

**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 CorporationBmwHinoHyundaiIsuzuIvecoJohn DeereManMercedes BenzPorscheScaniaSetraToyotaVolkswagenАвтомобили и Моторы УралаАвтоцентр ПулковоБелрусавтоВерра-Моторс ПермьВехаГАЗКамазПятое Колесо МенеджментРусские МашиныСеверсталь-АвтоСим-Авто-ПлутонТорговый Дом УралавтоУАЗ**Автомобильные масла**ShellРоснефть**Грузоперевозки / Логистика**ЕвротрансПочтовая Экспедиционная КомпанияТрейд Лоджистик КомпаниФМ Ложистик Восток**Гостиничный бизнес**Гостиница МоскваИнтурист Отель ГруппРусские ОтелиHoliday Inn**Недвижимость**RDI GroupАК Барс ДевелопментГлавстройКонти и КРенова-СтройгрупРусская Инвестиционная ГруппаСтроительная Компания «Люксора»**Киноиндустрия**Гемини ЭнтертейнментИнвесткинопроектКаро ФильмСТС-Медиа | **Автомобильные шины**BridgestoneContinentalGoodyearHankookPirelliSumitomoYokohamaАлтайский Шинный КомбинатБелшинаВостокшинторгДнепрошинаМво-СтолицаМосковский Шинный ЗаводНижнекамскшинаСибур Русские Шины**Строительные и отделочные материалы**CaparolCersanitHenkel Ideal Standard-VidimaIsoverKleoLasselsbergerRockwoolSaint GobainSwisscolorTarkettTerraccoTikkurilaTraleUrsa ЕвразияWienrbergerАнгарский Керамический ЗаводБийский Завод СтеклопластиковБилд Фаст ТекнолоджиЕвротизолКерама ЦентрКератонЛСРМинватаОптимистПромстройматериалы Ратм Цемент ХолдингРусплитСамарский СтройфарфорСанитекСибирь-Цемент-СервисСтарателиСтройдепоТексТопкинский ЦементТорговый Дом ЛакокраскаУфимский Фанерно-Плитный КомбинатЭмпилсЭстима Керамика (Estima)ЮнисЯрославские краски | **Промышленные рынки**ABBAlcoaBasfDupontMitsuiSchneider ElectricSiemensSojitz CorporationXeroxАгромашхолдингАльта ВистаБайкальская Лесная КомпанияБатисБогдановичское ОгнеупорыБыт-Сервис-РегионВолгоградский Завод ЖБИ №1Волжский ОргсинтезВоткинский ЗаводГазпромГазпром НефтьЕвроцементЗавод Бытовой ХимииЗавод Сварочного Оборудования ИскраИлим Палп ЭнтерпрайзИнтерстеклоКерамирКубаньгрузсервисМакслевелМежрегиональная Трубная КомпанияМоспромстройРаменская Мебельная КомпанияЛебедянский ГокОбуховоэнергоРаменский ГокРао Еэс РоссииРоснефтьРусалРусский ПластикСалаватстеклоСеверсталь-ГруппСибирский ЦементСодовая КомпанияСургутнефтегазТатлесстройТрансстройТопкинский цементТюменская Нефтяная КомпанияУралавтостеклоУралхим, Уралхимпласт, Элопак**Мебель**ФеликсМебельная Компания РомулСолоФабрика «8 марта» |
| **Аудит и консалтинг**Bain&CompanyBoston Consulting GroupDeloitte&ToucheErnst&YoungJ’Son & Partners ConsultingKPMGMarshall Capital PartnersPricewaterhousecoopersRoland Berger Strategy ConsultantsWolk&PartnerАудиторская Компания Развитие И ОсторожностьБДО ЮниконИнтербрэндКосалтингстройинвестСеверо-Западный Юридический ЦентрСтратегикаФонд ЦСР Северо-ЗападЭкопси Консалтинг**Страхование**Гута-СтрахованиеИнгосстрахНастаРенессанс Страхование**IT / Телевидение**Hewlett PackardIntelMicrosoftSitronicsАрктелАссоциация Кабельного Телевидения РФГруппа Компаний ВидДальневосточная Компания ЭлектросвязиЗебра ТелекомНовосибирский Городской СайтОпытный Завод МикронРенова-МедиаСибирьтелекомСпутниковое Мультимедийное ВещаниеСтрим-ТВЦентральный Телеграф**Бытовая техника**BoschElectroluxWhirlpoolАквионАтлант | **Банки и финансовые компании**P.P.F. bankaDeutsche BankRaiffeisenRaiffeisen-ЛизингАбсолютбанкАК-Барс БанкАльфа ЦементБанк МосквыБанк ТураналемВТБГазпромбанкДельтакредитЕврофинанс МоснарбанкЗапсибкомбанк Инвестиционная Компания Тройка ДиалогИФД КапиталЪИФК АлемарКамчатпрофитбанкКМБ-БанкЛевобережныйМеталлинвестбанкМоскоммерцбанкПробизнесбанкПромсвязьбанкRussia Partners Management LLC.Ренессанс КапиталРенова-ФинансРоссийский Банк РазвитияРусский СтандартРусфинанс БанкСбербанкСлавпромбанк Солид ИнвестФинансбанкЦентральный Банк Российской Федерации (Банк России)**Реклама**News OutdoorVideo InternationalАгентство Массовых Коммуникаций АК.МАрс КомьюникейшнсСеверная Медиа Группа**Ресторанный бизнес**Картофельный ПапаРестораторРосинтер РесторантсСолнце Мехико | **Розничная торговля**DomoАшанМ ВидеоМирЕвросетьПерекрестокЭльдорадо**Продукты питания**MarsPepsi-ColaTchiboTinkoffАйс-ФилиВолгоградские ВодкиВТО ЭрконпродуктЛебедянскийМинводыпищепродуктМинеральные Воды КавказаНМЖКРусский Винный ТрестРусский ПродуктФабрика Мороженого ПрестижФабрика Мороженое Инмарко**Киноиндустрия**Гемини ЭнтертейнментИнвесткинопроектКаро ФильмСТС-Медиа**Одежда и Обувь**EccoSavageБелвестВестфаликаГлория ДжинсДискомОбувь РоссииТри Толстяка**Парфюмерия и косметика**Beiersdorf AgProcter&GambleYves RocherАрбат ПрестижЛ'ЭтуальНевская Косметика**Образование**Государственная Публичная Научно-Техническая Библиотека Со РанНИУ - Высшая Школа ЭкономикиНовосибирский 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**