

Дистрибуция лекарственных препаратов в России

Чего ожидают игроки рынка в ближайшие пять лет?

Крупные фармацевтические компании, дистрибьюторы и аптеки ожидают изменений в дистрибьюторском секторе в России в ближайшие пять лет.

Дальнейшая консолидация в секторе приведет к изменению профиля игроков:

- 1 Три-четыре крупных многопрофильных дистрибьютора
- 2 Узкоспециализированные дистрибьюторы по отдельным нозологиям
- 3 Уход мелких дистрибьюторов с рынка

Монополизация поставок в наиболее значимых сегментах государственных закупок



Дальнейшие инвестиции дистрибьюторов в повышение операционной эффективности и развитие сервисов для производителей (отсрочка платежа, страхование, маркетинг и пр.), что будет препятствовать выходу новых игроков на рынок, в частности распространению модели 3PL-оператора в России.

Диверсификация деятельности дистрибьюторов с акцентом на аптечный (преимущественно) и производственный сектора в целях сохранения маржинальности бизнеса.



В случае внедрения системы лекарственного страхования возможно закрепление поставок в страховом сегменте за крупными поставщиками.



Развитие канала онлайн-продаж (безрецептурных препаратов и парафармацевтики) крупными игроками рынка усилит их позиции в аптечном секторе.

Возможная модель – несколько аптечных точек, кол-центр и служба доставки, которая позволит снизить издержки на содержание аптек и складских запасов.



Аптечные сети будут заинтересованы в прямых контрактах с производителями, поскольку это позволит повысить маржинальность их бизнеса. Однако данная модель будет скорее использоваться на уровне регионов и / или крупными российскими производителями.



В случае инвестиций розничных сетей в развитие бизнеса на фармацевтическом рынке произойдет усиление конкуренции в сегменте безрецептурных препаратов, поскольку розничные магазины могут увеличить продажи лекарственных препаратов (ЛП) за счет высокого трафика. Возможно появление новых крупных дистрибьюторов – розничных игроков, издержки которых будут ниже за счет масштаба операций.



По мнению участников опроса, тенденции внутри дистрибьюторского сектора, такие как консолидация и диверсификация деятельности дистрибьюторов, будут усиливаться, способствуя дальнейшей трансформации функций и модели дистрибуции на фармацевтическом рынке.

Фармацевтический дистрибьюторский сектор в цифрах



Количество фармацевтических дистрибьюторов
> 400, за исключением микропредприятий (2016 год)



Объем рынка в ценах дистрибьюторов
1085 млрд рублей (2016 год)



Рост рынка в ценах дистрибьюторов
6,5% (2016 год)



Доля топ-10 дистрибьюторов
92% (2016 год)



Рост доли топ-3 дистрибьюторов
49% → 56% (2015/2016 годы)



10 из топ-10 дистрибьюторов владеют одной или несколькими аптечными сетями



4 из топ-10 дистрибьюторов развивают фармацевтическое производство

100%

участников опроса считают одним из наиболее активных трендов в дистрибьюторском секторе консолидацию игроков, которая продолжится в течение ближайших пяти лет.

По мнению опрошенных, дальнейшая консолидация в секторе приведет к следующим изменениям:

Формирование нескольких крупных многопрофильных дистрибьюторов

Специализация ряда дистрибьюторов в определенных нозологиях

Уход мелких дистрибьюторов с рынка

Появление уполномоченных поставщиков по отдельным направлениям в бюджетном секторе



В то же время участники опроса полагают, что на региональном уровне останутся локальные поставщики, особенно в сегменте государственных закупок, консолидация которых с федеральными игроками маловероятна.

71%

респондентов ожидают развития процессов диверсификации бизнеса среди дистрибьюторов в целях повышения маржи и снижения финансовых рисков.

57% опрошенных отметили развитие бизнеса дистрибьюторов в аптечном секторе



Развитие собственных аптечных сетей обеспечивает:

- ▶ увеличение каналов сбыта и контроль расходов;
- ▶ усиление регионального присутствия и выход в различные ценовые сегменты;
- ▶ приобретение партнеров на розничном рынке и загрузку мощностей.

43% респондентов ожидают развития бизнеса дистрибьюторов в сфере производства



Среди возможных преимуществ создания дистрибьюторами производства были названы:

- ▶ участие в государственном сегменте с ЛП собственного производства (однако возникает риск конкуренции с другими производителями);
- ▶ получение эксклюзивных прав на дистрибуцию (при контрактном производстве).

Регуляторные инициативы в области дистрибуции:

- ▶ введение системы маркировки лекарственных препаратов (track & trace);
- ▶ введение правил надлежащей практики хранения (GSP).

По мнению участников опроса, вступление в силу данных требований приведет к необходимости значительных инвестиций со стороны дистрибьюторов, к ослаблению / уходу небольших игроков с рынка и к дальнейшей консолидации в секторе.



Источники: DSM Group, СГИАРК.

Выход российских продуктовых ретейлеров на фармацевтический рынок и разрешение онлайн-торговли лекарственными препаратами были названы одними из ключевых внешних факторов, способных трансформировать сектор дистрибуции.



71%

участников опроса согласились с тем, что выход крупных ретейлеров на российский фармацевтический рынок окажет влияние на сектор дистрибуции. При этом степень влияния будет зависеть от функций, которые они на себя возьмут.

Высокая вероятность выхода на фармацевтический рынок российских розничных сетей

Развитие только розничного сегмента («последняя миля»)



- ▶ Открытие собственных аптек в розничных магазинах / партнерство с аптечными сетями
- ▶ Обеспечение высокого трафика покупателей
- ▶ Существенные инвестиции в адаптацию складской инфраструктуры

Развитие собственной дистрибуции ЛП



- ▶ Возможность оптимизации издержек за счет масштаба операций
- ▶ Дополнительные инвестиции в обеспечение соответствия логистической инфраструктуры требованиям фармацевтического рынка

По мнению участников опроса, продуктовые ретейлеры смогут перераспределить долю рынка аптек и дистрибьюторов. Однако вероятно, что они окажут влияние только на сегмент безрецептурных препаратов и БАД.



Выход глобальных игроков на рынок России не имеет значительного потенциала

14% опрошенных считают, что глобальные игроки предпочтут выйти на российский рынок путем покупки национальных дистрибьюторов, что не окажет существенного влияния на структуру сектора дистрибуции.

По мнению 29% респондентов, в случае выхода на российский рынок глобальные игроки будут в первую очередь развиваться в розничном сегменте, а не в сфере дистрибуции.

57%

участников исследования отмечают значительные перспективы в результате разрешения продаж ЛП через онлайн-канал и считают, что это будет одним из наиболее важных факторов развития конкуренции среди игроков рынка и изменения модели фармацевтической дистрибуции.

Преимущества онлайн-продаж ЛП

Снижение издержек и прямое управление спросом посредством аккумулирования информации о профиле потребителей, а также формирования персонализированных предложений и скидоч.

Драйверы развития канала онлайн-продаж

Развитие системы электронного рецепта, разработка механизмов удаленной идентификации и аутентификации личности, введение маркировки ЛП, возможное появление электронных провизоров.

Возможные ЛП для онлайн-продажи

На данный момент – продажа безрецептурных препаратов, парафармацевтики и детского питания. Впоследствии в случае законодательных изменений – продажа рецептурных ЛП.

Актуальность для игроков рынка

Развитие онлайн-продаж может быть интересно всем участникам рынка (производителям, дистрибьюторам и аптекам), однако преимущество дистрибьюторов – в наличии готовой инфраструктуры.



Участники опроса отмечают, что развитие дистанционных продаж в фармацевтической области будет во многом зависеть от изменения законодательства, регулирующего данную сферу.

При этом высказывалось мнение, что развитие онлайн-канала в первую очередь улучшит положение лидеров дистрибьюторского сектора, которые в данный момент уже работают по системе предварительных заказов через онлайн-площадки принадлежащих им аптек.



Несмотря на успешное использование в зарубежной практике новых моделей дистрибуции, таких как логистические операторы (ЗПЛ) и прямые поставки от производителей в аптеки, участники российского рынка не ожидают их существенного влияния на сектор фармацевтической дистрибуции в России в ближайшие пять лет.

Российский аптечный сектор в цифрах



Количество аптечных групп
> 3 тыс. (2016 год)



Количество аптечных магазинов
60 тыс. (2016 год)



Оборот топ-10 аптечных сетей
337,9 млрд рублей (2016 год)



Рост продаж топ-10 аптечных сетей
37% (2015/2016 годы)



Рост доли топ-10 аптечных сетей
26% → 33% (2015/2016 годы)



6 из топ-10 аптечных сетей имеют в своем составе более 1000 торговых точек

Источники: DSM Group, Росздравнадзор.

29%

опрошенных назвали модель ЗПЛ-оператора перспективной для фармацевтического рынка.

42%

участников исследования ожидают развития модели прямых поставок ЛП от производителей в аптеки.

Результаты опроса аптечных сетей о модели прямых контрактов

В среднем **три года** опрошенные аптечные сети уже работают по модели прямых контрактов в России.

В среднем аптечная сеть работает по прямым контрактам с **30 производителями**, **58%** из которых составляют российские компании.

Средняя доля ЛП, закупаемых аптечной сетью по прямым контрактам, составляет **20%**.

Аптечные сети



- Преимущества модели: контроль запасов продукции и логистических операций, исключение рисков появления контрафактной продукции.
- Среди недостатков: дополнительные издержки и необходимость предоплаты.
- Аптечные сети заинтересованы в развитии модели, поскольку это позволит им повысить маржинальность бизнеса.

Дистрибьюторы



- Благодаря инвестициям дистрибьюторов в повышение операционной эффективности и развитие сервисов для производителей аптеки не смогут их вытеснить с рынка.
- Респонденты считают, что на рынке будут реализовываться точечные инициативы, направленные на использование модели прямых контрактов.

Производители



- Прямые поставки не обладают высокой рентабельностью вследствие географической специфики России, размера рынка и необходимости наличия оборудованного склада для препаратов.



По мнению опрошенных, наиболее вероятно, что модель прямых контрактов будет использоваться преимущественно на региональном уровне (в городах-миллионерах), а также крупными российскими фармацевтическими компаниями.

Однако все участники опроса считают активное развитие ЗПЛ-модели в России маловероятным в ближайшее время в силу следующих причин:

1

Для соблюдения строгих законодательных требований, предъявляемых к транспортировке и хранению ЛП, необходимы значительные инвестиции в инфраструктуру.

2

Специфические компетенции дистрибьюторов (маркетинг, аналитика, участие в тендерных процедурах, коллекторские функции и пр.) создают барьеры для новых игроков, выходящих на рынок.

Контактная информация:



Дмитрий Халилов
Партнер, руководитель группы по оказанию услуг предприятиям медико-биологической отрасли в России и СНГ
Тел.: +7 (495) 755 9757
Dmitry.Khalilov@ru.ey.com



Анна Гусева
Партнер, руководитель группы по оказанию консультационных услуг по сделкам предприятиям медико-биологической отрасли в СНГ
Тел.: +7 (495) 641 2944
Anna.Guseva@ru.ey.com



Наталья Никитенко
Директор, руководитель группы по оказанию услуг в области стратегии управления капиталом и исследований рынков в СНГ
Тел.: +7 (495) 783 2510
Natalia.Nikitenko@ru.ey.com