

БЕЗБОЛЕЗНЕННЫЙ ПЕРИОД

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКУЮ ОТРАСЛЬ МОЖНО НАЗВАТЬ ОДНОЙ ИЗ НЕМНОГИХ, КОТОРАЯ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ ПОЛУЧИЛА БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПОТЕРЯЛА. ОДНО ТОЛЬКО ПРИНЯТИЕ ЗАКОНА О ДИСТАНЦИОННОЙ ПРОДАЖЕ ЛЕКАРСТВ, ПО ОЦЕНКАМ ЭКСПЕРТОВ, МОЖЕТ ДАТЬ ИГРОКАМ НЕПЛОХОЙ ТОЛЧОК. НЕСМОТРИ НА ЭТО, ЗАНЯТЬ ЗАМЕТНЫЕ ПОЗИЦИИ В МИРЕ РОССИЙСКИЙ ФАРМРЫНОК В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ ВСЕ РАВНО НЕ СМОЖЕТ. ЕКАТЕРИНА ДАНИЛОВА

По данным ежемесячного мониторинга фармацевтического рынка DSM Group, его основной рост пришелся на март 2020 года. Объем коммерческого рынка лекарственных препаратов тогда составил 127,3 млрд рублей (в розничных ценах). По сравнению с февралем емкость рынка увеличилась на 26,2%. Относительно марта 2019 года рынок показал прирост реализации на 46,4%. Средняя стоимость упаковки лекарственного препарата на коммерческом рынке России в марте по сравнению с февралем уменьшилась на 1,5% и составила 216,8 рубля.

«Структура коммерческого рынка лекарственных препаратов в марте по ценовым сегментам изменилась в пользу дорогостоящих препаратов относительно марта 2019 года. Удельный вес лекарств с ценой свыше 500 рублей вырос на 1,6% и составил 44,8% в марте. Вес прочих сегментов на рынке сократился. Доля ценового диапазона „от 150 до 500 рублей“ за год сократилась на 0,7%, до 41,2%. Удельный вес группы дешевых лекарственных препаратов „до 50 рублей“ уменьшился на 0,6% относительно марта 2019 года и составил 3,7%. Доля сегмента лекарств со стоимостью упаковки 50–150 рублей сократилась на 0,2% и составила 10,3%», — говорится в исследовании. В DSM Group также отмечают, что по итогам марта 61,3% препаратов, реализованных на рынке, являлись отечественными (в натуральных единицах измерения), однако ввиду своей невысокой цены относительно импортных лекарств в стоимостном выражении они заняли 33,8%.

КОРОНАВИРУСНОЕ УСКОРЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЕЙ

Коммерческий директор и партнер по Pharma & FMCG компании Navicon Евгений Смирнов говорит, что пандемия значительно ускорила принятие закона о дистанционной продаже лекарственных препаратов. Так, в начале апреля президент России Владимир Путин подписал один из «коронавирусных» законов — о порядке дистанционной продажи лекарственных препаратов, в том числе рецептурных. В нем говорится, что розничная торговля лекарственными препаратами для медицинского применения, за исключением лекарственных препаратов, отпускаемых по рецепту, наркотических, психотропных, а также спиртосодержащих лекарственных препаратов с объемной долей этилового спирта свыше 25% может осуществляться аптечными организациями дистанционным способом. Депутаты и общественность долго дискутировали о возможности продавать рецептурные лекарства онлайн: многие опасались рисков, связанных с недостаточным контролем. Из-за этого документ довольно долго не мог пройти второе чтение. Однако именно ситуация с рас-



ПОЧТИ 80% ПРЕПАРАТОВ В РФ ПРОИЗВОДИТСЯ ИЗ ИМПОРТНЫХ СУБСТАНЦИЙ — КИТАЙСКИХ, ИНДИЙСКИХ, РЕЖЕ — ЕВРОПЕЙСКИХ. ЧТОБЫ ГОВОРИТЬ ОБ ОТЕЧЕСТВЕННОМ РЫНКЕ ЛЕКАРСТВ КАК О ДЕЙСТВИТЕЛЬНО НЕЗАВИСИМОМ, СОБСТВЕННЫЕ ФАРМСУБСТАНЦИИ ДОЛЖНЫ ПОКРЫВАТЬ ХОТЯ БЫ 50–60% ПРОИЗВОДСТВА

пространением коронавируса в России заставила сдвинуть дело с мертвой точки. «Теперь на рынок приходят крупные e-commerce-игроки вроде Ozon: в результате аптечная розница и интернет-аптеки получают мощных конкурентов, а для фармпроизводителей — это реальная точка роста. Они могут выйти на новые каналы реализации своей продукции. Но при этом фармкомпаниям нужно научиться работать с новыми игроками рынка: договариваться о получении данных по отгрузкам и доставкам, учитывать новое потребительское поведение в онлайн, а также анализировать этот канал продаж. Все это приводит к изменению бизнес-процессов фармкомпаний, и те, кто сейчас не станет адаптироваться к новым условиям и работать с новыми игроками, потеряют долю рынка», — говорит Евгений Смирнов.

Глава евразийского подразделения фармацевтической компании «Босналек» Валентина Бучнева также считает, что пандемия стала катализатором для скорейшего развития дистанционной продажи лекарств: «При этом утвержденные правила не оставили крупным онлайн-ритейлерам возможности оперативно выйти на фармрынок, поскольку ряд требований имеет оградительный характер. Например, пункт о наличии не менее десяти ап-

течных точек», — отмечает эксперт. В целом, по ее мнению, потребитель научился и привык покупать онлайн за время эпидемии, поэтому покупка лекарств в интернете может также довольно быстро стать привычной.

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОЗА

Менеджер по работе с ключевыми клиентами направления «Медицина и фармацевтика» компании Kuehne + Nagel в России Елена Рабкина замечает, что для российских фармацевтических производителей пандемия стала катализатором изменений еще и в условиях поставок. «Например, на направлении по доставке автомобильным транспортом из Европы в Россию на условиях Incoterms EXW (оплата перевозки получателем) возникали серьезные задержки в начале пандемии, так как поток автоперевозчиков ощутимо сократился: водители, вернувшиеся из-за границы, в соответствии с мерами предосторожности должны были оставаться на карантине и не могли сразу же уехать в новый рейс. В связи с этим некоторые компании вынуждены были согласовывать новые условия поставки, перекладывая на своих отправителей заботу о перевозке груза в Россию. Здесь же можно упомянуть и обратную ситуацию: российские компании, годами получавшие груз в аэропорту

Шереметьево, столкнулись с необходимостью организации новой логистической цепочки из Китая уже на условиях EXW (самовывоз), что повлекло за собой большие трудозатраты на перестройку устоявшихся бизнес-процессов», — рассказывает эксперт.

Другим сложным направлением стали авиаперевозки из России в страны Северной Африки и Южной Америки, поскольку основной поток фармацевтических препаратов перевозился регулярными пассажирскими рейсами, но в период пандемии авиасообщение с рядом стран было прекращено либо сведено к минимальному. «Здесь компании либо принимали решение об организации грузовой чартерной доставки, что, естественно, влекло за собой увеличение финансовых затрат, либо рассматривали возможность использования морского транспорта как альтернативу авиасообщению, что, безусловно, более выгодно с точки зрения стоимости, но в разы увеличивает срок доставки, а следовательно, и риски», — говорит госпожа Рабкина.

ЛУЧШЕ НЕ БУДЕТ

Господин Смирнов замечает, что негативных тенденций на фоне коронавируса в отрасли не так много, и они связаны с макроэкономической ситуацией: «Мы видим, что глобальные фармкомпании очень внимательно подходят к инвестиционным проектам и в целом к распределению свободных средств, предпочитают решать с помощью них задачи, связанные с текущим развитием бизнеса».

Несмотря на некоторые открывшиеся во время пандемии возможности, эксперты сходятся во мнении, что российский фармрынок не выбьется в мировые лидеры. «Для этого необходимо как минимум создавать и производить собственные субстанции, работать над R&D-молекулами — это позволило бы нашим фармкомпаниям выходить с новыми лекарствами на мировые рынки. Пока же объем субстанций российского производства очень низкий, процесс импортозамещения идет медленно. Для реализации R&D-проектов у нас не хватает хороших площадей. Поэтому некоторые российские компании, которые работают над созданием новых лекарств, проводят исследования в США или Европе», — отмечает господин Смирнов.

С ним согласна Валентина Бучнева: «Говоря о росте фармрынка, необходимо помнить, что почти 80% препаратов в РФ производится из импортных субстанций — китайских, индийских, реже — европейских. Чтобы говорить об отечественном рынке лекарств как о действительно независимом, собственные фарм субстанции должны покрывать хотя бы 50–60% производства». ■