

doi: 10.21518/1561-5936-2020-1-2-3-14-16

Силиконовая малина

Рейтинг российских аптечных сетей по итогам 2019 года

Николай Беспалов, Павел Расщупкин, аналитическая компания RNC Pharma

Эпидемия коронавируса в Китае, безусловно, стала одной из центральных тем начала года. Сейчас сложно прогнозировать, как именно будут развиваться события и тем более с какими реальными последствиями для системы здравоохранения и экономики нам придется столкнуться. Но аспект некоего культурного феномена в нашей стране, возникновение которого сформировал коронавирус, обойти вниманием сложно.

Ключевые слова: аптечные сети, средний чек, розничные продажи

Silicon raspberries

Russian pharmacy chains rating at year-end 2019

Nikolay Bespalov, Pavel Rasshchupkin, Analytical Company «RNC PHARMA»

The coronavirus epidemic in China has certainly become one of the central themes of the beginning of the year. Now it's difficult to predict the way, in which events will begin to shape up and more than this, what real consequences for the public healthcare system and the economy we will have to face. But the aspect of certain cultural phenomenon in our country, which has been formed by the coronavirus, is difficult to ignore.

Keywords: pharmacy chains, average bill, retail sales

ЭПИДЕМИЯ НЕ ПОМОЖЕТ

Разумеется, речь идет не о всплеске продаж масок, санитайзеров и противовирусных препаратов, которые на волне ажиотажа сметались с полок аптек и других торговых организаций. Это все конечно было и даже, наверное, временно улучшило финансовое положение российского фармритейла. Но гораздо важнее, что ажиотаж вокруг темы выступил в качестве инструмента общественного одобрения ряда регуляторных мер, направленных на фармрозницу, в т.ч. весьма непопулярных и зачастую довольно сомнительных с точки зрения последствий для системы здравоохранения. Речь прежде всего об «аналогии закона о торговле для аптек», работа над которым вот уже несколько месяцев ведется в недрах Государственной думы РФ. К слову, помимо уже звучавших запретов и ограничений, «переболев коронавирусом», документ получил несколько новшеств, которые тоже не пойдут на пользу ни отрасли, ни потребителям. Например, предложение фиксировать в аптечных учреждениях цены на препараты, не относящиеся к перечню ЖНВЛП, при котором пересмотр цен будет возможен раз в квартал.

Между тем в отрасли и невиртуальных проблем хватает: доходы

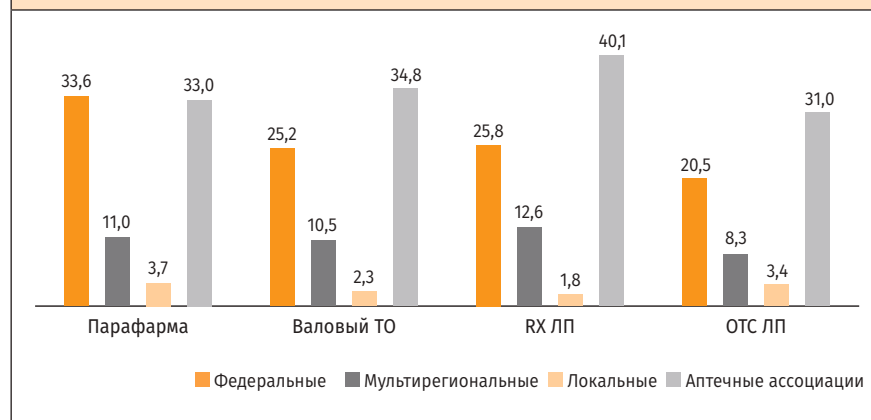
населения не растут, реализация ОТС-препаратов сокращается, потребители отдельных ОТС-средств переключаются на БАД, а те в свою очередь активно перетекают из офлайн в онлайн. Причем если пока речь идет в основном о потерях фронт-маржи, то спустя пару лет можно будет наблюдать уже и заметный отток маркетинговых бюджетов, а это в свою очередь чревато остановкой развития аптечной инфраструктуры.

По итогам 2019 г. рейтинг аптечных сетей по доле на рознично-коммерческом рынке ЛП России среди

классических аптечных сетей возглавляет «Ригла», среди аптечных сетей смешанного типа – «АСНА» (табл. 1).

Вообще, если посмотреть на показатели динамики продаж по аптечным сетям различных категорий, в глаза бросаются явные отличия между темпами развития сетей федерального масштаба и ассоциациями, с одной стороны, а с другой – мультирегиональными, и в особенности локальными, аптечными сетями (рис.). И если мультирегионалы в среднем растут примерно вдвое медленнее лидеров отрасли,

РИСУНОК. Сравнение прироста товарооборота в аптечных сетях разных категорий, 2019/2018 гг., % руб.



Источник RNC Pharma®: рейтинг российских аптечных сетей

ТАБЛИЦА 1. Рейтинг аптечных сетей и объединений по доле на рознично-коммерческом рынке ЛП России по итогам 2019 г.

№	Аптечная сеть	Расположение центрального офиса	Количество точек на 01.01.2020	Доля на рынке по количеству точек, %	Доля на рынке, %, руб.		
					ЛП	Парафарма	Рынок в целом, без ЛЛО
Классические аптечные сети¹							
1	Ригла	Москва	2 846	4,2	6,3	7,2	6,5
2	ГК Эркафарм	Москва	1 168	1,7	5,2	5,3	5,2
3	Аптечная сеть 36,6 *	Москва	1 403	2,1	4,4	3,4	4,2
4	НеоФарм	Москва	736	1,1	3,8	2,6	3,5
5	Вита	Самара	1 742	2,6	3,6	2,8	3,4
6	Планета Здоровья *	Пермь	1 723	2,6	3,2	1,8	2,9
7	Фармлэнд	Уфа	1 265	1,9	2,4	2,4	2,4
8	Мелодия Здоровья	Новосибирск	874	1,3	1,7	1,7	1,7
9	Апрель *	Краснодар	1 367	2,0	1,6	3,0	1,9
10	Фармаимпекс *	Ижевск	696	1,0	1,5	2,1	1,6
Аптечные сети смешанного типа²							
1	АСНА	Москва	9 345	13,9	14,1	15,6	14,4
2	Имплозия *	Самара	4 096	6,1	4,2	4,3	4,3
3	ИРИС	Москва	1 616	2,4	3,7	3,1	3,6
4	Идея *	Санкт-Петербург	207	0,3	0,8	1,2	0,9
5	Монастырев.рф	Владивосток	47	0,1	0,4	0,6	0,5
6	Советская аптека	Москва	270	0,4	0,3	0,5	0,3
7	ВекФарм	Москва	26	0,04	0,1	0,1	0,1
Аптечные ассоциации и интернет-проекты для аптек³							
1	PharmMarket	Москва	6 948	10,3	8,5	10,1	8,9
2	ПроАптека	Москва	5 794	8,6	7,4	3,5	6,6
3	МФО	Санкт-Петербург	4 411	6,6	5,5	5,7	5,6
4	Созвездие	Москва	3 213	4,8	2,2	1,7	2,1
5	Платформа Фармхаб	Москва	1 273	1,9	1,7	1,7	1,7
6	Аптечное партнерство Альянсфарма	Санкт-Петербург	1 062	1,6	1,6	1,4	1,5
7	ВЕСНА	Санкт-Петербург	1 664	2,5	1,4	1,7	1,5
8	Надежда-Фарм	Тамбов	220	0,3	0,3	0,2	0,3
Сервисы дистанционного заказа							
1	Аптека.ру	Новосибирск	17 096	25,4	2,3	4,5	2,7
2	Еаптека.ру *	Москва	87	0,1	0,4	0,9	0,5
3	Здравсити.ру *	Москва	11 892	17,7	0,2	0,3	0,2

* Экспертная оценка.

¹ Розничные структуры, объединенные единым собственником/-ками (недвижимость, права аренды, товарный запас, оборудование и т.д.), а также выполняющие полный комплекс операций, связанных с розничной деятельностью: продажи, закупки, управление, получение товарных и денежных кредитов, предоставление маркетинговых услуг и т.д.² Аптечные структуры, объединенные по принципу франчайзинга, либо структуры, доля франчайзинга в которых более 50% от объема бизнеса. А также маркетинговые альянсы, контролирующие большую часть операций розничной деятельности своих участников.³ Виртуальное объединение, берущее на себя отдельные функции розничной деятельности (консолидация заказа, предоставление маркетинговых услуг производителям и т.д.).

Источник RNC Pharma*: рейтинг российских аптечных сетей

ТАБЛИЦА 2. Топ-15 аптечных сетей и объединений по размеру среднего чека по итогам 2019 г.

№	Аптечная сеть	Расположение центрального офиса	Размер среднего чека, руб.	Количество чеков в расчете на одну аптеку, тыс. ед.	Динамика количества чеков относительно 2018 г., %
1	Омнифарм	Москва	4 032	9,9	2,6
2	Аптека.ру	Новосибирск	1 575	1,3	240,5
3	Монастырев.рф	Владивосток	835	147,5	13,7
4	Аптечная сеть 36,6 *	Москва	733	50,6	4,1
5	Аптечная сеть холдинга «Северо-Запад»	Санкт-Петербург	729	27,1	-37,0
6	Волгофарм	Волгоград	705	68,3	-28,0
7	Брянскфармация	Брянск	700	32,5	-55,0
8	ГК Эркафарм	Москва	692	80,5	-9,9
9	НеоФарм	Москва	665	90,4	24,2
10	Алоэ (ранее – Эдифарм)	Санкт-Петербург	657	40,0	-23,3
11	Аптека экономных людей *	Владивосток	657	44,5	-
12	Советская аптека	Москва	636	24,1	23,0
13	О'Вита *	Владивосток	629	60,6	-7,0
14	Здоров.ру *	Москва	623	223,4	6,1
15	ВекФарм	Москва	605	62,5	10,3

* Экспертная оценка.

Источник RNC Pharma*: рейтинг российских аптечных сетей

то динамика локальных игроков отличается от топовых компаний примерно на порядок. Но даже это не страшно, хорошо если в отрасли хотя бы кто-то развивается. Проблема заключается в том, что, если оценивать причины роста даже крупнейших аптечных сетей, динамика продаж в расчете на одну аптеку оказывается меньше среднегодовой инфляции на ЛП. Крупные сети развиваются за счет экспансии в регионы, в т.ч. за счет покупки действующих бизнесов, но общая ситуация в отрасли вряд ли исправится только лишь за счет ажиотажа, связанного с рисками распространения эпидемии COVID-19.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОТРАСЛИ

Вообще, сфера розничной торговли стремительно меняется. Это глобальный тренд, который регуляторы фармрынка стараются игнорировать, но который уже давно стал реальностью. Кстати, разрешение онлайн-торговли ЛП, решения по которому мы ждем на этот раз к лету 2020 г., в этом отношении мало

что меняет, тем более что онлайн хоть и формирует основные тренды глобальных изменений розницы, но все же процесс трансформации им не исчерпывается (табл. 2).

Эксперименты с розничной торговлей ведутся с участием самых разных заинтересованных, в т.ч. оптовых компаний, и с использованием различных форматов организации бизнеса. Фармрынок в этом отношении вряд ли можно отнести к авангарду общего движения, в т.ч. за счет существующих законодательных ограничений, но новшества и здесь присутствуют. Зачастую речь идет о различных партнерствах представителей фармрынка и новичков из сегмента онлайн-игроков, достаточно вспомнить отношения «ЗдравСити» с «Утконосом» и другие похожие примеры. Но есть и классические схемы, когда крупные и состоявшиеся онлайн-игроки стараются расширить свои интересы за счет аптечного ассортимента (не обязательно лекарственного, скажем, за счет селективной косметики). Они если и сотрудничают

с представителями фармрынка, то уже не с розницей, а с дистрибьюторами – как поставщиками товаров и производителями – как плательщиками маркетинговых бюджетов.

Примечательно, что сейчас в отрасли параллельно проводится сразу несколько подобных экспериментов с участием как онлайн-, так и офлайн-игроков. К примеру, собственные офлайн-аптеки интернет-компаний «Онлайн Трейд» и «Беру» или давно обсуждаемое появление аптек у «Почты России». Пока это в большей степени лабораторные проекты, в ходе которых отрабатываются в т.ч. административные процессы и оценивается эффективность бизнеса. К тому же далеко не всегда эксперименты заканчиваются удачно. Так, вырвавшийся из лабораторных стен проект «Мега-Фарм» уже к концу 2019 г. без лишнего шума был свернут.

Материал публикуется с сокращениями, полная версия доступна на сайте remedium.ru

