

# Факты от IQVIA | Июль 2023

*Портфель решений для развития здравоохранения*

# Дисклеймер

Аналитика, её интерпретация и сопутствующая информация, содержащиеся в настоящем документе, сформированы и представлены с учетом предположений, методологий и переменных, описанных в этом отчете, и основаны на сторонних источниках и данных, которые оцениваются надежными. Не предоставляется никаких гарантий относительно полноты или точности таких сторонних источников или самих данных.

Любые описанные в настоящем документе попытки оценить будущие события и осуществить прогнозы подвержены определенным рискам и неопределенностям и не должны рассматриваться как гарантия какого-либо конкретного результата или события.

Все права на воспроизведение, цитирование, трансляцию, публикации защищены. Никакая часть данной презентации не может быть воспроизведена или передана в любой форме или любыми средствами, электронными или механическими, включая фотокопирование, запись или любую систему хранения информации, без письменного согласия IQVIA.

Copyright © 2022 IQVIA. All rights reserved. IQVIA® is a registered trademark of IQVIA Inc. in the United States and various other countries.

# Содержание:

- 01 [Экономические показатели](#)
- 02 [Фармацевтический рынок](#)
- 03 [Розничный сегмент](#)
- 04 [Сегмент государственных закупок](#)
- 05 [Прогноз динамики фармацевтического рынка](#)
- 06 [Промоционные активности](#)
- 07 [Рейтинги дистрибьюторов и аптечных сетей](#)
- 08 [Рынки стран СНГ+](#)
- 09 [Сервисы IQVIA](#)





# В существующем отчете IQVIA используются следующие определения

## Дисклеймер

### Временной период



#### Анализируемый период в отчёте:

- Авг 2022 – Июль 2023

Сравнение динамики происходит на **MAT** – Скользящая годовая сумма

**YoY:** сравнение года к предыдущему году

**CAGR:** совокупный среднегодовой темп роста

### Значения



#### Продажи в денежном выражении

Российский рубль

#### Продажи в объёмном выражении

Упаковки или стандартные упаковки

#### Trade price –

стоимость отгрузки продукта в аптеку или ЛПУ

### Определение рынка



#### Фармацевтический рынок (все продуктовые категории включая Z98 - БАД)

#### IQVIA аудиты:

- Розничный аудит ЛС и БАД в России
- Бюджетный аудит ЛС в РФ (за исключением ДЛО и РЛО)
- ДЛО и РЛО (за исключением ATC2 EphMRA2 групп T02, T03)

### Каналы



#### Розничный канал

Покупка за счёт собственных средств пациента

#### Сегмент государственных закупок

Продукты с возмещением стоимости ЛС – Бюджетный канал, ДЛО, РЛО

### Прочее

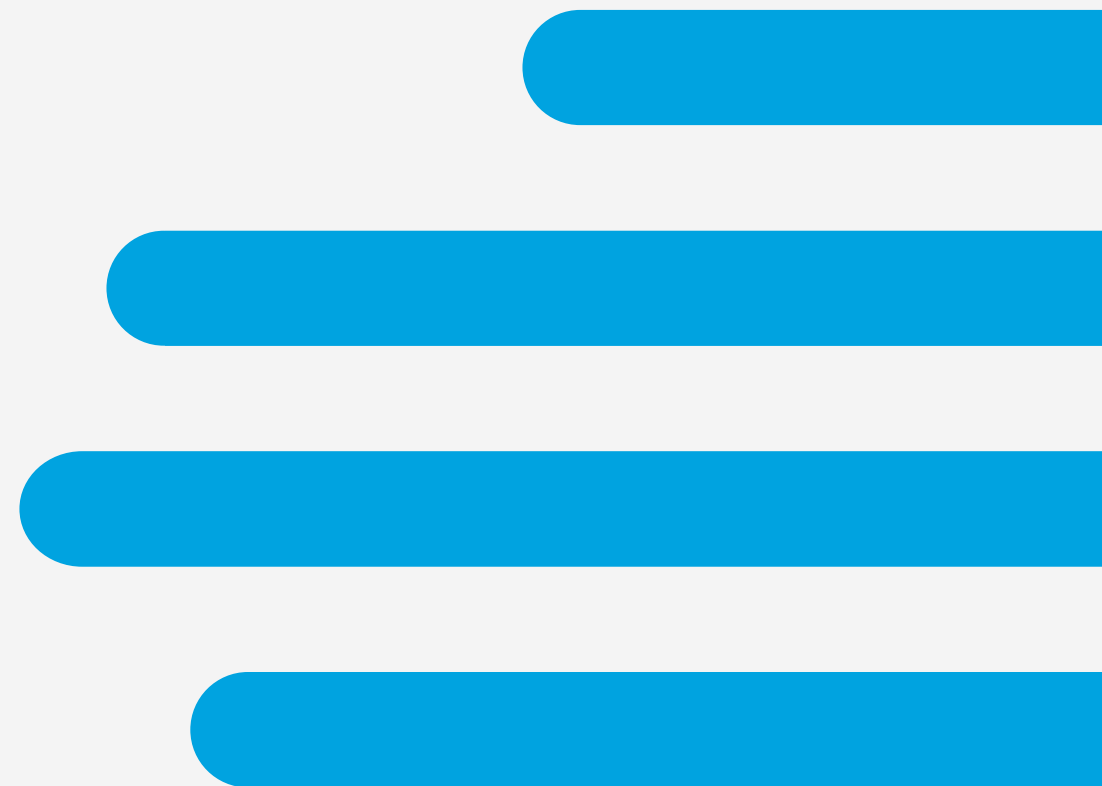


**Рейтинги** аптечных сетей и дистрибьюторов обновляются ежеквартально

**Прогноз рынка** основан на глобальном инструменте IQVIA Market Prognosis, в котором не учитывается категория Z98. Данный прогноз рынка обновляется дважды в год – в апреле и октябре.

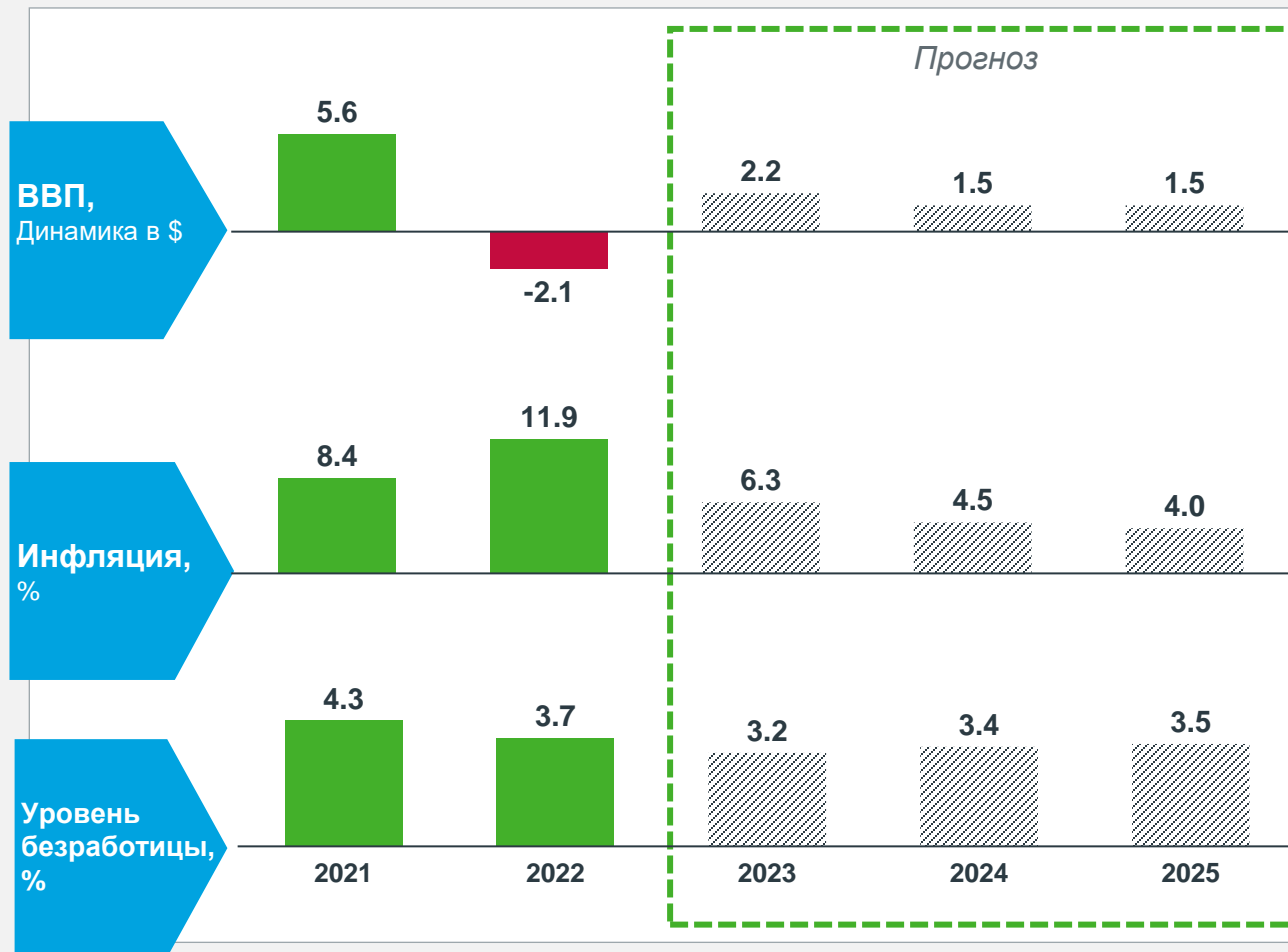
# 01

## Экономические показатели



# В 2023 в России прогнозируется рост уровня ВВП на 2.2%. В среднем по году курс стабилизируется на уровне 85.5 рублей за 1 \$ США

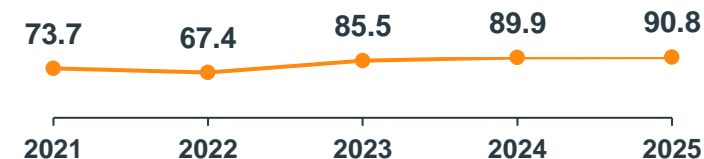
## Ключевые экономические индикаторы



### Комментарии

- Несмотря на падение ВВП в 2022 г., по прогнозам, начиная с 2023 г. ВВП начнет восстанавливаться; Уровень безработицы также выравнивается за тот же период.
- Несмотря на высокую инфляцию в 2022 году, в последующие годы инфляция прогнозируется на уровне 4-6%.
- Неопределенность сохраняется в отношении нескольких событий: устойчивости к инфляции и ужесточения денежно-кредитной политики, динамики спроса и напряженности в глобальных цепочках поставок, волатильности рынков продовольствия и энергоносителей, больших объемов долга и геополитической напряженности.

### Курс валют, Руб./Доллар США

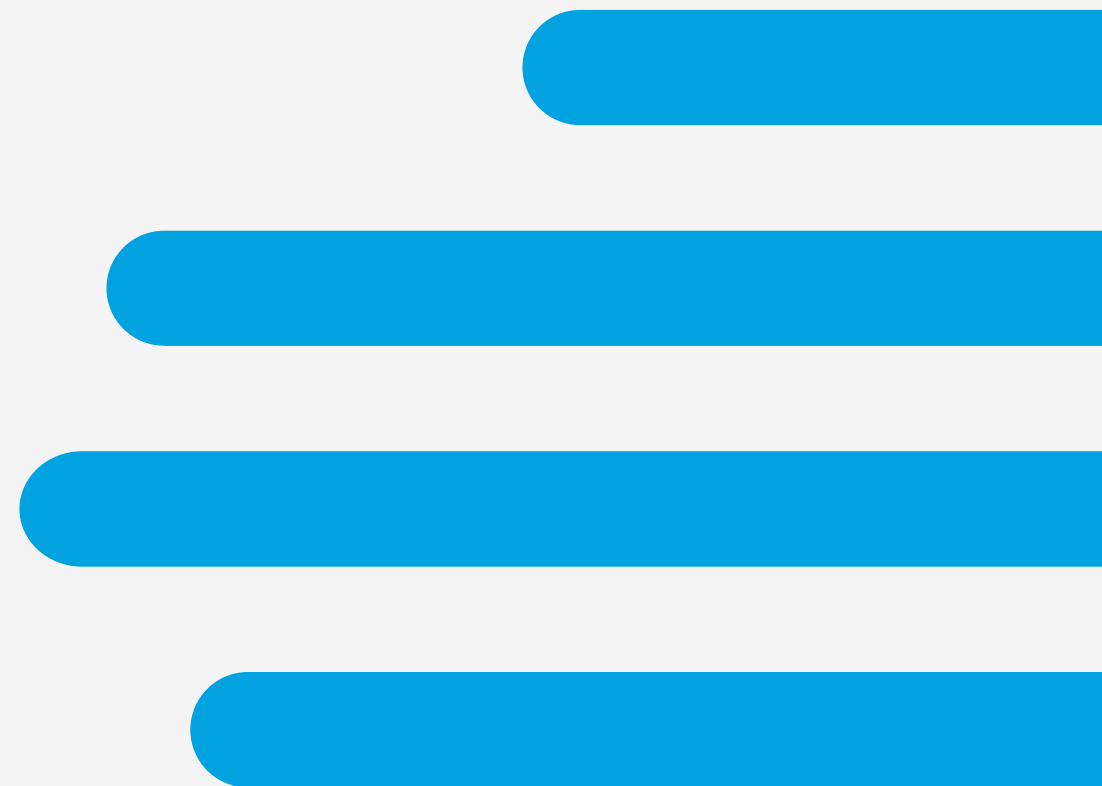


Экономические индикаторы

Экономическая ситуация

# 02

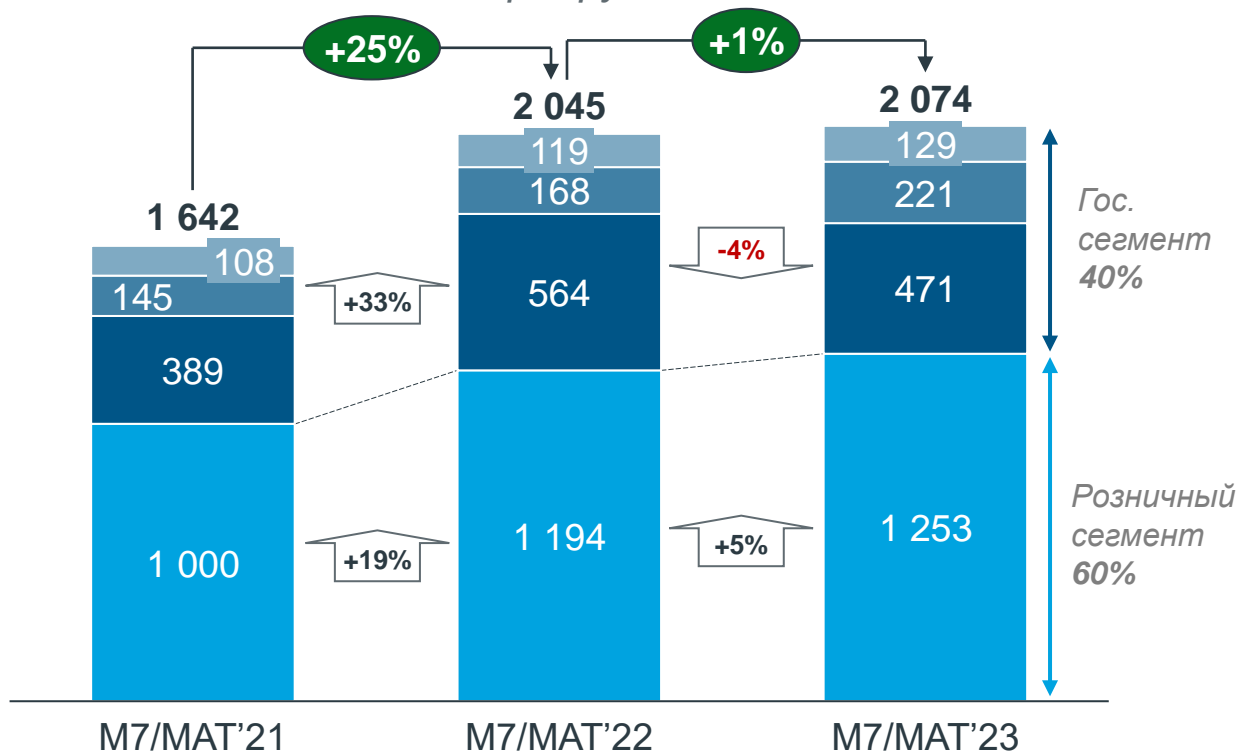
## Фармацевтический рынок



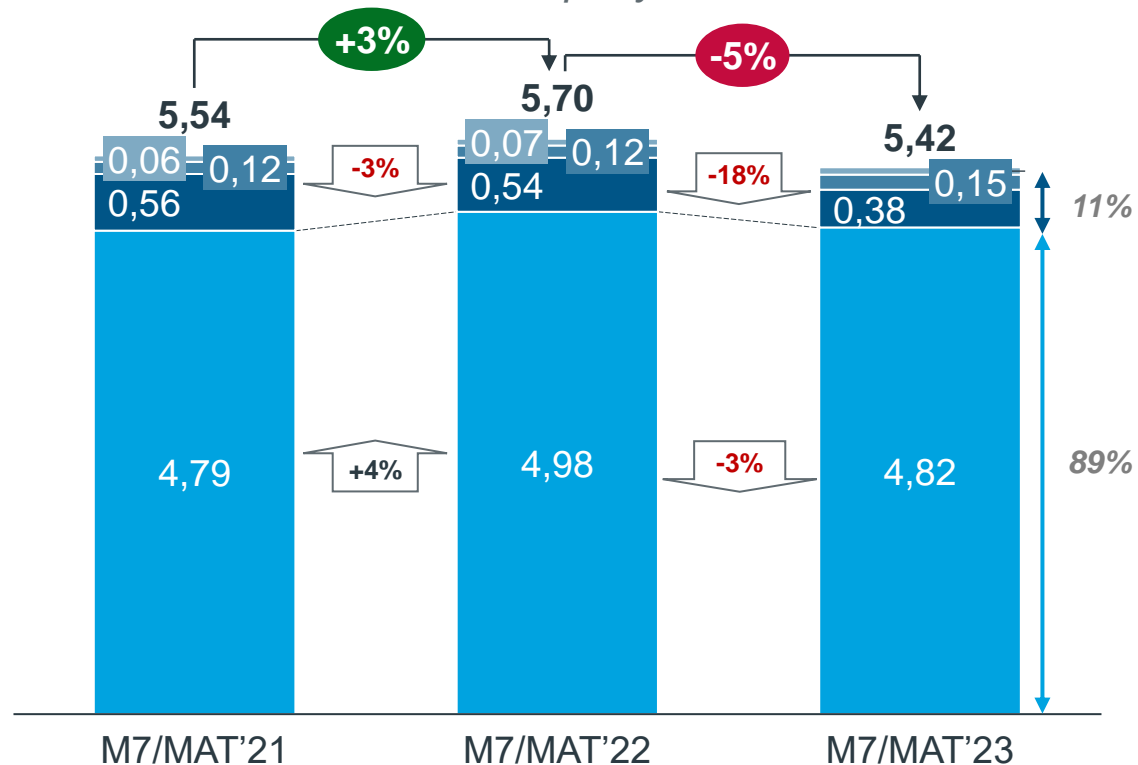
# Российский фармацевтический рынок в денежном выражении показывает положительную динамику в розничном сегменте и в каналах ДЛО/РЛО бюджетного сегмента рынка

## Российский фарм. рынок по сегментам

Продажи в денежном выражении  
Млрд. руб.



Продажи в упаковках  
Млрд. уп.



Розничный сегмент    Бюджетный сегмент    Федеральная льгота    Региональная льгота

Критерий	Рубль	Доллар США	Евро	Упаковки	Стандартные упаковки (SU)
Продажи в деньгах, МАТ'07'23, млрд.	2 074,1	29,6	28,3	5,4	221,7
Рост 23/22, %	1%	5%	12%	-5%	-1,2%

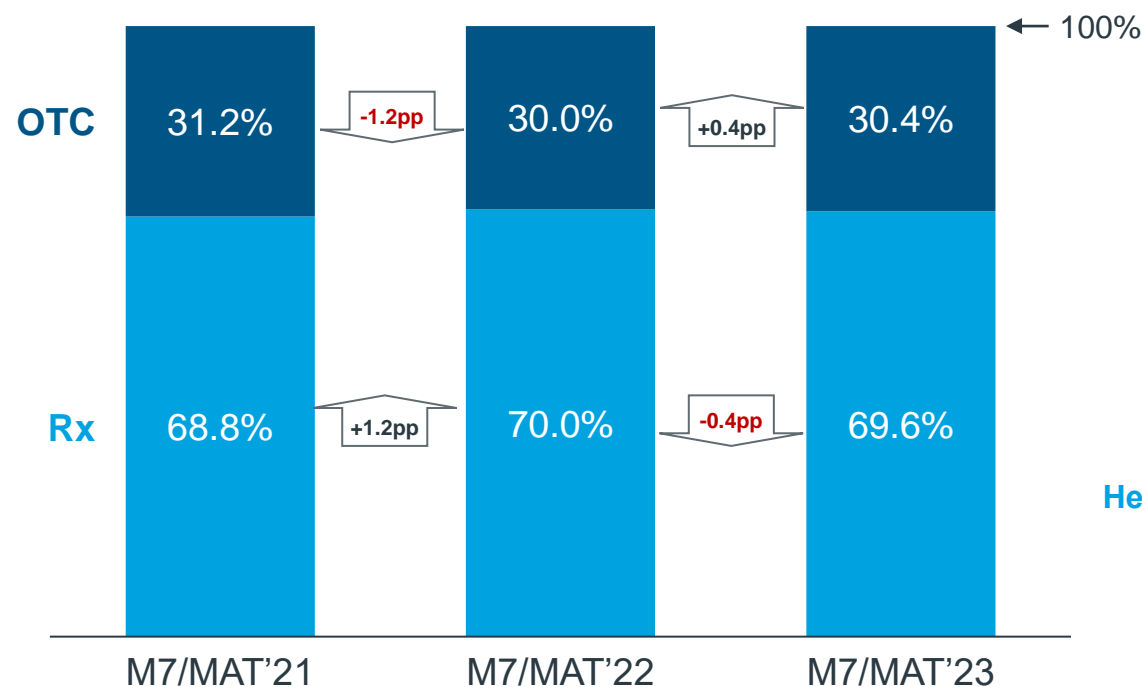


На рынке в денежном выражении преобладают ЛС рецептурного отпуска; доля недженериковых ЛС является преобладающей, так как эти препараты обычно имеют более высокую цену

## Российский фарм. рынок по структуре

### Продажи по статусу ЛС

Продажи в деньгах, руб.

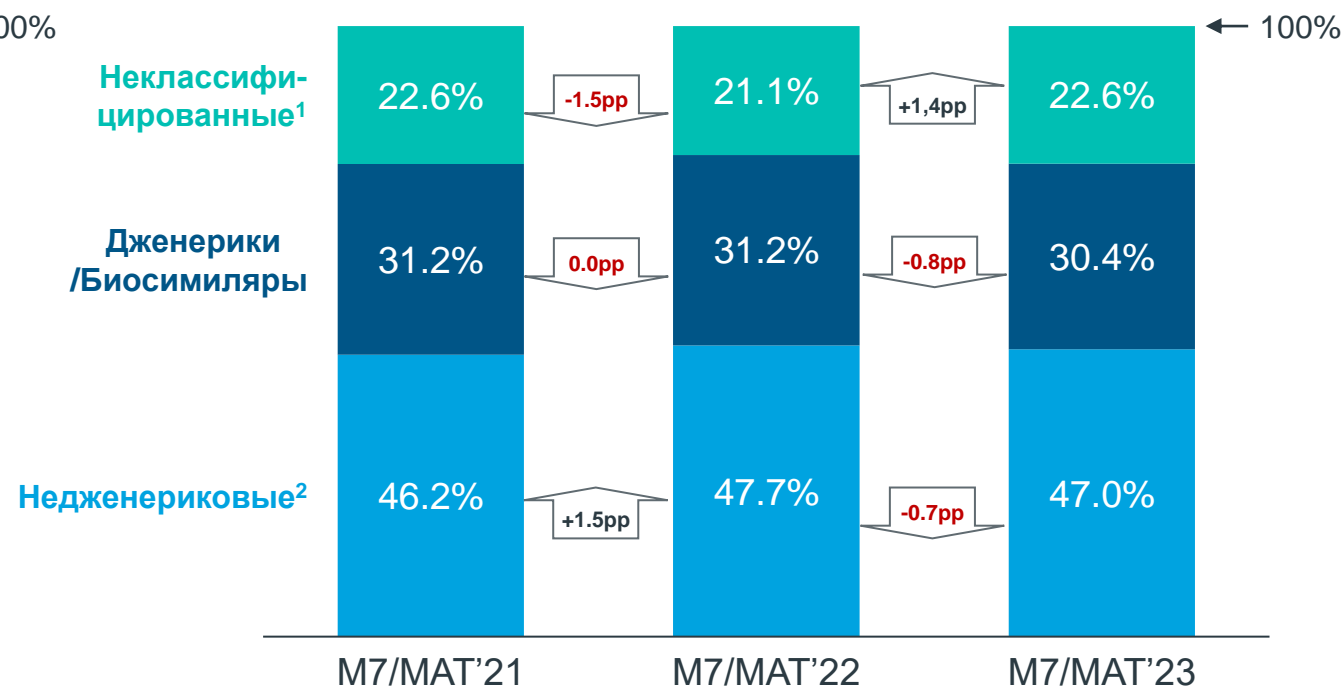


Rx / OTC, %

Розничный	50 / 50	50 / 50	50 / 50
Гос. закупка	98 / 2	98 / 2	99 / 1

### Продажи по типу ЛС

Продажи в деньгах, руб.



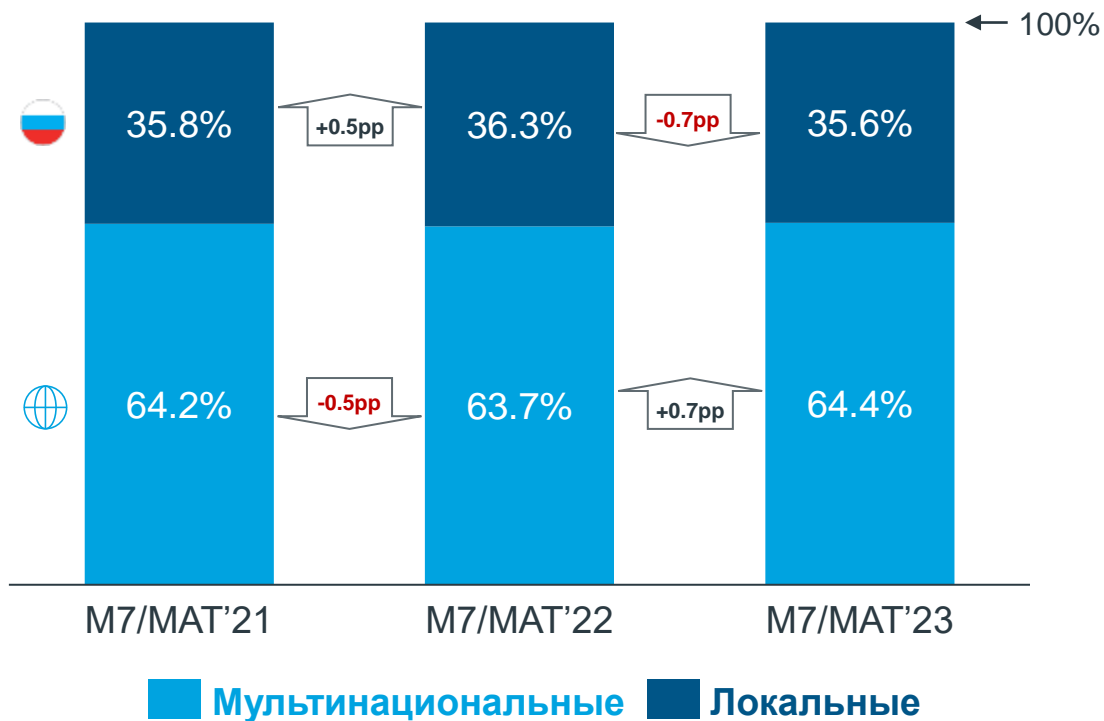
Недженериковые<sup>2</sup> / Дженерики/Бiosимилляры / Неклассифицированные<sup>1</sup>, %

Розничный	34 / 38 / 28	34 / 38 / 28	31 / 40 / 29
Гос. закупка	65 / 21 / 14	67 / 22 / 11	71 / 16 / 13

# Локальные компании занимают 36% доли рынка в деньгах и 63% в упаковках, у локальных компаний доля рынка в упаковках постепенно увеличивается

*Российский фарм. рынок (локальные / мультинациональные компании)*

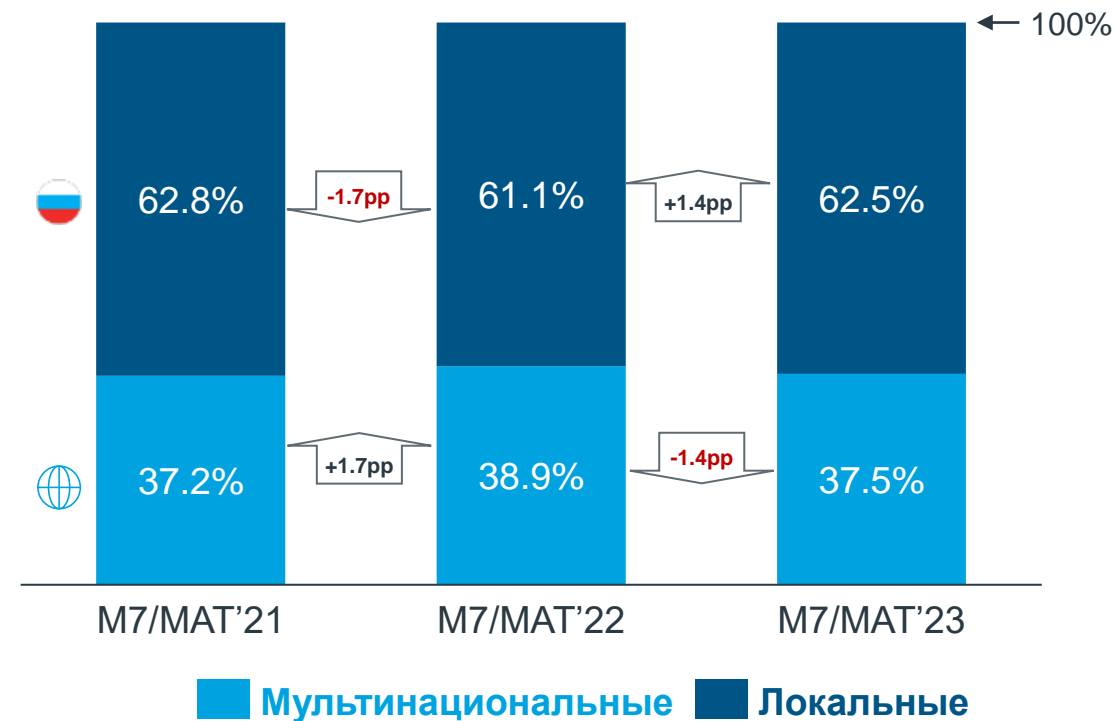
## Продажи в денежном выражении Руб.



Мультинациональные / Локальные, %

Розничный	63 / 37	63 / 37	61 / 39
Гос. закупка	65 / 35	64 / 36	70 / 30

## Продажи в объёмном выражении Упаковки

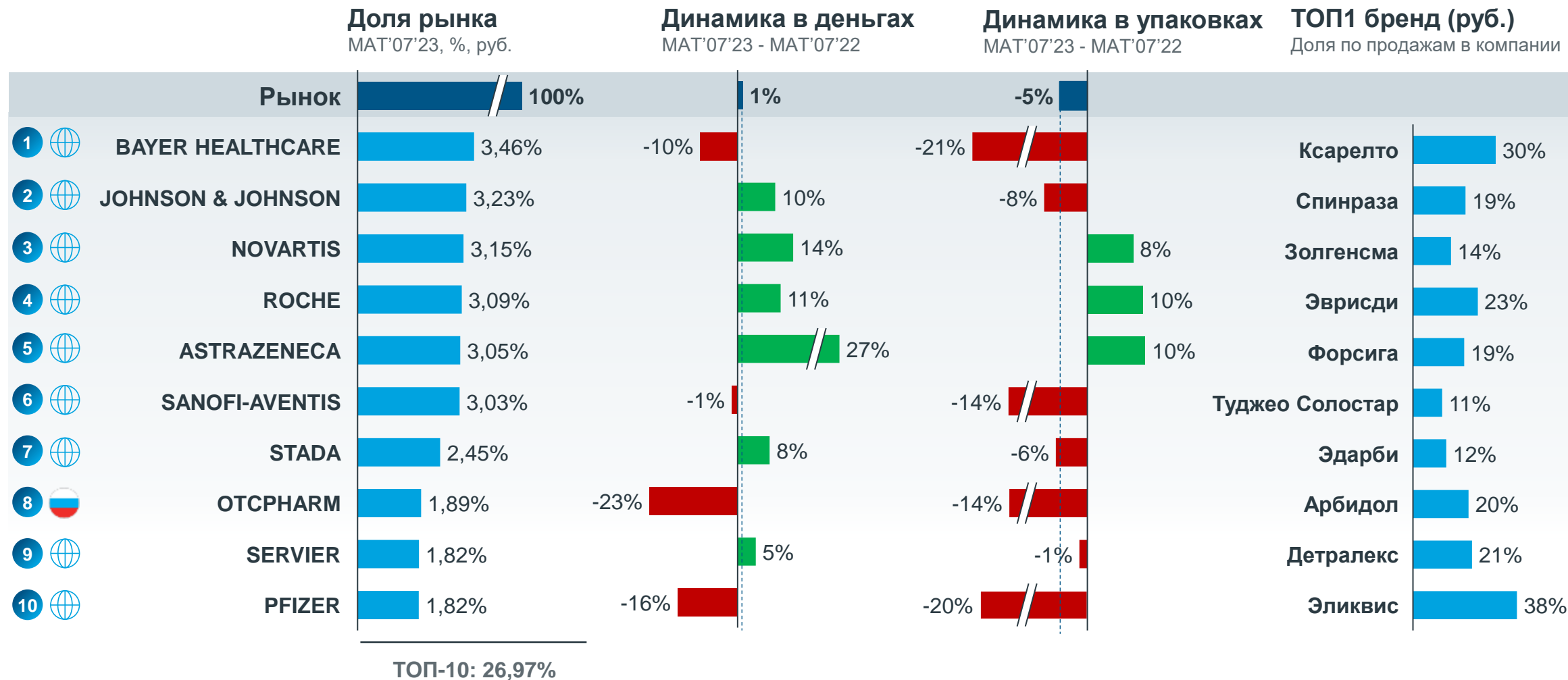


Мультинациональные / Локальные, %

Розничный	40 / 60	42 / 58	40 / 60
Гос. закупка	21 / 79	20 / 80	21 / 79

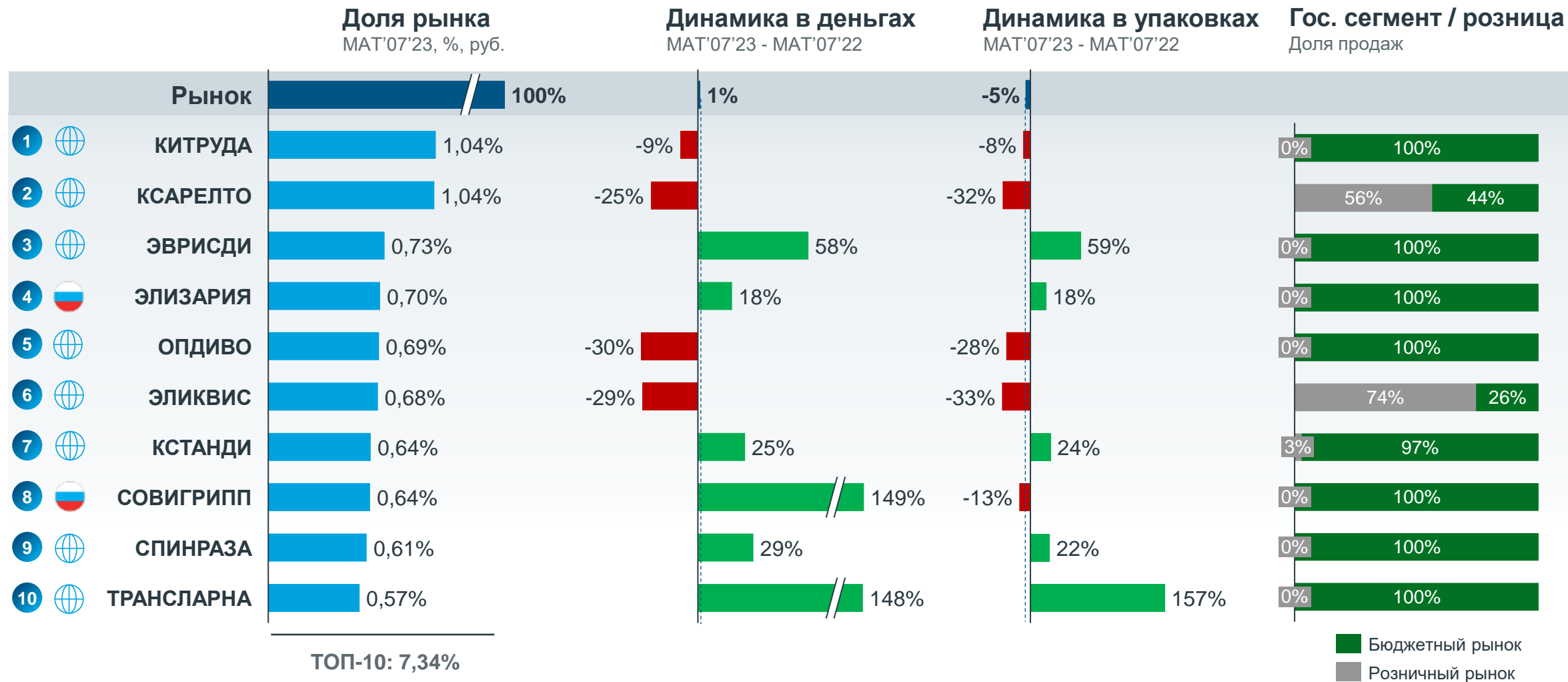
# Среди ТОП-10 три компании демонстрируют прирост одновременно в денежном выражении и в упаковках – Novartis, Roche и AstraZeneca

## ТОП-10 компаний по объёму продаж



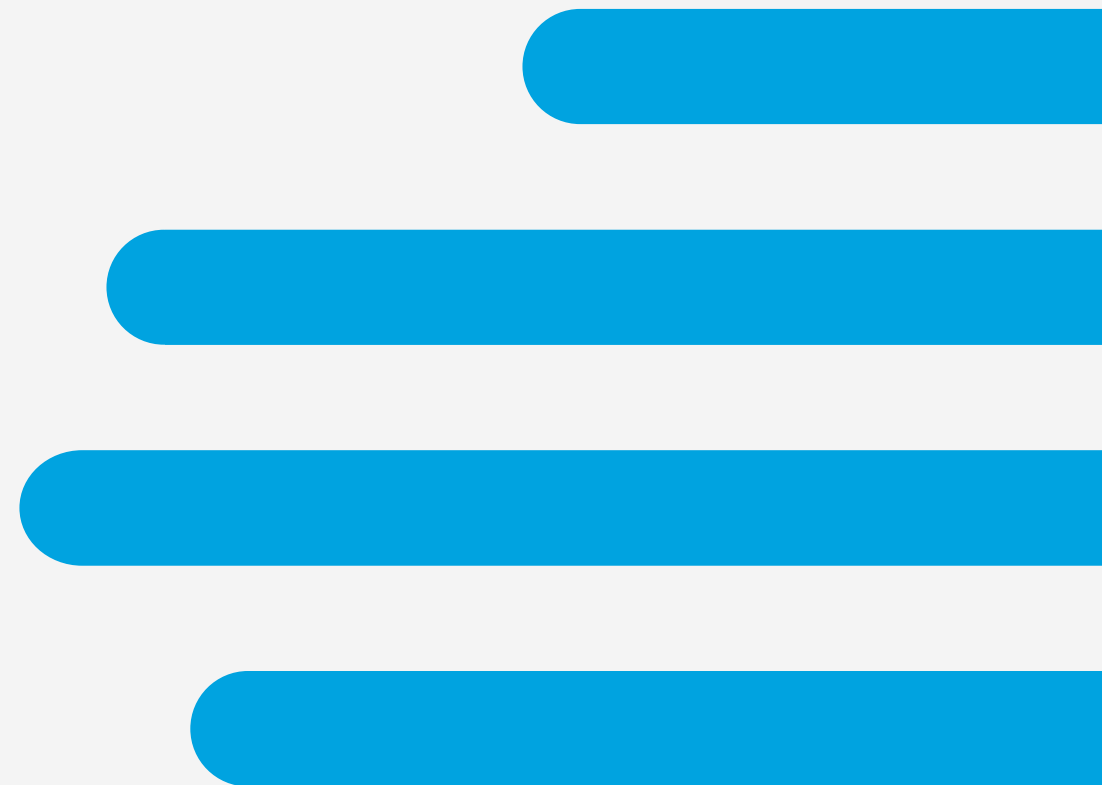
# Большинство препаратов из ТОП-10 реализуются в сегменте гос. закупок; Среди ТОП-10 препаратов лишь 2 препарата локальных производителей

## ТОП-10 брендов по объёму продаж



# 03

## Розничный сегмент

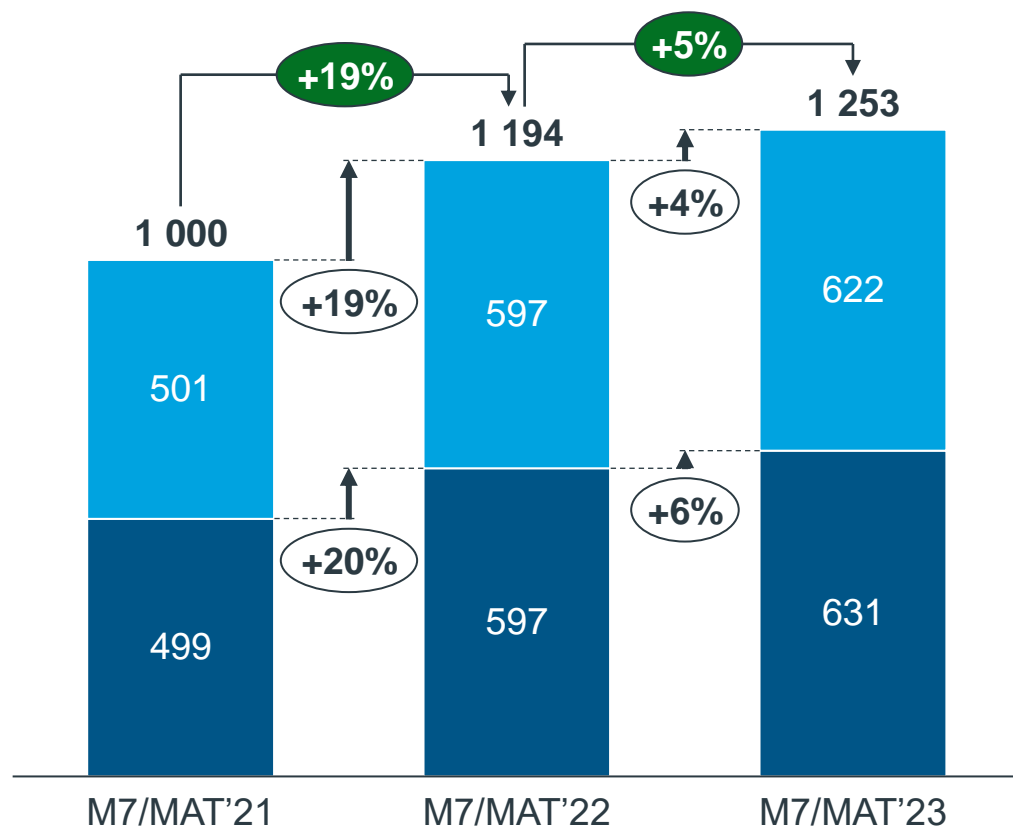


В денежном выражении доли ОТС/Rx продуктов равны.  
В объёмном выражении преобладают ОТС продукты

*Динамика розничного сегмента (рецептурные / безрецептурные препараты)*

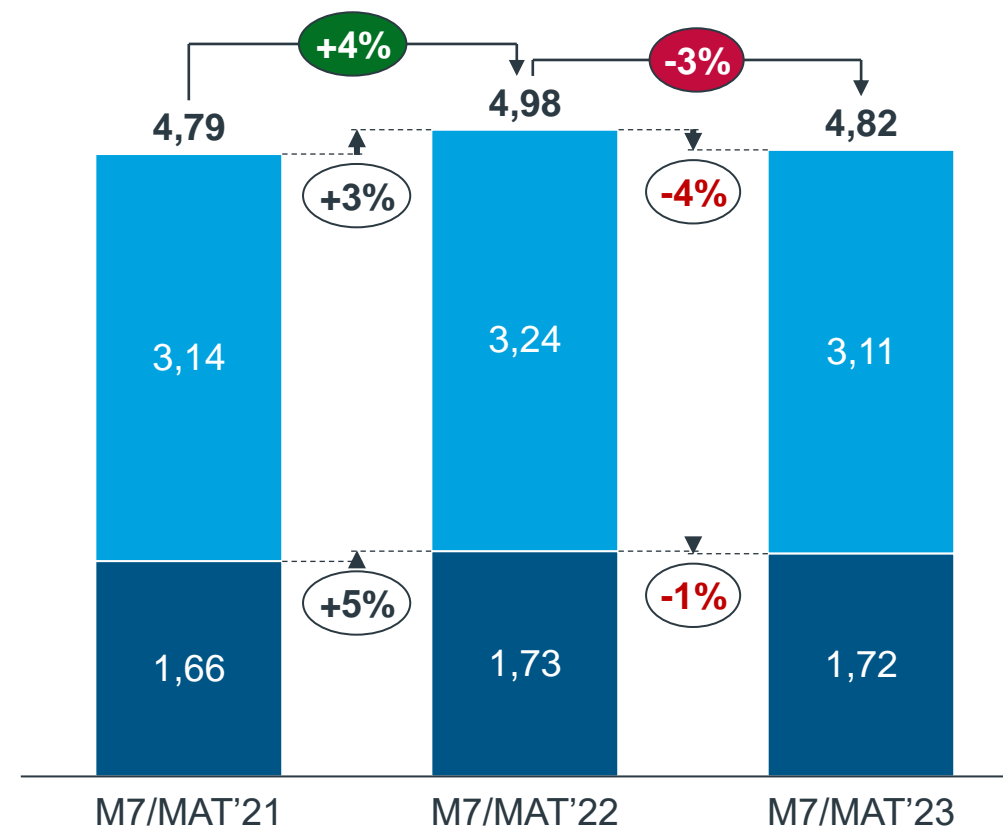
### Розничные продажи в деньгах

Млрд. руб.



### Розничные продажи в упаковках

Млрд. уп.





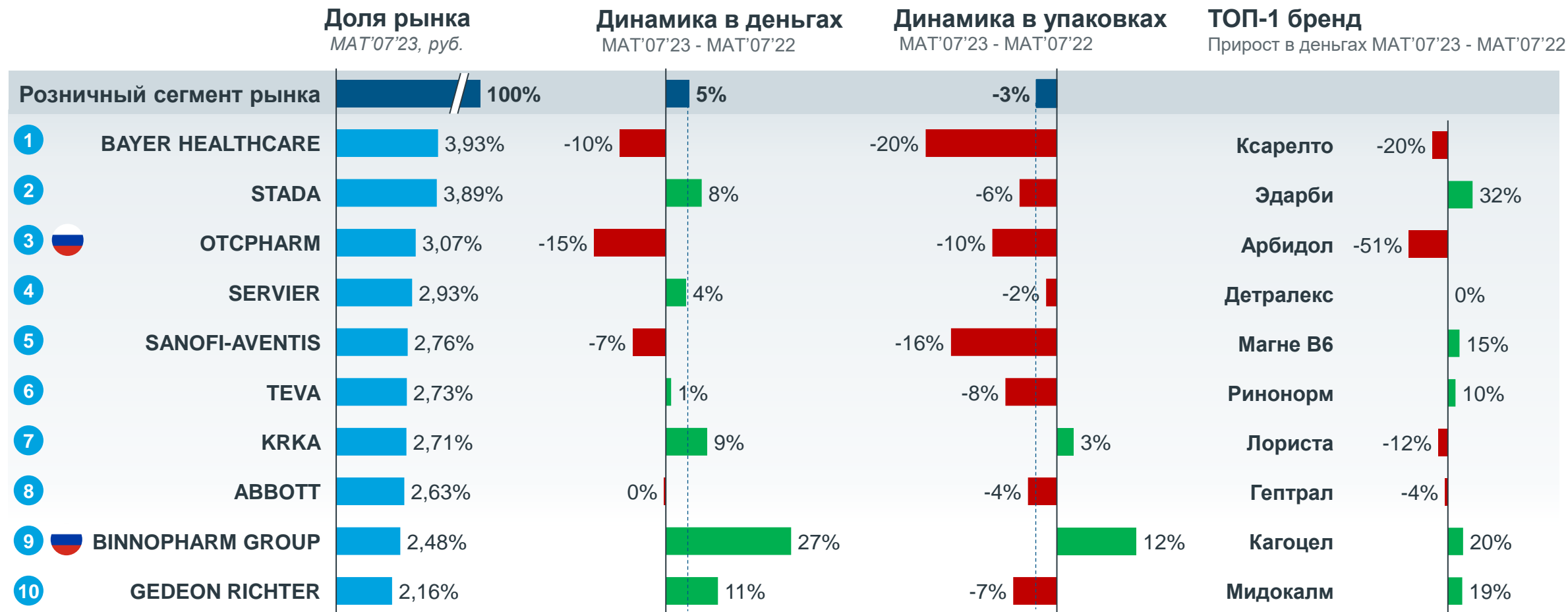
# Только категория В01 (Антитромботические препараты) демонстрирует негативную YoY динамику; Остальные категории имеют позитивный тренд в денежном/объёмном выражении

## Динамика ТОП10 EphMRA2 категорий в розничном сегменте рынка

EphMRA2 категория		Доля рынка MAT'07'23 Bln RUB, %	CAGR, MAT'07'23 - MAT'07'21 %	YoY, MAT'07'23 - MAT'07'22 %	Топ-1 бренд Доля рынка % в EphMRA2 категории
1	Z98 - Sotc Product	81 (6%)	14%	11%	Бак-Сет 3%
2	C09 - Препараты, Влияющие На Ренин-Ангиотензиновую Систему	60 (5%)	11%	6%	Эдарби 10%
3	R05 - Противопростудные И Противокашлевые Препараты	55 (4%)	18%	10%	Терафлю 13%
4	R01 - Препараты Для Лечения Заболеваний Носа	46 (4%)	19%	15%	Снуп 8%
5	G03 - Половые Гормоны И Модуляторы Половой Системы	44 (3%)	17%	9%	Фемостон 12%
6	В01 - Антитромбические Препараты	42 (3%)	-1%	-18%	Ксарелто 29%
7	G04 - Препараты Для Лечения Заболеваний Органов Мочеполовой Системы	37 (3%)	9%	1%	Канефрон 13%
8	N02 - Анальгетики	37 (3%)	17%	11%	Нурофен 22%
9	M01 - Противовоспалительные И Противоревматические Препараты	36 (3%)	16%	11%	Нимесил 14%
10	M05 - Прочие Препараты Для Лечения Нарушений Костно-Мышечной Системы	35 (3%)	26%	15%	Алфлутоп 11%
ТОП-10		474 (38%)	14%	6%	

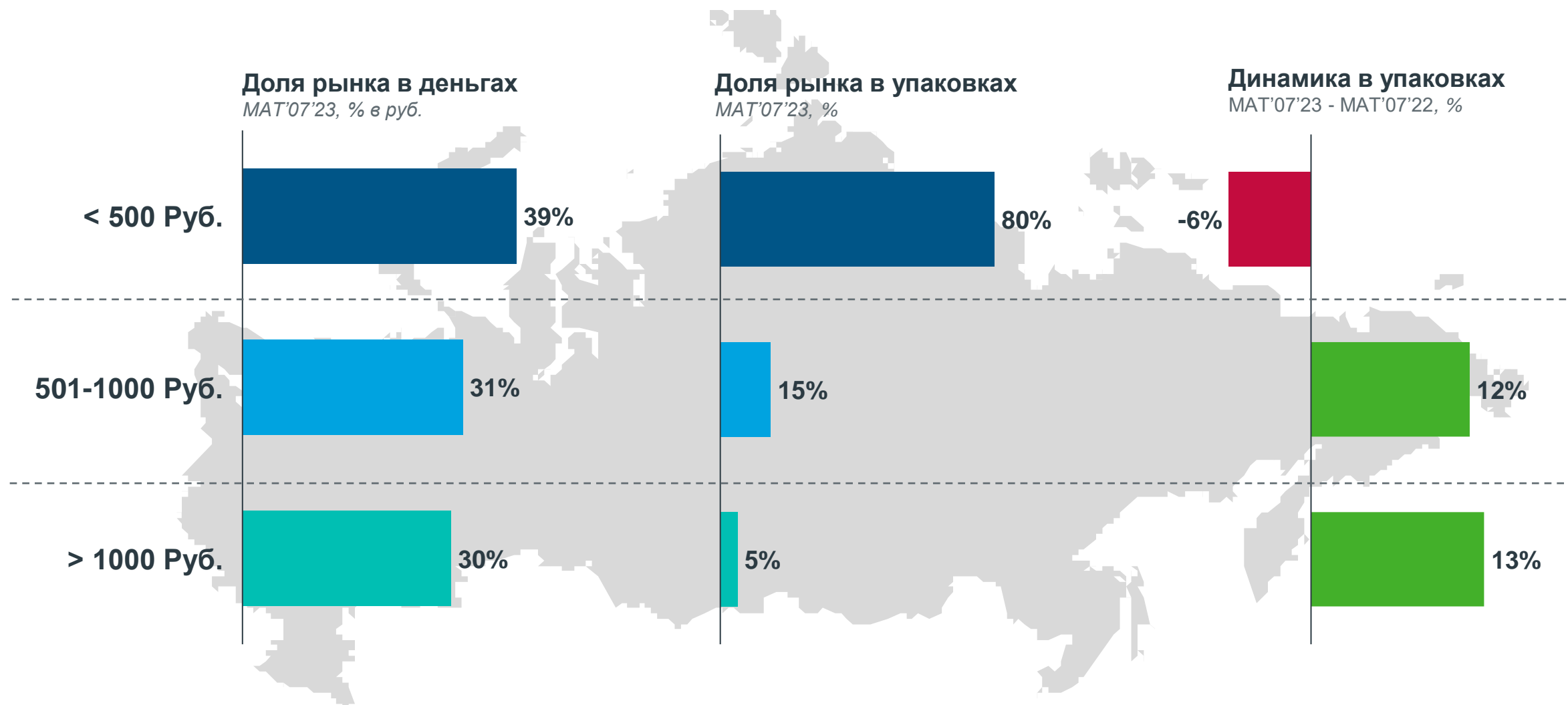
# Все компании из ТОП-10 за исключением Биннофарм и KRKA находятся в красной зоне по динамике продаж в упаковках

ТОП-10 компаний розничного рынка по объёму продаж



# 80% упаковок розничного сегмента приходится на лекарственные средства стоимостью <500 рублей за упаковку

Распределение продаж розничного сегмента в зависимости от стоимости упаковки



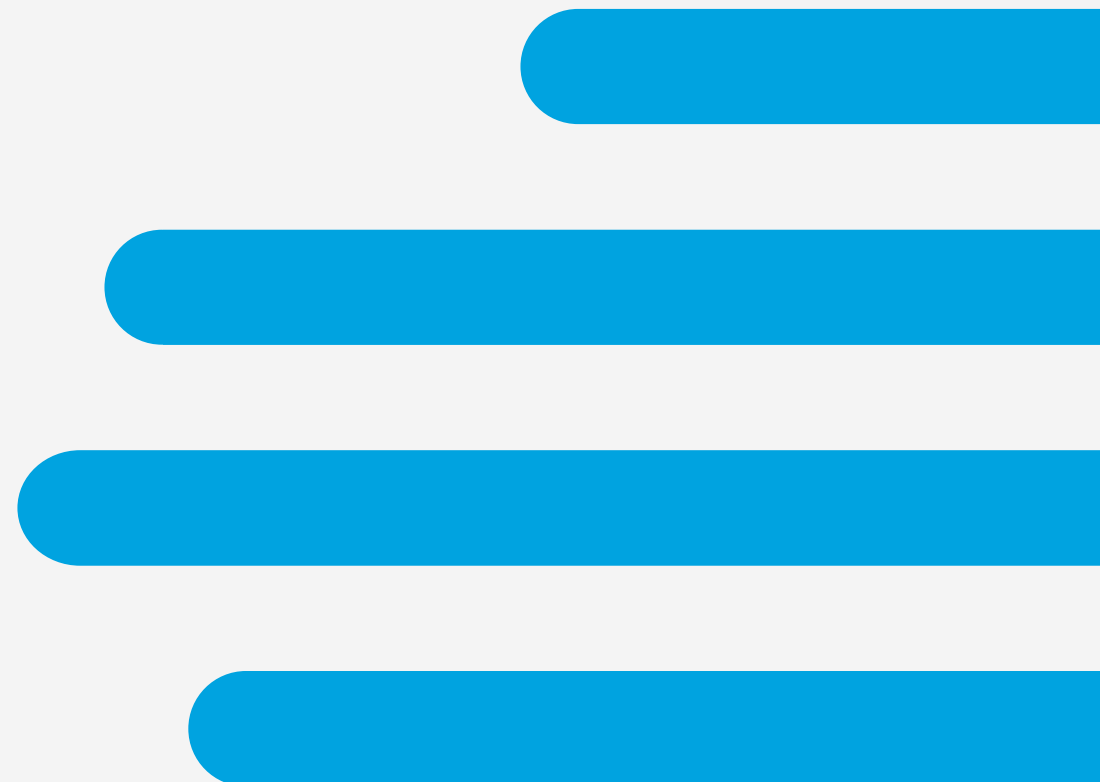
# Лизобакт, Ингавирин и Саксенда – лидеры продаж в E-commerce канале в своих ценовых сегментах (МАТ 07'23)

ТОП-5 SKU по продажам в E-com в каждом ценовом сегменте

E-commerce продажи	Упаковка <500 руб.	Упаковка 501 – 1000 руб.	Упаковка >1001 руб.
#1	<b>ЛИЗОБАКТ</b> ТАБЛЕТКИ ДЛЯ РАССАСЫВАНИЯ 20МГ 10МГ 30	<b>ИНГАВИРИН</b> КАПСУЛЫ 90МГ 10	<b>САКСЕНДА</b> РАСТВОР ДЛЯ ПОДКОЖНОГО ВВЕДЕНИЯ (КАРТРИДЖИ В ШПРИЦ-РУЧКАХ) 6МГ 1МЛ 3 3МЛ
#2	<b>КАРДИОМАГНИЛ</b> ТАБЛЕТКИ ПОКРЫТЫЕ ПЛЕНОЧНОЙ ОБОЛОЧКОЙ 75МГ 15.2МГ 100	<b>ЭНТЕРОСГЕЛЬ</b> ПАСТА ДЛЯ ПРИЕМА ВНУТРЬ 225Г	<b>КСАРЕЛТО</b> ТАБЛЕТКИ ПОКРЫТЫЕ ПЛЕНОЧНОЙ ОБОЛОЧКОЙ 20МГ 28
#3	<b>ГРАММИДИН С АНЕСТЕТИКОМ НЕО</b> ТАБЛЕТКИ ДЛЯ РАССАСЫВАНИЯ 18	<b>КАНЕФРОН Н</b> ТАБЛЕТКИ ПОКРЫТЫЕ ОБОЛОЧКОЙ 60	<b>ЭЛИКВИС</b> ТАБЛЕТКИ ПОКРЫТЫЕ ПЛЕНОЧНОЙ ОБОЛОЧКОЙ 5МГ 60
#4	<b>ПЕНТАЛГИН</b> ТАБЛЕТКИ ПОКРЫТЫЕ ПЛЕНОЧНОЙ ОБОЛОЧКОЙ 24	<b>МИРАМИСТИН</b> РАСТВОР .01% 150МЛ	<b>ФЛЕКСОТРОН СОЛО</b> РАСТВОР ДЛЯ ВНУТРИСУСТАВНОГО ВВЕДЕНИЯ (ШПРИЦЫ) 44МГ 2МЛ
#5	<b>ГРИППФЕРОН</b> КАПЛИ НАЗАЛЬНЫЕ 10ТЫС 10МЛ	<b>БАК-СЕТ ФОРТЕ</b> КАПСУЛЫ 20 210МГ	<b>АРМАВИСКОН ФОРТЕ</b> РАСТВОР ДЛЯ ВНУТРИСУСТАВНОГО ВВЕДЕНИЯ (ШПРИЦЫ) 2.3% 3МЛ

# 04

**Сегмент  
государственных  
закупок**

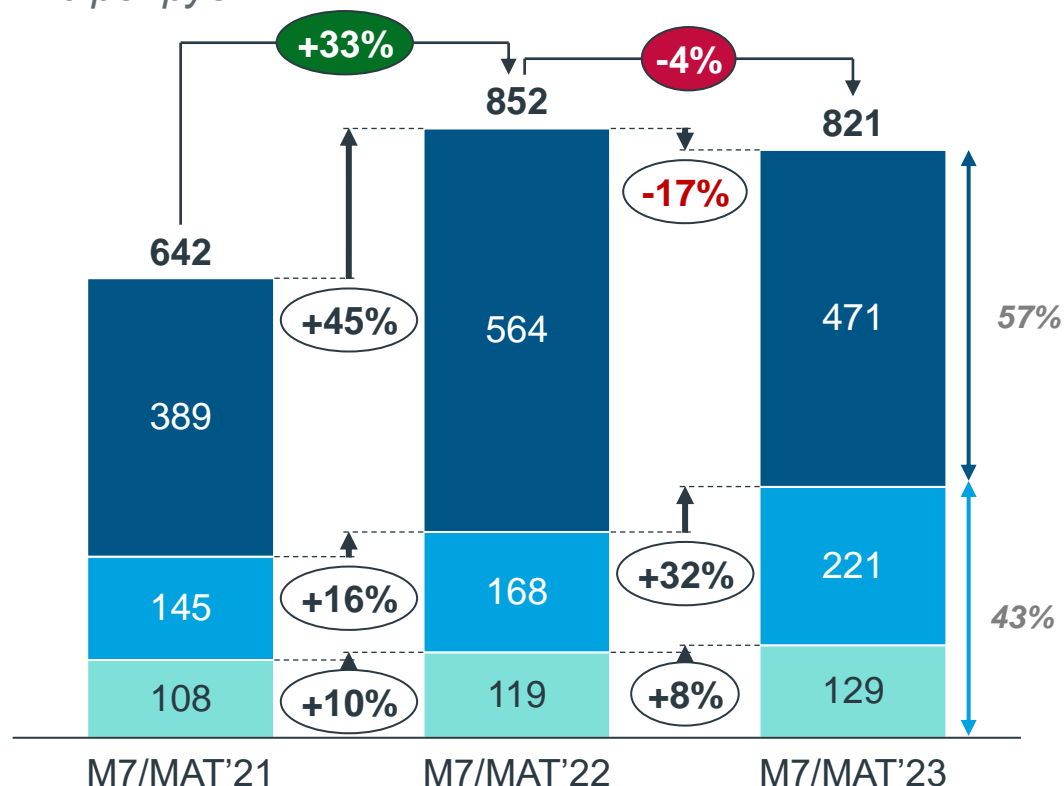


Госпитальные продажи (бюджетные) составляют 57% от всего сегмента гос. закупок в России; Оставшиеся 43% (РЛО и ДЛО) реализуются в аптеках

### Сегмент государственных закупок

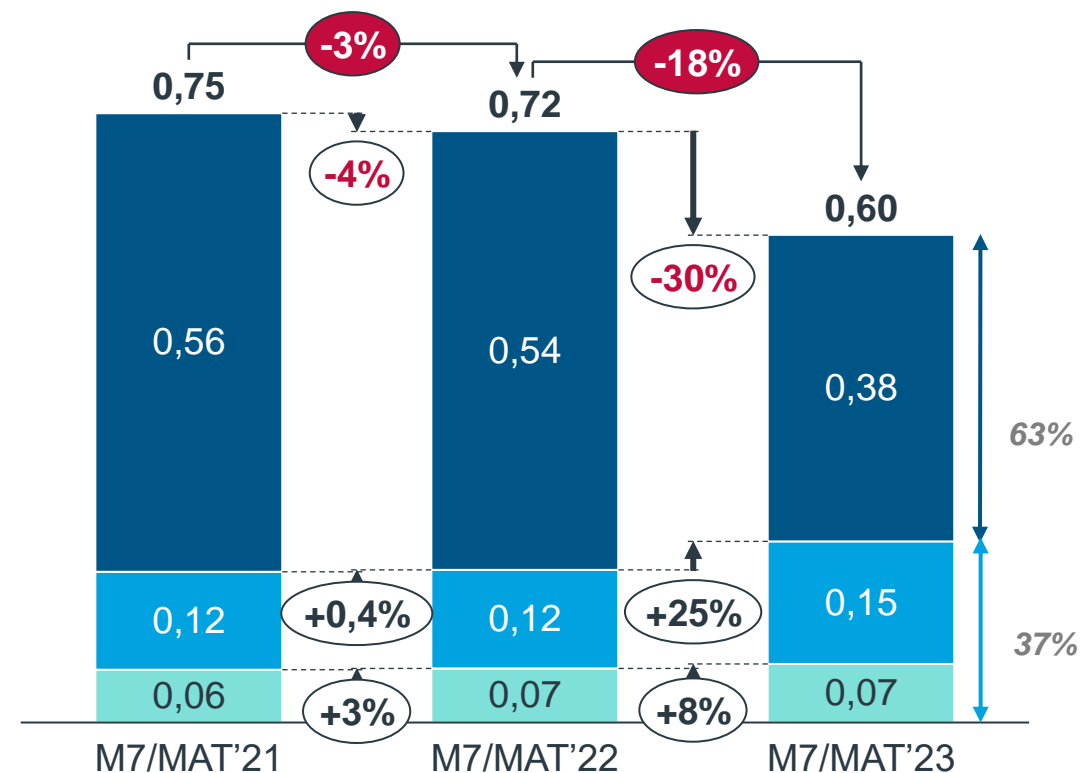
Продажи в денежном выражении

Млрд. руб.



Продажи в объёмном выражении

Млрд. уп.



■ Бюджетные закупки, искл. ДЛО и РЛО ■ Региональная льгота ■ Федеральная льгота

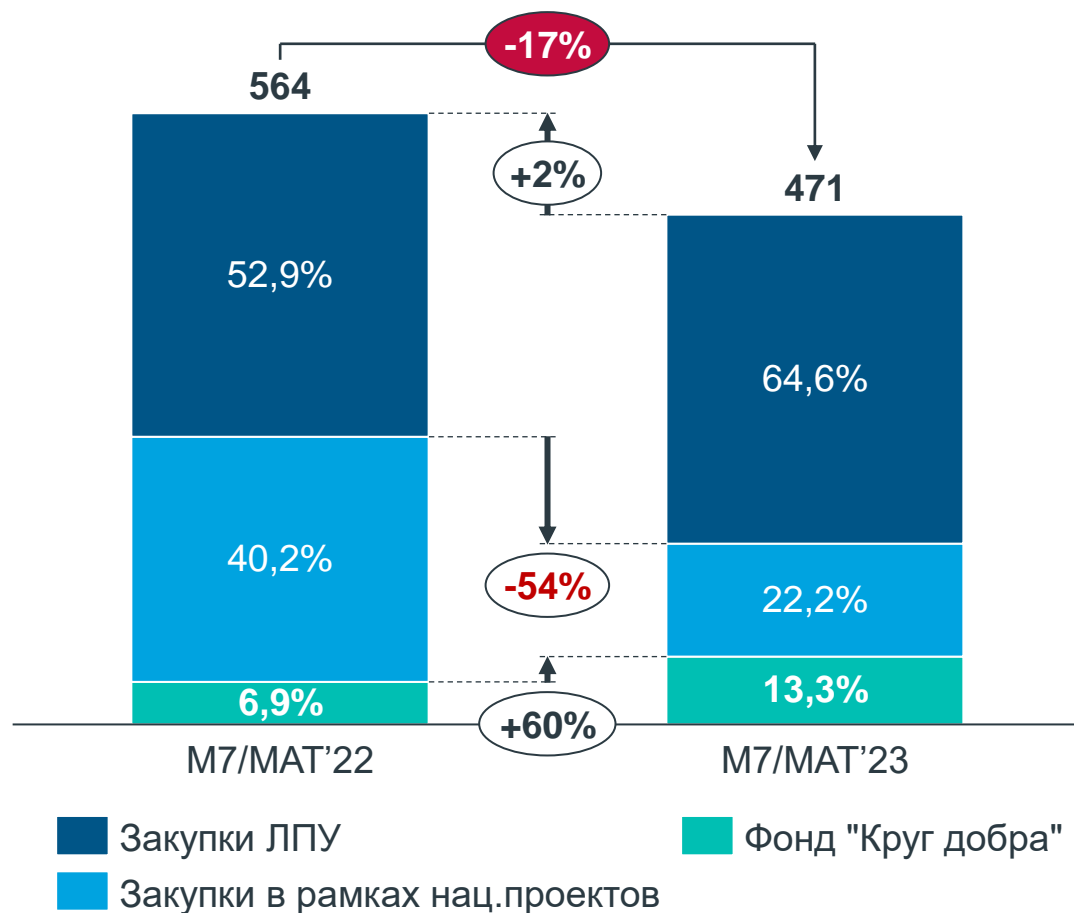


# Национальная государственная программа «Круг добра» - основной драйвер роста бюджетного сегмента; Трансларна – крупнейший продукт

## Бюджетный (госпитальный) сегмент

### Сегментация бюджетных продаж

Млрд. руб.



### ТОП-10 брендов в фонде «Круг добра»

Продажи в денежном выражении  
МАТ'07'23, % в млрд. руб.

Динамика продаж  
МАТ'07'23 vs МАТ'07'22, % в руб.

Бренд	Продажи в денежном выражении (МАТ'07'23, % в млрд. руб.)	Динамика продаж (МАТ'07'23 vs МАТ'07'22, % в руб.)
Трансларна (Ptc Therapeutics)	11,42	156,9%
Эврисди (Roche)	11,09	53,1%
Золгенсма (Novartis)	8,98	-0,1%
Спинраза (Johnson & Johnson)	8,53	20,8%
Оркамби (Vertex Pharm)	7,49	85,2%
Коселуго (Astrazeneca)	3,56	277,1%
Вимизайм (Biomarin Ireland)	2,58	52,1%
Стрензик (Alexion Pharma Sw)	2,48	33,1%
Гэттестив (Takeda)	2,09	120,0%
Канума (Alexion Pharma Sw)	1,82	106,3%

# L01 - крупнейшая категория гос. сегмента с 29% долей рынка; Категории J05, L04, B01 показывают негативную динамику в связи с завершением пандемии COVID

## Динамика ТОП-10 EphMRA2 категорий в сегменте гос. закупок

EphMRA2 категория	Доля рынка		CAGR,		YoY,		ТОП-1 бренд	
	МАТ'07'23		МАТ'07'23-МАТ'07'21		МАТ'07'23 - МАТ'07'22		Доля рынка % в EphMRA2 категории	
	Млрд. руб., %		%		%			
1 L01 - Антинеопластики	239	(29%)	17%		11%		Китруда	9%
2 N07 - Прочие Препараты Для Лечения Заболеваний Нервной Системы	59	(7%)	20%		6%		Эврисди	26%
3 A10 - Препараты Для Лечения Сахарного Диабета	57	(7%)	23%		28%		Форсига	15%
4 J05 - Противовирусные Препараты Системные	54	(7%)	6%		-53%		Тивикай	13%
5 J07 - Вакцины	43	(5%)	9%		33%		Совигрипп	31%
6 L04 - Иммунодепрессанты	42	(5%)	13%		-33%		Элизария	35%
7 B01 - Анти тромбические Препараты	34	(4%)	-8%		-37%		Ксарелто	28%
8 B02 - Препараты Для Лечения Системы Свертывания Крови	33	(4%)	15%		21%		Гемлибра	17%
9 L02 - Цитостатическая Гормональная Терапия	25	(3%)	27%		32%		Кстанди	51%
10 A16 - Прочие Препараты Для Лечения Заболеваний ЖКТ И Нарушений Обмена Веществ	23	(3%)	21%		17%		Элапраза	15%
<b>ТОП-10</b>	<b>609</b>	<b>(74%)</b>	<b>14%</b>		<b>-6%</b>			

# На мультинациональные компании приходится примерно 74% продаж в деньгах и около 32% продаж в упаковках

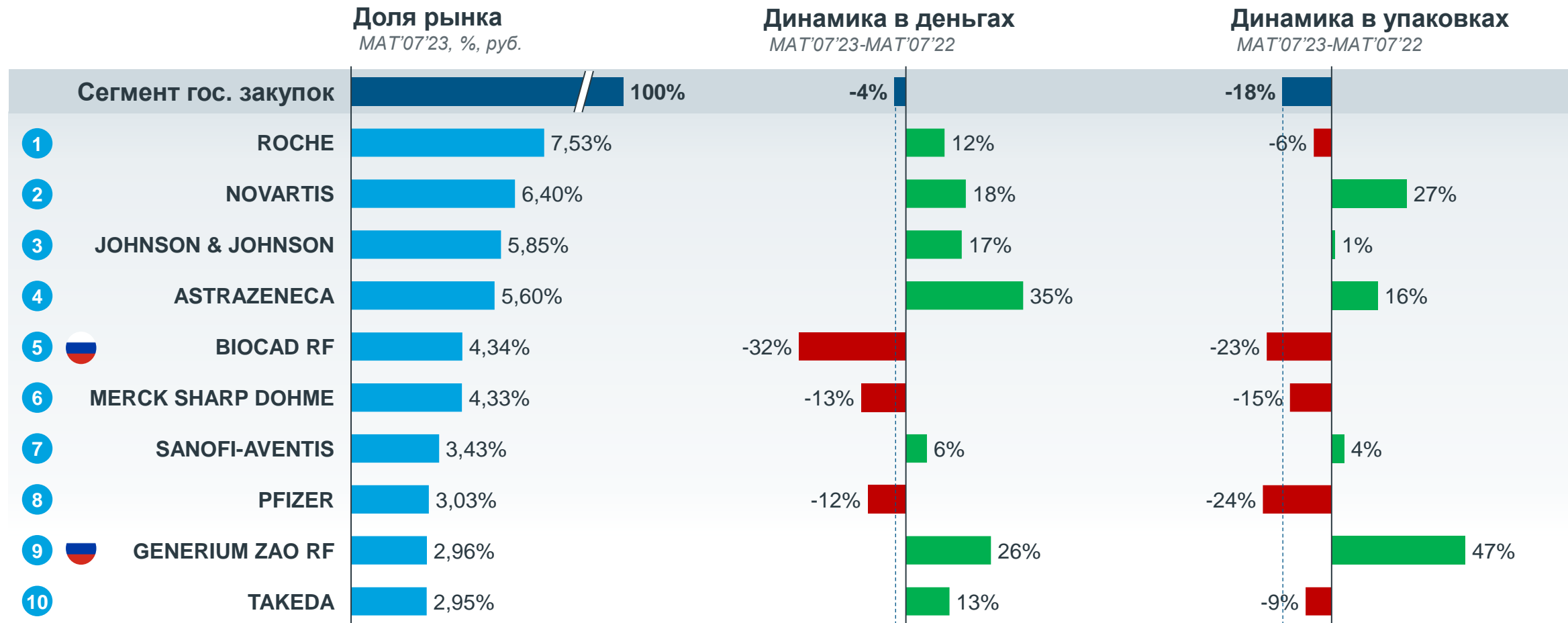
## Динамика ТОП-10 EphMRA2 категорий в сегменте гос. закупок



■ Мультинациональные компании  
■ Локальные компании

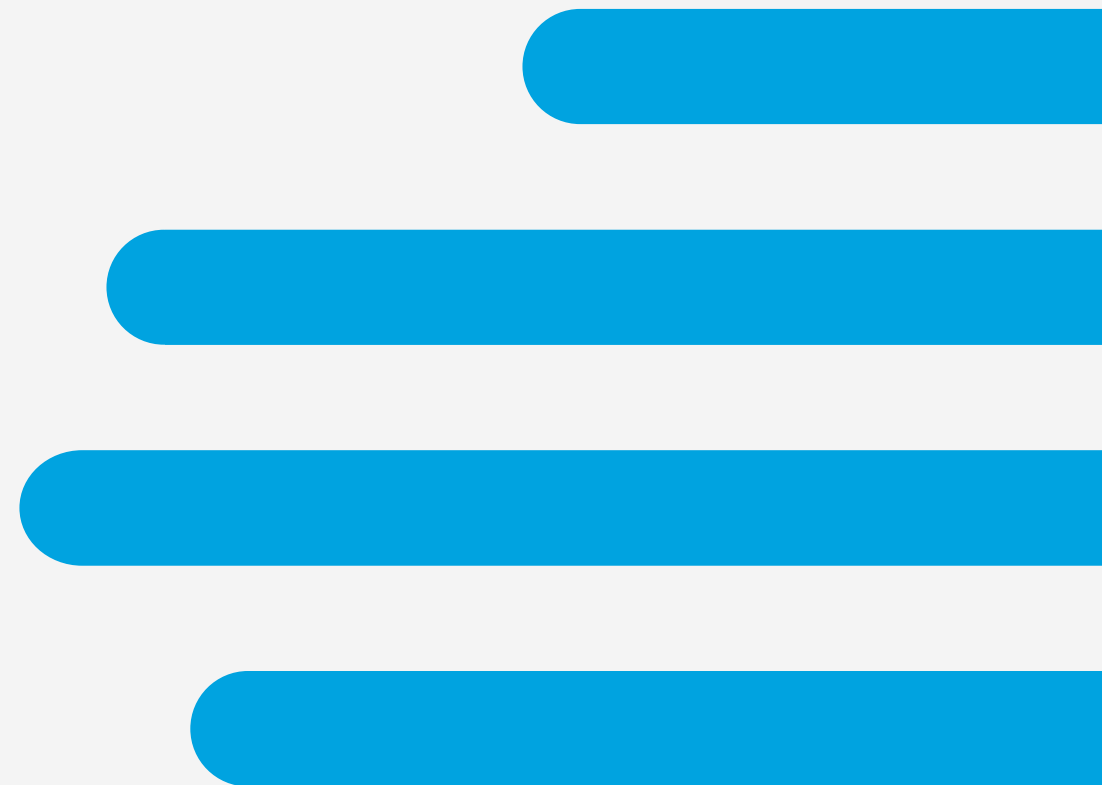
# Novartis, AstraZeneca и Generium – лидеры рынка государственных закупок по темпам роста в деньгах и упаковках (>15% против прошлого года)

ТОП-10 компаний сегмента гос. закупок по объёму продаж



# 05

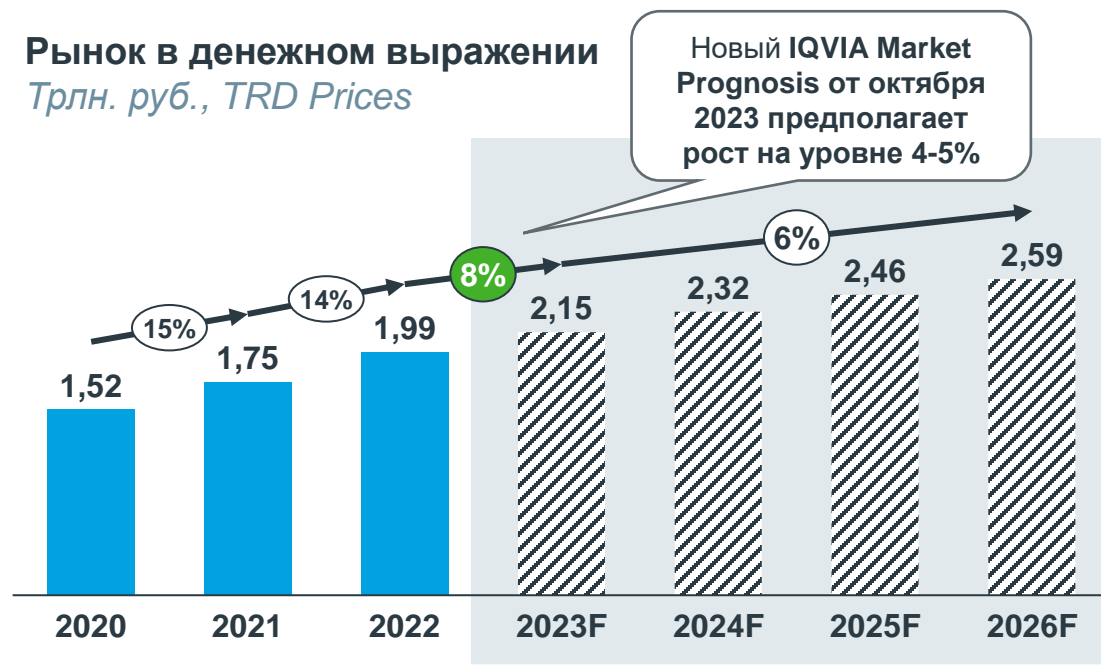
## Прогноз динамики фармацевтического рынка



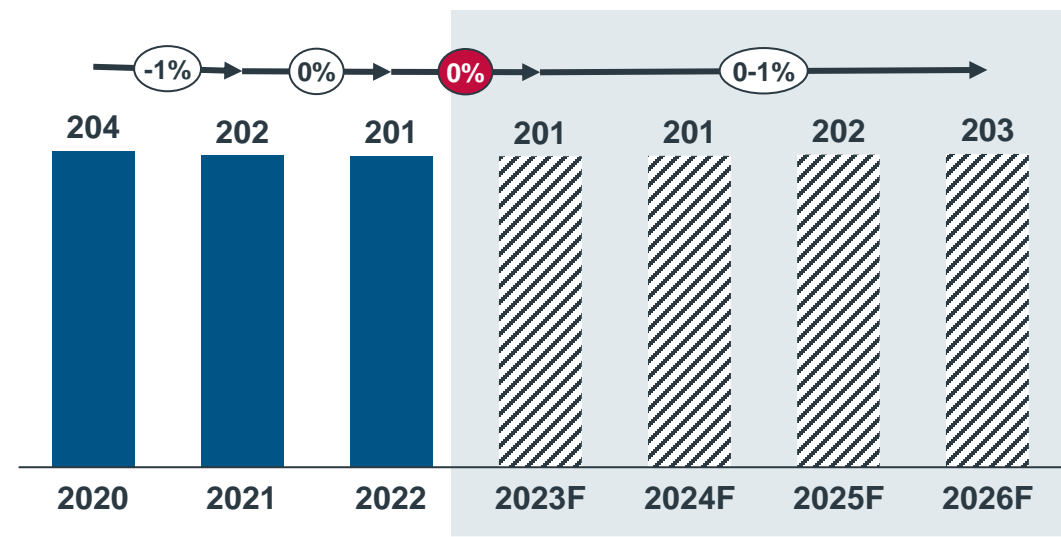
# В 2023 ожидается замедление темпов роста фармацевтического рынка. Ожидается рост на уровне/чуть выше уровня инфляции – примерно +6%

## Прогноз динамики фарм. рынка на горизонте 2023-2026

Рынок в денежном выражении  
Трлн. руб., TRD Prices



Рынок в объёмном выражении  
Млрд., станд. упаковки



### Комментарии:

- Covid и кризис (2020-2022):** Взрывной рост рынка был связан с покупкой препаратов «про запас» в условиях неопределённости весной 2022, а также с ростом потребления противовирусных препаратов и препаратов для лечения Covid. Дополнительно к этому, имели место высокий уровень инфляции и значительный рост цен Non-EDL препаратов. Все эти факторы привели к 14-15% росту рынка в денежном выражении за предыдущие периоды. Рынок в объёмном выражении стагнирует из-за снижения покупательской способности конечных потребителей.
- Период восстановления рынка (2023-2026):** Высокие темпы роста предыдущего периода будут нивелированы экономическими челленджами и продолжением действия санкций со стороны ЕС/США, что приведёт к снижению темпов роста до уровня 6% CAGR. Положительная динамика рынка в упаковках, наиболее вероятно, будет поддерживаться за счёт существующих и новых дорогостоящих целевых гос. программ (например, Диабет, Орфанные ЛС, Онкология, Кардиология), что обеспечит уровень роста 0%-1% на прогнозируемый период







# Существует ограниченное кол-во драйверов роста фармацевтического рынка, которые лягут в основу роста рынка в ближайшие годы

## Основные драйверы роста рынка

### Розничный сегмент

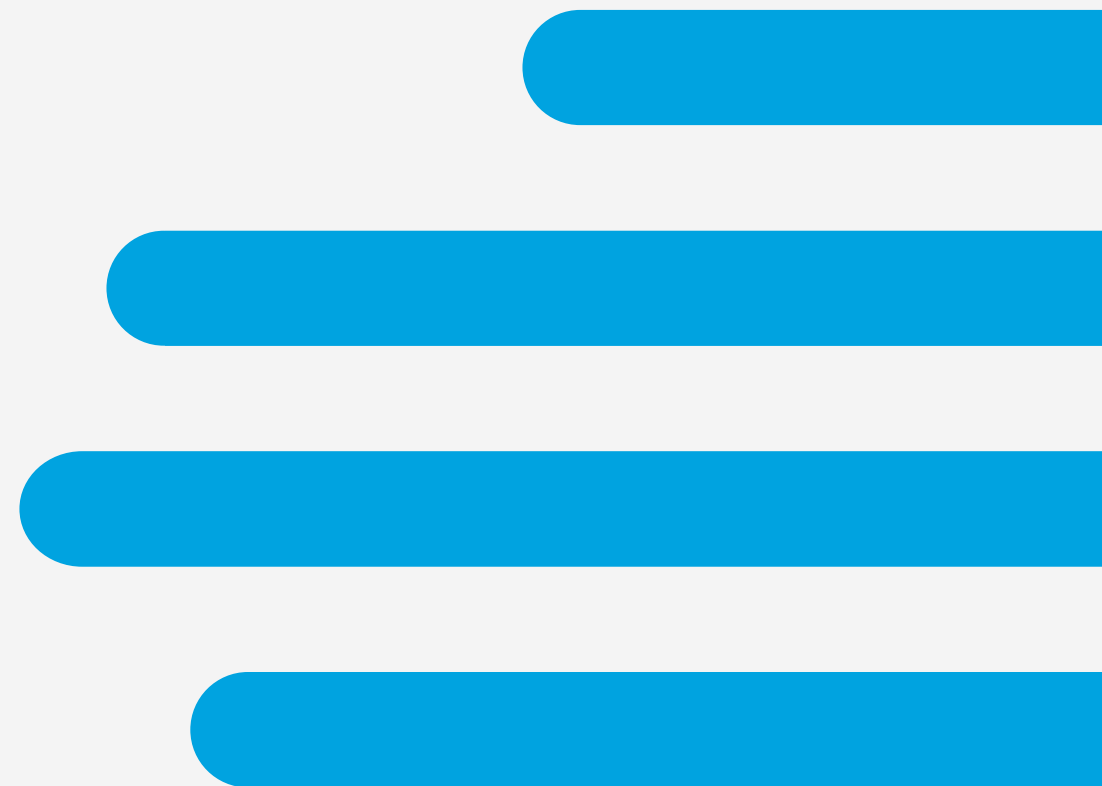
-  **Снижение располагаемого дохода пациентов** в связи с текущей геополитической ситуацией
-  **Прекращение покупок препаратов «про запас»** (стабилизация базы 2022)
-  **Ограничение промоционных активностей и снижение количества лончей** от мультинациональных компаний
-  **Дальнейший рост E-com канала** (основной мотив – поиск наиболее оптимальных ценовых предложений)
-  **Повышение стоимости препаратов** (на фоне продолжающейся инфляции)

### Сегмент гос. закупок

-  **Ограниченное финансирование в области здравоохранения и развитие различных федеральных и региональных программ** на фоне ограничений бюджета
-  **Прекращение роста продаж COVID-зависимых продаж** из-за окончания пандемии
-  **Постепенная замена** препаратов мультинациональных компаний **российскими аналогами**
-  **Увеличение финансирования** крупнейших национальных программ (например, «Круг Добра»)

# 06

## Промоционные активности



# F2F визиты постепенно возвращаются после пандемии Covid и занимают лидирующую позицию среди всех доступных промоционных каналов

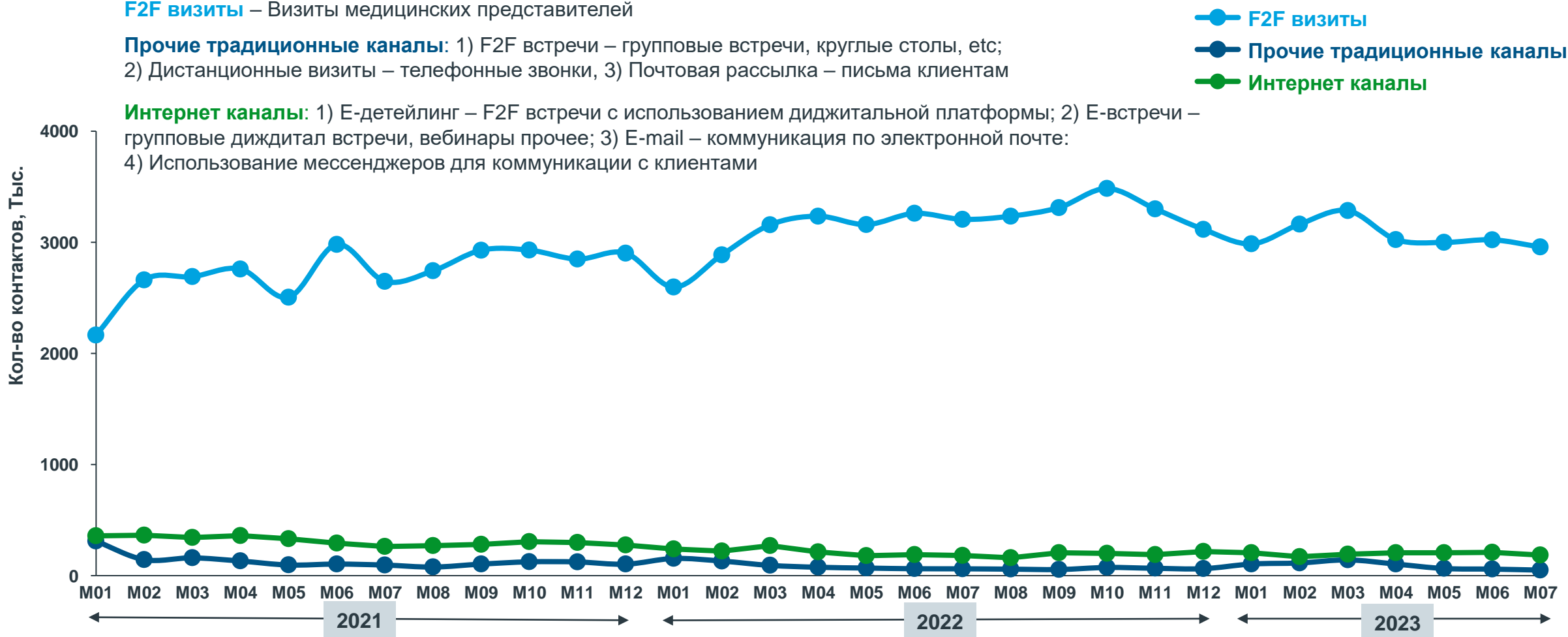
## Промоционные активности по каналам

Channel Dynamics®

**F2F визиты** – Визиты медицинских представителей

**Прочие традиционные каналы:** 1) F2F встречи – групповые встречи, круглые столы, etc;  
2) Дистанционные визиты – телефонные звонки, 3) Почтовая рассылка – письма клиентам

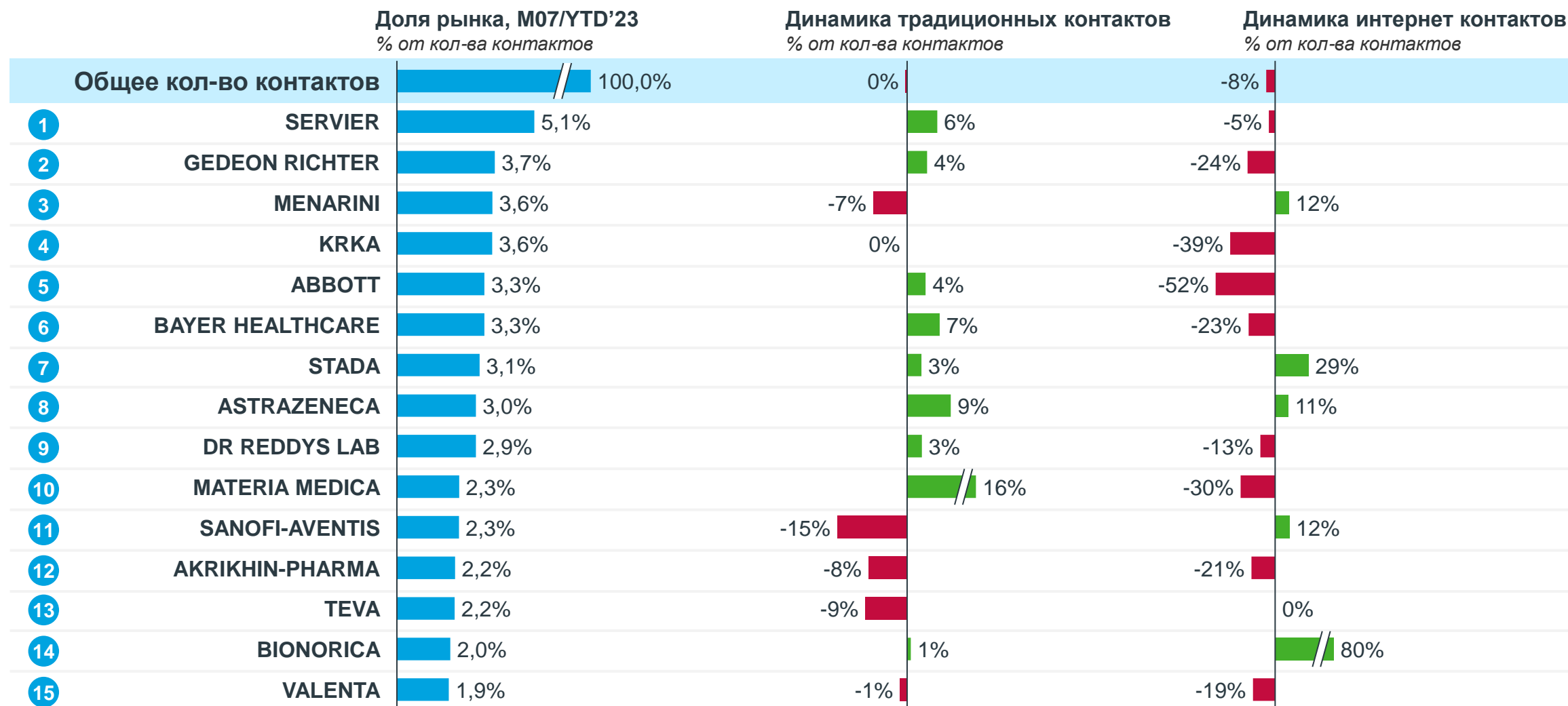
**Интернет каналы:** 1) Е-детейлинг – F2F встречи с использованием диджитальной платформы; 2) Е-встречи – групповые диджитал встречи, вебинары прочее; 3) Е-mail – коммуникация по электронной почте;  
4) Использование мессенджеров для коммуникации с клиентами



# Большинство компаний реинвестирует в традиционные промоционные каналы и ограничивает инвестиции в интернет каналы

## Промоционные активности по каналам

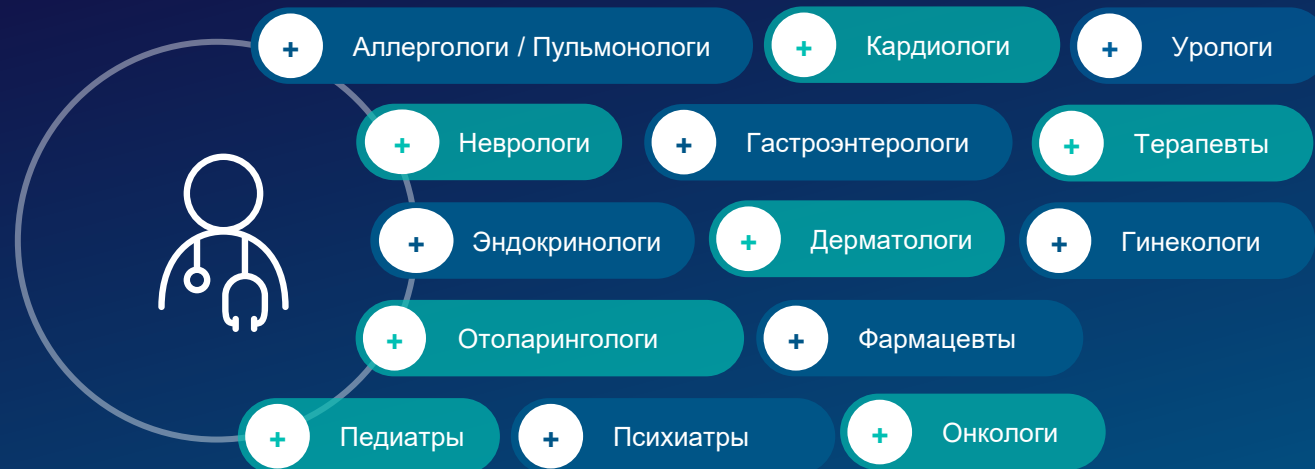
Channel Dynamics®



Source: IQVIA Russia, Channel Dynamics promo evaluation; Specialties: Allergology/Pulmonology, Cardiology, Dermatology, Diabetes, E.N.T., Gastroenterology, GPs, Gynecology, Neurology, Oncology, Pediatric, Pharma, Psychotherapy, Urology.  
FACTS from IQVIA | Copyright © 2023 IQVIA. All rights reserved.

# Что за сервис Channel Dynamics®?

Уникальный информационный сервис для оценки эффективности используемых каналов продвижения препаратов



## Channel Dynamics можно использовать для:

- Отслеживания конкурентной активности (включая анализ эффективности ключевых сообщений)
- Оптимизации текущих промо-кампаний
- Выбора наилучшего промо-микса (digital каналы vs non-digital каналы)
- Анализа эффективности промо-активностей (NPS и корреляция с продажами)
- Формирования чёткого понимания рыночной динамики и отклика продуктов различных категорий на промо активности



## Какие типы активностей отслеживаются?

- Индивидуальные и групповые визиты
- Мероприятия, круглые столы и прочие встречи
- Удаленные типы коммуникации
- Digital каналы продвижения
- Реклама на профессиональных ресурсах специалистов здравоохранения
- Другие промо активности, направленные на врачей и фармацевтов

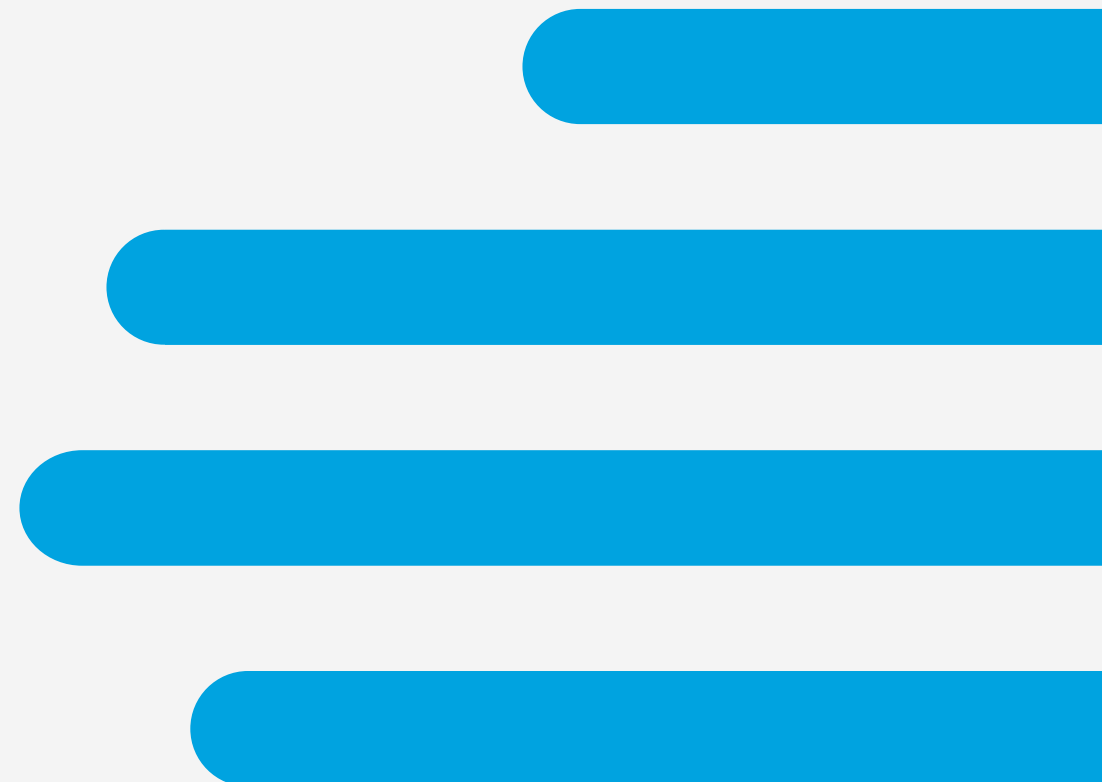


## В каком виде предоставляются данные:

1. **Стандартизированный синдикативный отчёт** с фокусом на сравнительном анализе фармацевтических компаний и брендов (рейтинг компаний/брендов по SOV)
2. **Кастомизированный отчёт** под запрос конкретного клиента
3. **Комбинация кастомизированного отчёта + Ad Hoc отчёта от команды маркетинговых исследований** для понимания глубинных причин/взаимосвязей и определения оптимальных стратегических/тактических шагов

# 07

## Рейтинги дистрибьюторов и аптечных сетей



# На ТОП-10 дистрибьюторов приходится 60.9% продаж всего рынка; Протек занимает лидирующую позицию в Q1-Q2'23

ТОП-10 дистрибьюторов по уровню продаж



#	Дистрибьютор	Доля рынка по объёму продаж в руб.*, %		Динамика продаж в руб., Q1-Q2 2023 / Q1-Q2 2022, %
		Q1-Q2 2023	Q1-Q2 2022	
1	Protek	11,8%	10,7%	12,1%
2	Katren	11,2%	11,0%	4,1%
3	Pulse	11,1%	11,7%	-3,0%
4	FK Grand Capital	5,5%	4,8%	16,3%
5	R-Pharm	5,4%	8,3%	-33,3%
6	BSS	3,9%	4,9%	-19,7%
7	Pharmkomplekt	3,4%	3,5%	0,3%
8	Pharmimeks	3,2%	2,6%	25,6%
9	Irvin	3,2%	2,7%	20,8%
10	Lancet	2,2%	2,0%	10,5%
<b>Всего</b>		<b>60.9%</b>	<b>62.4%</b>	

# На ТОП-10 аптечных сетей приходится 58.1% розничных продаж на фарм. рынке; Асна занимает лидирующую позицию по количеству аптек – 17 613

## ТОП-10 аптечных сетей/ассоциаций по уровню продаж

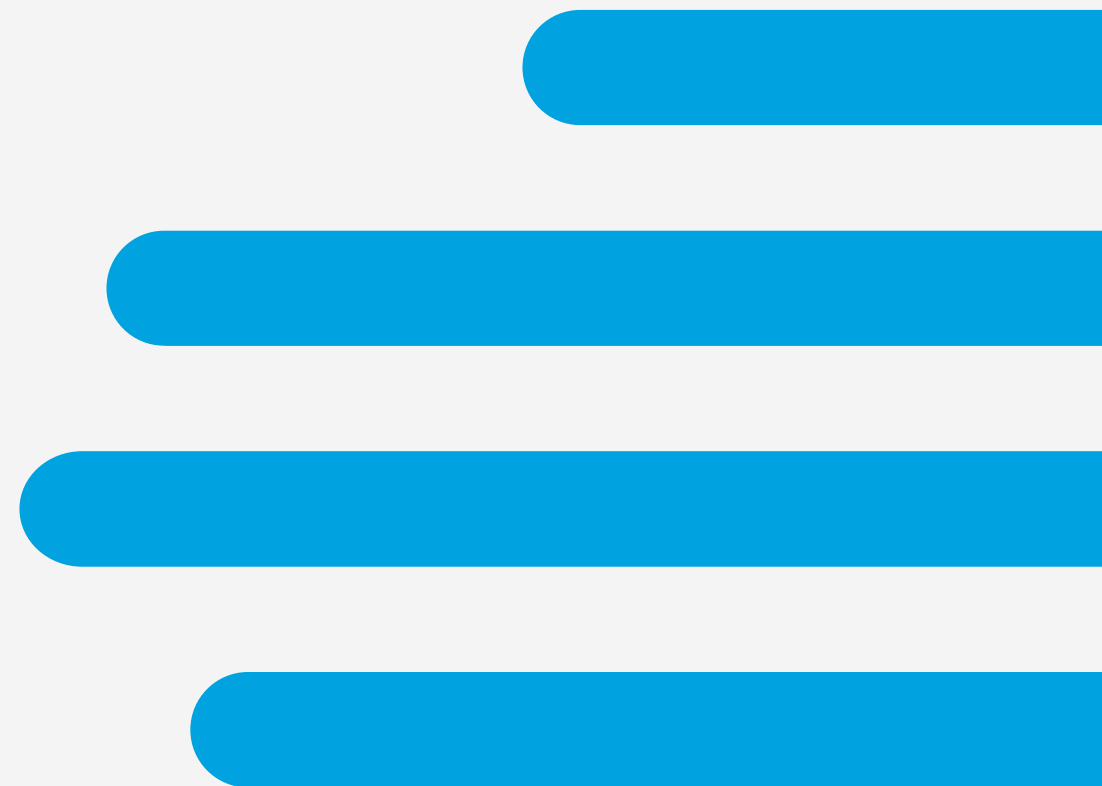


#	Аптечная сеть/ ассоциация	Доля рынка в розн. сегменте, руб., %		Кол-во аптек Q1 2023
		Q1 2023	Q1 2022	
1	Asna*	17,97%	11,63%	17 613
2	Rigla	8,02%	7,58%	3 866
3	Aprél	6,04%	5,98%	6 379
4	Erkhapharm & Melodiya Zdorovya	5,53%	5,15%	2 154
5	Neopharm	4,31%	4,21%	1 146
6	Iris	4,13%	5,57%	2 705
7	36,6	3,68%	3,75%	1 939
8	Vita (Samara)	3,45%	3,46%	2 454
9	Pharmland	3,25%	3,00%	1 970
10	Maksavit	1,74%	1,93%	908
<b>Всего</b>		<b>58.1%</b>	<b>52.3%</b>	



# 08

## Рынки стран СНГ+



# На рынках стран СНГ+ преобладают продажи розничного сегмента; На Rx продукты приходится порядка ~60-70% продаж

## Фармацевтические рынки стран СНГ+

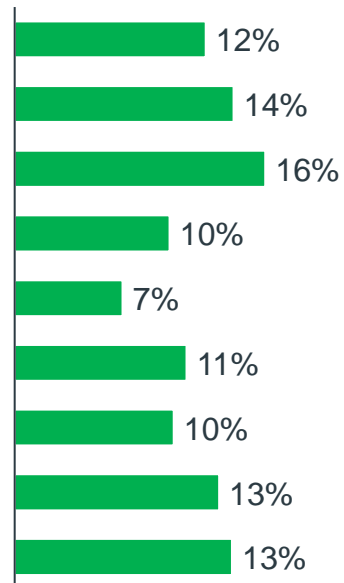
### Продажи фарм. рынка

Млн. USD, MAT'07'23



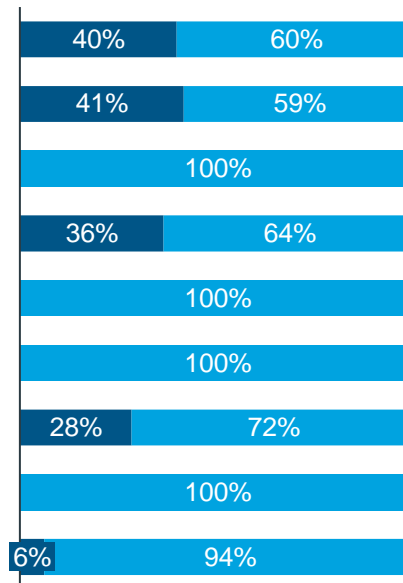
### CAGR

Валюта страны, %, MAT'07'23 - MAT'07'20



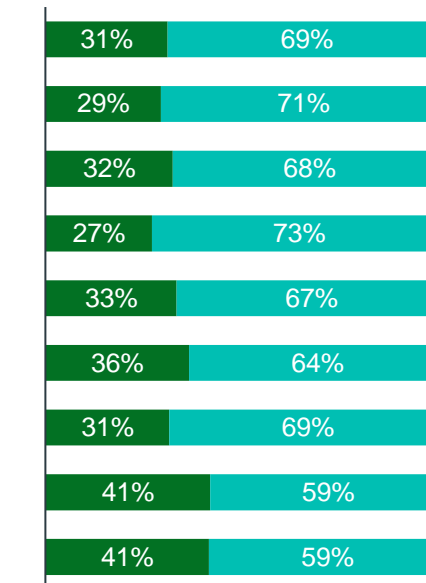
### Распределение по каналам

USD, MAT'07'23



### Распределение по статусу препарата

USD, MAT'07'23



■ Бюджетный сегмент ■ Розничный сегмент

■ OTC ■ Rx

### Комментарии:

- Казахстан and Узбекистан – крупнейшие фарм. рынки СНГ+ с сопоставимым уровнем CAGR
- Розничный сегмент преобладает на рынках СНГ+, на рынках Казахстана, Беларуси и Молдовы доля розничного сегмента значительно более высокая
- На Rx продукты в каждой из стран СНГ+ приходится порядка ~60-70% продаж в денежном выражении

<sup>(1)</sup> В Армении, Азербайджане и Грузии представлены только розничные данные <sup>(2)</sup> В Монголии доступны данные импорта (с обновлением ежеквартально) <sup>(3)</sup> В Узбекистане представлены данные Total рынка (Розничный сегмент + сегмент Гос. Закупок)  
FACTS from IQVIA | Copyright © 2023 IQVIA. All rights reserved.

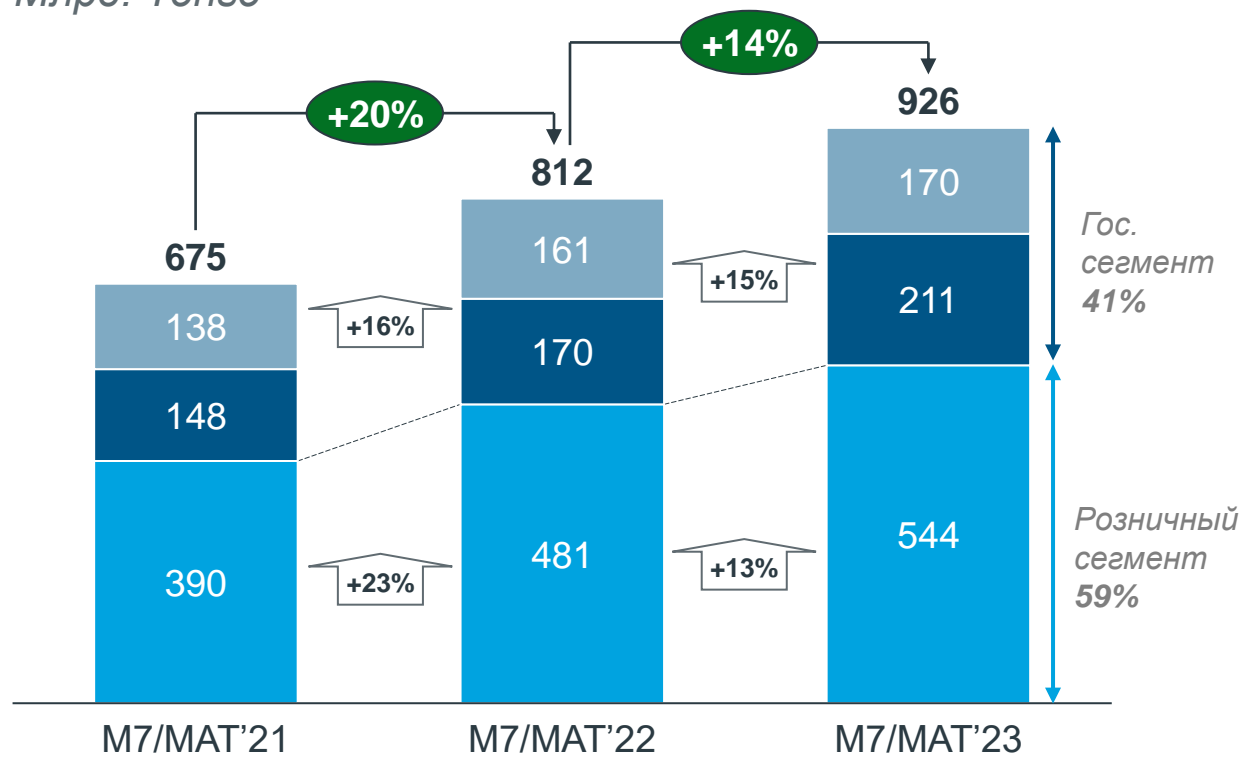


# На горизонте МАТ 07'23 фармацевтический рынок Казахстана в денежном выражении продолжает развиваться в обоих сегментах

## Фармацевтический рынок Казахстана

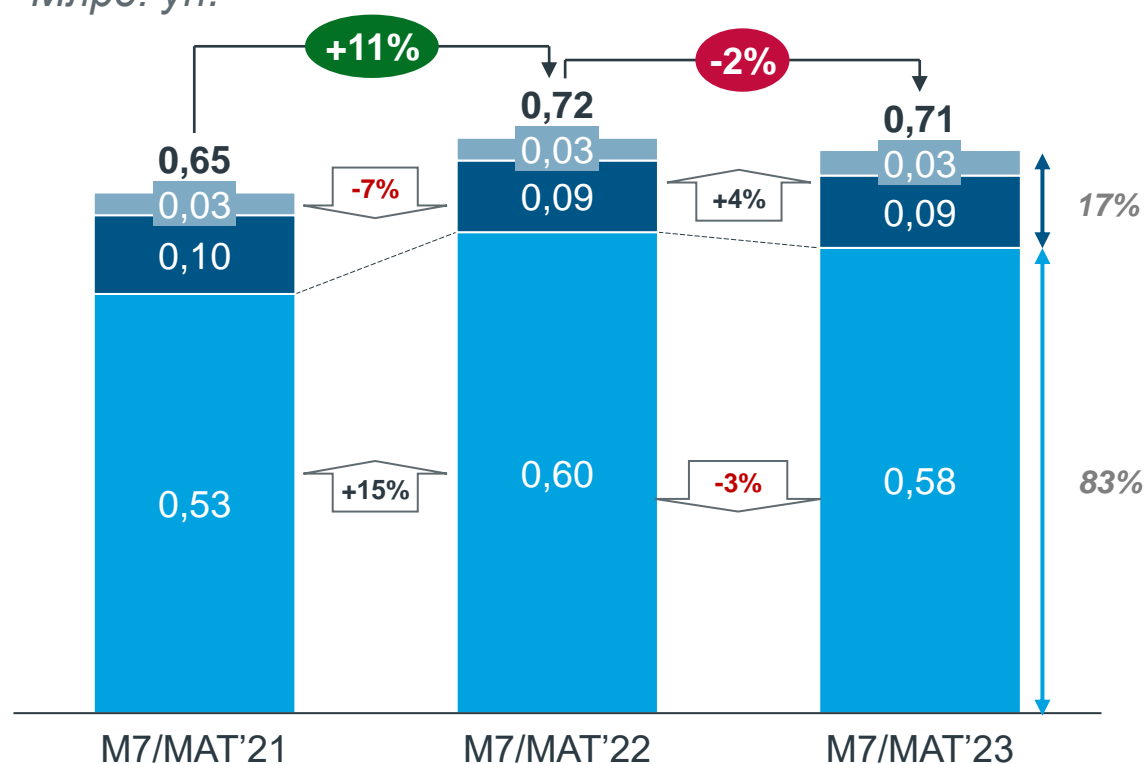
### Продажи в денежном выражении

Млрд. Тенге



### Продажи в объёмном выражении

Млрд. уп.



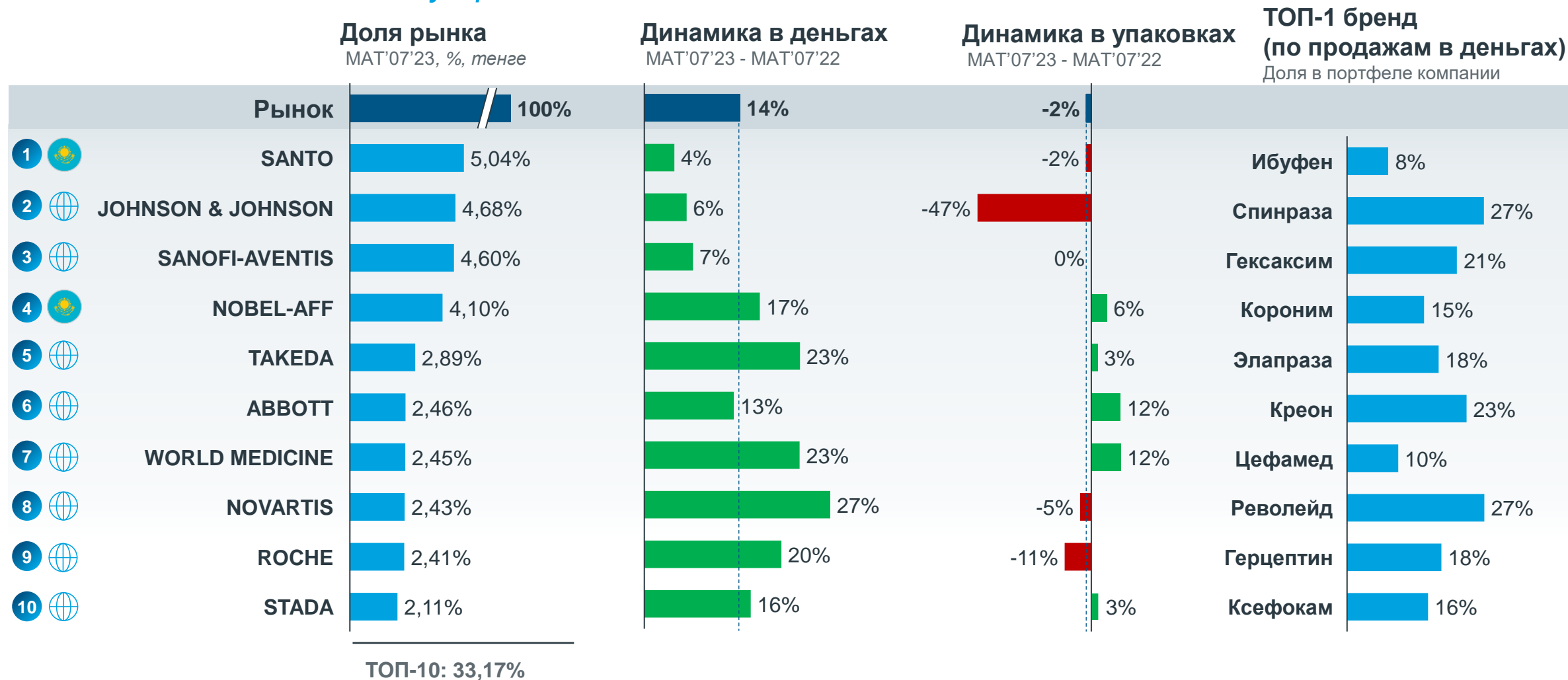
■ Розничный сегмент 
 ■ Амбулаторная льгота 
 ■ Госпитальный сегмент

Критерий	Тенге	Доллар США	Евро	Упаковки	Станд. упаковки (SU)
Продажи в деньгах, МАТ'07'23, млрд.	925,8	2,0	1,9	0,7	21,0
Рост 23/22, %	14%	10%	16%	-2%	1,6%



# Все ТОП-10 компаний показывают положительную динамику в денежном выражении в МАТ 07'23. Средняя доля бренда-лидера внутри каждой из ТОП-10 компаний составляет около 18%

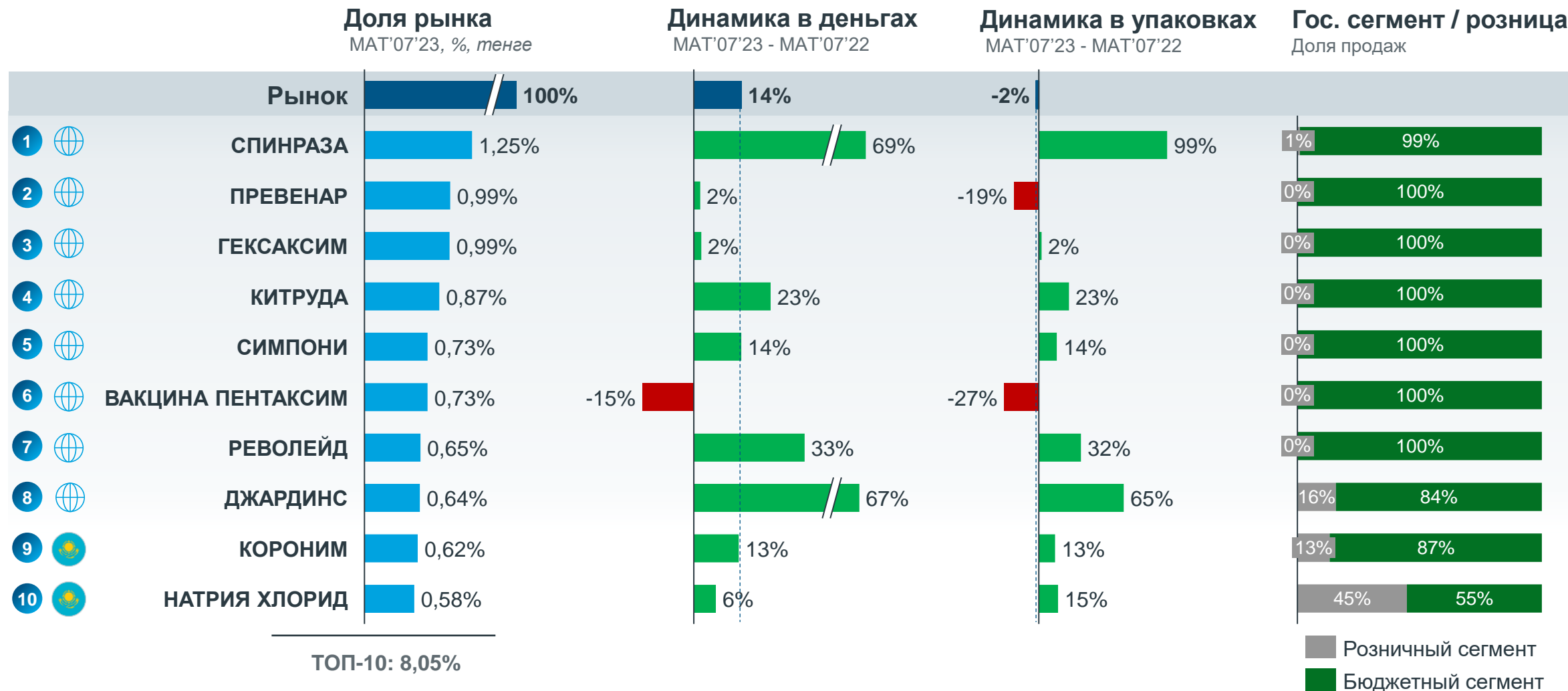
## ТОП-10 компаний по объёму продаж





# Большая часть брендов из ТОП-10 реализуются преимущественно/только в сегменте государственных закупок; Среди ТОП-10 брендов 2 бренда являются локальными

## ТОП-10 брендов по объёму продаж



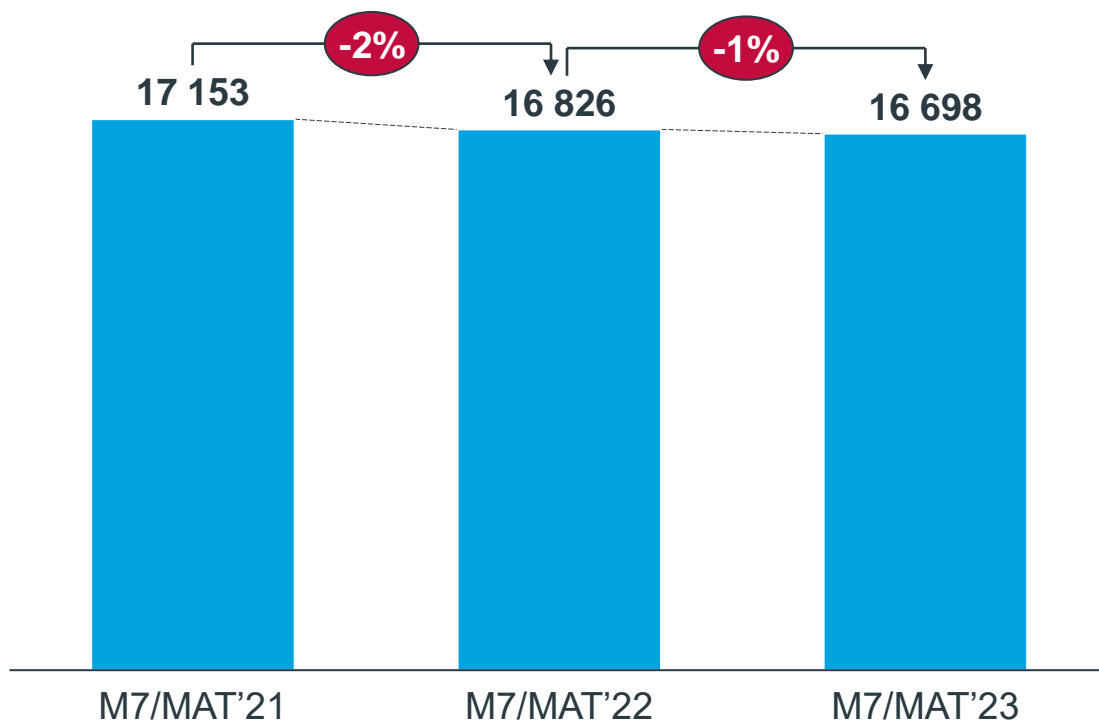


# Фармацевтический рынок Узбекистана демонстрирует небольшую негативную динамику как в упаковках, так и в деньгах

## Фармацевтический рынок Узбекистана

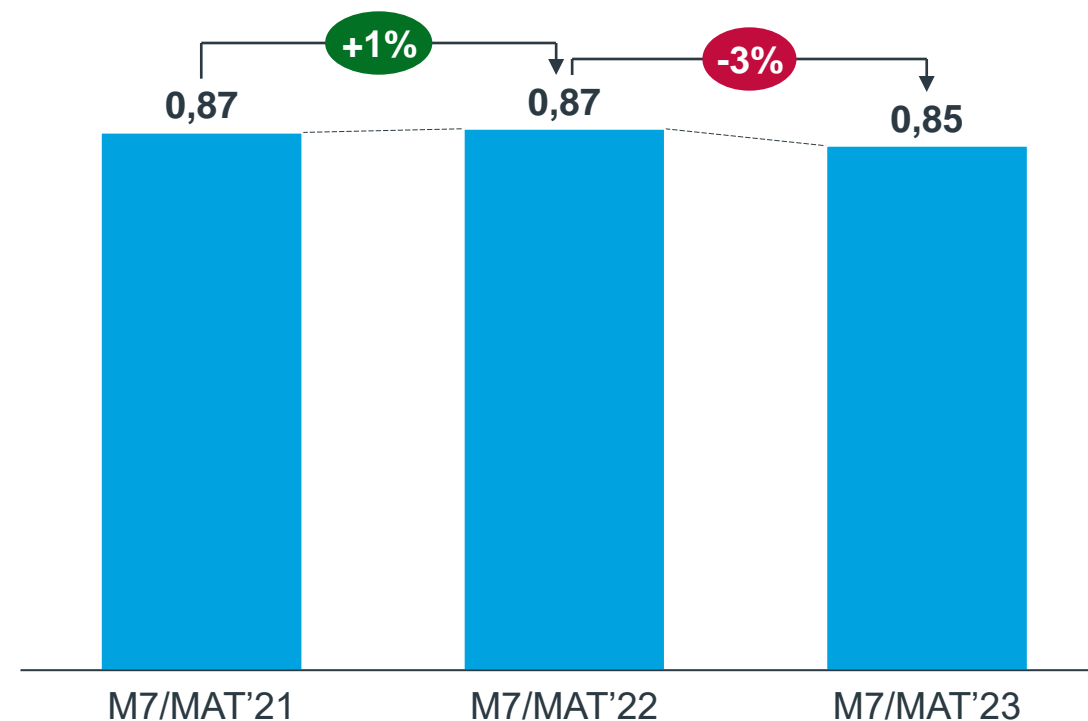
### Продажи в денежном выражении

Млрд, Сум



### Продажи в объёмном выражении

Млрд. уп.

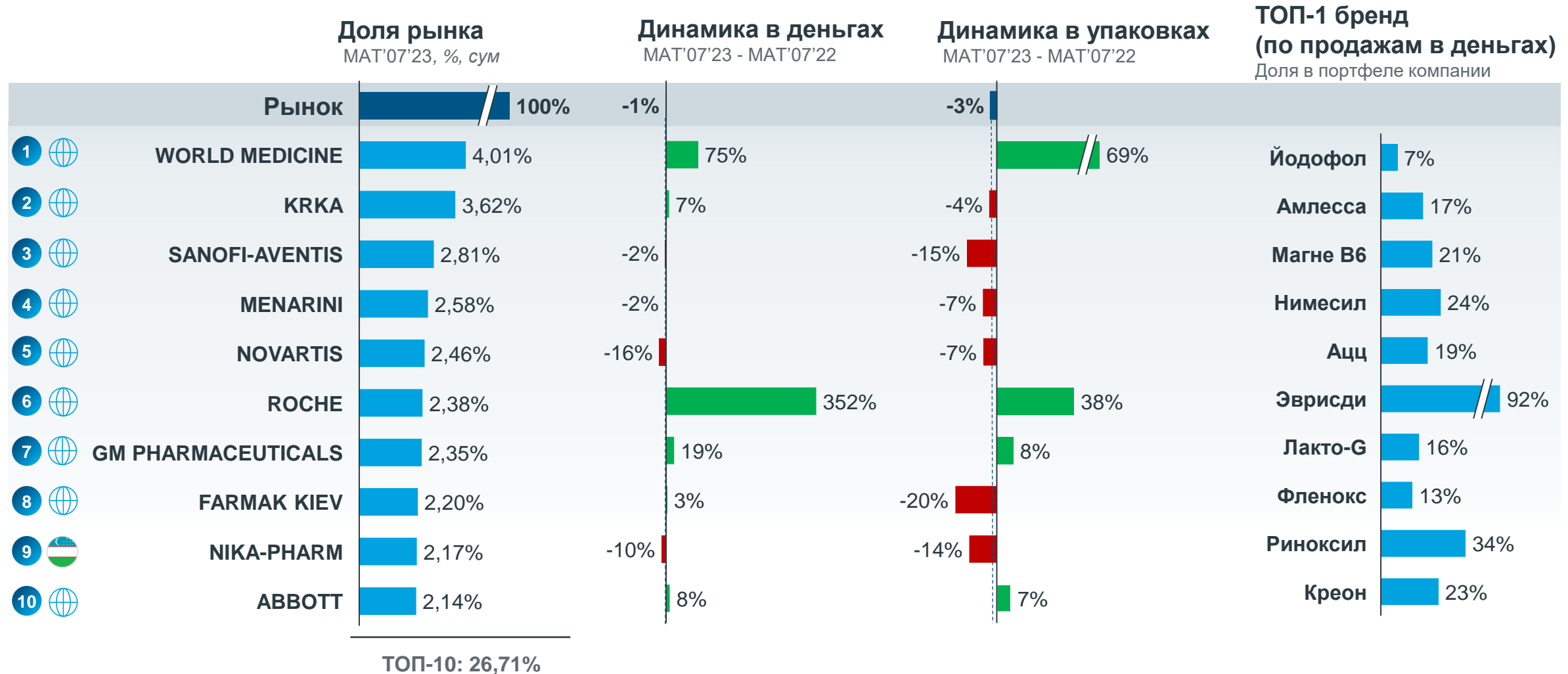


■ Розничный сегмент + Бюджетный сегмент

Критерий	Сум	Доллар США	Евро	Упаковки	Станд. упаковки (SU)
Продажи в деньгах, МАТ'07'23, млрд.	16 698,2	1,5	1,4	0,8	17,9
Рост 23/22, %	-1%	-4%	1%	-3%	-8,6%

# Roche, World Medicine, GM Pharmaceuticals и Abbott растут к прошлому году в упаковках и в деньгах

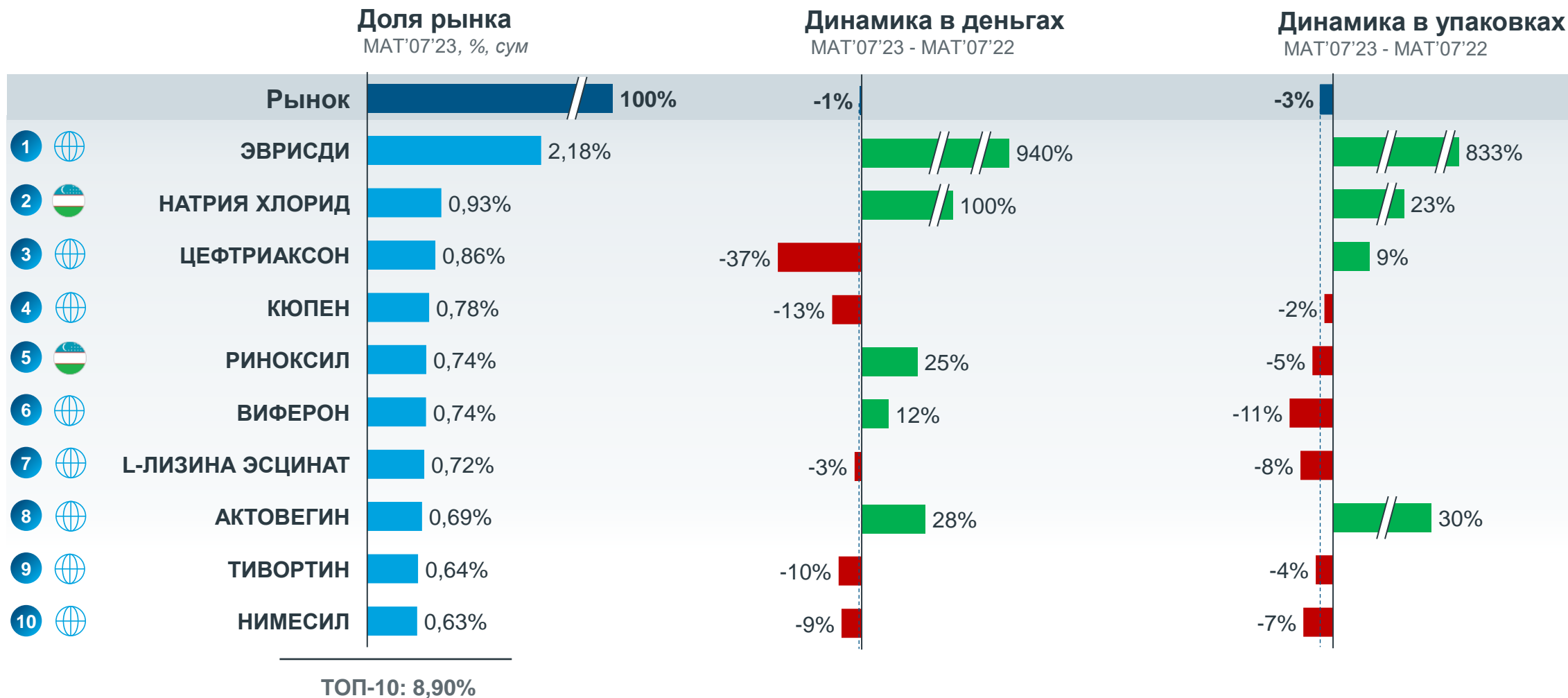
## ТОП-10 компаний по объёму продаж





# Подавляющее большинство среди ТОП-10 брендов на рынке – бренды мультинациональных компаний; Ряд брендов имеет выраженную положительную динамику одновременно в деньгах и в упаковках

## ТОП-10 брендов по объёму продаж



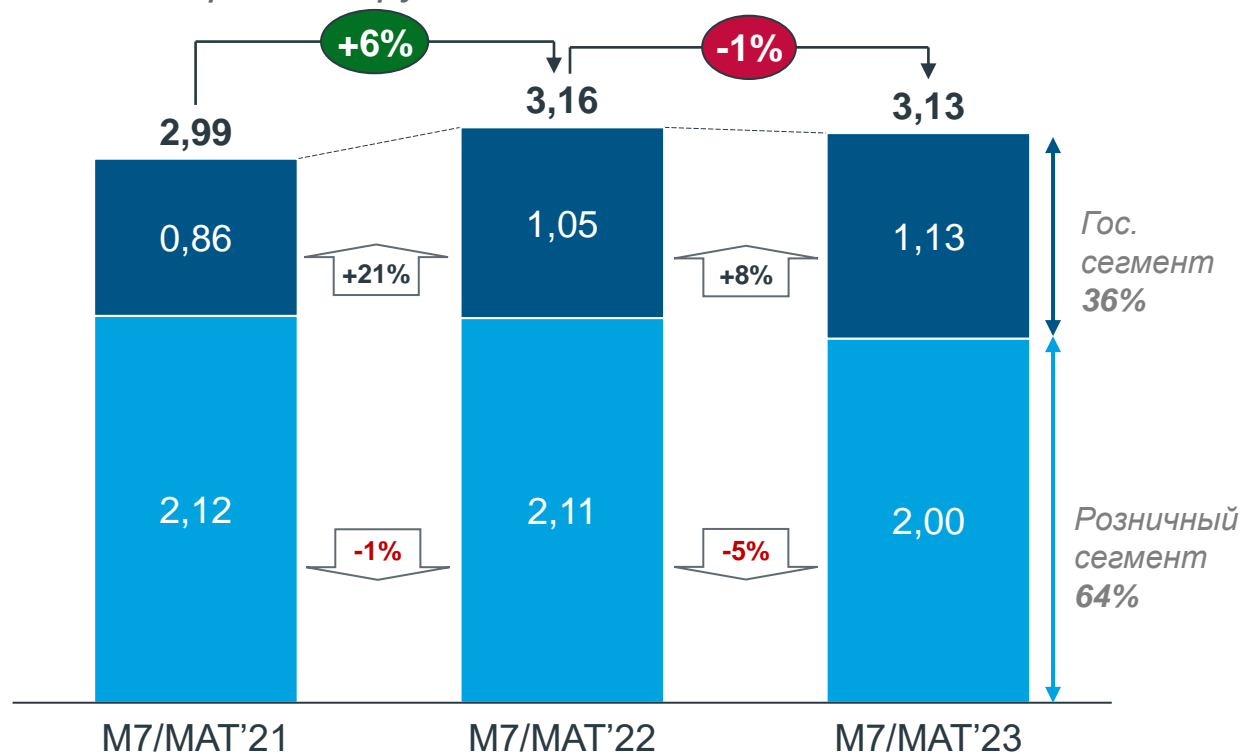




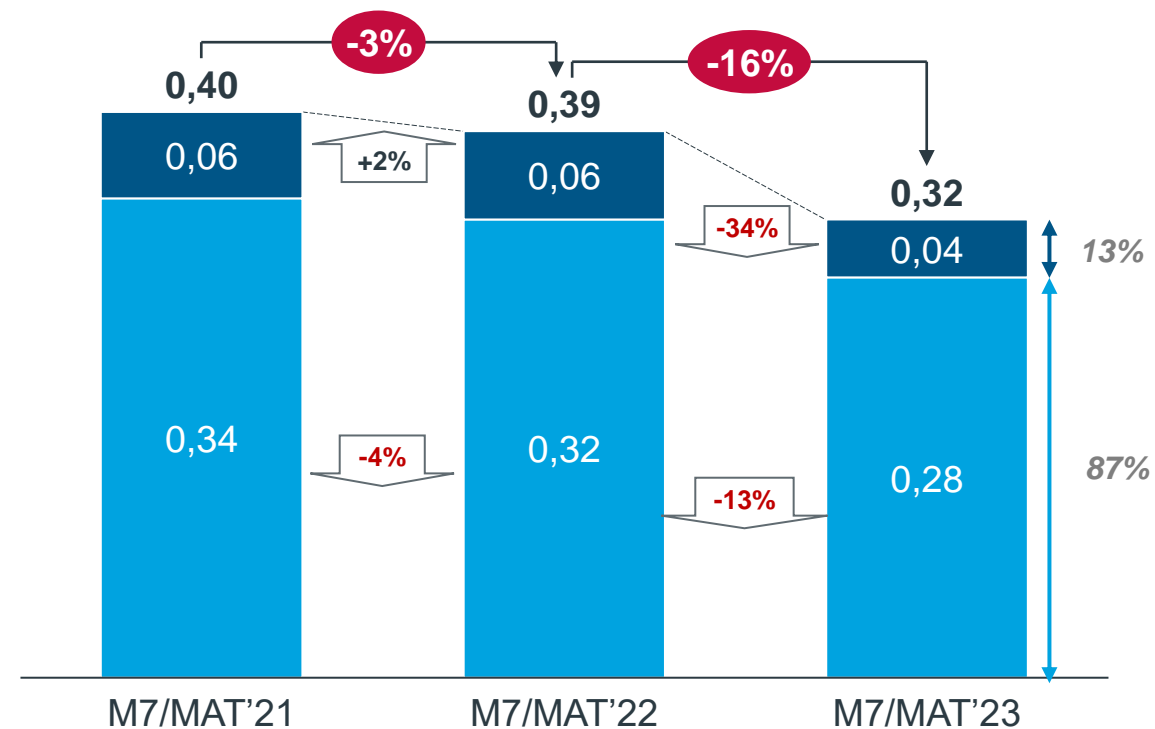
# Фармацевтический рынок Беларуси показывает негативную динамику как в упаковках, так и в деньгах – преимущественно за счёт падения продаж в розничном сегменте

## Фармацевтический рынок Беларуси

Продажи в денежном выражении  
Млрд, Бел. руб.



Продажи в объёмном выражении  
Млрд. уп.



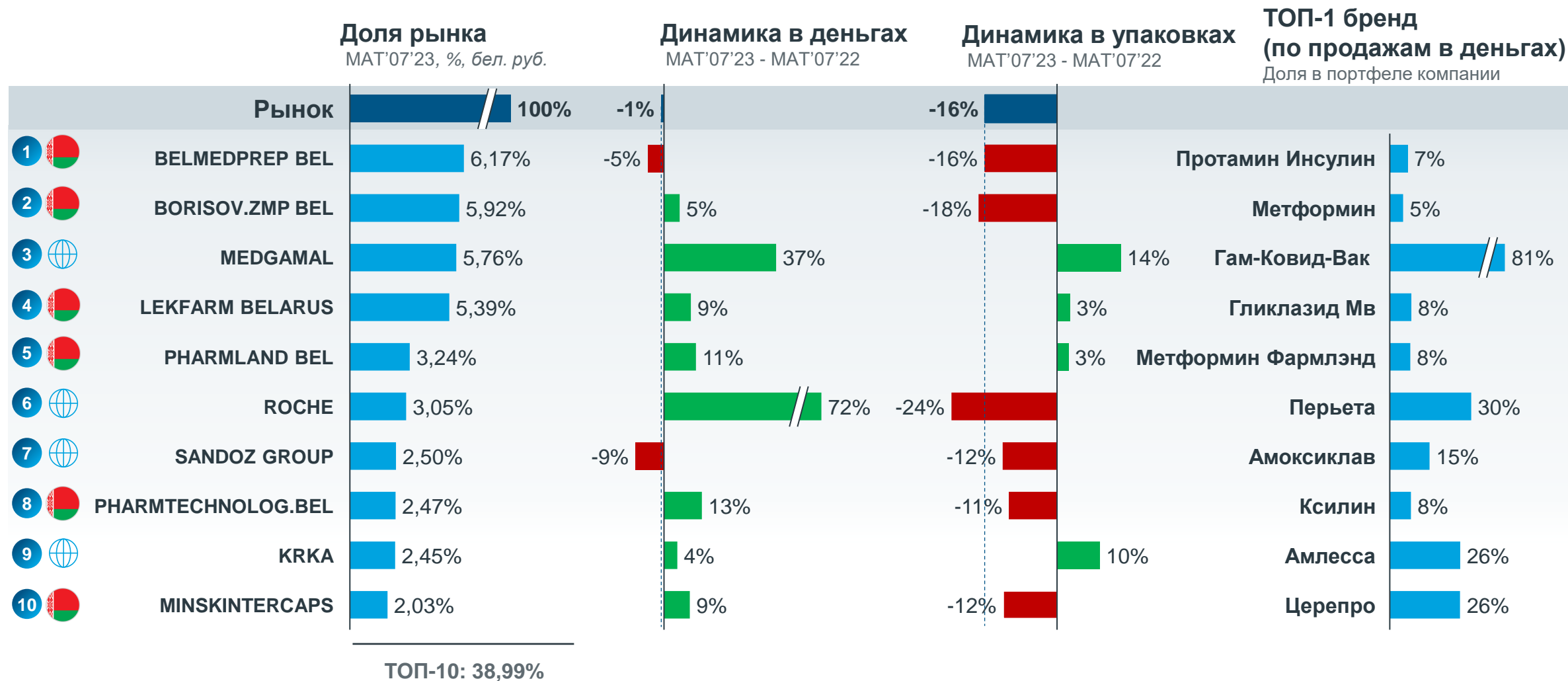
■ Госпитальный сегмент ■ Розничный сегмент

Критерий	Бел. Руб.	Доллар США	Евро	Упаковки	Станд. упаковки (SU)
Продажи в деньгах, МАТ'07'23, млрд.	3,1	1,2	1,1	0,3	14,4
Рост 23/22, %	-1%	-5%	1%	-16%	-4%



# Компании из списка ТОП-10 показывают разнонаправленную динамику. 6 компаний из ТОП-10 являются локальными

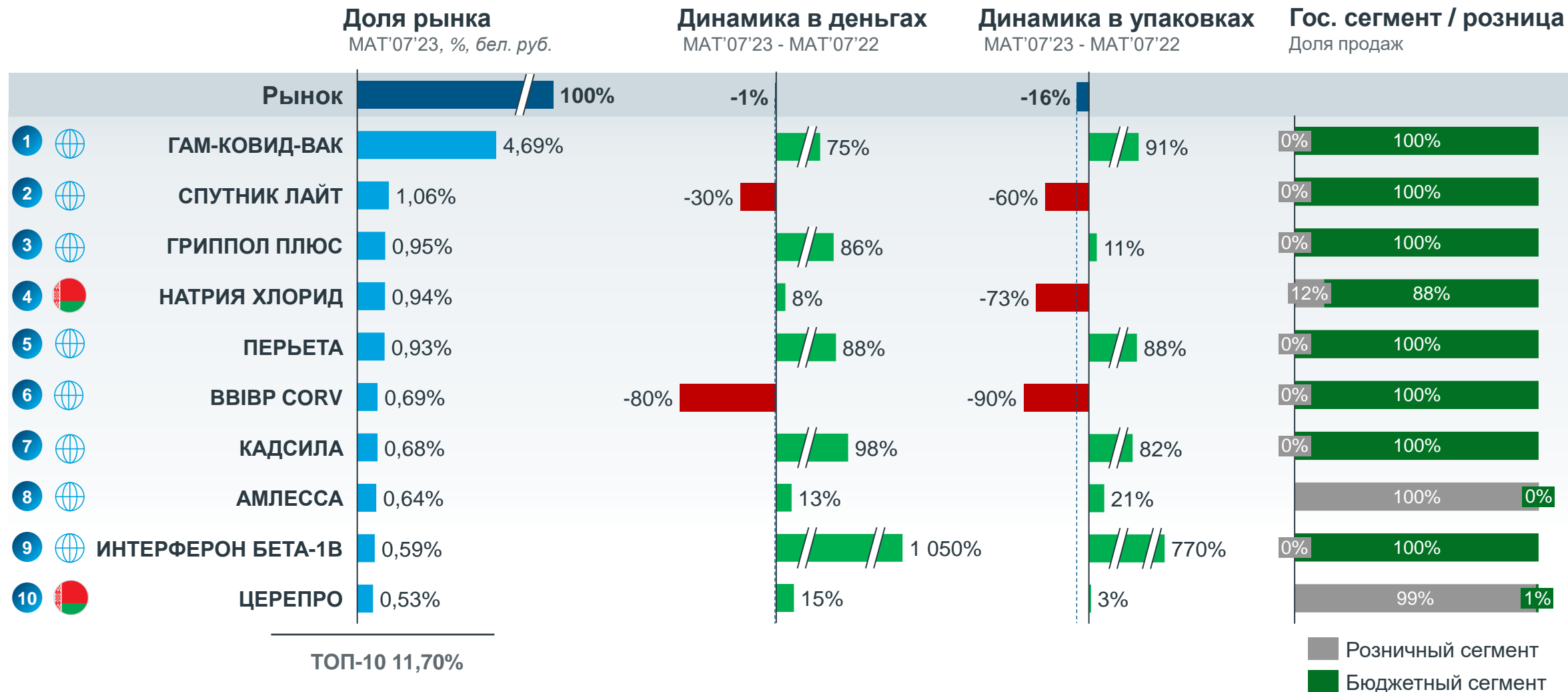
ТОП-10 компаний по объёму продаж





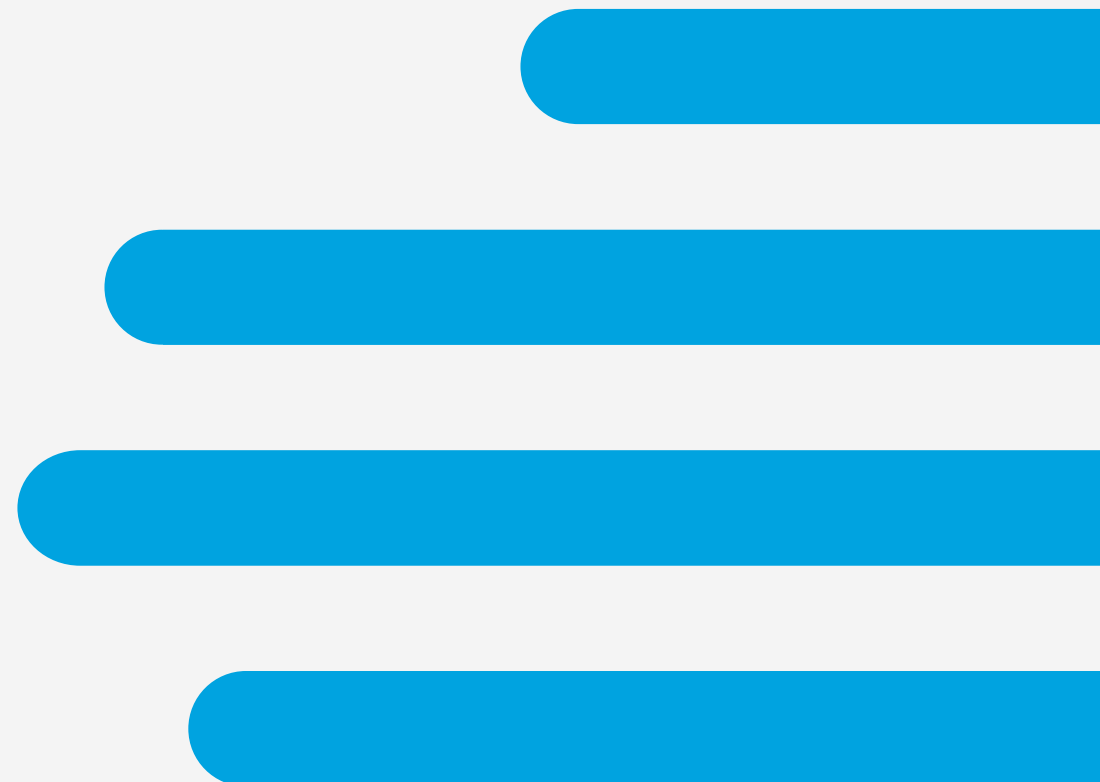
# Большая часть из ТОП-10 брендов реализуется преимущественно/исключительно через государственный сегмент; Среди ТОП-10 брендов только 2 бренда локальные

## ТОП-10 брендов по объёму продаж



# 09

Сервисы  
IQVIA





## ИНФОРМАЦИЯ



### Аудит фарм. рынка

- Розничный аудит - Sell-In и Sell-out (месячный и недельный)
- Бюджетный аудит ГЛС, ДЛО, РЛО
- Тендеры, контракты
- Электронная коммерция (E-com)
- Мониторинг цен и промо-акций



### Channel Dynamic®

- Мониторинг традиционных и диджитальных промо-активностей среди врачей и фармацевтов



### Клиентская база данных OneKey™

- >700k врачей/специалистов
- >100k мед. организаций
- > 65k аптек
- 100% соответствие ФЗ-152



### DSD & MDLP

- Обработка и консолидация отчётов дистрибьюторов (DSD) и сериализационных отчётов (МДЛП)



### LRx RPA

- Анализ данных о пациентах и выписке препаратов в льготном сегменте
- RWE / RWD



## ТЕХНОЛОГИИ



### Взаимодействие с клиентами

#### • Orchestrated Customer Engagement (OCE): OCE Personal (CRM) & OCE Digital (MCM)

Решение для «оркестрированного» омниканального взаимодействия с клиентами

#### • MYCRM (local CRM & MCM solution):

Современное CRM & MCM решение без трансграничной передачи данных

#### • Content Authoring Manager (CAM):

Самостоятельное создание и управление CLM-контентом без привлечения 3-х лиц



### Безопасность, контроль и качество

• IQVIA Consent - решение для сбора, хранения и управления согласиями

• Fair Market Value (FMV) - сервис по определению справедливой компенсации для KOLs & HCPs за участие в мероприятиях

• Quality Management System (QMS) - система управления качеством производства

• Система для автоматизации процессов фармаконадзора



### Расширенная аналитика

• Orchestrated analytics - Комплексная аналитическая платформа с элементами AI/ML

• Visual Analytics – для задач бизнес-аналитики и управления массивами данных. Аккумулирует различные источники данных в едином инструменте с последующей обработкой и визуализацией



## КОНСАЛТИНГ



### Коммерческие стратегии / Оптимизация и эффективность работы

- Структура и размер команды
- Приоритезация регионов, анализ визитной активности
- Сегментации клиентов (аптеки / врачи)
- Анализ ROI трейд маркетинговых активностей
- Разработка и оценка KPIs



### Портфельные/маркетинговые/тендерные стратегии

- Приоритезация портфеля, поиск новых продуктов для запуска
- Выход на новые рынки
- Маркетинговые стратегии, промо микс оптимизация, стратегии работы с аптечными сетями
- Тендерные стратегии и проекты по доступу на рынок



### Качественные и количественные маркетинговые исследования

- Глубинные интервью и фокус группы
- Ad-hoc проекты: U&A, Price elasticity, Rep checks, KOLs mapping etc.
- OncoAnalyzer®, E-com Digest®

# Контакты IQVIA

**Анастасия Круглова**

*Генеральный директор | Россия и СНГ*

✉ Anastasia.Kruglova@IQVIA.com

☎ +7 903 291 59 84

**Светлана Никулина**

*Директор по продажам | Россия и СНГ*

✉ Svetlana.Nikulina@IQVIA.com

☎ +7 903 737 89 51

**Ольга Макарова**

*Руководитель департамента консалтинга и маркетинговых исследований | Россия и СНГ*

✉ Olga.Makarova@IQVIA.com

☎ +7 916 993 05 50

