

## ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА ДФО В 2014-2016 ГОДАХ

А. С. Степанов

*ФГБУН Вычислительный центр ДВО РАН, г. Хабаровск*

Поступила в редакцию 30.09.2016 г.

**Аннотация.** Описаны основные тенденции развития фармацевтического рынка в период 2014-2016 гг., рассчитаны ценовые индексы розничного и оптового фармрынка в разрезе по товарным группам. Проведена оценка уровня цен в аптечных организациях разных субъектов Дальневосточного федерального округа. Изучены изменения ассортиментной и ценовой политики на фармацевтическом рынке в сегментах лекарственных препаратов с низкой стоимостью упаковки, а также в категории парафармацевтической продукции.

**Ключевые слова:** фармацевтический рынок, ценовой индекс, ассортимент, динамика цен, аптечный дискаунтер

**Abstract.** There are main tendencies of development of the pharmaceutical market in the period 2014-2016 in this article. The price indexes of retail and wholesale pharmaceutical market were calculated according to product groups. The price level in the drug stores of different territories of the Far Eastern Federal District was investigated. Changes of assortment and pricing policy in the pharmaceutical market were studied.

**Keywords:** pharmaceutical market, the price index, assortment, price trends, pharmacy discounter

В последнее время, в связи с развитием кризисных явлений в экономике РФ, в прессе увеличилось количество комментариев и прогнозов развития, посвященных социально значимым отраслям экономики, в том числе ситуации на фармацевтическом рынке.

По мнению экспертов фармацевтического рынка, в число которых входят представители компаний-производителей, дистрибьюторов и розничных аптечных организаций, а также аналитики консалтинговых и маркетинговых агентств, повышение уровня инфляции должно было, во-первых, оказать неизбежное влияние на ценовую политику фармацевтических организаций [1]. Во-вторых, предполагалось, что снижение рен-

табельности за счет ограничения надбавки в регулируемой группе лекарственных препаратов (ЛП) вызовет развитие процесса «вымывания» из ассортимента ЛП с низкой стоимостью упаковки. Также, по убеждению экспертов, недополученную прибыль в сегменте ЛП розничные фармацевтические организации стремились и будут стремиться компенсировать путем повышения торговой надбавки и расширения ассортимента парафармацевтической продукции [2].

Теоретически, все вышеперечисленные факторы в первую очередь должны были найти отражение на фармацевтическом рынке Дальневосточного федерального округа (ДФО). В основном это обусловлено более низким уровнем рентабельности дальневосточных фармацевтических организаций за счет высокой доли логистических из-

держек, а также затрат, связанных с переработкой и хранением товаров в удаленных от источников снабжения регионах[3].

Таким образом, ДФО можно рассматривать в качестве модельного макрорегиона, а процессы, происходящие на региональном фармацевтическом рынке, в целом должны соответствовать таковым в других субъектах Российской Федерации.

### МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Для анализа ценовых изменений на российском фармацевтическом рынке в период с января 2014 г. по март 2016 г. были рассмотрены прайс-листы оптовых компаний, вошедших в ТОП-10 дистрибьюторов РФ по итогам 2015 г.: АО НПК Катрен, ЗАО ЦВ Протек, ЗАО Роста, ООО «ФК «Пульс», ЗАО «СИА-Интернешнл», ООО «Альянс Хелскеа Рус.», ЗАО «Р-Фарм», ООО «Фармоплект». Для оценки динамики цен на ЛП в ДФО анализировались прайс-листы Хабаровского и Приморского филиалов филиалов АО НПК Катрен, ЗАО ЦВ Протек, ЗАО Роста, ЗАО «СИА-Интернешнл», а также крупнейших региональных компаний: ООО «Компания «Хабаровская фармация» и ООО «Надежда-Фарм» (г. Хабаровск). Для оценки тенденций розничного фармацевтического рынка Дальнего Востока были изучены показатели реализации товаров аптечного ассортимента для более чем 250 аптек, расположенных в 8 субъектах ДФО: Приморском, Хабаровском, Камчатском краях, Сахалинской, Амурской, Магаданской областях, Республике Саха (Якутия) и Еврейской автономной области. В выборку были включены аптечные организации всех форм собственности, использовавшие различные форматы обслуживания населения и отличавшиеся ценовым позиционированием на рынке. В период 2013-2016 гг. были изучены показатели как одиночных аптек с относительно невысоким уровнем товарооборота, так и межрегиональных аптечных сетей, представленных в ТОП 100 аптечного рынка России.

В целом, проведенные аналитические исследования должны были выявить основные тенденции на фармацевтическом рынке ДФО и, соответственно, дать ответы на вопросы и предположения, озвученные экспертами рынка, органами государственной власти и журналистами специализированных и массовых изданий.

На первом этапе нами были изучены ценовые изменения на фармацевтическом рынке ДФО в период с января 2014 г. по март 2016 г. Ценовые индексы

на ЛП на оптовом рынке РФ и ДФО были рассчитаны после соответствующей обработки прайс-листов дистрибьюторов фармацевтического рынка [4]. Значения ценовых индексов на ЛП на оптовых фармацевтических рынках в марте 2016 г. находились в диапазоне 26-28% к декабрю 2013 г. (рис. 1).

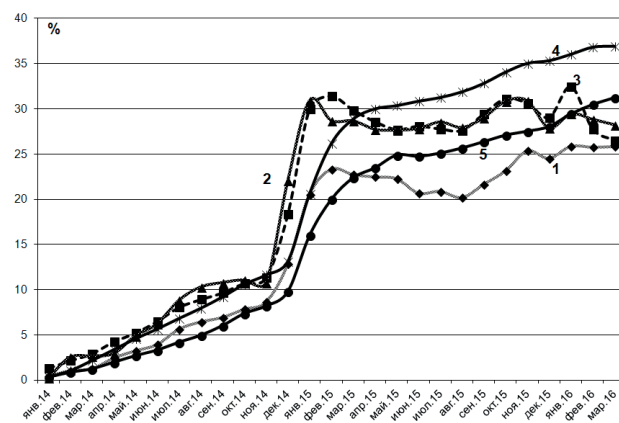


Рис. 1. Сравнительное изменение цен на ЛП в период с января 2014 по март 2016 гг: 1 – розничный рынок РФ (DSM), 2 – оптовый рынок ДФО, 3 – оптовый рынок РФ, 4 - розничный рынок РФ (Росстат), 5 - розничный рынок ДФО (Росстат).

В течение первых десяти месяцев 2014 г. ценовые изменения на ЛП составляли в среднем 10%. Основной рост цен на оптовом фармацевтическом рынке был характерен для периода с ноября 2014 г. по январь 2015 г., ценовой индекс увеличился практически на 20%, что связано с изменением курса рубля по отношению к доллару. В тоже время рост цен на ЛП на аптечном рынке РФ, по данным DSM group, не был таким резким, что, скорее всего было обусловлено реализацией в этом периоде товаров, закупленных по относительно низкой себестоимости. В период с сентября 2015 г. по март 2016 г. изменение ценового индекса на розничном рынке РФ не превысило 7%, на оптовых рынках РФ и ДФО ценовые колебания также находились в пределах 5%. По данным Росстата, индекс Ласпейреса в марте 2016 г. по отношению к декабрю 2013 г. на ЛП в целом по РФ превысил 35%, а в ДФО – 30%. Однако, оценка Росстата являлась несколько завышенной в связи с тем, что выборка товаров для мониторинга неравномерно распределена по ценовым сегментам, при этом количество используемых для мониторинга наименований уменьшалось от сегмента с самой низкой стоимостью упаковки до сегмента с самой высокой стоимостью.

На рис. 2 представлены ежемесячные значения ценовых индексов в период с января 2014 г.

по март 2016 г. по отношению к декабрю 2013 г. в регулируемой государством группе – жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов (ЖНВЛП). В течение первых десяти месяцев 2014 г. рост цен на оптовом рынке РФ и ДФО не превысил 5%, в последующие три месяца значения ценового индекса выросли на 12%. В период с января 2015 г. по август 2015 г. цены на ЖНВЛП снизились на 4-6%, а с сентября 2015 г. по март 2016 г. увеличились на 2-3%. Значение ценового индекса группы ЖНВЛП на розничном рынке РФ, по данным DSM Group, в марте 2016 г. превысило 10% относительно декабря 2013 г.

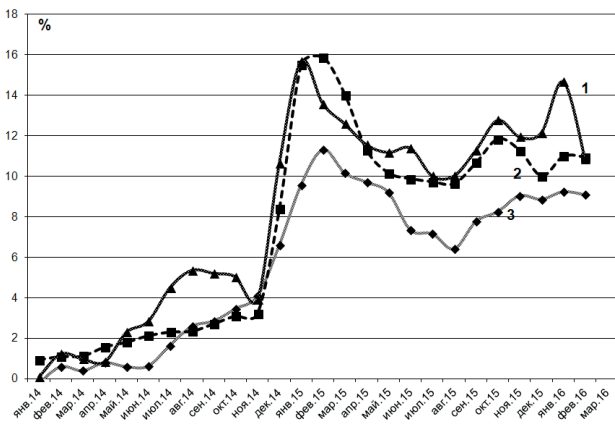


Рис. 2. Сравнительное изменение цен на ЖНВЛП в период с января 2014 по март 2016 гг: 1 – розничный рынок РФ (DSM), 2 – оптовый рынок ДФО, 3 – оптовый рынок РФ

Сравнение ценовых изменений на фармацевтическом рынке ДФО для разных товарных групп показало, что в декабре 2014 г. значение ценового индекса в категориях ЛП, биологически активные добавки (БАД), косметика и товары для гигиены не превышало 10% (рис. 3). Максимальный рост цен в декабре 2014 – феврале 2015 гг. был характерен для ЛП, а также косметических товаров. С августа 2015 г. по март 2016 г. цены на косметические товары выросли в среднем на 12%, на БАД – на 15%, на гигиенические товары примерно на 10%, а на ЛП за исключением ЖНВЛП – на 8%. В целом, среднее значение ценового индекса в марте 2016 г. по отношению к декабрю 2013 г. в категориях ЛП, БАД и товары для гигиены находилось в диапазоне 35-38%, и только для категории косметические товары превысило 40%.

На следующем этапе было проанализировано изменение торговой надбавки на аптечном рынке г. Хабаровска (по отношению к цене производителя или дистрибьютора 1-го уровня) в период с января 2013 по март 2016 г. (рис. 4). Как следует

из рисунка, с 1 квартала 2013 г. по 4 квартал 2014 г. средняя торговая надбавка на ЛП находилась в пределах 36-38%, а в 1 квартале 2015 г. значение этой величины возросло до 50%, что было связано со снижением курса российского рубля и ожиданием роста закупочных цен со стороны дистрибьюторов и розничных фармацевтических организаций. В течение последующего времени среднее значение торговой надбавки на ЛП в Хабаровске снизилось до 29%, что было обусловлено ростом числа аптечных дискаунтеров и пересмотром ценовой политики «классическими» аптеками. Схожая динамика торговой надбавки наблюдалась и в группе ЖНВЛП: значение показателя снизилось с 25-26% в 2013-2015 гг. до 20-21% в 4 кв. 2015 и 1 кв. 2016 г.

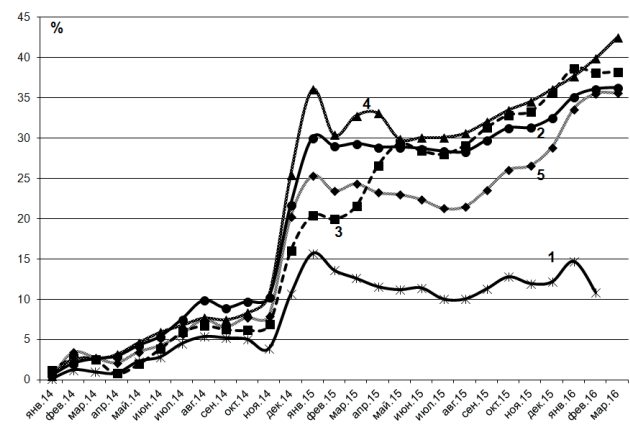


Рис. 3. Сравнительное изменение цен на оптовом фармрынке ДФО в период с января 2014 по март 2016 гг: 1 – ЖНВЛП, 2 – ЛП, за исключением ЖНВЛП, 3 – товары для гигиены, 4 – косметика, 5 – БАД

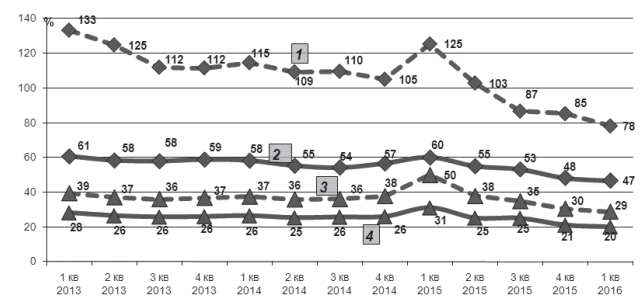


Рис. 4. Изменение уровня торговой надбавки на ЛП в г. Хабаровске: 1 – ЛП, за исключением ЖНВЛП (ценовой сегмент «до 50 руб.»), 2 – ЖНВЛП (ценовой сегмент «до 50 руб.»), 3 – ЛП, за исключением ЖНВЛП, 4 – ЖНВЛП

В сегменте ЛП со стоимостью упаковки меньше 50 руб. произошли более значительные изменения уровня торговой надбавки – со 133% в 1 кв. 2013 г. до 78% в 1 кв. 2016 г. В ценовом сегменте

«до 50 руб.» категории ЖНВЛП величина торговой надбавки в 2013-2014 гг. составляла в среднем 57%, а в начале 2016 г. – 47%.

В целом, общее число торговых наименований ЛП, входящих в сегмент со стоимостью упаковки до 50 рублей, снизилось на протяжении трех лет с 14.4% до 7.3% от общего числа ЛП, представленных на фармацевтическом рынке ДФО (рис. 5). Доля торговых наименований, относящихся к ЖНВЛП, за этот же период уменьшилась от 28.1% до 22.6% от общего количества наименований ЖНВЛП. В тоже время, доли выручки и валового дохода от реализации препаратов с низкой стоимостью упаковки в общем объеме реализации товаров категории ЖНВЛП выросли с 6.7% до 6.8% и с 10% до 12% соответственно, хотя относительное число проданных упаковок при этом уменьшилось. Напротив, в группе ЛП, за исключением ЖНВЛП, числовые значения этих показателей в 2016 г. уменьшились: доля выручки сегмента со стоимостью упаковки менее 50 руб. снизилась с 4% до 2.9%, валового дохода – с 7.4% до 5,5%, а относительное число упаковок упало с 37.6% в 2013 г. до 28.6% в 2016.

В таблице 1 представлена оценка изменений в наполненности ТН для разных ценовых сегмен-

тов в 1 кв. 2016 г. по отношению к 1 кв. 2013 г. Для сопоставимости данных принадлежность к определенному ценовому сегменту определялось средней розничной ценой на ТН в 1 кв. 2013 г. В категории ЛП самая высокая доля потерь была отмечена для сегментов «от 50 до 100 руб.» и «до 50 руб.» - соответственно, 24,2% и 19,4%. Исчезновение с рынка ЛП, относившихся в 2013 г. к сегментам со стоимостью упаковки, превышающей 100 руб., характеризовалось более низкими значениями показателя – от 10% до 14%. В регулируемой государством группе 26.2% препаратов, входивших в сегмент «свыше 100 руб.» в 1 кв. 2013 г., отсутствовали на розничном фармацевтическом рынке ДФО в 2016 г. Значение аналогичного показателя в ценовом сегменте «до 50 руб.» составляло 23.6%, а для оставшихся ценовых категорий находилось в диапазоне от 13% до 18.8%.

Как упоминалось выше, экспертами фармацевтического рынка прогнозировалось развитие сегмента парафармацевтики, а также повышение аптечными организациями уровня торговой надбавки на товары, относившиеся к данному сегменту. На рисунке 6 представлена доля парафармацевтических товаров в общей выручке «классических» аптек г. Хабаровска. При прове-

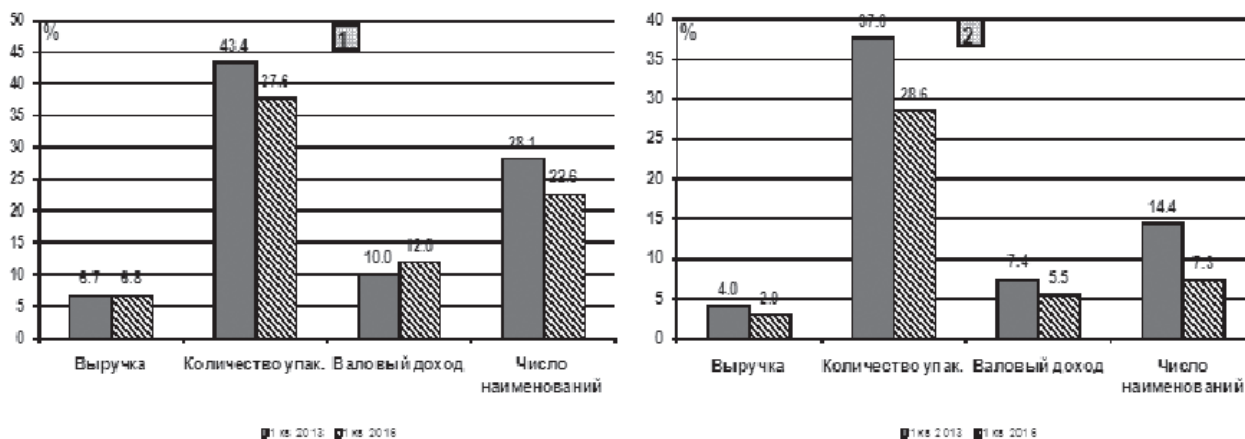


Рис. 5. Оценка доли показателей ценового сегмента со стоимостью упаковки менее 50 руб. в 1 кв. 2013 г. и 1 кв. 2016 г. на рынке ЛП ДФО: 1 – ЖНВЛП, 2 – ЛП, за исключением ЖНВЛП

Таблица 1

Изменение числа ТН, представленных на рынке ДФО в 2013-2016 гг., в зависимости от принадлежности к определенному ценовому сегменту в 1 кв. 2013 г.

Ценовой сегмент	ЖНВЛП			ЛП, за исключением ЖНВЛП		
	Кол-во ТН 1 кв 2013	Кол-во ТН 1 кв 2016	Δ, %	Кол-во ТН 1 кв 2013	Кол-во ТН 1 кв 2016	Δ, %
до 50 руб.	457	349	23.6	448	361	19.4
от 50 до 100 руб.	241	198	17.8	484	367	24.2
от 100 до 300 руб.	518	448	13.5	1194	1027	14.0
от 300 до 500 руб.	170	138	18.8	475	418	12.0
от 500 до 1000 руб.	131	114	13.0	337	302	10.4
больше 1000 руб.	107	79	26.2	183	161	12.0



дении данного анализа нами не рассматривались аптеки-дискаунтеры, что было связано с использованием диаметрально противоположных подходов к формированию ассортимента разными аптечными организациями, позиционирующими себя как аптеки «с низкими ценами». Как видно из рисунка 6, доля парафармацевтики в общей выручке «классических» аптек несколько снизилась: с 33.8% в 2013 г. до 31.2% в 2016 г. При этом торговая надбавка на эту категорию возросла с 51.7% до 57.3%. В тоже время торговая надбавка в группе ЛП в аптеках этого типа напротив, немного уменьшилась, и составила в 2016 г. в среднем 43.3%.

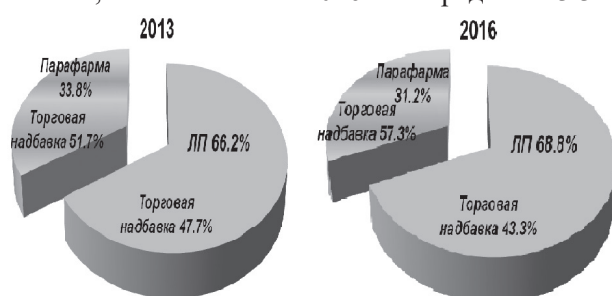


Рис. 6. Доля ЛП и парафармацевтических товаров в общей выручке «классических» аптек г. Хабаровска в 2013 и 2016 гг.

Можно предположить, что снижение торговой надбавки на ЛП в целом на фармацевтическом рынке в последние несколько лет вызвано, во-первых, уменьшением уровня торговой надбавки в «классических» аптеках, во-вторых, увеличением доли аптечных дискаунтеров на рынке, в том числе и за счет изменения формата существовавших аптек, в-третьих, ценовой конкуренцией среди «аптек низких цен». В таблице 2 представлены средние значения отклонений цен на ЛП в аптеках-дискаунтерах разных субъектов ДФО в 2014 и 2016 гг. Как следует из результатов анализа,

практически во всех регионах уровень цен в аптеках такого типа снизился к 2016 г.: так, например, в Амурской области цены на ЛП лишь на 1.1% дороже средних оптовых цен фармацевтического рынка, в то время как в 2014 г. значение этого показателя составляло 6.5%. Также снижение средних цен в пределах 3-4% характерно для южных территорий Приморского и Хабаровского краев, а также Камчатского края. На розничном фармацевтическом рынке Еврейской АО среднее значение отклонений цен на ЛП от оптовых цен в 2016 г. составило 1.4%, что в принципе соответствовало показателям 2014 г.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- максимальный рост цен на фармацевтическом рынке ДФО – около 20% – был отмечен в период с декабря 2014 г. по февраль 2015 г. С марта 2015 г. по сентябрь 2015 г. наблюдалось снижение цен, последующий рост цен в категории ЛП не превышал 5%;
- динамика цен в 2014 – 2016 гг. в разных товарных категориях с нерегулируемыми государством ценами, таких как ЛП (без ЖНВЛП), БАД, товары для гигиены характеризовалась примерно одинаковыми значениями показателей;
- в период 2013-2016 гг. на фармацевтическом рынке ДФО было отмечено снижение уровня торговой надбавки на ЛП (рассчитанной как разница между отпускной ценой производителя и конечной ценой для потребителя). Снижение размера торговой надбавки в основном происходило на этапе формирования розничной цены;

Таблица 2

Ценовые отклонения на ЛП в аптеках-дискаунтерах разных субъектов ДФО от средних цен оптового рынка Хабаровского края, %

Регион	Ценовые отклонения, $X_{cp} \pm \Delta X_{cp}$ (%)	
	2014	2016
Амурская обл.	6.5±1.4	1.1±2.8
Еврейская АО	1.1±1.8	1.4±1.9
Магаданская обл.	16.2±1.7	15.1±1.6
Камчатский край	15.3±1.4	12.6±1.1
Хаб. край (юг)	3.2±2.2	-0.8±2.6
Хаб. край (центр)	5.9±1.9	4.3±2.8
Республика Саха	-	5.9±2.7
Сахалинская обл.	-	4.9±2.1
Прим. Край (юг)	4.1±2.0	0.7±2.5
Прим. Край (север)	5.7±1.6	3.5±1.7

Степанов А. С.

- уровень цен в 2016 г. в аптеках-дискаунтерах разных субъектов ДФО снизился по отношению к ценам оптового рынка (в сравнении с 2014 г.)
- в последние годы максимальные потери ассортимента фармацевтического рынка Дальнего Востока наблюдались в сегменте с «низкой стоимостью упаковки»;
- в период с 2013 по 2016 гг. торговая надбавка на парафармацевтическую продукцию в аптеках ДФО несколько увеличилась, при этом доля этой категории в аптеках с «классическим» подходом к ценообразованию практически не изменилась.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ливанский С. Аптечный рынок: инфляция как единственный драйвер. / С. Ливанский // Ремедиум.– 2015.– № 12.– С. 22-25.
2. Аналитический отчет DSM Group «Фармацевтический рынок России. Итоги 2015 г.» (20 августа 2016 г.) – Режим доступа: [http://dsm.ru/docs/analytics/dsm\\_report\\_2015\\_rus\\_web.pdf](http://dsm.ru/docs/analytics/dsm_report_2015_rus_web.pdf).
3. Степанов А.С. Особенности коммерческого фармацевтического рынка Дальнего Востока. Сообщение 1. Организация оптовых поставок ЛС / А.С. Степанов // Дальневосточный медицинский журнал.– 2012.– № 3.– С. 89-91.
4. Степанов А.С. Оценка ценовых изменений на фармацевтическом рынке Дальнего Востока / А.С. Степанов, Р.А. Матвиенко, А.А. Сапожников // Ремедиум.– 2010.– № 2.– С. 42-44.

*Вычислительный центр ДВО РАН  
Степанов А. С., д. фарм. н., внс.  
Тел. +7 924 210-91-02  
E-mail: [stepanxx@mail.ru](mailto:stepanxx@mail.ru)*

*Computing Center FEB RAS  
Stepanov A. S., Doctor of Pharmacy  
Ph.: +7 924 210-91-02  
E-mail: [stepanxx@mail.ru](mailto:stepanxx@mail.ru)*