимостном и натуральном выражениях в 2009-2012 гг., млрд. $ и млрд. упаковок.

Источник: IMS Health

Так, например, спрос на активированный уголь, одна упаковка (10 таблеток) которого составляет 1,25 суточных доз для взрослого, упал на 6%. Для сравнения: одной упаковки препарата Смекта №10, применяемого по аналогичным показаниям, хватает на трехдневный курс лечения. Объем потребления этого средства по итогам года вырос до 1,3 млн. упаковок.

…….

§2. Структура коммерческого рынка лекарственных средств

Импортные и отечественные лекарственные средства

По итогам 2012 года на рынке было реализовано 56% отечественных препаратов в натуральном измерении и 23% в стоимостном. Такая разница в соотношении отечественных и импортных препаратов объяснится невысокой ценой отечественных препаратов относительно импортных.

Диаграмма 3. Доли импортных и отечественных ЛС в общем объёме продаж ЛС в коммерческом сегменте фармацевтического рынка России в натуральном и стоимостном выражении в 2012 г., %.

Источник: IMS Health

Доля импортных ЛС составляет 77% всего розничного рынка в денежном выражении. Это еще раз доказывает, что российский фармрынок воспринимается крупными корпорациями, в основном, как рынок сбыта.

…….

Рецептурные и безрецептурные препараты

OTC (Over the counter) – лекарственные препараты отпускаемые без рецепта.

Rx (Prescription Only) – лекарственные препараты, отпускаемые строго по рецепту.

В 2012 году наибольшая доля в стоимостном объеме аптечных продаж принадлежала Rx-лекарствам (51,4%), в то время как в натуральном выражении …….

ЖНВЛП и не ЖНВЛП

ЖНВЛП – жизненно важные лекарственные препараты.

В 2012 году сокращение доли продаж ЖНВЛП составило 1,3% в натуральном выражении по сравнению с 2011 годом. Доля продаж ЖНВЛП в объеме рынка достигла 41,3% в натуральном выражении.

Доля ЖНВЛП в стоимостном показателе в 2012 году сократилась на …….

§3. Основные торговые марки и группы на коммерческом рынке лекарственных средств в России

*Готовые лекарственные средства (ГЛС)*

Препарат Эссенциале Н в 2012 году возглавляет ТОП-10 торговых наименований, обогнав по продажам в рублях Арбидол.

Позиции компании «Фармстандарт» в 2012 году пошатнулись. Это произошло не только в результате падения спроса на противовирусный препарат Арбидол (-20%), но и за счет снижения реализации кодеинсодержащих ЛС, таких как Пенталгин Н, Терпинкод, Коделак.

Таблица 1. Топ-10 торговых наименований по объемам продаж на аптечном рынке в стоимостном выражении в 2012 г.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Наименование** | **Продажи в млрд. руб.** | **Доля** | **Прирост, %** |
| 1 | Эссенциале |  |  |  |
| 2 | Арбидол |  |  |  |
| 3 | Актовегин |  |  |  |
| 4 | Виагра |  |  |  |
| 5 | Линекс |  |  |  |
| 6 | Алфлутоп |  |  |  |
| 7 | Конкор |  |  |  |
| 8 | Найз |  |  |  |
| 9 | Детралекс |  |  |  |
| 10 | Лазолван |  |  |  |

Источник: IMS Health

…….

Таблица 2. Рейтинг продаж МНН, включенных в ЖНВЛП, в 2012 г.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **МНН** | **% от продаж ЖНВЛП, руб.** | **Объем, млн. руб.** | **Лидер среди брендов внутри МНН** |
| 1 | КСИЛОМЕТАЗОЛИН |  |  | ТИЗИН |
| 2 | ПАНКРЕАТИН |  |  | МЕЗИМ ФОРТЕ |
| 3 | БИСОПРОЛОЛ |  |  | КОНКОР |
| 4 | УМИФЕНОВИР |  |  | АРБИДОЛ |
| 5 | АЗИТРОМИЦИН |  |  | СУМАМЕД |
| 6 | АМОКСИЦИЛЛИН+КЛАВУЛАНОВАЯ |  |  | АМОКСИКЛАВ |
| КИСЛОТА |
| 7 | ЭНАЛАПРИЛ |  |  | ЭНАЛАПРИЛ |
| 8 | ЭТИЛМЕТИЛГИДРОКСИПИРИДИНА |  |  | МЕКСИДОЛ |
| СУКЦИНАТ |
| 9 | ФЛУКОНАЗОЛ |  |  | ФЛЮКОСТАТ |
| 10 | ДРОТАВЕРИН |  |  | НО-ШПА |
| 11 | ИНТЕРФЕРОН АЛЬФАМ |  |  | ВИФЕРОН |
| 12 | ОМЕПРАЗОЛ |  |  | ОМЕЗ |
| 13 | АДЕМЕТИОНИН |  |  | ГЕПТРАЛ |
| 14 | ИБУПРОФЕН |  |  | НУРОФЕН |
| 15 | АТОРВАСТАТИН |  |  | ТОРВАКАРД |
| 16 | ДИДРОГЕСТЕРОН |  |  | ДЮФАСТОН |
| 17 | ЦЕТИРИЗИН |  |  | ЗИРТЕК |
| 18 | АМБРОКСОЛ |  |  | ЛАЗОЛВАН |
| 19 | ТАМСУЛОЗИН |  |  | ОМНИК |
| 20 | КЛОПИДОГРЕЛ |  |  | ПЛАВИКС |

**Источник: DSM Group**

Наибольший рост средневзвешенной цены наблюдается для препарата ЭНАЛАПРИЛ (+17%) за счет увеличения продаж «больших» упаковок ЭНАПА

…….

1. Коммерческий рынок лекарственных средств в 2013-2014 гг.

§1. Темп роста и объём коммерческого рынка лекарственных средств в 2013-первом квартале 2014 г.

Коммерческий сегмент лекарственных средств в 2013 году составил ……. фармрынка России, что на ……. процентный пункт больше, чем в предыдущем 2012 г. Согласно данным DSM Group, объем коммерческого рынка ГЛС по итогам 2013 г. составил ……. млрд. руб. По сравнению с 2012 г. темп прироста рынка снизился на ……..

Диаграмма 10. Динамика объёма коммерческого розничного сектора российского фармацевтического рынка в стоимостном выражении в 2012- 2013 гг., млрд. руб., %

**Источник: DSM Group**

Что касается объема рынка в натуральном выражении, то в 2013 г. он сократился на ……. и составил …….млн. упак. Главный редактор газеты «Фармацевтический вестник», Николай Беспалов, объясняет тенденцию роста рынка в денежном выражении и одновременно его сокращения в натуральном выражении тем, что потребители стали покупать более дорогие препараты, которые необходимы в меньших объемах.

Среднедушевое потребление ГЛС в 2013 г. превысило 6 000 руб. (рост на 13% по сравнению с предыдущим годом), а в натуральном выражении составило 38 упаковок (на 1 упаковку меньше, чем в предыдущем году)

По итогам 1 квартала 2014 года коммерческий рынок ГЛС вырос в рублях на 11,4% по сравнению с аналогичным периодом 2013 года. При этом, в упаковках рынок показал падение на 1,6%.

…….

…….

**Агентство маркетинговых исследований**

**DISCOVERY RESEARCH GROUP**

**125448, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 2, 2 этаж**

**БЦ «Головинские пруды»**

**Тел. +7 (495) 601-91-49, (495) 968-13-14**

**Факс: +7 (495) 601-91-49**

**e-mail: research@drgroup.ru**

**www.drgroup.ru**

**Схема проезда**