

ИТОГИ РАЗВИТИЯ ФАРМРЫНКА В 2013 ГОДУ

Для многих участников фармрынка прошедший год был не простым. Завершение первого полугодия происходило на фоне общих кризисных явлений, обусловленных сезонным спадом потребления ЛС. Во втором полугодии рынок попытался наверстать упущенное.

Объем розничных продаж в 2013 г. составил 3,06 млрд грн., что в натуральном выражении соответствует 1,5 млрд упаковок. По сравнению с 2012 г. рост рынка был более чем скромным. В стоимостном выражении прирост продаж составил 2,4%, в упаковках — снизился на 7,6%. Причем в первом полугодии темп прироста продаж составил 3,9% (в грн.), тогда как во втором — всего 1%. В то же время рынок продемонстрировал снижение продаж в упаковках: в первом полугодии на 4,9%, во втором — на 10,2%.

Рост объема продаж в денежном эквиваленте происходил на фоне повышения средневзвешенных розничных цен. Так, рост цен на товары, продаваемые в аптечной рознице, составил +10,8% по сравнению с таковым в 2012 г. Разница в тенденциях по полугодиям сохраняется: средневзвешенные розничные цены в первом полугодии выросли на 9,3%, во втором — на 12,5% по сравнению с аналогичным периодом 2012 г.

Резюме. Драматизм прошлого года заключался в высокой волатильности, сопровождавшей розничные продажи. На фоне снижения потребления рынок пытался удержать денежные объемы за счет повышения цен. Если рассматривать структуру продаж с точки зрения категорий товаров, то на фоне более чем умеренного роста продаж ЛС (+1,6% в денежном выражении) довольно интенсивно возрасали продажи в таких сегментах:

- биологически активные добавки (БАД) +11,6%
- медицинская техника +14,1%
- все товары косметической группы +9,4%
- изделия медицинского назначения (ИМН) +8,2%.

Рост продаж в этих группах происходил в основном на фоне повышения средних розничных цен. Однако такое утверждение является не совсем корректным, поскольку указанные выше процессы сопровождались изменением ассортиментного состава, когда

в структуре продаж на смену дешевым пришли более дорогие товары.

В ключевой товарной группе аптечной розницы — ЛС — объем продаж составил 2,51 млрд грн., в упаковках — 0,94 млрд шт. Темпы прироста ЛС +1,6% (в денежном выражении); -9,6% в упаковках на фоне роста средней взвешенной розничной цены +12,4%.

В сегменте ЛС отмечен среднегодовой рост цен (12,7%) по сравнению с 2012 г., особенно выраженный во втором полугодии. Это не обязательно могло быть вызвано буквальным подорожанием товаров. Цены могли возрасти в результате изменения ассортиментного состава и подорожания товаров.

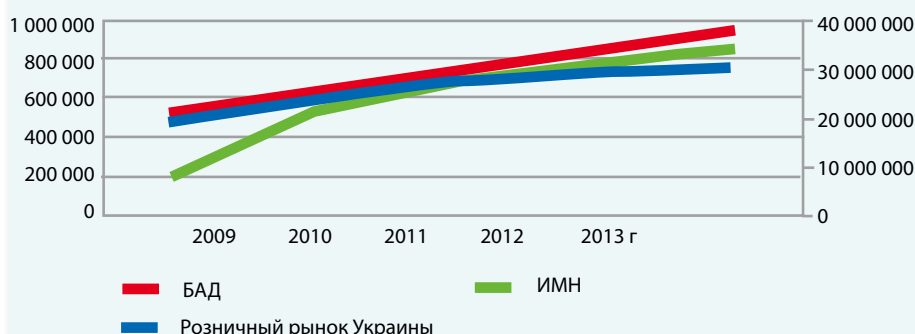


Рисунок. Динамика продаж розничного сегмента, сегмента БАД и ИМН в стоимостном выражении (грн) за 2009–2013 гг.

Табл. 1. ТОП-10 брендов ИМН в 2013 г.

Категория 2	Название общее	Производитель	Rt 2013 г., тыс. UAH	Sh SV в категории 2 2013 г., %	GR SV 2013 г. vs 2012 г., %
J02 Презервативы	Контекс	Полифарм АВК	1	54	-2,38
J02 Презервативы	Дюрекс	ССЛ Интернешннал	2	28,96	15,37
I01 Контроль сахарного диабета	Райтест Тест-полоски	Бионайм	3	41,48	0,98
I01 Контроль сахарного диабета	Ван Тач Тест-полоски	ЛайфСкен	4	26,84	33,73
K13 Прочие ИМН	Комплект гинекологический смотровой	Технокомплекс	5	19,96	7,21
J01 Тесты для определения беременности и овуляции	Эвитест	Хелм	6	28,41	-1,9
W07 Прочие	Реню	Бауш и Ломб	7	59,64	-14,47
I01 Контроль сахарного диабета	Аккучек Актив Тест-полоски	Рош Диагностик	8	15,83	8,34
J02 Презервативы	Дюрекс	Полифарм АВК	9	9,17	1,89
J03 Сопутствующие товары	Контекс гель-смазка	Полифарм АВК	10	92,14	6,25

Динамика розничного ринка, сегментів БАД і ІМН за 2009–2013 гг. представлена на рисунку.

Далі представлений більш детальний аналіз динаміки двох ростючих перспективних ринків — БАД і ІМН.

Ринок ІМН росте швидкими темпами. Якщо в 2009 г. сума аптечних продажів складала 196 млн грн., то в 2013 г. — 823 млн грн. При цьому в натуральному вираженні в аптечній розниці в 2009 г. було продано 19 млн упаковок ІМН, а в 2013 г. — 98 млн!

Однак темпи росту сегмента замедляються. Так, позитивна динаміка продажів в стоимісному вираженні в 2011/2010 гг. складала 30%, в 2012/2011 — уже 13%, а в 2013/2012 — всього 8%. В натуральному вираженні картина така ж: +34, +25 і +6% відповідно.

Порівняно з сегментом ЛС група ІМН демонструє високі темпи росту, свідчать про те, що ринок ще не насичений товарами. Примічально, що на фоні збільшення об'ємів ринка ІМН в денісному вираженні і в упаковках середньозважені ціни на товари знижуються. Якщо в 2009 г. найбільше кількість упаковок було куплено по 10,2 грн., то в 2011 г. — уже по 9 грн., а в 2013 г. — по 8,4 грн.

87% продажів групи ІМН склали товари медичного призначення (ТМН), товари для планування сім'ї (ПС) і медтехніка. Розвиток сегмента ТМН, крім традиційних продажів медичних аптек, перчаток і шовного матеріалу, було обумовлено формуванням нових потребиських сегментів: компресійний трикотаж, бандажні изделия, різні тести (крім тестів на вагітність) і ортопедическі стельки. Потребиський спос на ТМН не падає, знижуються тільки темпи прироста. Так, в 2013 г. продажі ТМН в упаковках виросли на 12% порівняно з 2012 г., в денісному — незначительно підвищилися (+2,7%).

69% товарів для ПС зайняли засади контрацепції, продажі котрих в стоимісному вираженні в 2009 г. склали 75 млн грн., а в 2013 г. — 172 млн грн. За розглядаємий період сегмент тестів для визначення вагітності збільшився втрое в стоимісному вираженні. Однак з 2011 г. потребиський спос цієї групи товарів падає (2011–2012 гг. — період стагнації: -0,25%, -0,6%; в 2013 — 6,3%) Ету тенденцію спробували компенсувати ростом цен, що в 2013 г. було характерно для багатьох груп аптечних товарів.

Вибір потребиителя в пользу отечесвенных товарів в двох основних группах ІМН різний. Якщо в сегменті ТМН это почти паритет, с небольшим преимуществом укра-

инских производителей (43% — импортные, 57% — отечесвенные), то в группе товаров для ПС покупатель все же предпочитает импортные товары (99%).

ТОП-10 товаров с динамикой продаж в 2013 г. и долей в своей категории товаров представлены в табл. 1.

Объем продаж БАД в 2013 г. составил 926 млн грн. В 2009 г. в этом сегменте было продано товаров на 521 млн грн. В стоимісному вираженні прирост составил +11,6%, в натуральному — отмечено падение на 3,7%.

В 2013 г. 64% рынка БАД заняли средства, действующие на пищеварительную систему. В рейтинге долевого распределения денісных об'ємів второе и третье места заняли БАД, действующие на мочеполовую

Значительно уменьшились продажи в стоимісному вираженні:

- противомикробные и противовирусные средства -68%
- продукты детского питания -31%
- средства для устранения никотиновой зависимости -26%
- средства по уходу за волосами -24%.

Отечесвенные БАДы не намного уступают импортным по суммарному об'єму продаж. В 2013 г. доля импортных БАД составила 59%, а украинских — 41%. Но потребиський спос (упаковки) на отечесвенные БАД упал (-6,5%), а на импортные — возрос (+2,7%). В стоимісному вираженні выросли как импортные (+10%), так и отечесвенные (+14%) БАД.

Табл. 2. ТОП-10 брендов БАД в 2013 г.

Категория 2	Производитель	Название общее	Rt 2013 г., тыс. UAH	Sh SV в категории 2 2013 г., %	GR SV 2013 г. vs 2012 г., %
A01 Средства, влияющие на систему пищеварения	Био Гая	Био Гая	1	18,41	38,68
A02 Витамины и минералы	Байер Консьюмер Хелс	Биовиталь	2	20,26	24,6
A11 Средства для ухода за глазами	Бауш и Ломб	Окювайт	3	49,47	19,11
C01 Лекарственные чаи	Ключи здоровья	Ключи Здоровья	4	40,87	-1,77
A01 Средства, влияющие на систему пищеварения	Омнифарма	Уголь белый	5	8,76	10,59
A01 Средства, влияющие на систему пищеварения	Про-Фарма Универсальное агенство	Сорбекс	6	8,05	24,29
A13 Средства для регуляции массы тела	Эвалар	Турбослим	7	22,13	-4,68
A03 Средства, влияющие на сердечно-сосудистую систему	Квайсер Фарма	Доппельгерц	8	31,89	18,8
A01 Средства, влияющие на систему пищеварения	ABBA Рус	Лактофильтрум	9	5,82	35,36
A01 Средства, влияющие на систему пищеварения	Лекхим АО	Печаевские	10	5,39	38,88

систему (10,2%) и органы чувств (6,3%). Доля средств, действующих на пищеварительную систему, постепенно уменьшается и в 2009 г. продажи этой группы составили 70%. В 2009 г. продажи группы товаров, действующих на органы чувств, составили 10%. Мощно растет группа средств, действующих на мочеполовую систему, но прирост 5,4% в 2013/2012 гг. свидетельствует о насыщении этого рынка.

Рост внутри группы был неравномерным. Так, в 2013 г. высокие темпы (50% и выше) были у следующих категорий товаров:

- средства по уходу за полостью рта +77%
- противовоспалительные препараты +76%
- антипохмельные средства +52%.

Украинские производители пытались ростом цен компенсировать потерянные объемы продаж. ТОП-10 БАД с динамикой продаж в 2013 г. и долей в своей категории товаров представлены в табл. 2.

В 2014 г. аптечная розница в гривневом эквиваленте будет расти только за счет инфляционной составляющей или в результате ввода новых, более дорогих товаров. В натуральном вираженні рынок продолжит сокращаться. Сегменты ІМН и БАД имеют более оптимистичные прогнозы — они будут расти как в стоимісному, так и в натуральном вираженні.

**Аналитический партнер
компания ООО «Бизнес-Кредит»**