

COVID-19: до и после

Обзор продаж лекарственных препаратов на аптечном сегменте фармацевтического рынка, январь-февраль 2021 г.

Первые месяцы 2020 года сейчас можно вспоминать с ностальгией: безмасочную свободу передвижения не только по миру, но даже в магазин за продуктами. Ностальгирует и фармацевтическая розница, в растущих трендах продаж видевшая радужные перспективы. Да и надвигающийся вирус – порождение рукокрылых из Уханя – воспринимался, скорее, как возможность заработать. С марта все понеслось по возрастающей: неожиданные выходные, суровые сводки эпидобстановки и локдауны разных степеней твердости и жесткости. Сравнивая первые 2 месяца 2021 г. с аналогичным периодом прошлого года, мы можем заметить, как отразилась эпидемия и меры по борьбе с ней на аптечном сегменте фармацевтического рынка.



Сбережет ли копейка рубль

Динамика аптечного сегмента фармацевтического рынка РФ в текущий постковидный (или межковидный) период – первые два месяца 2021 года – оптимизма не внушает. Отрицательная динамика в натуральном выражении отражает реальное состояние рынка, когда, в погоне за повышающимися ценами на лекарственные препараты, население ужимается в потребностях. На фоне сокращения населения страны к началу 2021 года (на 0,39% по данным Росстата) и падения реальных доходов населения на протяжении последних 3-х кварталов 2020 года будущее видится явно не в розовом цвете. Настолько, что Росстат, сославшись на сложности расчетов, перенес публикацию официальных данных по доходам населения в первом квартале 2021 года с середины на конец апреля.

Понятно, что для фармбизнеса важнее стоимостной показатель, поскольку выручка и маржинальность в итоге выливаются в основную цель бизнеса – прибыль. Для этого применяются известные способы: поднятие стоимости упаковки (где это возможно с точки зрения государственного регулирования цен) и вывод с рынка низкомаржинальных позиций. Однако Росинант в лице сокращающегося количества потенциальных покупателей со снижающимися доходами может не выдержать. А изображать успешного наездника дохлой лошади получится далеко не у всех игроков.

Безусловно, «средняя температура по больнице» не может отражать состояние в разных сегментах потребления лекарственных препаратов. В январе-феврале 2021 года в тройку самых продаваемых МНН на аптечном сегменте ворвался цефтриаксон, который в 2020 году занимал лишь 14 место. Безусловно, эпидемия COVID-19 заставила потребителя пересмотреть свою готовность платить за этот инъекционный препарат и покупать его упаковками по 50 флаконов – не иначе, как на всю семью. Чем еще можно объяснить столь значительный всплеск продаж цефтриаксона в больших

упаковках (более 1000% в натуральном выражении)? Ну не тем же, что вопреки введенной маркировке лекарственных препаратов в аптеках выводят из оборота сразу всю упаковку, но продают содержимое упаковки по-флаконно? Хотя...

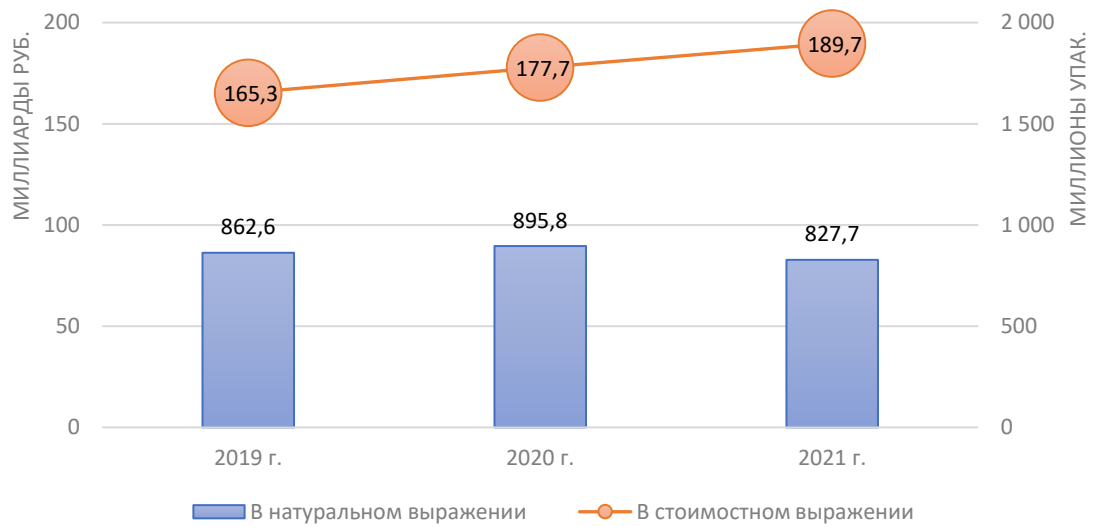
Кому почем

С точки зрения динамики продаж по ценовым сегментам – ничего странного в начале 2021 года не произошло. Все так же падают продажи в низких ценовых сегментах. Особенно драматичным выглядит снижение объема продаж в сегменте «<50 руб./упак.» (более 80 млн упаковок), которое ростом в более дорогих сегментах не компенсировалось. Да и с точки зрения стоимостного оборота динамика в положительную сторону заметна лишь при ценнике более 500 руб. за упаковку. Безусловно, причин может быть 2: то ли нет платежеспособного спроса (покупатели этого сегмента вынуждены отказывать себе в аптечных покупках), то ли производитель просто перестает выпускать лекарственные препараты в этом сегменте, (накладные расходы делают продажи убыточными).

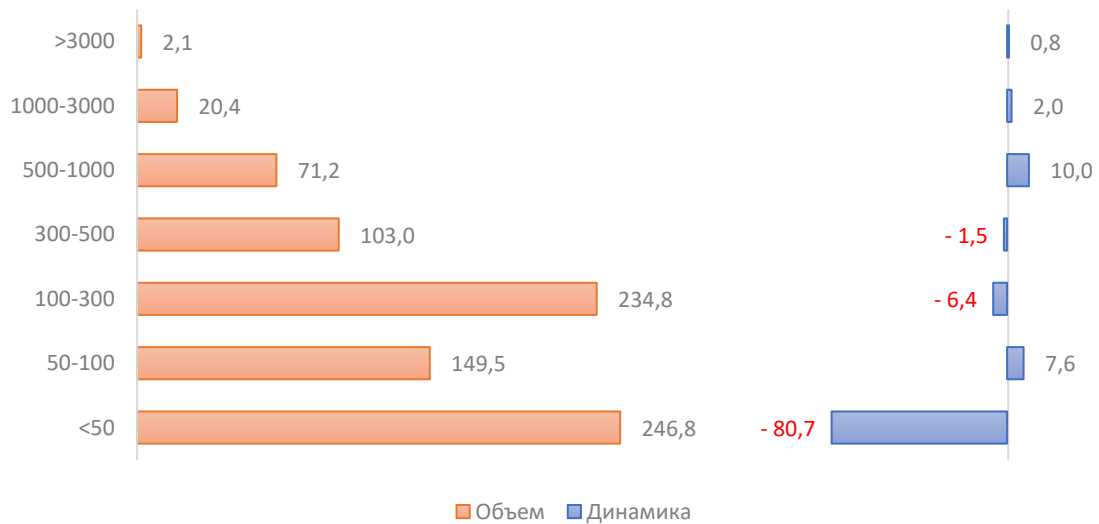
Анализируя продажи МНН «*ксилометазолин*» (1 место в рейтинге МНН) и пероральных лекарственных форм МНН «*ацетилсалициловая кислота + кофеин + парацетамол*» (3 место в рейтинге МНН) приходим к выводу, что верна, скорее, первая гипотеза. В начале 2021 года в сегменте «<50 руб./упак.» с рынка исчезли всего 1-2 SKU указанных МНН, которые не занимали значительную долю рынка. В этом ценовом диапазоне осталось несколько десятков форм выпуска разных производителей. Но, несмотря на присутствие многочисленных предложений, продажи дешевых упаковок МНН «*ксилометазолин*» упали на 1,6 млн упак., а МНН «*ацетилсалициловая кислота + кофеин + парацетамол*» – на 2,3 млн упак.

Но среди потребителей МНН «*ксилометазолин*» значительную долю составляли покупатели с готовностью заплатить больше 50 руб. за упаковку, за счет которых потребление в целом возросло. А вот среди потребителей МНН «*ацетилсалициловая кислота + кофеин + парацетамол*» таких покупателей было значительно меньше. И отказ от покупки дешевых упаковок не был компенсирован ростом в более дорогих сегментах. Так что, все-таки, дело не в исчезновении с рынка дешевых препаратов, а в том, что раньше других начинают экономить на лекарствах люди с самыми низкими доходами.

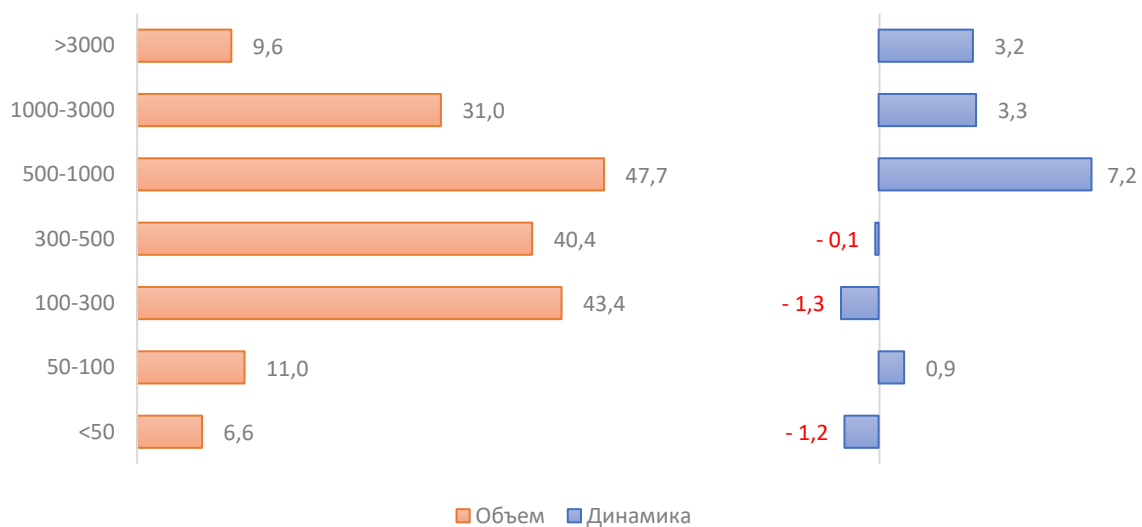
Динамика аптечного сегмента фармрынка, янв-фев 2019-2021 гг.



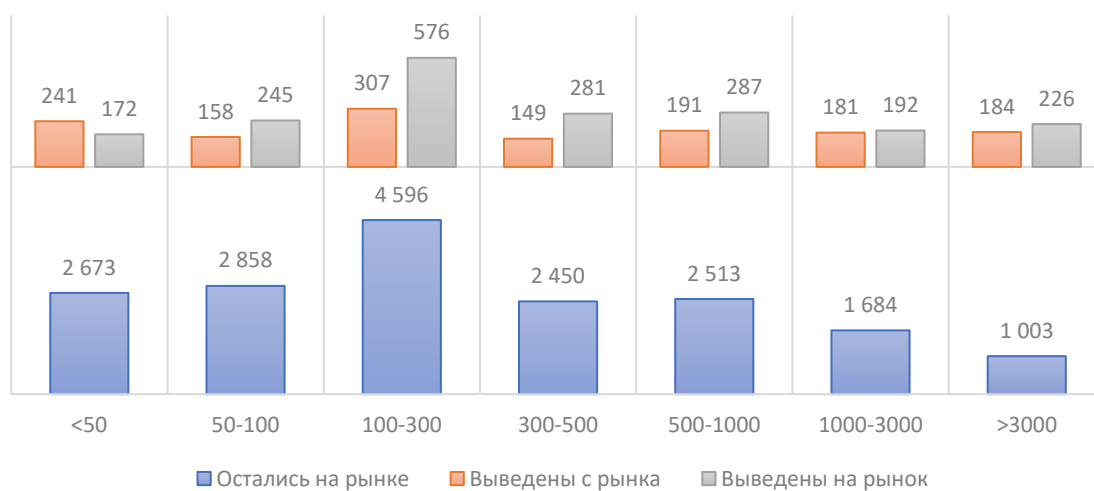
Распределение аптечных продаж лекарственных препаратов по ценовым сегментам, янв-фев 2021 г., млн упаковок.



Распределение аптечных продаж лекарственных препаратов по ценовым сегментам, янв-фев 2021 г., млрд руб.

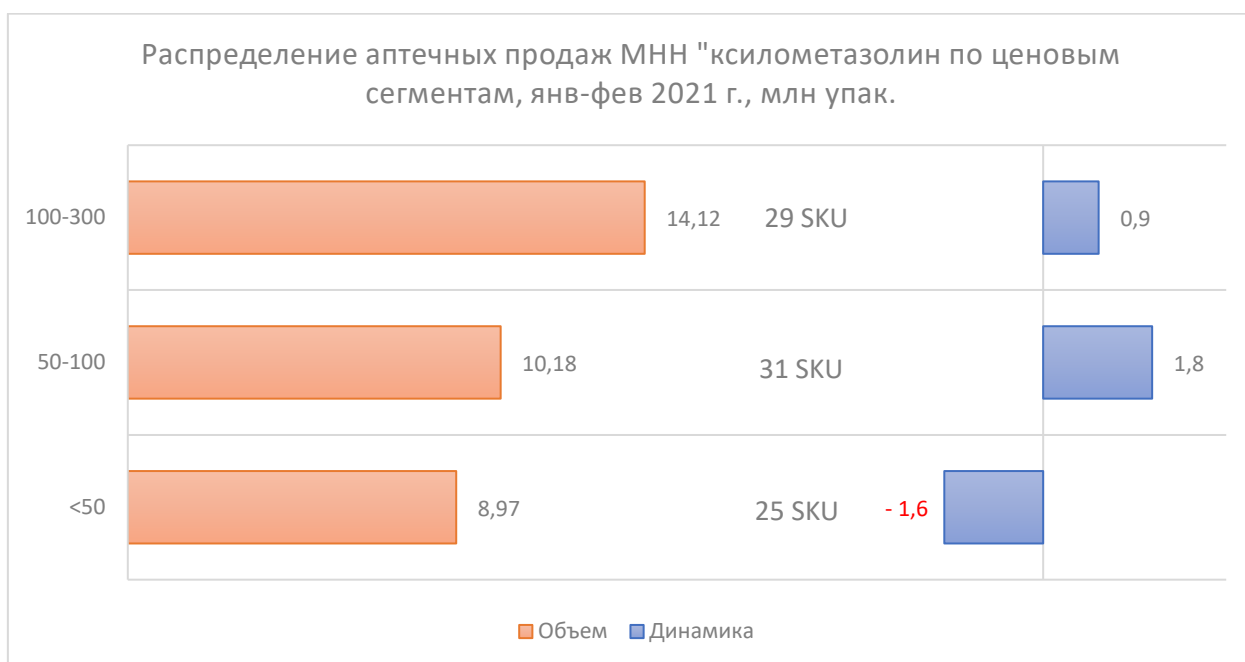


Динамика количества SKU в аптечном сегменте фармрынка в январе-феврале 2021 г. по сравнению с аналогичным периодом 2020 г.



Рейтинг МНН по итогам продаж в натуральном выражении, январь-февраль 2021 г.

Рейтинг			Международное непатентованное наименование	Динамика 2021 г. vs 2020 г., %	
2021 г.	2020 г.	Динамика		В натуральном выражении	В стоимостном выражении
1	1	0	Ксилометазолин	3,3	7,8
2	14	12	Цефтриаксон	86,2	201,1
3	2	-1	Ацетилсалициловая кислота + Кофеин + Парацетамол	-8,8	34,2
4	4	0	Омепразол	14,7	14,3
5	5	0	Ибупрофен	-4,0	1,6
6	3	-3	Ацетилсалициловая кислота	-14,6	12,1
7	8	1	Панкреатин	-2,4	5,9
8	10	2	Бисопролол	5,1	9,1
9	11	2	Эналаприл	-0,1	6,0
10	6	-4	Активированный уголь	-16,0	-6,5



Распределение аптечных продаж МНН "ацетилсалициловая кислота + кофеин + парацетамол" по ценовым сегментам, янв-фев 2021 г., млн упак.

