

РЕЗЮМЕ

Объем фармацевтического рынка в 2005 г. составил \$9,0 млрд (с НДС) в розничных ценах и \$7,2 млрд (с НДС) в ценах закупки аптек. Рост рынка в розничных ценах составил 35%.

Основным локомотивом рынка в 2005 г. явилась программа ДЛО. Без учета появившегося в 2005 г. сегмента ДЛО рынок вырос всего на 15%. Внедрение программы ДЛО дало дополнительный рост рынка в 20%.

Темпы роста рынка в России в 2005 г. самые высокие. Россия заняла 12-е место в мире по емкости розничного рынка ГЛС (\$6,6 млрд с учетом ДЛО).

Объем аптечного рынка ГЛС (без учета ДЛО) в целом за 2005 г. составил \$4,0 млрд, а рост по отношению к 2004 г. — 7%.

Исходя из данных Минздравсоцразвития России, объем рынка ДЛО в 2005 г. составлял, по оценкам DSM Group, около \$1,37 млрд в розничных ценах.

Темпы роста рынка парафармацевтики (то, что не относится к ГЛС), в том числе сегмента БАД, по итогам 2005 г. составили 41% в ценах конечных потребителей.

По прогнозу DSM Group, объем фармрынка в целом за 2006 г. составит \$10 млрд в розничных ценах, а прирост по отношению к 2005 г. будет равен 10%.

В 2006 г., по оценкам DSM Group, на рост рынка вновь в наибольшей степени повлияет программа ДЛО. Отказалось от участия в программе ДЛО в пользу денег 46% льготников. Согласно исследованию рынка ДЛО¹, проведенному DSM Group в декабре 2005 г. — январе 2006 г., только 70% планировавших отказаться от участия в программе ДЛО оформили свой отказ письменно. Сумма, запланированная на программу ДЛО в 2006 г., по оценкам DSM Group, составит около 30 млрд руб.

1 В рамках исследования рынка ДЛО при помощи личных интервью было опрошено 1615 респондентов в 59 субъектах РФ.

2 В цену таможенной стоимости не входит таможенная пошлина (в большинстве случаев 10%), НДС (10%) и специальный налог (0,15%).

3 За основу при расчете индекса цен за 2005 г. был взят список всех торговых наименований, которые присутствовали в продажах в АУ РФ в 2004 г.

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК РОССИИ 2005



Источник: годовой отчет DSM Group (фрагмент)

К 2010 г. фармацевтический рынок в ценах конечного потребителя возрастет на 70 – 90% и составит \$15 – \$17 млрд.

Объем импорта ГЛС в Россию в 2005 г. составил \$4,7 млрд в ценах таможенной стоимости², что на 55% выше данного показателя в аналогичном периоде 2004 г.

Крупнейшим дистрибьютором по объему импорта в группе «Дистрибьюторские компании» являются: ЦВ «ПРОТЕК» (27,0%), на втором месте — «СИА Интернейшнл» (22,8%). Остальные дистрибьюторы отстают от них с большим отрывом.

Средневзвешенная стоимость одной упаковки ГЛС возросла почти на 20%. Это в основном связано с появлением нового сегмента ДЛО, где весомую долю лекарств составляют высокоэффективные дорогостоящие препараты. В коммерческом сегменте рост средней стоимости упаковки ГЛС в розничных ценах составил всего 13,2%.

На рост средневзвешенной цены повлияло изменение структуры продаж ГЛС (смещение спроса населения, внедрение новых препаратов и аннулирование устаревших). Индекс цен, используемый DSM Group для ценового анализа, устраняет эту погрешность. При его расчете используется фиксированный список торговых наименований³. В 2005 г. индекс цен на ГЛС составил всего 4,7%.

Рейтинг фирм-производителей российского фармрынка по объему

продаж в 2005 г. возглавляет компания Sanofi-Aventis.

Впервые российский производитель «Фармстандарт» вошел в тройку лидеров по стоимостному объему аптечных продаж.

Темпы прироста фирм-производителей из ТОП-20 растут быстрее, чем коммерческий аптечный рынок ГЛС (11% против 9,9%). Наибольший рост отмечен у фирмы Schering AG — 35%.

Объем аптечного рынка БАД составил в 2005 г. в стоимостном выражении \$249 млн, а в натуральном — 169 млн уп.

Продолжается активное развитие сегмента аптечных сетей, которое выражается в укрупнении, расширении географии присутствия в регионах России за счет открытия новых аптек и покупки местных региональных сетей, а также в развитии фарммаркетов. Это усиливает позиции аптечных сетей среди игроков фармрынка России.

Среди крупных дистрибьюторов наметилась тенденция к диверсификации бизнеса за счет покупки и строительства фармацевтических заводов. К ним относятся, в частности, ЦВ «ПРОТЕК», «СИА Интернейшнл» и «Биотэк».

Наиболее привлекательными регионами по объему фармацевтического рынка, темпам роста и потреблению ГЛС на душу населения являются следующие:

Свердловская область	Алтайский край
Республика Башкортостан	Новосибирская область
Челябинская область	Хабаровский край
Омская область	Иркутская область
Ханты-Мансийский АО (ХМАО)	Республика Саха (Якутия)
Самарская область	Кемеровская область
г. Санкт-Петербург	Московская область
Ленинградская область	г. Москва

ОБЪЕМ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

«Самое главное установлено. Деньги у подзащитного есть». И. Ильф, Е. Петров. «Золотой теленок»⁴

События, происходившие на фармрынке России в 2005 г., затронули, пожалуй, даже тех, кто к фармрынку непосредственного отношения не имеет. Итоги этого года стали интригой еще задолго до его начала, а именно в тот день, когда в дверях очередной раз появилось государство с таинственной желтой папкой под названием «Программа ДЛО». Что в папке и чем она обернется для каждого из игроков фармрынка — блюдечком или крышечкой, изначально в точности не знал никто. Да и в то, что государству удастся эту программу реализовать, верили не все. Но сейчас можно подвести некоторые итоги этого непростого, но удачного, в целом, года.

На графике 1 представлена динамика объема фармацевтического рынка России в 2004–2005 гг. в ценах закупок аптек и в розничных ценах.

Итак, по данным розничного аудита DSM Group, объем фармрынка в 2005 г. составил \$7,2 млрд (с НДС) в ценах закупки аптек и \$9,0 млрд (с НДС) — в розничных ценах.

Рост рынка в розничных ценах составил 35%. На фоне динамики прошлых лет эта цифра выглядит весьма впечатляюще. За счет чего же

фармрынок показал такие небывалые темпы роста?

Основным локомотивом фармрынка в 2005 г. оказалась, как и следовало ожидать, программа ДЛО. Без учета появившегося в 2005 г. сегмента ДЛО рынок вырос всего на 15%, то есть внедрение программы ДЛО дало дополнительный рост рынка в 20%.

Однако в истекшем году у фармрынка была и еще одна «пристяжная лошадка» — парафармацевтика. Как видно из графика 1, в 2005 г. сегмент парафармацевтики в розничных ценах вырос почти в полтора раза по сравнению с 2004 г. Это объясняется рядом факторов. С одной стороны, в 2005 г. усилилась тенденция к развитию аптечных сетей и внедрению открытой формы торговли. А доля парафармацевтики в аптечных сетях с открытой формой торговли значительно выше, чем в прочих аптечных учреждениях. С другой стороны, активная пропаганда здорового образа жизни вкупе с ростом доходов населения привела к тому, что люди стали покупать в аптеках больше препаратов, способствующих профилактике болезней, например, таких, как БАД.

ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

Краткосрочный прогноз развития фармацевтического рынка России: 2006 г.

«Набело гадали по руке.

Линии руки вдовы Грицацовой

были чисты, мощны и безукоризненны. Линия жизни простиралась так далеко, что конец ее заехал в пульс, и если линия говорила правду, вдова должна была бы дожить до Страшного суда».

Итак, если фармрынку России хватит бензина на поддержание заданных в 2005 г. темпов, хрустальная мечта Великого комбинатора станет для нас реальностью, и придется придумывать новую. Насколько же велика вероятность того, что заданные темпы роста рынка сохранятся и в дальнейшем? Это зависит от целого ряда долгосрочных и краткосрочных факторов.

В 2006 г., по оценкам DSM Group, на рост рынка вновь в наибольшей степени повлияет программа ДЛО. Отказалось от участия в программе ДЛО в пользу денег 46% льготников. Важно, что согласно исследованию рынка ДЛО⁵, проведенному DSM Group в декабре 2005 г. — январе 2006 г., только 70% планировавших отказаться от участия в программе ДЛО оформили свой отказ письменно. Сумма, запланированная на программу ДЛО в 2006 г., по оценкам DSM Group, будет несколько меньше, чем в 2005 г. Если в 2005 г. на эту Программу был изначально выделен 51 млрд руб., реально потрачено 39 млрд руб., то в 2006 г. запланированная сумма составит 30 млрд руб.

В то же время часть льготников, получивших денежную компенсацию, будет закупать ГЛС в коммерческом секторе. Поэтому темпы роста аптечного сегмента ГЛС в 2006 г. окажутся выше, чем в 2005 г., и, по оценкам DSM Group, составят около 16%.

Так как тенденция к дальнейшему развитию аптечных сетей и росту доходов населения в 2006 г. скорее всего, сохранится, темпы роста сегмента парафармацевтики вновь окажутся наиболее высокими. По оценкам DSM Group, они составят около 35%, то есть несколько меньше, чем в 2005 г.

Таким образом, в 2006 г. объем фармрынка окажется следующим:



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. CMK соответствует требованиям ISO 9001:2000

Примечание. ДЛО — дополнительное лекарственное обеспечение, ПФ АУ — парафармацевтические товары (БАД, косметика и т.д.) в аптечных учреждениях (АУ), ЛПУ — лечебно-профилактические учреждения, ГЛС АУ — готовые лекарственные средства в аптечных учреждениях (АУ).

4 Далее по тексту цитаты из книги «Золотой теленок», авт. И.Ильф, Е.Петров

5 В рамках «Исследования рынка ДЛО» при помощи личных интервью было опрошено 1615 респондентов в 59 субъектах РФ.

График 2



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям ISO 9001:2000

Примечание. ДЛО — дополнительное лекарственное обеспечение, ПФ АУ — парафармацевтические товары (БАД, косметика и т.д.) в аптечных учреждениях (АУ), ЛПУ — лечебно-профилактические учреждения, ГЛС АУ — готовые лекарственные средства в аптечных учреждениях (АУ).

Как видно из графика 2, объем рынка в 2006 г. в розничных ценах составит почти \$10 млрд, а его рост по отношению к 2005 г. — 10%.

СТРУКТУРА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

Структура продаж ГЛС по АТС-группам на коммерческом рынке

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

Рейтинг АТС-групп по доле в стоимостном и натуральном объеме аптечных продаж представлен на графике 3 и 4.

В 2005 г. на аптечном рынке России первое место по стоимостному объему продаж заняла группа А: пищеварительный тракт и обмен веществ. Ее доля составила 19%. На втором месте — группа N: препараты для лечения заболеваний нервной системы (почти 14%), а на третьем — группа С: препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы (11,2%).

Необходимо учитывать, что такое соотношение АТС-групп характерно именно для аптечного сектора.

Наибольший вклад в увеличении стоимостной емкости аптечного рынка ГЛС в 2005 г. внесла АТС-группа: ЛП, не имеющие АТС-группы. Ее взвешенный прирост оказался самым высоким. Это обусловлено большим объемом

продаж таких препаратов данной группы, как «Боярышник», который увеличил свои продажи в стоимостном выражении в 2005 г. по сравнению с 2004 почти в два раза. «Настойка перца стручкового» из данной группы увеличила продажи в 3,5 раза, а «Анаферон Детский» — в 2,6 раза.

Таблица 1

АТС-группы I уровня	Доля от стоимостного объема продаж, \$, %		Доля от натурального объема продаж, уп., %	
	2004 г.	2005 г.	2004 г.	2005 г.
А: Пищеварительный тракт и обмен веществ	19,3	19,0	19,7	19,6
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	13,7	13,6	21,3	19,8
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	10,8	11,2	11,9	12,4
С: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	12,8	11,1	8,7	7,6
J: Противомикробные препараты для системного использования	8,3	8,2	6,8	6,2
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	7,1	7,9	1,6	1,5
[~] ЛП, не имеющие АТС-группы	5,8	6,7	9,9	12,6
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	5,2	5,6	9,3	10,2
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	5,1	5,5	4,0	3,6
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	4,4	4,1	0,7	0,8
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	3,0	2,8	2,0	1,8
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,0	1,9	2,3	2,0
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	1,4	1,1	0,4	0,3
V: Прочие препараты	0,5	0,7	0,8	0,9
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,6	0,6	0,6	0,6

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. СМК соответствует требованиям ISO 9001:2000.

Взвешенный прирост учитывает долю, которую занимает АТС-группа, умноженную на темп ее прироста. Данный показатель может рассчитываться как в стоимостном, так и в натуральном выражении.

На втором месте по взвешенному темпу прироста в денежном выражении оказалась группа G: препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны. Это произошло за счет полуторократного увеличения продаж Виагры в 2005 г.

Высокие темпы прироста показала группа R: препараты для лечения заболеваний респираторной системы (за счет «Терпинкода», «Отривина», «Граммидина») и группа A: пищеварительный тракт и обмен веществ (за счет «Линекса» и «Компливита»).

БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫЕ ДОБАВКИ

«Феофан Мухин оставил станковистов далеко позади.

Заведующий гостиничным трестом был изображен не масляными

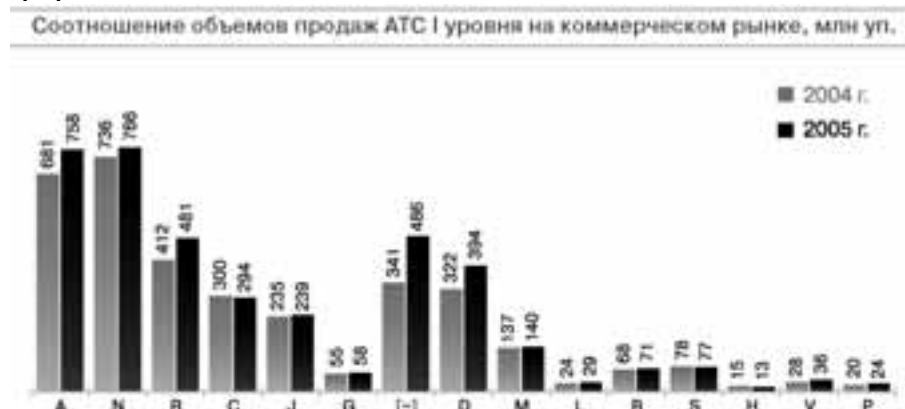
График 3



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. CMK соответствует требованиям ISO 9001:2000.

Примечание. [-] ЛП, не имеющие АТС-группы (гомеопатические ЛП, ЛП растительного, животного происхождения, субстанции и другие).

График 4



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. CMK соответствует требованиям ISO 9001:2000.

Примечание. [-] ЛП, не имеющие АТС-группы (гомеопатические ЛП, ЛП растительного, животного происхождения, субстанции и другие).

красками, не акварелью, не углем, не темперой, не пастелью, не гуашью и не свинцовым карандашом.

Он был сработан из овса. И когда художник Мухин перевозил на извозчике картину в музей, лошадь беспокойно оглядывалась и ржала.

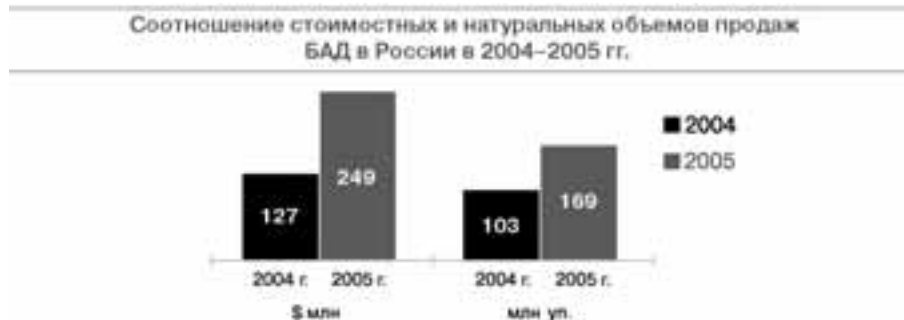
С течением времени Мухин стал употреблять также и другие злаки. Имели громовой успех портреты из проса, пшеницы и мака, смелые наброски кукурузой и ядрицей, пейзажи из риса и натюрморты из пшени.

— Овсом оно, конечно, способнее!
— воскликнул Остап.
А Рубенс-то с Рафаэлем дураки — маслом старались».

Объемы реализации биологически активных добавок через розничные

аптечные учреждения значительно выросли за 2005 г. Количество торговых наименований БАД увеличилось на 2,5 тыс. и в 2005 г. составило более 5 тыс. (в основном, за счет роста числа российских БАД). В настоящее время в общей структуре ассортимента БАД только 1/3 составляют добавки иностранного производства. Российский потребитель отдает свои предпочте-

График 5



ния отечественным БАД.

Биологически активные добавки присутствуют на российском рынке уже второе десятилетие. Отношение потребителей к БАД менялось от настороженного любопытства и недоверия до осознанного выбора. Сегодня БАД довольно прочно вошли в нашу жизнь и активно развиваются.

В 2005 г. через российские аптеки было реализовано БАД на общую сумму \$249 млн (169 млн уп.). 26% стоимостного объема продаж пришлось на две столицы — Москву и Санкт-Петербург. Рынок БАД развивается очень быстро и показывает значительный прирост, в отличие от лекарственных препаратов. Именно поэтому многие производители ГЛС обращают пристальное внимание на сегмент биологически активных добавок. Интерес потребителя к БАД растет, в том числе благодаря рекламным кампаниям, пропаганде комплексного подхода к терапии заболеваний. Сформировалась тенденция регистрации (перерегистрации) ОТС-препаратов как БАД.

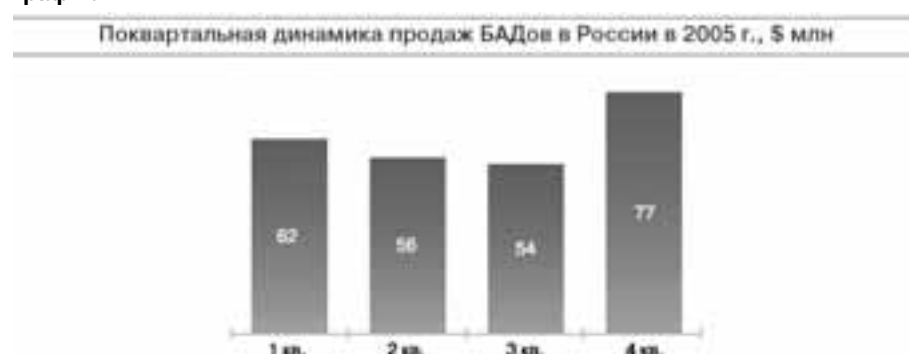
По сравнению с 2004 г., объемы продаж БАД выросли почти в 2 раза — на 96% долл. и 64% уп. (см. график 5). Доля продаж БАД в 2005 г. в общем объеме розничной реализации (БАД+ГЛС) составила 6% (см. график 6). В 2005 г. средневзвешенная упаковка БАД стала стоить дороже, что не было обусловлено увеличением доли иностранных и/или дорогостоящих БАД. Рост ценового уровня БАД ненамного превысил показатель инфляции по итогам 2005 г. (около 11%).

Основной пик продаж БАД в 2005 г. пришелся на последний квартал (его доля в годовом долларовом объеме БАД составила почти 30%). В целом,

График 6



График 7



динамика продаж БАД отражает тенденции всего фармацевтического рынка — снижение во втором и третьем кварталах и значительные объемы в первом и четвертом (см. график 7).

Для ТОП-20 в 2005 г. характерным стало наличие новинок: капсулы «Жуйдэмэн» для похудения, «Омегапол», «Селен актив», «Чернега», «Очанка звездная» и «Овесол». В рейтинге продаж БАД за 2005 г. (см. таблицу 2) произошли значительные изменения. На первое место в 2005 году вышла БАД, в новой для нее форме приема — капсулах Жуйдэмен для похудения (5,72%), которая ненамного потеснила лидера прошлого года «Капилар» (5,69%). Разработка и вывод на рынок удачной и удобной для потребителя формы позволила производителю значительно повысить объемы продаж. «Капилар» и «Алфавит» хотя и переместились на 2-е и 3-е места соответственно, но увеличили свои доли продаж в сравнении в 2004 г.

Достаточно прочные позиции — у отечественных производителей БАД (см. таблицу 3). В 2004–2005 гг. первое и второе места удерживают,

соответственно, компании «Диод» и компания «Эвалар», которые в 2005 г. увеличили свои относительные доли в общем объеме (суммарная доля продаж БАД этих производителей увеличилась на 2,57 %). На третье место в 2005 г. компании «Пекинский центр продаж Жуйдэмэн чая» позволила выйти ее новинка — капсулированная форма «Жуйдэмэн» для похудения.

ОБЗОР СОБЫТИЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА Аптечные сети

Российские аптечные сети продолжают планомерно развиваться, в том числе, и за счет расширения своего присутствия в регионах. Один из ведущих игроков розничного звена фармацевтического рынка, компания «Аптечная сеть 36,6», в 2005 г. открыла аптеки в нескольких новых регионах. Таким образом, на конец 2005 г. компания насчитывала 445 аптек в 19 регионах (64 городах), в

Таблица 2 ТОП-20 торговых наименований БАД в России по стоимостному показателю

2005 г.				
№ п/п	Торговое наименование	Фирма-производитель	\$, %	В сравнении с рейтингом 2004 г.
1	Жуйдэмэн д/похудения капсулы	Пекинский центр продаж Жуйдэмэн чая	5,72	NEW
2	Капилар	Диод	5,69	
3	Алфавит	Аквирон	3,35	
4	Виардо	Диод	2,62	
5	Черника-Форте	Эвалар	2,50	
6	Йод-Актив	Диод	1,41	
7	Окулист	Диод	1,35	
8	Атероклефит	Эвалар	1,33	=
9	Лактофильтрум	Сти-Мед Сорб (поставщик — Лексирь)	1,27	
10	Артровит	Курортмедсервис (произведено «Мерцана»)	1,25	
11	Жуйдэмэн чай № 1 д/похудения	Пекинский центр продаж Жуйдэмэн чая	1,24	
12	Омегапол	ННПЦ ГИП	1,19	NEW
13	Идеал	Индустри Джаму Сари Сахат	1,18	
14	Красный Корень	Эвалар	1,05	
15	Цыгапан	Планета Здоровья	1,00	
16	Селен Актив	Диод	0,95	NEW
17	Вука-Вука	Biocorp Pharmaceuticals	0,93	
18	Чернега	Курортмедсервис (произведено «Мерцана»)	0,91	NEW
19	Очанка Звездная*	Эвалар, Хелми Холдинговая Компания	0,90	NEW
20	Овесол	Эвалар	0,89	NEW

*«Эвалар» ЗАО — выпускает: «Очанка Звездная», капсулы 0,26г № 30 и «Очанка Звездная», чай 1,5г № 20; «Хелми Холдинговая Компания» ЗАО — выпускает: «Очанка Звездная», брикеты 0,5г № 50.

Таблица 2 Топ-20 торговых наименований БАД в России по стоимостному показателю

2004 г.			
Торговое наименование	Фирма-производитель	\$, %	Покинули Топ-20 в 2005 г.
Капилар	Диод	3,83	
Алфавит	Аквион	3,12	
Виардо	Диод	2,73	
Черника-Форте	Эвалар	2,71	
Гематоген Русский	Фарм-Про	2,02	OUT
Гудзон	Nature Way International, Inc.	1,91	OUT
Йод-Актив	Диод	1,85	
Атероклефит	Эвалар	1,56	
Жуйдэмэн Чай N1 д/похудения	Пекинский центр продажи Жуйдэмэн чая	1,37	
Идеал	Индустри Джаму Сари Сахат	1,35	
Красный Корень	Эвалар	1,31	
Артровит	Курортмедсервис (произведено «Мерцана»)	1,30	
Морфей	Курортмедсервис (произведено «Мерцана»)	1,25	OUT
Вука-Вука	Bioscorp Pharmaceuticals	1,23	
Лактофилтрум	Сти-Мед Сорб (поставщик Лексирь)	1,13	
Окулист	Диод	1,11	
Цыгапан	Планета Здоровья	1,10	
Золотой Конек	P.T. Ikona Pharmaceutical Industry Jakarta	1,08	OUT
Астин	Источник Долголетия НПО	1,03	OUT
Юй Шу	Юй Шу по Развитию Биостроительства	0,89	OUT

январе 2006 г. число аптек выросло до 482. Консолидированные продажи компании по итогам 2005 г. составили свыше \$300 млн, что на 42% превышает показатели прошлого года. Долг «Аптечной сети 36,6» по итогам 2006 г. составил \$109 млн.

Другая крупная компания — аптечная сеть «Первая помощь», начала франчайзинговую программу. Стоимость франшизы составит 1,5–2,5 млн руб. (в зависимости от срока договора — от 5 до 10 лет), роялти — 5%. Требованиями к франчайзи являются помещение в собственности или в аренде сроком не менее пяти лет, а также открытая форма торговли в аптеке (аптечный супермаркет). За это партнер сети получит право использования торговой марки. Кроме того, «Первая помощь» сделает ремонт помещения и предоставит все торговое оборудование, а также возьмет на себя расходы на рекламу. С запуском программы сеть планирует за два года открыть в регионах около 50–70 аптек. По итогам 8 месяцев работы в 2005 г. оборот аптечной сети «Пер-

вая помощь» составил почти 966 млн рублей, что на 30% больше, чем за аналогичный период 2004 г. На данный момент сеть насчитывает 81 аптеку, в том числе 34 фарммаркета. В планах на 2006 г. — расширение сети до 110 аптек (приоритетным направлением станет расширение московского филиала — планируется открыть еще 20 аптек).

Крупнейший российский фармдистрибьютор — ЦВ «ПРОТЕК» собирается вложить в свою аптечную сеть «Ригла» около \$100 млн. В планы компании входит рост к 2009 г. числа розничных точек «Ригла» до 500 аптек, то есть ежегодно количество аптек будет увеличиваться примерно на 50%. Уже в следующем году количество аптек «Ригла» увеличится до 320, а оборот сети превысит \$130 млн. Кроме того, в 2006 г. компания «Ригла» откроет свыше 100 аптечных пунктов для работы в секторе ДЛО. Эти предприятия будут выведены в отдельное бизнес-направление с собственной структурой, которое будет функционировать как отдельное юридическое лицо «Ригла — социаль-

ные аптеки».

Владельцы аптечной сети «Фармакор» ведут переговоры о продаже этого бизнеса. Тот, кто купит эту сеть, получит сразу порядка 15% петербургского рынка. Сеть оценивают в \$60–70 млн. По предварительным оценкам, оборот компании в 2005 г. может составить \$135–140 млн. Сейчас компания «Фармакор» управляет примерно 200 торговыми точками. Рентабельность составляет 6–12% (собственная информация «Фармакор»). В следующем году планируется открытие 60 новых точек. Свою долю на рынке Петербурга компания оценивает в 35%, а в 2006 г. намеревается довести ее до 45%.

Общие объемы продаж муниципальных аптек в Москве сокращаются, однако московская сеть ГУП «Столичные аптеки» должна способствовать сохранению государственных аптек и повышению их конкурентоспособности. На данный момент «Столичные аптеки» объединяют 289 точек. По данным DSM Group, на долю сети «Столичные аптеки» приходится около 15% оборота московского рынка емкостью \$1,5 млрд в год.

Производители

В России начато несколько проектов по производству отечественного инсулина. По предварительным данным, российский рынок инсулинов в 2005 г. составил около \$185 млн, ежегодно он растет на 25–30%. Около 98% рынка занимают иностранные производители (Novo Nordisk, Eli Lilly, Sanofi-Aventis), из отечественных компаний инсулин выпускают лишь «Брынцалов А» — 0,5% и Институт биоорганической химии РАН — 0,1%. Основной канал сбыта — госзакупки, на которые приходится около 67% рынка (\$125 млн), а розничный и госпитальный рынок оценивается в \$57 млн.

Первыми компаниями, объявившими о начале работ по производству российского инсулина, стали группа компаний «Биотэк»⁶ и китайская фармкомпания Tonghua Dongbau. Второй

6 В группу компаний «Биотэк» входит пятая по величине в России фармдистрибуторская компания (8 филиалов и 12 дочерних обществ), производственные предприятия (подмосковный «Биодез», московский МФПДК, ООО «Марбиофарм» (Йошкар-Ола), «Биоситнез» (Пенза)), а также розничная сеть из 152 аптек и аптечных пунктов.

Таблица 3 Соотношение продаж БАД в зависимости от раздела Федерального реестра биологически активных добавок, \$, %

Раздел реестра БАД	Доля в общем объеме рынка БАД	Лидер продаж в разделе БАД	Доля в общем объеме рынка БАД
Раздел 2: БАД к пище, влияющие преимущественно на процессы тканевого обмена	29,36	Алфавит	3,35
Раздел 9: БАД к пище для лиц, контролирующих массу тела	16,47	Жуйдэмэн д/похудения капсулы	5,72
Раздел 8: БАД к пище, поддерживающие функции органов пищеварения	10,42	Лактофильтрум	1,27
Раздел 5: БАД к пище — источники веществ антиоксидантного действия и веществ, влияющих на энергетический обмен	7,43	Капилар	5,69
Раздел 14: БАД различных групп	6,69	Окулист	1,35
Раздел 1: БАД к пище, влияющие на функции центральной нервной системы	5,04	Морфей	0,73
Раздел 6: БАД к пище, влияющие на функцию сердечно-сосудистой системы	4,95	Атероклефит	1,33
Раздел 11: БАД к пище, поддерживающие функцию опорно-двигательного аппарата	4,71	Артровит	1,25
Раздел 12: БАД к пище, влияющие на гуморальные факторы регуляции обмена веществ	4,55	Красный Корень	1,05
Раздел 3: БАД к пище — источники минеральных веществ	4,16	Йод-Актив	1,41
Раздел 13: БАД к пище, влияющие на процесс детоксикации и способствующие выведению из организма чужеродных и токсичных веществ	1,85	Лэй Дэ	0,63
Раздел 7: БАД к пище, поддерживающие функцию органов дыхания	1,45	Барсучий жир	0,19
Раздел 10: Биологически активные добавки к пище, снижающие риск заболеваний органов мочеполовой системы	1,29	Пролит Супер	0,22
Раздел 4: БАД к пище, поддерживающие функцию иммунной системы	1,16	Долголет	0,25
Раздел 15: БАД к пище, влияющие на лактацию	0,47	Нірр д/кормящих матерей	0,21

компанией, начавшей строительство завода по выпуску инсулина, стала польская Bioton. ООО «Биотон Восток» (российское представительство) рассчитывает запустить предприятие уже в конце 2006 г. Третьей компанией объявившей о выходе на данный сегмент, стал холдинг «Фармстандарт»⁷. Производство инсулинов уже построено на принадлежащем «Фармстандарту» заводе в Уфе, в ближайшее время начнется выпуск.

Российская фарминдустрия продолжает развиваться в соответствии с мировыми тенденциями. В феврале 2006 г. в Новосибирске вступит в

эксплуатацию фармацевтическое предприятие, построенное «с нуля» по международным стандартам GMP. Завод будет работать в режиме полного цикла — от разработки новых лекарственных препаратов до их испытания и производства.

Продолжают свое развитие российские фармацевтические холдинги. Компания «Биотэк» приобрела завод «Марбиофарм», входящий в группу производителей лекарств «Фармстандарт», у британской компании Millhouse Capital.

Объемы продаж российских фармацевтических производителей продолжают расти.

Так, по итогам 2005 г. объем продаж ЗАО «МАКИЗ-ФАРМА», включающий также ЗАО «Скопинфарма» составил \$37,3 млн. Кроме того, компания планирует расширить производственную базу за счет строительства логистического комплекса на 6 тыс. палетто-мест.

Таким образом, российский рынок остается привлекательным для иностранных инвесторов — например, индийская компания JB Chemicals & Pharmaceuticals открывает в Москве свое подразделение. Этот шаг направлен на расширение присутствия компании на российском фармрынке — 45% доходов компания получает из России и стран СНГ.

Дистрибьюторы

Продолжается процесс создания российскими дистрибьюторами вертикально интегрированных холдингов. Так, компания «СИА Интернейшнл» приобрела контрольный пакет акций одного из крупнейших отечественных производителей фармацевтической продукции — саранского ОАО «Биохимик», а также крупные пакеты акций «Синтеза» (Курган) и «Биосинтеза» (Пенза). Данная сделка обошлась компании в \$26,5 млн. В дальнейшем, пакет акций «Биосинтеза» был доведен до контрольного и продан другому фармхолдингу — компании «Биотэк».

Топ-менеджеры другого крупного российского дистрибьютора лекарств, компании «Катрен», выкупили у ЕБРР блокпакет акций своей компании для продажи его в дальнейшем профильному инвестору.

Один из крупнейших российских дистрибьюторов — «Аптека-Холдинг» — был приобретен британским фармацевтическим холдингом Alliance UniChem. На данный момент UniChem находится в процессе слияния с британской сетью аптек Boots.

Благодаря проведению программы ДЛО все дистрибьюторы, принявшие в ней участие, смогли значительно увеличить объемы своих продаж.

⁷ Группа «Фармстандарт» была образована в 2004 г. после приобретения компанией Millhouse Capital российских активов американской ICN Pharmaceuticals Inc. На сегодняшний момент в группу входят ОАО «Фармстандарт-Октябрь» (Санкт-Петербург), ОАО «Фармстандарт-Лексредства» (Курск), ОАО «Фармстандарт-Томскхимфарм» (Томск), ОАО «Фармстандарт-Уфавита» (Уфа) и ООО «Фармстандарт-Фитофарм-НН» (Нижний Новгород).