

ВОЛНУЮЩИЙ РЫНОК! АПТЕЧНЫЕ ПРОДАЖИ В УКРАИНЕ: ИТОГИ I КВ., МАРТА 2009 Г.

Время летит быстро, вроде недавно начался первый месяц весны, а уже сегодня — ее середина. Измененная в конце прошлого года жизнь фармрынка держит всех в напряжении и волнении. «Первые цветочки» уже позади. Операторы несколько приспособились (если можно так сказать) к сложившимся условиям. Уста не покидают различные рецепты, как действовать и что делать. Все они сводятся к одному — необходима быстрая реакция на все изменения рынка, и скорость работы здесь превыше всего. Не ошибусь, если скажу, что постоянное наличие свежих данных играет ключевую роль в этом процессе. Как раз для того, чтобы Вы были как можно ближе к развитию розничного фармрынка, наиболее интересно анализировать данные, поступившие буквально вчера. При подготовке публикации традиционно использованы данные аналитической системы исследования рынка «Фармстандарт» компании «МОРИОН».

Еще на прошлой неделе мы говорили о развитии розничного фармрынка, оперируя предварительными данными, а уже сегодня можем сообщить о результатах работы операторов по итогам не совсем простого I кв. 2009 г.

туральном выражении характерен для первого весеннего месяца.

В целом по итогам I кв. 2009 г. для всех категорий товаров отмечают уменьшение количества реализованных упаковок. Наиболее активно увеличивался объем продаж изделий медицинского назначения (ИМН)

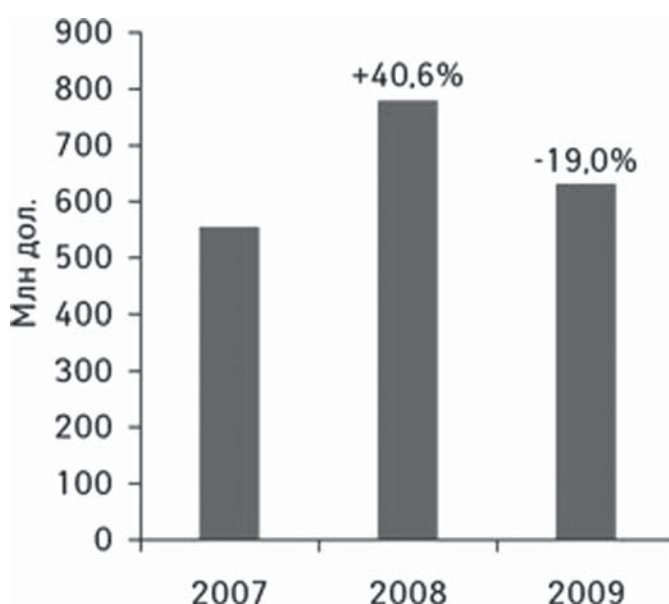


Рис. 1. Объем аптечных продаж (дол. США) в I кв. 2007–2009 гг. с указанием процента прироста/убыли по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года

— +36,4% и лекарственных средств (ЛС) — +22,9% в денежном выражении. Для косметики и биологически активных добавок (БАД) этот показатель был ниже

«АПТЕЧНАЯ КОРЗИНА»

По итогам I кв. 2009 г. общий объем аптечных продаж увеличился на 23,5% в денежном выражении и сократился на 16,2% в натуральном по сравнению с аналогичным периодом 2008 г., составив 4,9 млрд грн. за 426,1 млн упаковок (табл. 1). При этом в марте 2009 г. аптечными учреждениями было реализовано товаров на сумму 1,7 млрд грн. за 149,6 млн упаковок. Темпы прироста/убыли составили +24,1% в денежном и -13,5% в натуральном выражении. Если взглянуть на развитие розничного фармрынка за первые 3 мес. текущего года, то наибольший его объем в денежном и на-

Таблица 1.
Объем аптечных продаж по категориям товаров в I кв. 2007–2009 гг. с указанием процента прироста/убыли по сравнению с аналогичными периодами предыдущих лет

I кв., год	Млн грн.	Удельный вес категории, %	Δ, %	Млн упаковок	Удельный вес категории, %	Δ, %
ЛС						
2007	2365,0	84,5	—	307,6	65,3	—
2008	3255,8	82,8	37,7	321,7	63,3	4,6
2009	4002,7	82,4	22,9	260,9	61,2	-18,9
ИМН*						
2007	222,9	8,0	—	142,8	30,3	—
2008	328,9	8,4	47,6	161,1	31,7	12,8
2009	448,7	9,2	36,4	141,9	33,3	-11,9
Косметика						
2007	133,1	4,8	—	12,2	2,6	—
2008	211,2	5,4	58,7	14,3	2,8	16,6
2009	245,0	5,0	16,0	12,9	3,0	-9,8
БАД						
2007	76,6	2,7	—	8,6	1,8	—
2008	137,2	3,5	79,2	11,2	2,2	30,6
2009	161,2	3,3	17,4	10,4	2,4	-7,3
Всего						
2007	2797,6	—	—	471,2	—	—
2008	3933,2	—	40,6	508,2	—	7,9
2009	4857,5	—	23,5	426,1	—	-16,2

*В общий объем аптечных продаж ИМН включены объемы реализации дезинфицирующих средств, которые прошли процедуру регистрации

общерыночного. Доля этих категорий товаров уменьшилась в денежном выражении. Следует отметить, что события в марте 2009 г. развивались по сценарию, отмеченному в январе и феврале этого года.

Пожалуй, для всех операторов важно и интересно видеть развитие фармрынка не только в национальной валюте, но и в долларовом эквиваленте. Напомним, в предыдущей публикации сообщалось, что в январе–феврале 2009 г. общий объем рынка составил 407,9 млн дол. США, сократившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 19,2%. Если говорить о каждом месяце отдельно, то в январе 2009 г. убыль общего объема аптечных продаж в долларах составила –15,1%, а в феврале –22,9%. Уже в марте 2009 г. этот показатель составил –18,6%, а в абсолютном значении достиг 223,0 млн дол. Такую же убыль продемонстрировал рынок ЛС — до 182,3 млн дол.

В целом же по итогам I кв. 2009 г. объем розничного фармрынка в долларах уменьшился на 19,0%

Таблица 2.

Объем аптечных продаж в денежном выражении по категориям товаров зарубежного и отечественного производства в I кв. 2007–2009 гг. с указанием процента прироста/убыли по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года

I кв., год	Товары зарубежного производства			Товары отечественного производства		
	Млн грн.	Удельный вес категории, %	Δ, %	Млн грн.	Удельный вес категории, %	Δ, %
ЛС						
2007	1773,2	75,0	–	591,8	25,0	–
2008	2502,8	76,9	41,1	752,9	23,1	27,2
2009	3086,7	77,1	23,3	915,9	22,9	21,6
ИМН*						
2007	161,2	72,3	–	61,7	27,7	–
2008	245,4	74,6	52,2	83,6	25,4	35,4
2009	338,6	75,5	38,0	110,1	24,5	31,8
Косметика						
2007	95,9	72,1	–	37,1	27,9	–
2008	161,7	76,5	68,5	49,5	23,5	33,4
2009	177,8	72,6	10,0	67,2	27,4	35,7
БАД						
2007	43,1	56,3	–	33,4	43,7	–
2008	91,2	66,5	111,4	46,0	33,5	37,6
2009	100,1	62,1	9,8	61,0	37,9	32,6
Всего						
2007	2073,5	74,1	–	724,1	25,9	–
2008	3001,1	76,3	44,7	932,0	23,7	28,7
2009	3703,3	76,2	23,4	1154,2	23,8	23,8

по сравнению с I кв. 2008 г. и составил 630,8 млн дол. (рис. 1). Минимальная убыль объема продаж по этому показателю отмечена для ИМН (на 10,5%; рис. 2). Для ЛС убыль объема продаж в долларах в I кв. 2009 г. составила 19,4% (до 519,8

млн дол.). Конечно, годом ранее ситуация была кардинально иной. В I кв. 2009 г., как в январе и феврале, наибольшую убыль объема аптечных продаж в долларовом эквиваленте продемонстрировала парафармацевтическая продукция.

Возвращаясь к объему розничного фармрынка в национальной валюте (где картина совершенно иная), несколько слов скажем о макроэкономической ситуации.

Напомним, что инфляция в январе 2009 г. по отношению к январю 2008 г.

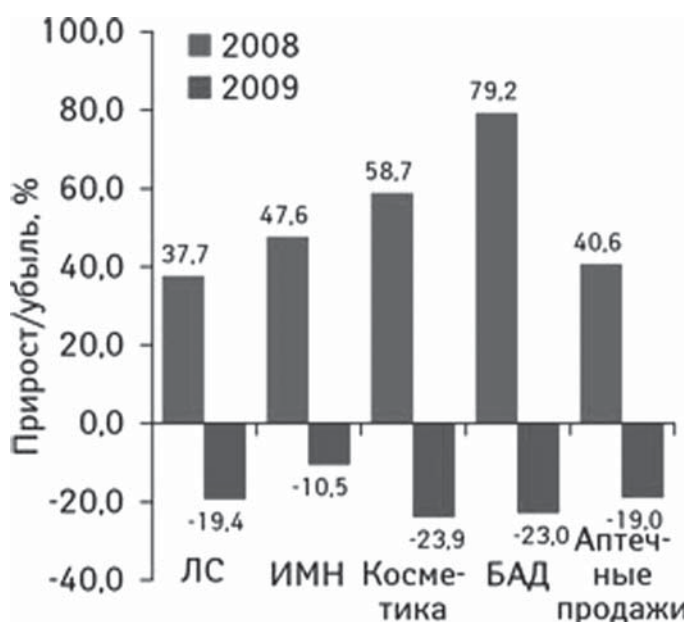


Рис. 2. Темпы прироста/убыли различных категорий товаров «аптечной корзины» и рынка в целом в долларовом эквиваленте в I кв. 2008–2009 гг. по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года

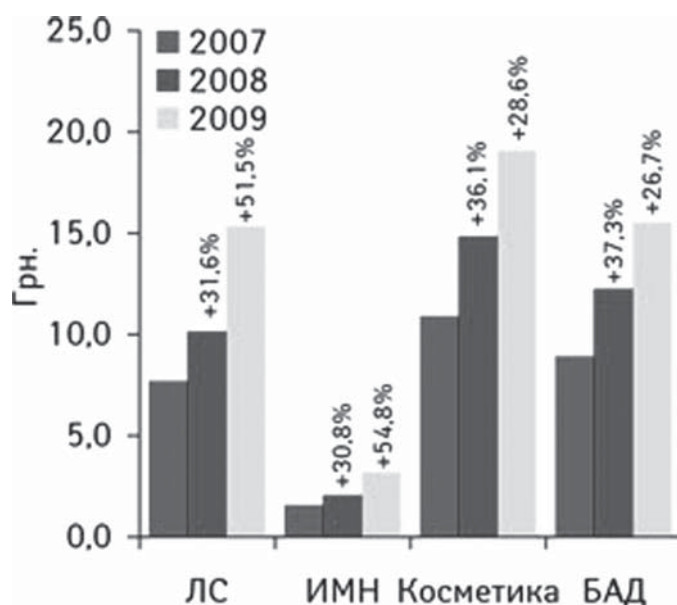


Рис. 3. Средневзвешенная стоимость 1 упаковки различных категорий товаров «аптечной корзины» в I кв. 2007–2009 гг. с указанием процента прироста по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года

Таблица 3.

Объем аптечных продаж в натуральном выражении по категориям товаров зарубежного и отечественного производства в I кв. 2007–2009 гг. с указанием процента прироста/убыли по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года

I кв., год	Товары зарубежного производства			Товары отечественного производства		
	Млн упаковок	Удельный вес категории, %	Δ, %	Млн упаковок	Удельный вес категории, %	Δ, %
ЛС						
2007	111,8	36,3	–	195,8	63,7	–
2008	126,7	39,4	13,3	195,0	60,6	–0,4
2009	90,8	34,8	–28,3	170,1	65,2	–12,7
ИМН*						
2007	81,0	56,7	–	61,9	43,3	–
2008	95,5	59,3	17,9	65,6	40,7	6,1
2009	83,0	58,5	–13,1	58,9	41,5	–10,2
Косметика						
2007	5,6	45,6	–	6,7	54,4	–
2008	6,9	48,2	23,3	7,4	51,8	11,0
2009	5,8	45,3	–15,1	7,0	54,7	–4,9
БАД						
2007	2,0	23,4	–	6,6	76,6	–
2008	2,8	25,1	40,2	8,4	74,9	27,6
2009	2,5	23,7	–12,4	7,9	76,3	–5,6
Всего						
2007	200,3	42,5	–	270,9	57,5	–
2008	231,8	45,6	15,7	276,4	54,4	2,0
2009	182,1	42,7	–21,5	244,0	57,3	–11,7

составила 22,3%. В феврале 2009 г. по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. она составила 20,9%. Уже в марте 2009 г. инфляция по сравнению с мартом прошлого года была на уровне 18,1%

(данные Государственного комитета статистики).

Поэтому неудивительно, что повышается и стоимость продукции, представленной на полках аптечных учреждений.

По итогам I кв. 2009 г. средневзвешенная стои-

мость 1 упаковки увеличилась для всех категорий товаров «аптечной корзины». Для ИМН и ЛС она увеличилась более чем на 50% (до 3,2 и 15,3 грн. соответственно; рис. 3). А для косметики и БАД — до

19,1 и 15,5. В марте 2009 г. сохранилась такая же тенденция.

СФЕРЫ ВЛИЯНИЯ

Как в нескольких словах можно характеризовать влияние отечественных и зарубежных производителей на розничном фармрынке? Ранее мы не раз говорили, что доля товаров зарубежного производства в денежном выражении постепенно увеличивалась и составляла более 75%, а в натуральном — около 45%. Таким образом, удельный вес товаров отечественного производства в общем объеме аптечных продаж составил около четверти в денежном выражении и более половины в натуральном.

С начала нынешнего года их сфера влияния начала изменяться. В I кв. 2009 г. впервые в общем объеме аптечных продаж доля товаров зарубежного производства продемонстрировала незначительное уменьшение в денежном выра-

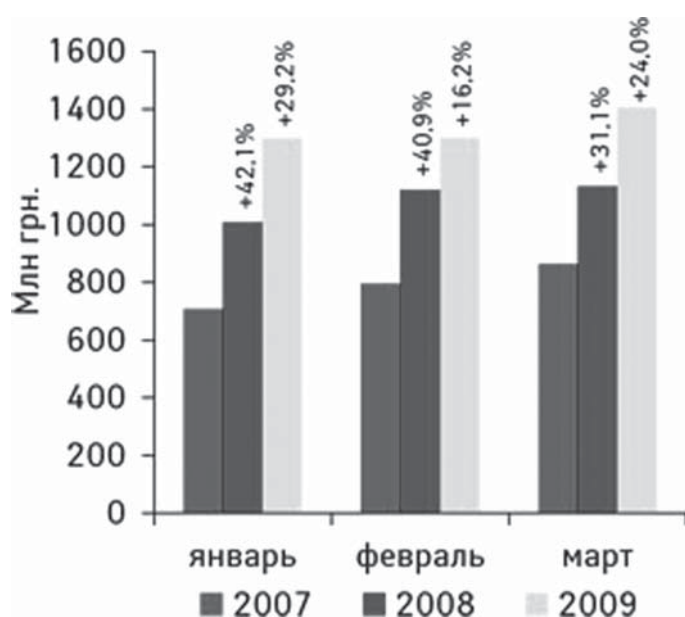


Рис. 4. Объем аптечных продаж ЛС в денежном выражении в январе–марте 2007–2009 гг. с указанием процента прироста по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года

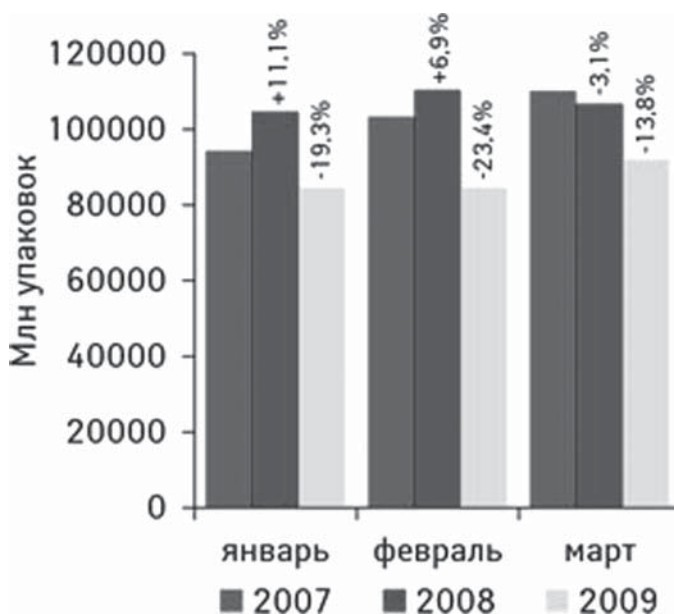


Рис. 5. Объем аптечных продаж ЛС в натуральном выражении в январе–марте 2007–2009 гг. с указанием процента прироста/убыли по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года

жении до 76,2% (табл. 2). В натуральном же их вклад уменьшился более заметно — до 42,7% (см. табл. 2, 3). По итогам января–февраля 2009 г. этот показатель увеличивался в денежном выражении, а в натуральном демонстрировал убыль. Уже в марте 2009 г. доля товаров зарубежного производства в общем объеме аптек продаж в денежном выражении уменьшилась с 76,6% до 75,1%, а в натуральном — с 46,4% до 41,8%. На рынке ЛС в марте 2009 г. их доля также уменьшилась — до 75,8 и 34,7% в денежном и натуральном выражении.

Отечественные производители, в свою очередь, увеличили свой удельный вес на рынке ЛС в денежном и натуральном выражении в марте 2009 г. до 24,2 и 65,3% соответственно.

В целом по итогам I кв. 2009 г. в общем объеме аптек продаж в денежном выражении доля ЛС и ИМН зарубежного производства несколько увеличилась. А темпы прироста косметики и БАД зарубежного производства в денежном выражении были ниже, чем таковые отечественного производства. Украинские производители увеличили свою долю для этих категорий товаров как в денежном, так и в натуральном выражении.

В одной из наших публикаций (см. «Еженедельник АПТЕКА» № 14 (685) от 06.04.2009 г. — «Аптеке на заметку! Аптечный ассортимент в общерыночных тенденциях») мы рассказывали о том, что в начале текущего года ценовая политика операторов не соответствовала рыночным реалиям. В феврале 2009 г. доля украинских препаратов в денежном выражении начала увеличиваться в общем объеме продаж ЛС. Однако вследствие того, что инфляционная составляющая прироста объема продаж украинских

Таблица 4.

Объем аптек продаж ЛС по ценовым нишам в I кв. 2007–2009 гг. с указанием процента прироста/убыли по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года

№ п/п	АТС-код	Наименование АТС-группы	Млн грн.				
			2007	2008	Δ, %	2009	Δ, %
1	M01A	Нестероидные противовоспалительные и противоревматические средства	99,7	149,9	50,3	192,3	28,3
2	N02B	Прочие анальгетики и антипиретики	125,6	159,9	27,3	189,6	18,6
3	A05B	Препараты, применяемые при заболеваниях печени, липотропные вещества	64,8	97,5	50,4	113,1	16,1
4	A16A	Прочие средства, влияющие на пищеварительную систему и метаболические процессы	61,1	86,8	42,2	106,5	22,6
5	C01E	Прочие кардиологические препараты	66,3	94,5	42,5	105,6	11,7
6	R05C	Отхаркивающие средства, за исключением комбинированных препаратов, содержащих противокашлевые средства	75,2	87,9	16,8	103,2	17,5
7	R01A	Противоотечные и другие препараты для местного применения при заболеваниях полости носа	53,5	75,9	42,0	100,5	32,4
8	N06B	Психостимуляторы, средства, применяемые при синдроме нарушения внимания и гиперактивности (adhd), и ноотропные средства	57,1	85,1	49,2	99,9	17,3
9	R02A	Препараты, применяемые при заболеваниях горла	64,5	87,0	34,8	96,2	10,6
10	G04B	Прочие средства, применяемые в урологии, включая спазмолитики	48,9	70,6	44,4	90,8	28,6
Прочие			1648,3	2260,7	37,1	2805,0	24,1
Всего			2365,0	3255,8	37,7	4002,7	22,9

Таблица 5.

Топ-10 групп АТС-классификации третьего уровня по объему аптек продаж ЛС в денежном выражении по итогам I кв. 2007–2009 гг. с указанием процента прироста/убыли по сравнению с предыдущим годом

№ п/п	АТС-код	Наименование АТС-группы	Млн грн.				
			2007	2008	Δ, %	2009	Δ, %
1	M01A	Нестероидные противовоспалительные и противоревматические средства	99,7	149,9	50,3	192,3	28,3
2	N02B	Прочие анальгетики и антипиретики	125,6	159,9	27,3	189,6	18,6
3	A05B	Препараты, применяемые при заболеваниях печени, липотропные вещества	64,8	97,5	50,4	113,1	16,1
4	A16A	Прочие средства, влияющие на пищеварительную систему и метаболические процессы	61,1	86,8	42,2	106,5	22,6
5	C01E	Прочие кардиологические препараты	66,3	94,5	42,5	105,6	11,7
6	R05C	Отхаркивающие средства, за исключением комбинированных препаратов, содержащих противокашлевые средства	75,2	87,9	16,8	103,2	17,5
7	R01A	Противоотечные и другие препараты для местного применения при заболеваниях полости носа	53,5	75,9	42,0	100,5	32,4
8	N06B	Психостимуляторы, средства, применяемые при синдроме нарушения внимания и гиперактивности (adhd), и ноотропные средства	57,1	85,1	49,2	99,9	17,3
9	R02A	Препараты, применяемые при заболеваниях горла	64,5	87,0	34,8	96,2	10,6
10	G04B	Прочие средства, применяемые в урологии, включая спазмолитики	48,9	70,6	44,4	90,8	28,6
Прочие			1648,3	2260,7	37,1	2805,0	24,1
Всего			2365,0	3255,8	37,7	4002,7	22,9

ЛС не соответствовала общерыночной, отечественные производители, можно сказать, недополучили часть прибыли. А зарубежные

успели несколько уменьшить долю на рынке, потому как потребитель предпочел менее дорогостоящие отечественные ЛС.

РЫНОК ЛС

В марте 2009 г. объем выручки аптек учреждений от реализации ЛС

Таблица 6.

Топ-лист брендов ЛС по объему аптечных продаж в денежном выражении в I кв. 2009 г. с указанием позиции в рейтинге за I кв. 2007–2008 гг.

Бренд	№ п/п, год		
	2009	2008	2007
АКТОВЕГИН	1	2	4
ЭССЕНЦИАЛЕ	2	1	1
МЕЗИМ	3	4	8
МИЛДРОНАТ	4	3	5
ЭНАП	5	15	15
КОЛДРЕКС	6	13	10
ВИТРУМ	7	5	7
ПРЕДУКТАЛ	8	7	6
ЛАЗОЛВАН	9	6	2
НО-ШПА	10	12	12
АМИЗОН	11	16	19
ЦЕФТРИАКСОН	12	8	3
НАТРИЯ ХЛОРИД	13	14	13
КЕТАНОВ	14	26	18
КАНЕФРОН	15	27	45
АУГМЕНТИН	16	18	23
ФЕРВЕКС	17	17	11
АРБИДОЛ	18	9	14
ЛИНЕКС	19	22	20
ФАРМАЦИТРОН	20	20	33

ставил 1,4 млрд грн. за 91,9 млн упаковок, что на 24,0% больше в денежном и на 13,8% меньше в натуральном выражении (рис. 4, 5).

По итогам I кв. 2009 г. общий объем рынка ЛС составил 4,0 млрд грн. за 260,9 млн упаковок. Темпы прироста/убыли по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. составили +22,9% и –18,9% в денежном и натуральном выражении соответственно. Сразу же следует сказать, что в исследуемый период увеличился удельный вес рецептурных препаратов — до 51,6% в денежном выражении и до 31,1% в натуральном.

Мы не раз утверждали, что инфляционная составляющая — наиболее мощный фактор увеличения рынка ЛС. В январе и феврале 2009 г. этот показатель внес в общий прирост рынка ЛС более 60%, а уже в марте — 59,2% (рис. 6). Индексы замещения и эластичности спроса с начала года демонстрируют убыль. Отметим, что инновационный индекс в марте 2009 г. приблизился к отметке 3%.

Возможно, пришло наконец-то время для того, чтобы влияние инфляционных процессов на общий прирост рынка ЛС начало уменьшаться (ведь оно уж очень велико!)?

Напомним, что темпы прироста средневзвешенной стоимости 1 упаковки ЛС в январе 2009 г. составили +60,1%, в феврале — 51,7%. В абсолютном значении в эти месяцы средневзвешенная стоимость составляла 15,4 грн. А в марте 2009 г. этот показатель составил 15,3 грн., увеличившись на 43,9% по сравнению с аналогичным периодом 2008 г.

Таким образом, можно констатировать, что средневзвешенная стоимость ЛС в марте 2009 г. понемногу начала замедлять темпы роста.

ЦЕНОВАЯ СТРУКТУРА РЫНКА ЛС

В течение предыдущего года активное развитие на рынке ЛС демонстрировала

высококачественная ниша. Ежемесячно ее доля увеличивалась, по итогам 2008 г. составив 63,2% в денежном выражении.

В январе 2009 г. удельный вес высококачественной ниши на рынке ЛС увеличился и составил 68,5% (!). В

феврале он продолжал расти по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. и достиг 67,3%. А уже в марте 2009 г. ситуация изменилась — этот показатель снизился почти на 2% — до 66,5%.

Несколько слов о ценовой структуре рынка ЛС. В общем объеме аптечных продаж ЛС в денежном выражении доля высококачественной ниши незначительно увеличилась по сравнению с I кв. 2008 г. и составила 67,5%, а в натуральном — уменьшилась до 17,3% (табл. 4). Причем если взглянуть на убыль количества реализованных упаковок в исследуемый период в разрезе ценовых ниш, то максимальное снижение этого показателя характерно как раз для высококачественной ниши (–27,9%).

В целом ежемесячно с начала текущего года темпы прироста объема аптечных продаж ЛС в денежном выражении для высококачественной ниши были выше таковых в целом по рынку ЛС. Однако по итогам I кв.

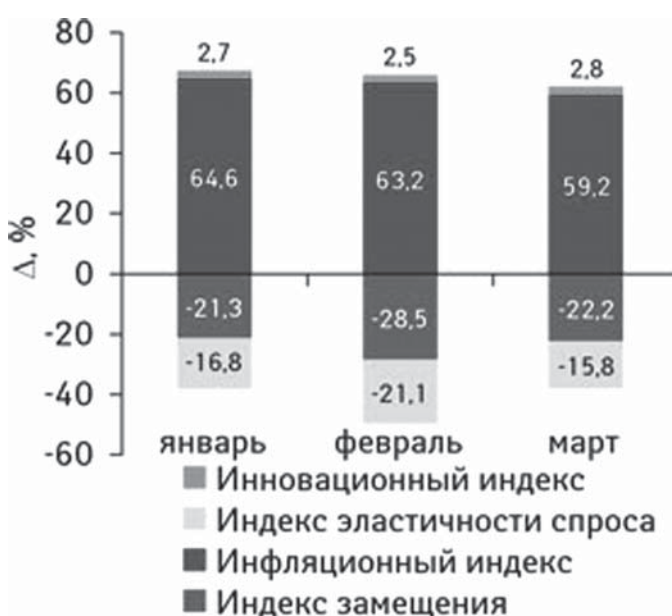


Рис. 6. Индикаторы прироста объема аптечных продаж ЛС в денежном выражении в январе–марте 2009 г. по сравнению с аналогичным периодом 2008 г.

Таблица 7.

Топ-лист брэндов ЛС по объему аптечных продаж в денежном выражении в марте 2009 г. с указанием позиции в рейтинге за март 2007–2008 гг.

Брэнд	№ п/п, год		
	2009	2008	2007
АКТОВЕГИН	1	1	4
КОЛДРЕКС	2	18	14
ЭССЕНЦИАЛЕ	3	2	1
МИЛДРОНАТ	4	3	5
АМИЗОН	5	24	21
ВИТРУМ	6	4	6
МЕЗИМ	7	8	10
ЛАЗОЛВАН	8	5	2
НАТРИЯ ХЛОРИД	9	13	11
ЭНАП	10	11	13
АРБИДОЛ	11	12	16
ЦЕФТРИАКСОН	12	6	3
АУГМЕНТИН	13	15	25
ПРЕДУКТАЛ	14	7	7
ФЕРВЕКС	15	26	15
НО-ШПА	16	14	12
ФАРМАЦИТРОН	17	27	39
КАНЕФРОН	18	23	46
КЕТАНОВ	19	22	18
АНАФЕРОН	20	29	28

2009 г. для среднестоймостных ЛС этот показатель был немного выше (+24,6%), опередив таковой высокостоймостной ниши. Это обусловлено тем, что именно в марте 2009 г. в аптечных учреждениях было реализовано ЛС, относящихся к среднестоймостной нише, на 33,4% (в денежном выражении) больше, чем в марте 2008 г. Для высокостоймостной ниши темпы прироста составили 20,8%.

Что касается средневзвешенной стоимости препаратов в разрезе исследуемых ценовых ниш, то в I кв. 2009 г. максимальное ее повышение отмечают для высокостоймостных ЛС — более чем на 70,0%, почти до 60 грн. (рис. 7). Средневзвешенная стоимость 1 упаковки ЛС среднестоймостной ниши достигла 11,1 грн., а низкостоймостной — 1,9 грн.

АТС-КЛАССИФИКАЦИЯ

Если говорить о фармакотерапевтической структуре рынка ЛС, то она

была стабильной. Традиционно в разрезе групп АТС-классификации первого уровня наибольший объем аптечных продаж в I кв. 2009 г. отмечают для препаратов группы А «Средства, влияющие на пищеварительную систему и метаболизм». Максимальное увеличение объема реализации отмечено для препаратов группы С «Средства, влияющие на сердечно-сосудистую систему» — на 31,8% — до 539,9 млн грн. Удельный вес этой группы препаратов увеличился почти на 1% и составил 13,5%. Для групп R «Средства, действующие на респираторную систему», N «Средства, действующие на нервную систему» и J «Противомикробные средства для системного применения» темпы прироста объема аптечных продаж в денежном выражении были ниже общерыночных. Подобную ситуацию отмечали также по итогам января–февраля 2009 г. В общем объеме продаж

ЛС удельный вес групп R и N уменьшился по сравнению с I кв. 2008 г. Более внимательный взгляд на развитие групп, вошедших в категорию «Прочие», свидетельствует о значительном увеличении объема аптечных продаж группы N «Препараты

гормонов для системного применения (кроме половых гормонов и инсулинов)» — на 51,4% (до 36,0 млн грн.) по сравнению с I кв. 2008 г.

Что касается групп АТС-классификации третьего уровня, то максимальный объем аптечных продаж в I кв. 2009 г. отмечают для препаратов группы M01A «Нестероидные противовоспалительные и противоревматические средства» — 192,3 млн грн. (табл. 5). Отметим, что в марте 2009 г. первенство по этому показателю получила группа N02B «Прочие анальгетики и антипиретики».

Максимальные темпы прироста объема продаж в I кв. 2009 г. в разрезе топ-10 отмечают для группы R01A «Противоотечные и другие препараты для местного применения при заболеваниях полости носа» — 32,4%. Представленная топ-10 стабильно аккумулирует около 30% общего объема аптечных продаж ЛС в денежном выражении.

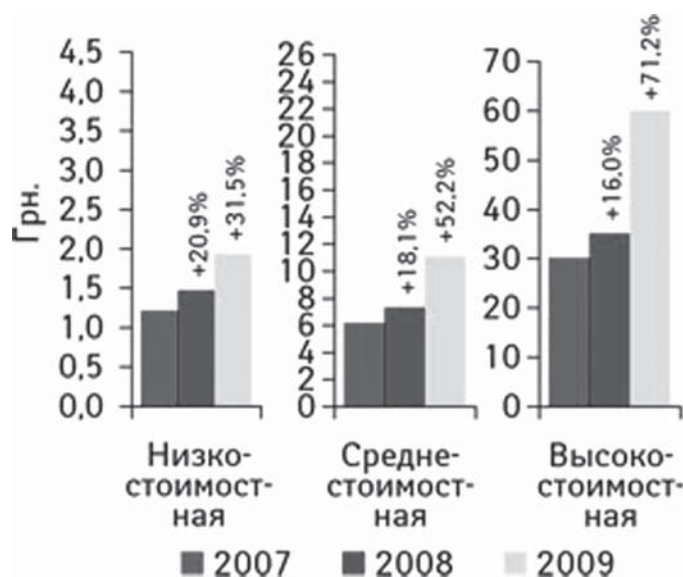


Рис. 7. Средневзвешенная стоимость 1 упаковки ЛС в разрезе ценовых ниш в I кв. 2007–2009 гг. с указанием процента прироста по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года

Таблица 8.

Топ-лист маркетинговых организаций по объему аптечных продаж ЛС в денежном выражении в I кв. 2009 г. с указанием позиции в рейтинге за I кв. 2007–2008 гг.

Маркетинговая организация	№ п/п, год		
	2009	2008	2007
Berlin-Chemie / Menarini Group (Германия)	1	1	1
Sanofi-Aventis (Франция)	2	2	2
Фармак (Украина)	3	5	7
KRKA (Словения)	4	8	5
Nycomed (Норвегия)	5	12	16
GlaxoSmithKline (Великобритания)	6	6	6
Дарница (Украина)	7	4	3
Sandoz (Швейцария)	8	3	8
Артериум Корпорация (Украина)	9	7	4
Gedeon Richter (Венгрия)	10	15	14
Servier (Франция)	11	11	11
Bayer Consumer Care (Швейцария)	12	9	10
Борщаговский ХФЗ (Украина)	13	13	9
Actavis Group (Исландия)	14	17	17
Boehringer Ingelheim (Германия)	15	14	15
Здоровье (Украина)	16	16	13
Bittner (Австрия)	17	20	21
Solvay Pharmaceuticals (Нидерланды)	18	18	20
Ranbaxy (Индия)	19	21	19
Ratiopharm (Германия)	20	19	18

УЧАСТНИКИ

Топ-лист брендов ЛС по объемам аптечных продаж в денежном выражении как в I кв., так и в марте 2009 г. возглавил АКТОВЕГИН (табл. 6, 7). На 2-й позиции в I кв. 2009 г. находился ЭССЕНЦИАЛЕ, а в марте — КОЛДРЕКС, который в общем рейтинге по объемам аптечных продаж в денежном выражении за I кв. занял 6-е место среди брендов ЛС. Годом ранее этот бренд ЛС был за пределами топ-10. Вполне очевидно, что такой прорыв ему обеспечила рекламная поддержка, осуществленная в марте и по итогам I кв. 2009 г. (более подробно читайте с. 14–15 «Оптимизация ресурсов»). Учитывая, что в I кв. (зимне-весенний период) люди более подвержены различным простудным заболеваниям, не удивительно, что в рейтинге высокие позиции занимают препараты так называемой группы cough&cold.

Рейтинг крупнейших маркетинговых организаций по объему аптечных продаж

ЛС в I кв. 2009 г. традиционно возглавила компания «Berlin-Chemie/Menarini Group» (табл. 8). 2-е место в обоих топ-листах занимает «Sanofi-Aventis», 3-е место закреплено за украинским фармпроизводителем — компанией «Фармак». Эта тройка лидеров возглавила рейтинг маркетинговых организаций по объему аптечных продаж ЛС и за март 2009 г.

В целом общее количество участников, занимающихся продвижением ЛС, по сравнению с I кв. 2008 г. практически не изменилось и составило 557 компаний. Доля представленной топ-20 составила почти 47% общего объема аптечных продаж ЛС в денежном выражении.

ИТОГИ

Позади I кв. 2009 г. В непростых условиях операторы фармрынка продолжали сражаться за то, чтобы быть и творить на нем...

Сферы влияния между товарами отечественного и зарубежного производства

на розничном фармрынке перераспределялись не по привычному сценарию. По итогам I кв. 2009 г. влияние последних в общем объеме товаров «аптечной корзины» несколько снизилось. А для парафармацевтической продукции зарубежного производства даже отмечено некоторое уменьшение доли как в денежном, так и натуральном выражении. В марте 2009 г. удельный вес ЛС зарубежного производства продемонстрировал уменьшение (до 75,8% в денежном выражении).

Как прогнозировали операторы, в условиях мирового финансового кризиса большие шансы получили украинские производители. И, как показали результаты I кв. 2009 г., они их реализовали. В этот период доля ЛС отечественного производства в денежном и натуральном выражении в общем объеме аптечных продаж увеличилась до 22,9 и 65,2% соответственно. Вполне очевидно, что украинские производители будут и в дальнейшем использовать сло-

жившуюся ситуацию в своих интересах.

Уже в марте их доля увеличилась более значимо, чем по итогам I кв. 2009 г., как на рынке аптечных продаж в целом, так и в сегменте ЛС.

Следует отметить, что в марте 2009 г. темпы прироста средневзвешенной стоимости 1 упаковки ЛС составляли не 60% и не 50%, а около 44%. В абсолютном значении она снизилась на 0,1 грн. по сравнению с предыдущими месяцами — до 15,3 грн.

В целом за I кв. 2009 г. на рынке ЛС доля высокостоймых препаратов в денежном выражении уже начала сбавлять темпы своего роста и составила 67,5%. Обусловлено это было тем, что в марте впервые удельный вес этой ценовой ниши уменьшился в денежном выражении — до 66,5%. В это же время несколько увеличилась доля среднестоймых ЛС (до 27,5%).

Рекламная активность операторов принесла хорошие результаты — некоторые из рекламировавшихся брендов ЛС в I кв. 2009 г. заняли хорошие позиции в рейтинге брендов ЛС по объемам аптечных продаж в денежном выражении (например КОЛДРЕКС и МЕЗИМ).

Наш волнующий отечественный рынок в начале 2009 г. претерпел различные изменения и, слава богу, не надломился. Еще в 2008 г. (за исключением последних месяцев) он был расположен к операторам. И теперь их очередь быть благосклонными и бороться за него.

Мы, в свою очередь, будем прилагать все усилия и стараться держать вас в курсе всех последних событий, происходящих на фармрынке, ведь у нас для этого есть не только желание, но и мощные ресурсы!

ООО «МОРИОН»