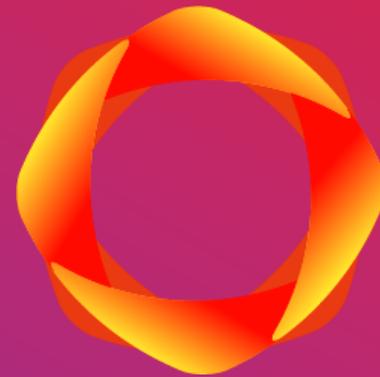


**ePharma в реалиях  
российской  
нормальности**



**DIGITAL  
BRAND  
DAY**

# ePharma в реалиях российской нормальности



**Илья  
Меженский**  
Здравсити  
Директор  
по маркетингу



**Наталья  
Паршикова**  
Сбер Еаптека  
Директор  
по маркетингу и продажам



**Исанин  
Константин**  
Яндекс Маркет Аптека  
Руководитель  
трейд маркетинга

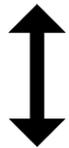


**Снежана  
Черногорцева**  
Валента Фарм  
Заместитель генерального  
директора по маркетингу  
и продажам



**Фёдор  
Вирин**  
Data Insight  
Партнёр

# Сценарии развития рынка до февраля 2022 года



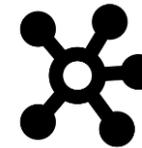
## Вертикальная интеграция

- Крупнейшие компании продолжают создавать холдинги для контроля **всей цепочки** создания стоимости
- Эти **холдинги** будут занимать доминирующее положение на рынке, приобретая или вытесняя более мелких игроков
- Они и будут определять дальнейшие **правила игры** для других участников рынка



## Горизонтальные связи

- Аптечная **розница** (независимые аптеки, малые и средние сети) продолжит объединяться
- Переговорная сила дистрибьюторов в розничной торговле будет снижаться
- Производители будут стремиться к **прямому сотрудничеству** с консолидированными ритейлерами, как в FMCG



## Фрагментация рынка

- Забота о **здоровье** становится **ключевым трендом** потребления, что привлекает лидеров из других категорий и технологичные компании
- Они будут создавать **уникальные предложения**, интегрированные в их экосистемы услуг
- Рынок станет более фрагментированным и **конкурентным**, что станет драйвером его развития в плане инфраструктуры, технологий и деловых отношений.

# Внешние факторы



## Непредсказуемость

изменения  
курса рубля



## Разрыв

цепочек поставок  
и финансовых связей



## Отказ

производителей от инвестиций  
в медиа и развитие (не поставок)

Не исчезла угроза

**COVID-19**



# Как это уже повлияло и еще повлияет на бизнес?

## Спрос

**Взрывной рост** (X2 в штуках) в марте, особенно на иностранные препараты, для лечения хронических заболеваний. В апреле аптечные закупки возвращаются **к прежним значениям**.

## Ассортимент

По данным врачей уже возник **дефицит** на 80 наименований препаратов. Проблемы могут быть даже у российских производителей из-за проблем с упаковкой и субстанциями.

## Цены

Рост закупочных цен — до 25%. Цены на импортируемые субстанции, **подняли** на 35%. Минфин планирует изменять границы цен на ЖНВЛП при росте курса рубля, чтобы избежать дефицита.

## Трафик

**Сохранится**, но аптечная сеть продолжит сокращаться из-за снижения рентабельности. **Онлайн** получает преимущество, т.к. позволяет быстро искать лекарства и сравнивать цены.

## Конкуренция

Несмотря на **возможности**, которые появляются у российских продавцов и производителей, во второй половине года их ждет новое испытание – **серый рынок**, как результат параллельного импорта и ограничения маркировки.

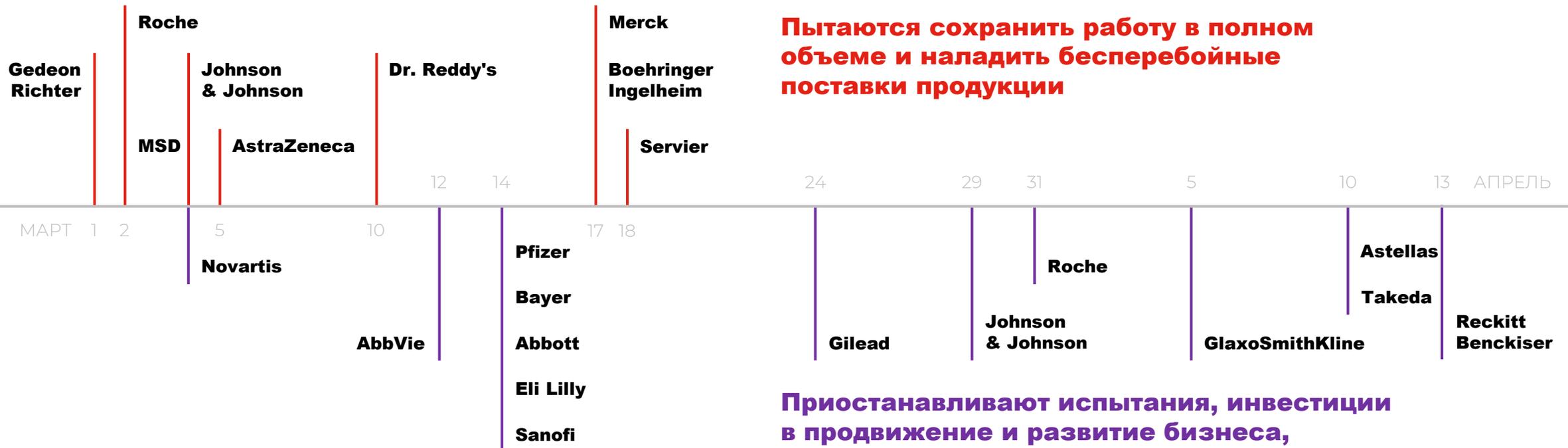
## Логистика

**Потеряла** 60% поставок из-за прекращения контейнерных перевозок и еще 4% — авиа. Проблема в том, что именно Россия была хабом для поставки лекарств в страны СНГ, а не наоборот.

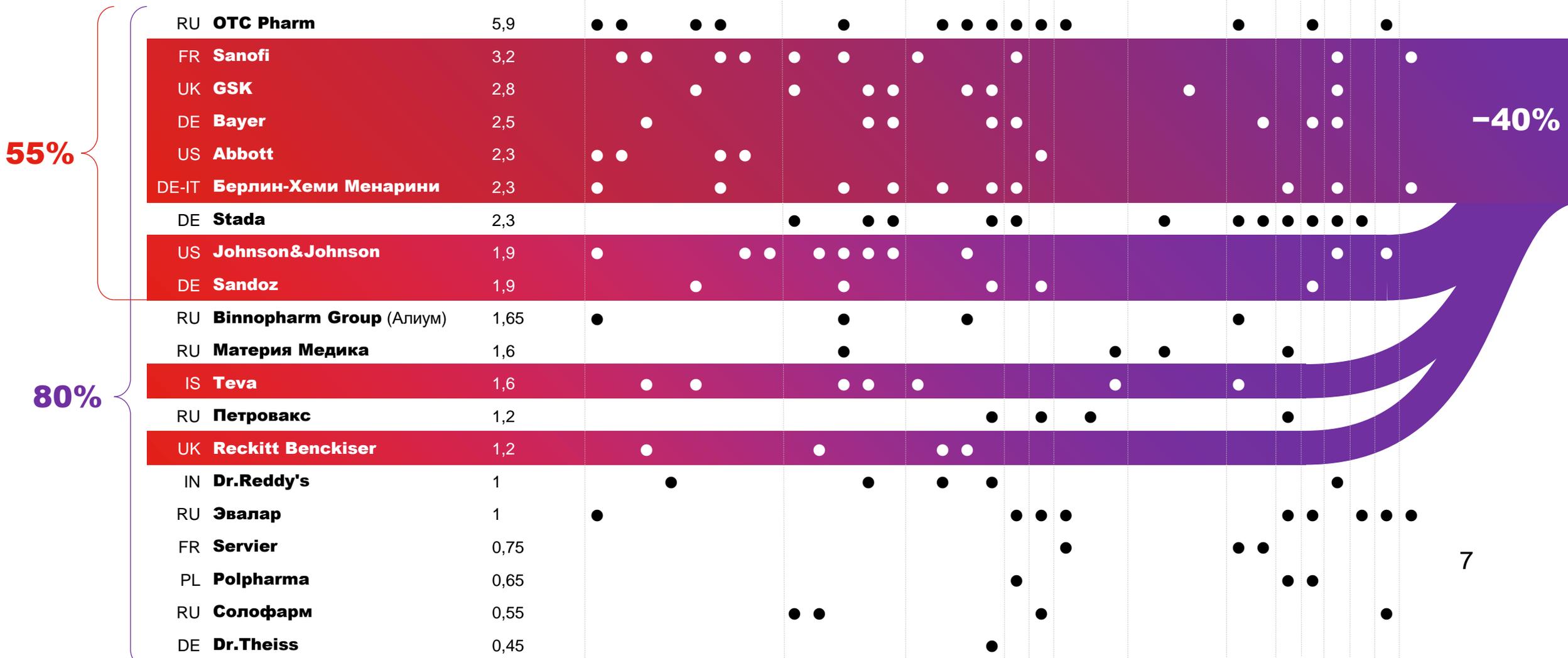
# Как отреагировали иностранные компании?

**-12%** Сокращение медиа инвестиций в течение марта 2022

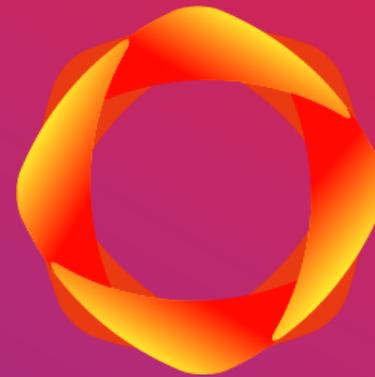
Падение скорее всего продолжится даже несмотря на рост активности российских компаний



# Из медиа ушли лидеры по инвестициям



**ePharma в реалиях  
российской  
нормальности**



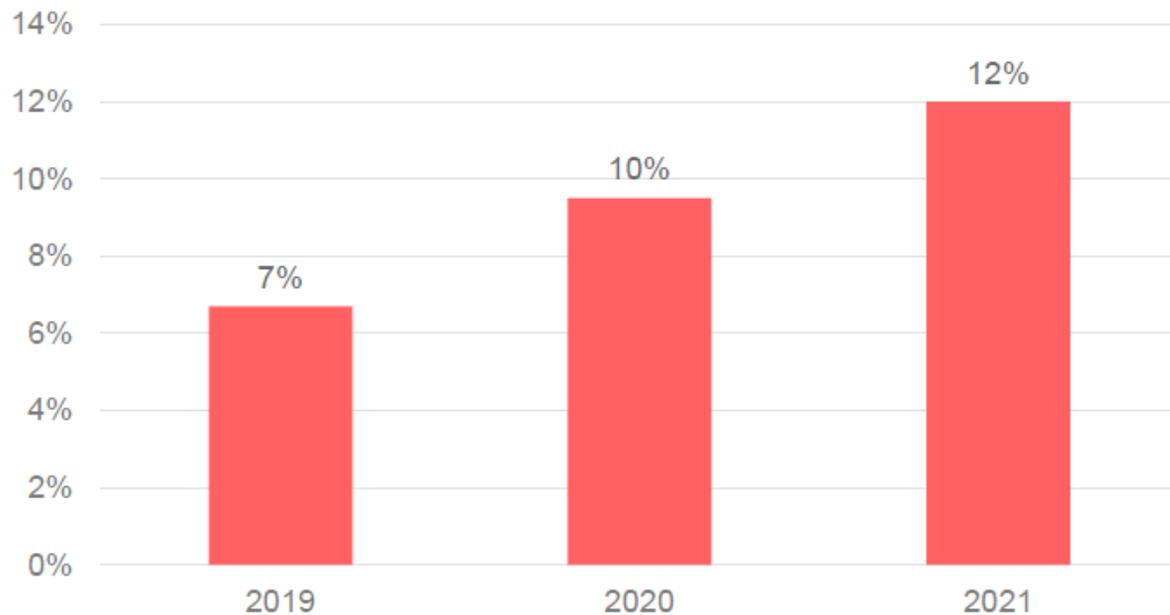
**DIGITAL  
BRAND  
DAY**

# Российский рынок ePharma

 Data Insight

*Вирин Федор  
специально для Digital Brand Day*

# Рынок E-Pharma в цифрах

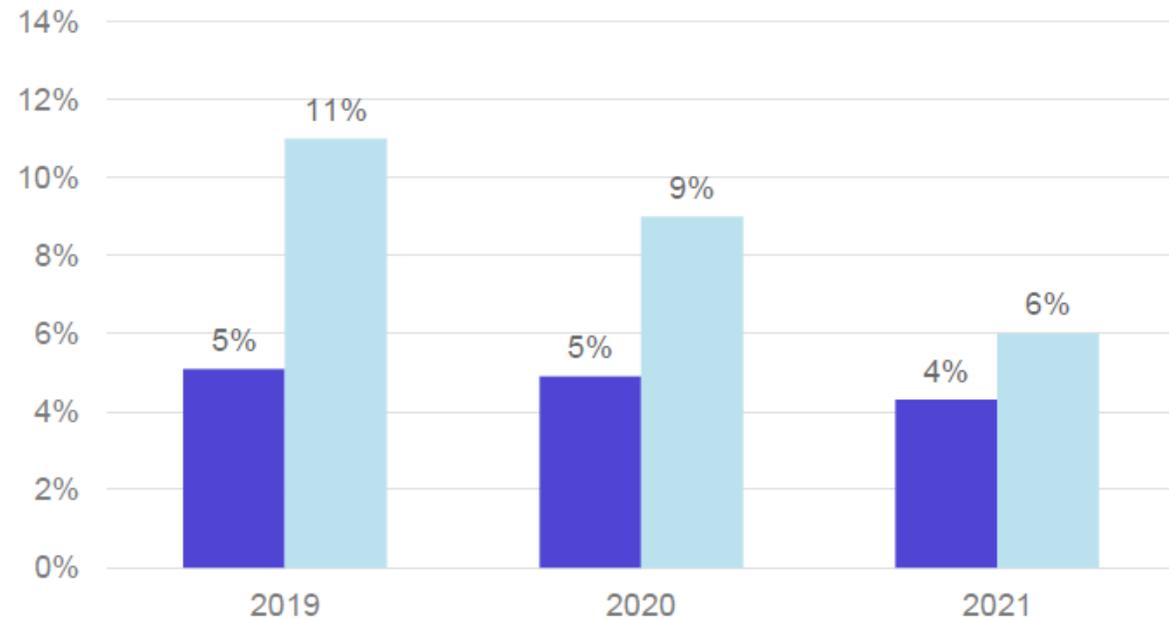


■ Доля в деньгах



## Доля рынка E-pharma от коммерческого аптечного рынка

Рост доли сегмента E-pharma обусловлен органическим ростом всего E-commerce рынка, перетеканием покупок из офлайн в онлайн и инфляционными процессами.



■ Доля в деньгах ■ Доля в заказах



## Доля рынка E-pharma от всего E-commerce

Снижение доли E-pharma от всего E-commerce рынка обусловлено превышающими темпами роста последнего.

Источник: Накопленные статистические данные Data Insight, «Интернет торговля 2021», Data insight, Фармрынок России, 2021, Alpharm, Фармацевтический рынок Итоги за 12 месяцев 2021, DSM

# Рынок ePharma – 2021



Предварительные оценки:  
**101 млн онлайн-заказов**  
на **175 млрд рублей**

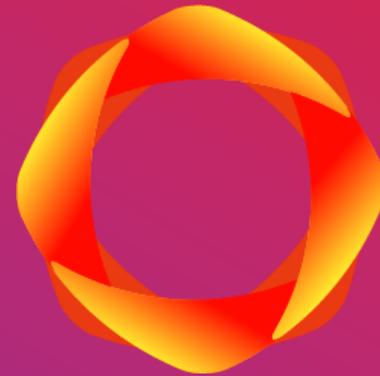
**+28%** по количеству заказов  
**+32%** в денежном выражении

**>+40 млрд руб.**  
прирост онлайн-рынка

# Ключевые драйверы роста e-Pharma

- Рост затрат онлайн-покупателей всех категорий в онлайн за счет «присоединения» категорий (расширение аудитории онлайн-покупателей фармы за счет онлайн-покупателей других товарных категорий)
- Поиск отсутствующих в аптеках лекарств (перебои в поставках лекарств с начала марта 2022 года)
- Рост цен на лекарственные препараты в результате всех факторов, сложившихся после 24 февраля
- Рост доли онлайн-затрат у нынешних онлайн-покупателей от всех затрат на аптечный ассортимент (перенос активными покупателями своих покупок в онлайн)

**ePharma в реалиях  
российской  
нормальности**



**DIGITAL  
BRAND  
DAY**

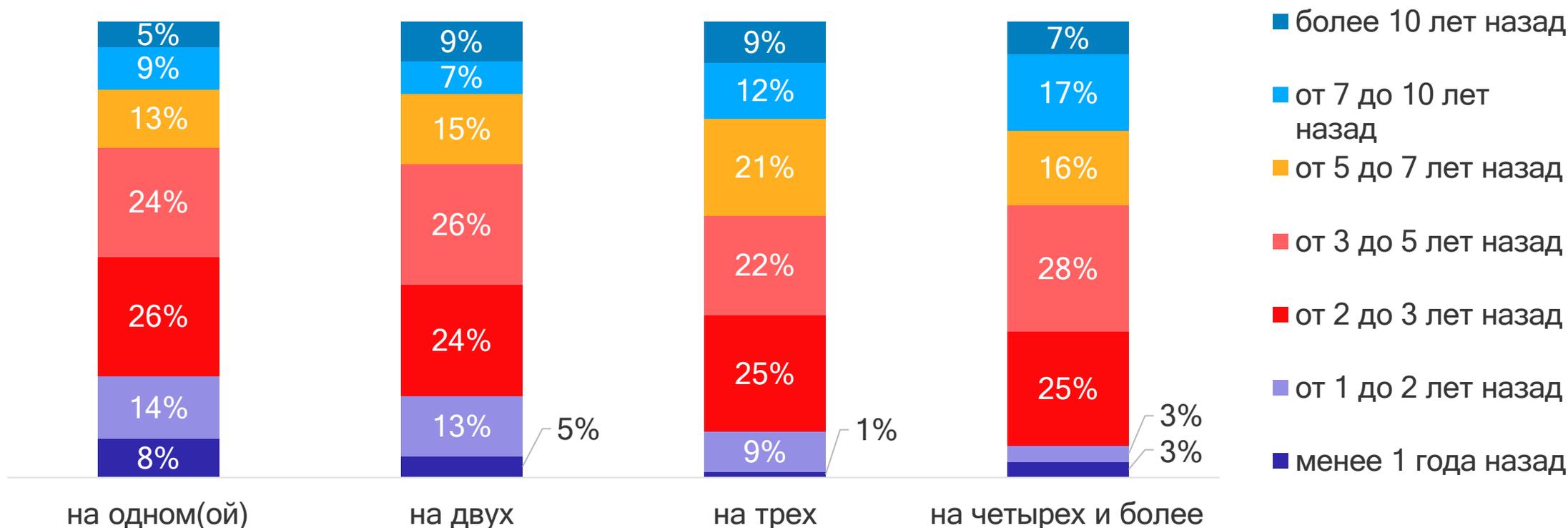
# Потребительское поведение

 Data Insight

*Вирин Федор  
специально для Digital Brand Day*

# Количество мест покупки растет

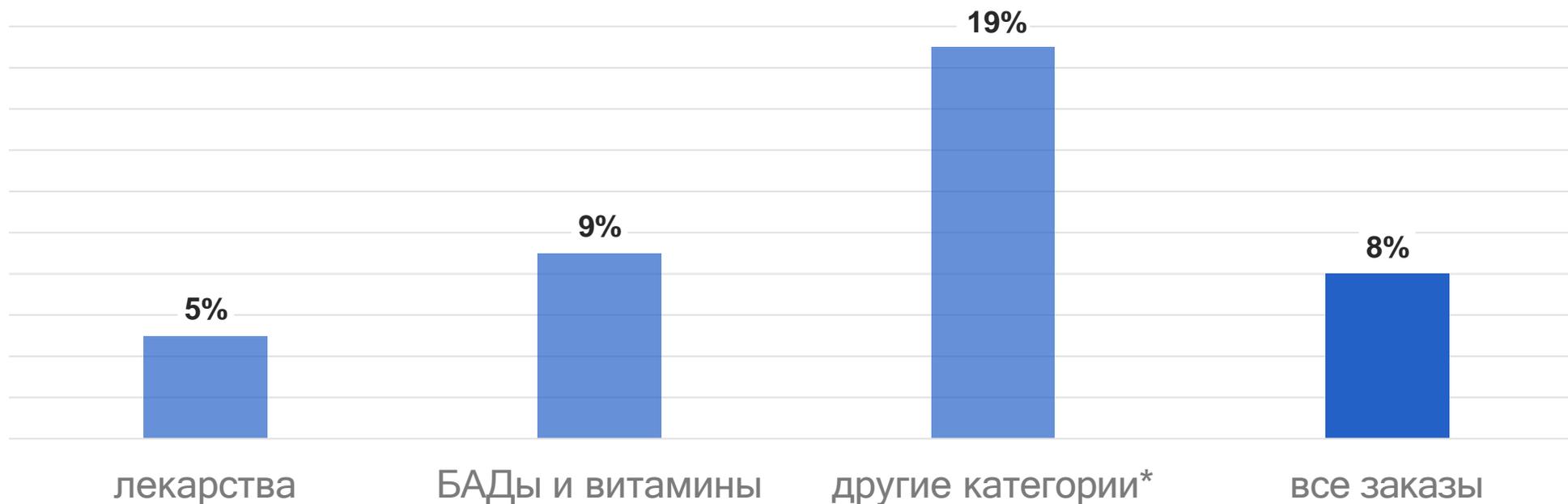
Количество площадок, регулярно используемых для покупок аптечного ассортимента



Вопрос: «На каком количестве онлайн-площадок (сайтов, приложений) Вы за последние 12 месяцев сделали больше, чем по 1 заказу лекарств и аптечных товаров?» Онлайн опрос покупателей аптечного ассортимента, Квоты по полу, возрасту, макрорегиону, N=1000

# Доля маркетплейсов

Доля указавших маркетплейс как место последней онлайн-покупки аптечных товаров



Опрос покупателей лекарственных средств, осень 2021, Data Insight

Приведены данные по заказам, включающим товары данной категории

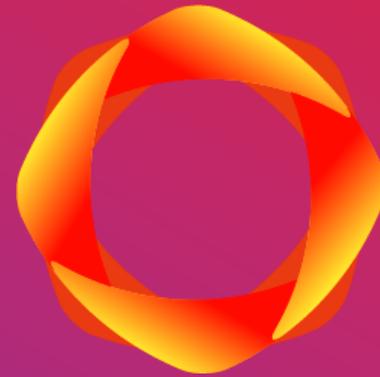
\* Другое – медтехника, средства гигиены, лечебная косметика, лечебное питание, детское питание (приведено среднее по этим категориям)

# Изменение потребительского поведения

1. Огромный рост числа онлайн-покупателей аптечного ассортимента - их числа за пандемию, возможно удвоилось
2. Значительный рост числа площадок привел к тому, что пользователи стали покупать на большем числе площадок
3. Небольшой рост покупок на маркетплейсах, в первую очередь парафармы, однако, нет большого роста

*Нет существенного изменения потребительского поведения после 24 февраля 2022 года, если не считать всплеска продаж «впрок» в течение последних дней февраля и всего марта*

**ePharma в реалиях  
российской  
нормальности**



**DIGITAL  
BRAND  
DAY**

# Прогноз E-Pharma

 Data Insight

*Вирин Федор  
специально для Digital Brand Day*

# 2022: Прогноз роста рынка E-Pharma

**223 млрд р.** (без учета эффекта военных действий)

Факторы, влияющие на прогноз 2022 (новые факторы, возникшие сейчас):

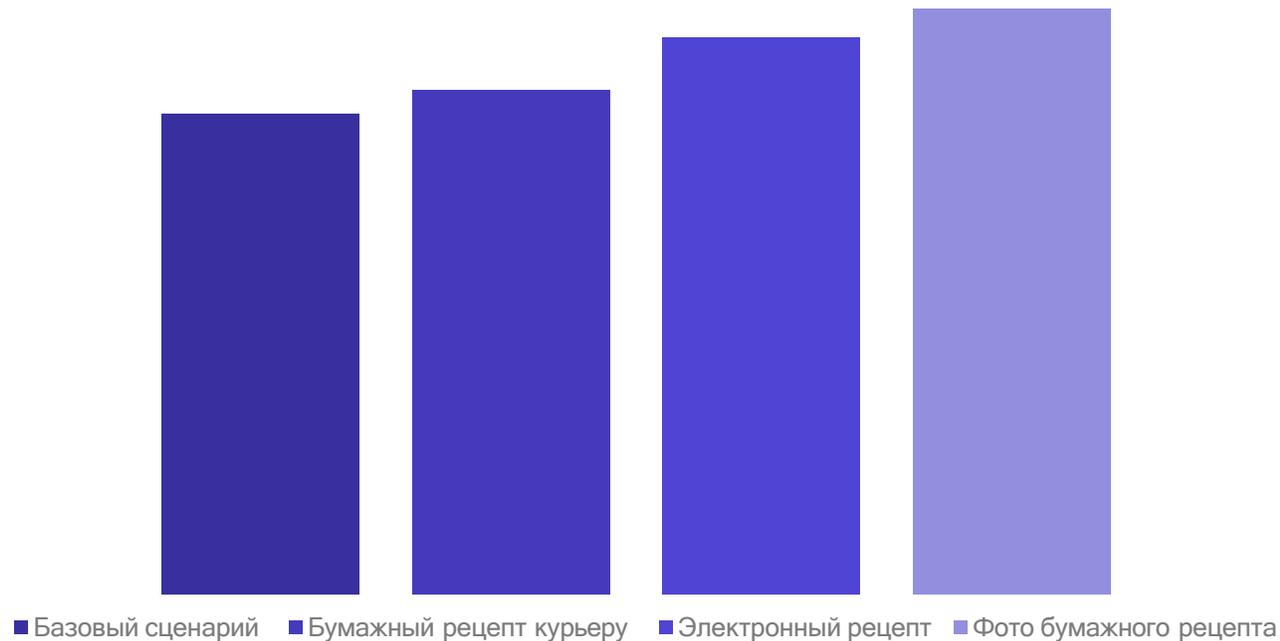
1. Снижение покупательской способности населения (пока нет) и перемещение к более дешевым лекарственным препаратам
2. Сокращение маркетинговых бюджетов всех типов игроков (производителей, поставщиков, аптечных сетей, онлайн-площадок): снижает скорость привлечения новых клиентов, снижает темпы роста игроков, понижает порог входа для новых игроков

# 2023: Прогноз роста рынка E-Pharma

Факторы, влияющие на прогноз 2023 (факторы, которые могут возникнуть):

1. Существенный рост роли государства в дистрибуции лекарственных препаратов (рост доли препаратов, распространяемых по субсидии, рост доли государственной медицины)
2. Государственное регулирование цен на рынке лекарственных средств
3. Доставка рецептурных препаратов (эффект очень сильно зависит от «разрешенного» механизма доставки)
4. Электронный рецепт - полнота внедрения платформы среди врачей, включая и число подключенных врачей и степень использования платформы врачами (пока что внедрение не выглядит значительным)

# Прогноз объема ePharma при разных сценариях реализации доставки RX-препаратов в 2023 г.

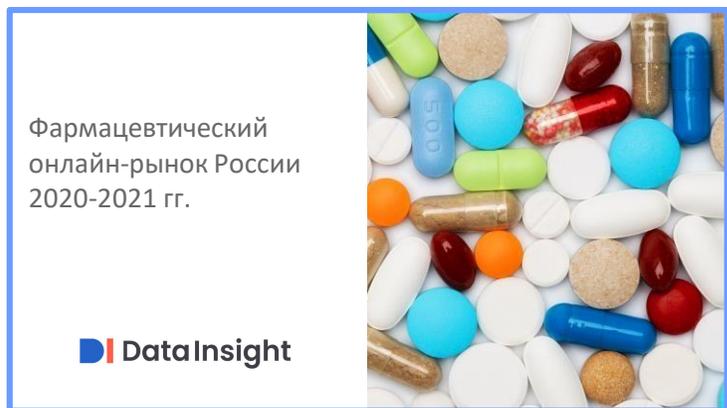


Лучшего всего по расчётам показывает себя сценарий доставки RX - препаратов с отправкой фото бумажных рецептов на сайте при оформлении онлайн-заказа. Это самый удобный способ - покупатель доверяет бумажным рецептам, а отправка фото не составит труда самым разным слоям населения; также данный способ не будет увеличивать стоимость доставки.

*Прогноз построен на основе накопленных данных Data Insight о продажах онлайн-площадок, проведенного онлайн опроса потребителей, на основе логистической кривой роста объема интернет-торговли.*

*Прогноз построен, исходя из предположений: 1) изменения в законодательстве будут одинаковыми для всех участников рынка (не эксклюзивными для 1-2 игроков, не эксклюзивными для 1-2 регионов и пр.). 2) изменения в законодательстве вступят в силу в середине 2022 года.*

# Исследования Data Insight на рынке ePharma



# Партнеры Data Insight



# Data Insight

Data Insight - первое в России агентство, специализирующееся на **исследованиях** и **консалтинге** в области eCommerce и digital рынков.

Наши публичные **исследования** - [datainsight.ru/public](https://datainsight.ru/public)

Связаться с нами:



[a@datainsight.ru](mailto:a@datainsight.ru)



[+7 \(495\) 540 59 06](tel:+7(495)5405906)



[datainsight.ru](https://datainsight.ru)



[t.me/DataInsight](https://t.me/DataInsight)



[Facebook.com/DataInsight](https://Facebook.com/DataInsight)



[Slideshare.net/Data\\_Insight](https://Slideshare.net/Data_Insight)

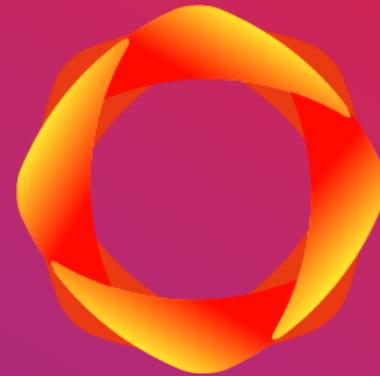


[Zen.yandex.ru](https://Zen.yandex.ru)



[Data Insight](https://DataInsight)

**ePharma в реалиях  
российской  
нормальности**



**DIGITAL  
BRAND  
DAY**