

УДК [615.1(470)+339.13]:613.495

**ОЦЕНКА КЛЮЧЕВЫХ АСПЕКТОВ НАЦИОНАЛЬНОГО
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА В РАМКАХ СЕГМЕНТА
АПТЕЧНОЙ КОСМЕТИКИ****ASSESSMENT OF KEY ASPECTS OF NATIONAL PHARMACEUTICAL MARKET
IN THE SEGMENT OF PHARMACEUTICAL COSMETICS****О.Д. Немятых, А.И. Фитисова
O.D. Nemyatykh, A.I. Fitisova***Санкт-Петербургская государственная химико-фармацевтическая академия,
Россия, 197376, г. Санкт-Петербург, ул. Проф. Попова, 14**St. Petersburg State Chemical-Pharmaceutical Academy,
Russia, 197376, St. Petersburg. Prof. Popov St., 14**E-mail: oksana.nemyatykh@pharminnotech.com, anastasia.fitisova@pharminnotech.com*

Аннотация. Проведен анализ ключевых показателей российского рынка в сегменте аптечной косметики. Установлено, что российские компании контролируют около 30% внутреннего рынка. При этом в структуре продаж преобладают средства, представленные торговыми марками Vichy, La Roche-Posay, Librederm. Выделены основные факторы, определяющие покупательскую активность потребителя, а именно: гибкая ценовая политика, а также эффективные инструменты маркетинговых коммуникаций. В практической дерматологии и косметологии в качестве адъювантной терапии широко используются косметические средства ряда торговых марок, в первую очередь, Avene, Bioderma, La Roche-Posay, Vichy, Uriage. При этом на выбор врача преимущественно влияет доказанная эффективность косметического средства.

Resume. The key parameters of the Russian market in the segment of pharmaceutical cosmetics were analyzed. It was found that Russian companies control about 30% of the domestic market. The structure of the prevalent agent of sales represented the trademarks of Vichy, La Roche-Posay, Librederm. The basic factors that determine consumer purchasing activity: flexible price policy, as well as effective tools of marketing communications, were obtained. In the practical dermatology and cosmetology adjuvant therapy, the most widely used cosmetic products by brand from first place: Avene, Bioderma, La Roche-Posay, Vichy, Uriage. In this case a doctor's choice mainly affects the proven effectiveness of cosmetic products.

Ключевые слова: аптечная косметика, фармацевтический рынок, аптечный ассортимент, дерматологические патологии.

Keywords: pharmaceutical cosmetic, pharmaceutical market, pharmacy range, method of expert evaluations, dermatological pathologies.

Введение

На протяжении последнего десятилетия доля препаратов по уходу за кожей и ее производными в общей структуре ассортимента аптеки приобретает стойкую тенденцию к расширению, что, прежде всего, обусловлено особенностями ее разработки и позиционирования с формированием имиджа «фармацевтической косметики».

В настоящее время в России доля аптечных продаж косметической продукции за 2015 год составила 4% и 31% от объема продаж в разрезе общего ассортимента и сегмента парафармацевтических товаров, соответственно [Шуляк и др., 2016].

Предыдущими исследованиями показано, что в международной практике отсутствует единый подход к определению места аптечной косметики (АК) среди традиционной косметической, а также фармацевтической продукции. Регулирование обращения данной категории товаров аптечного ассортимента в рамках отдельных государств в значительной степени отличается, что, прежде всего, реализуется особенностями процессов выведения товара на рынок, маркировки продукции, лимитированием состава косметических средств [Фитисова и др., 2016].

Цель

Цель настоящей работы – проанализировать в сравнительном аспекте центральные показатели, характеризующие состояние фармацевтического рынка в рамках сегмента АК.

Материалы и методы исследования

Анализ проводился на основе первичной и вторичной информации, в т. ч. данных аналитической компании DSM Group. Мнение врачей определяли методом экспертных оценок путем анкетирования более 100 специалистов (врачей-дерматологов, дерматовенерологов и косметологов) медицинских учреждений различных форм собственности г. Санкт-Петербурга. Посетителям аптек (более 100 респондентов) была предложена для заполнения анкета, предполагающая множественные варианты ответа.

Результаты и их обсуждение

Установлено, что расширение аптечного ассортимента за счет увеличения доли косметики является экономически целесообразным (рис. 1). При этом анализ ключевых параметров, характеризующих динамику развития российского рынка АК, демонстрирует, что за последние пять лет зарегистрировано увеличение средневзвешенной цены на 78,9% [Соколова и др., 2014; Шуляк и др., 2015; Шуляк и др., 2016; Нечаева, 2016].

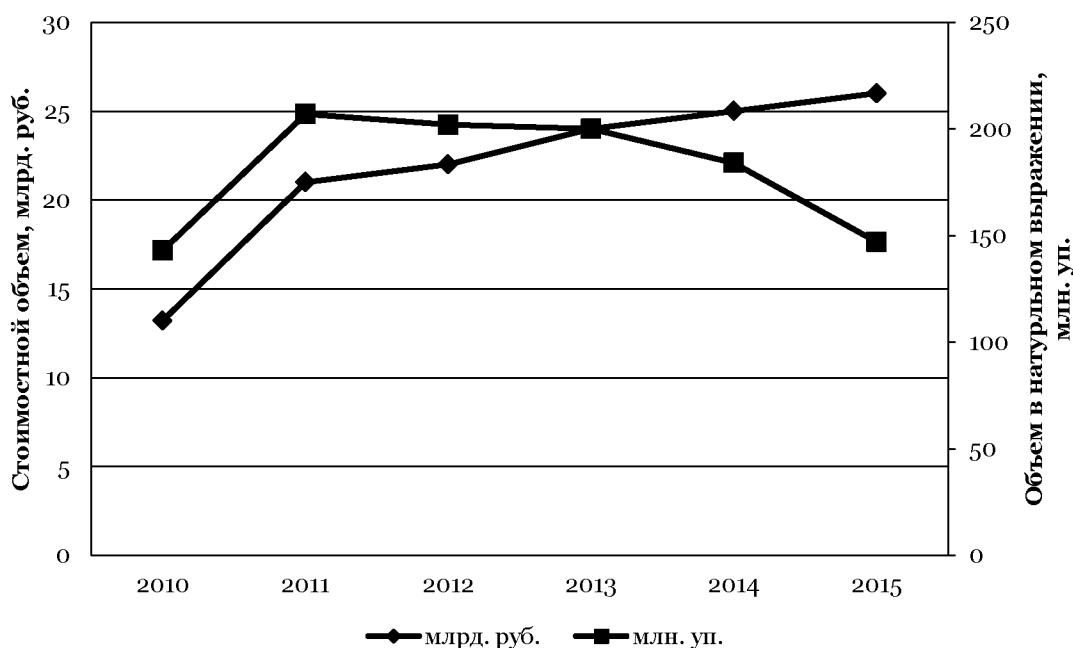


Рис. 1. Динамика продаж аптечной косметики, 2010-2015 гг
Fig. 1. Dynamics of sales of pharmaceutical cosmetics, 2010-2015

В спектре рассматриваемой проблемы нельзя обойти вниманием общее влияние российской экономики, оказывающей негативное воздействие на темп роста продаж (сокращение спроса в 2015 г. на 0,9% в стоимостном объеме в сравнении с аналогичными данными, зарегистрированными в 2014 г.) [Шуляк и др., 2016]. Однако, увеличение доли отечественной косметики в период с 2010 г. по 2015 г. указывает на увеличение спроса на национальную продукцию и укрепление позиций отечественных производителей на рынке в сегменте аптечной косметики (рис. 2) [Широкова, 2012]. При этом присутствие лидеров мировой косметической отрасли, обладающих наибольшей рыночной стоимостью (L'Oreal, Pierre Fabre, Johnson's), демонстрирует стратегическую привлекательность быстро развивающегося сегмента для глобальных производителей [Широкова, 2014]. Важно подчеркнуть, что российские косметические компании сегодня контролируют около 30% внутреннего рынка [Александрова, Руденко, 2016].

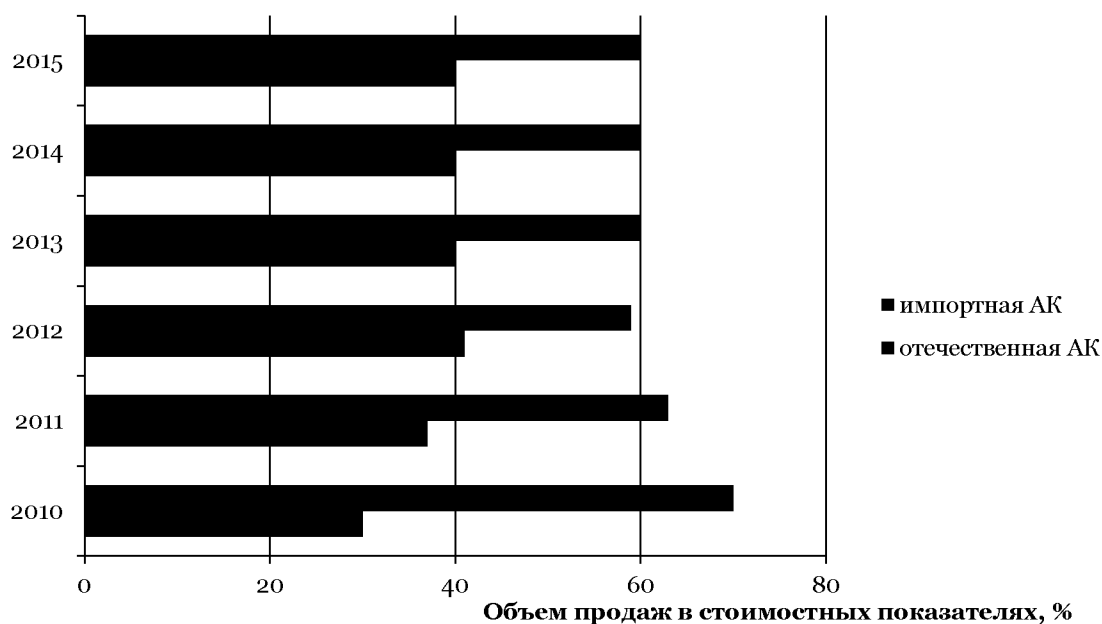


Рис. 2. Структура продаж в сегменте АК, 2010-2015 гг
 Fig. 2. Structure of sales in the segment of pharmaceutical cosmetics, 2010-2015

Обращает на себя внимание то обстоятельство, что средства для базового ухода за кожей являются основным направлением расширения российского аптечного ассортимента в сегменте косметики. При этом в структуре продаж в стоимостном объеме за 2015 год преобладают средства, представленные торговыми марками Vichy, La Roshe-Posay (рис. 3). Стоит отметить, что отечественная марка Librederm охватывает 12% структуры продаж [Шуляк и др., 2016].

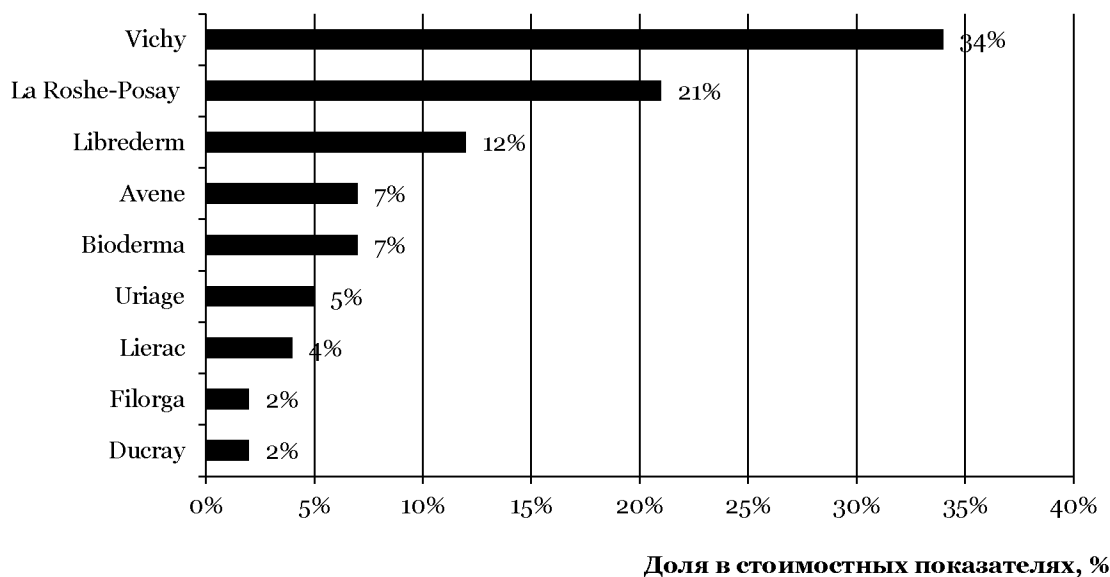


Рис. 3. Доля торговых марок-лидеров АК
 Fig. 3. The proportion of brands-leaders of pharmaceutical cosmetics

Структура продаж аптечного ассортимента косметических средств с учетом потребительских предпочтений представлена на рис. 4 [Соколова и др., 2014]. Как свидетельствуют данные, более 70% позиций представлено универсальной косметикой, ориентированной на целевой рынок.

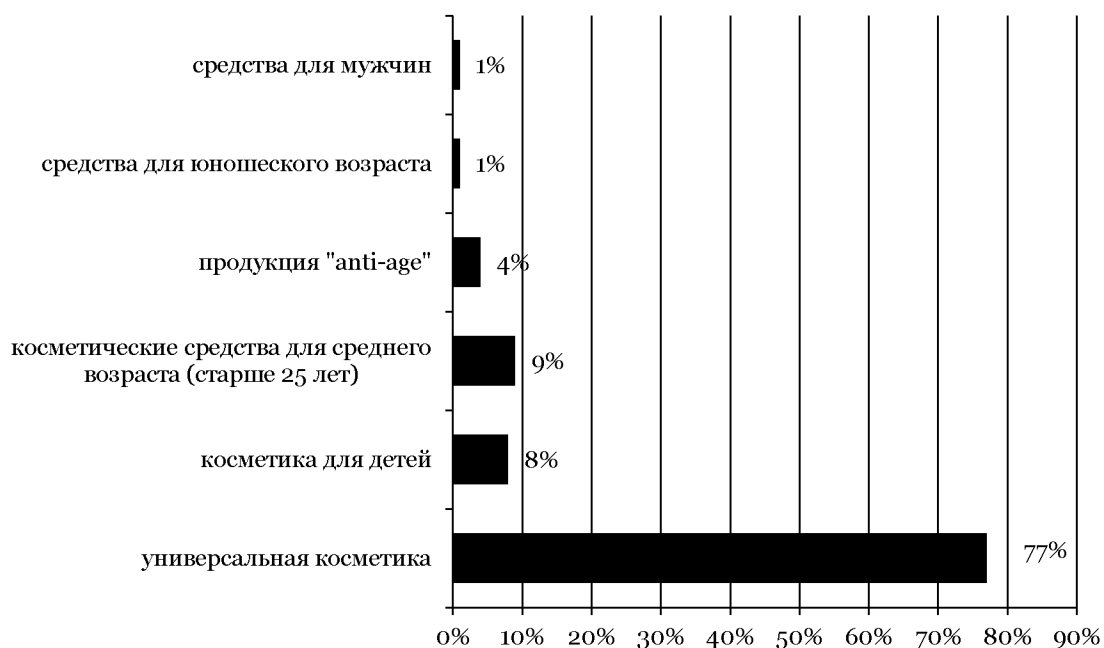


Рис. 4. Структура продаж АК в стоимостном объеме, 2015 г
 Fig. 4. Structure of sales of pharmaceutical cosmetics in value terms, 2015

Современная АК объединяет высокую эффективность лекарственного препарата и преимущества косметической формы выпуска, реализуя биологическое действие на фоне приемлемого профиля безопасности, что, в свою очередь, формирует приверженность потребителей и специалистов к данной категории товаров аптечного ассортимента [Немятых и др., 2015].

Анализ поведения потребителя позволил выделить основные факторы, во многом определяющие его покупательскую способность, а именно: гибкая ценовая политика, а также эффективные инструменты маркетинговых коммуникаций (рис. 5).



Рис. 5. Факторы выбора аптечной косметики в аптеке для потребителя
 Fig. 5. Factors of variety of pharmaceutical cosmetics in the pharmacy for the consumer

Результаты экспертной оценки свидетельствуют, что в течение одного рабочего дня врачи консультируют от 3 до 25 пациентов. В своей практике 93% респондента в качестве адъювантной терапии используют косметические средства ряда торговых марок, представленных на рисунке 6. При этом на выбор эксперта преимущественно (70% респондентов) влияет доказанная эффективность косметического средства.

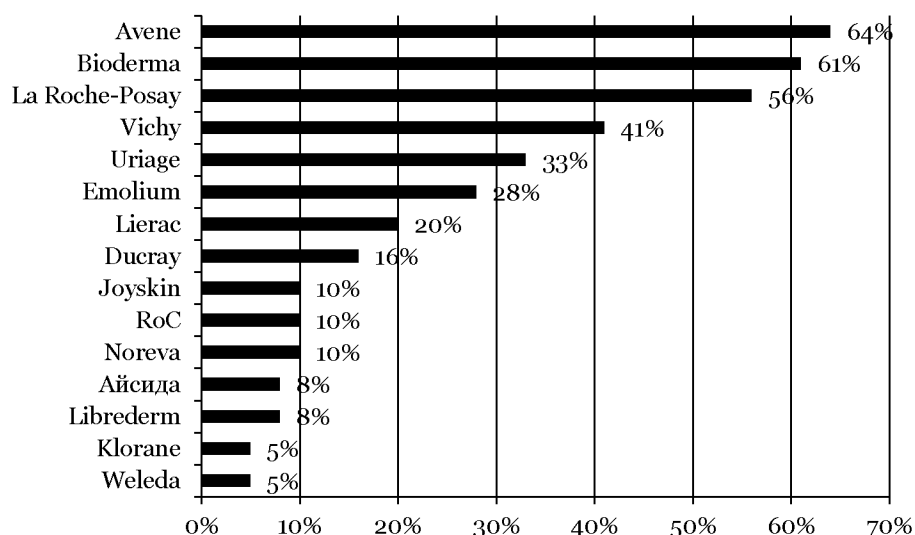


Рис. 6. Структура применения торговых марок в практике врачей
 Fig. 6. The structure of the use of brands in practice of doctors

Важно подчеркнуть, что основными причинами отрицательного воздействия лечебных косметических средств, по мнению врачей, являются самолечение и неправильно подобранный препарат. Структура побочных эффектов представлена дерматитами (50–80%), экземой (20–40%), розацеа (10–20%), алопецией (30%), себореей (20%), а также заболеваниями аллергического генеза (40%), включая отек Квинке (1–2%) (рис.7).

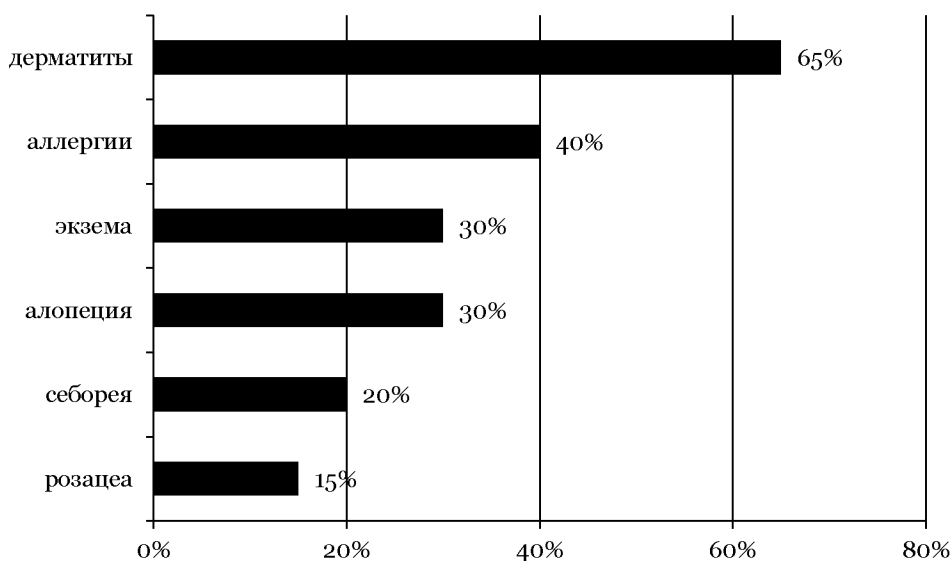


Рис. 7. Структура побочных эффектов при использовании АК
 Fig. 7. The structure of the side effects of using pharmaceutical cosmetics

Стоит отметить, что дерматологи и косметологи в качестве источников информации используют данные научных профильных журналов (80% респондентов), информацию, полученную на тематических конференциях (87%), курсах повышения квалификации (61%). При этом треть опрошенных указывают на дефицит данных о клинических исследованиях в области аптечной косметики, что реализуется в практической деятельности врача развитием нежелательных реакций при назначении косметических средств пациентам [Немятых, Фитисова, 2016].

Заключение

Таким образом, круг задач в рамках работы с сегментом АК сегодня требует рационального решения в аптечных организациях, что, в свою очередь, позволит повысить показатели эффектив-



ности их деятельности и сформировать лояльность потребителя. При этом фрагмент проведенных исследований подчеркивает значимость косметики, реализующей способность к предупреждению и коррекции различных морфо-функциональных преобразований в коже и ее придатках, в терапии пациентов с дерматологическими патологиями.

Список литературы References

Александрова К.Ю., Руденко О.Н. 2016. Финансовая стратегия развития парфюмерно-косметической промышленности. Современные научные исследования и инновации. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/02/62897> (дата обращения: 15 октября 2016).

Aleksandrova K.Yu., Rudenko O.N. 2016. Finansovaja strategija razvitija parfjumerno-kosmeticheskoj promyshlennosti. [Financial strategy of perfume and cosmetics industry]. Sovremennye nauchnye issledovanija i innovacii. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2016/02/62897> (data obrashhenija: 15 oktjabrja 2016). (in Russian)

Nemyatyh O. D., Makhudzhanova K.S., Fitisova A.I. 2015. Peculiarities regulatory the handing of cosmetics in the pharmaceutical sector. В кн.: Актуальные вопросы образования, науки и производства в фармации. Материалы республиканской научно-практической конференции с международным участием (Ташкент, 19–20 ноября 2015 г.) Ташкент. Изд-во Ташкентского фармацевтического института: 155-156.

Nemyatyh O. D., Makhudzhanova K.S., Fitisova A.I. 2015. Peculiarities regulatory the handing of cosmetics in the pharmaceutical sector. Aktual'nye voprosy obrazovaniya, nauki i proizvodstva v farmacii. Materialy respublikanskoj nauchno-prakticheskoj konferencii s mezhdunarodnym uchastiem (Tashkent, 19–20 nojabrja 2015 g.). Tashkent. Izd-vo Tashkentskogo farmacevticheskogo instit: 155-156.

Немятых О.Д., Фитисова А.И. 2016. Лечебная косметика в терапии пациентов с дерматологическими патологиями. В кн.: Социальная фармация: состояние, проблемы и перспективы. Материалы научного симпозиума (Харьков, 15-16 сентября 2016 г.). Харьков. Изд-во Национального фармацевтического университета: 163.

Nemyatyh O.D., Fitisova A.I. 2016. Lechebnaja kosmetika v terapii pacientov s dermatologicheskimi patologijami. [Pharmaceutical cosmetics in the treatment of patients with dermatological pathologies]. Social'naya farmaciya: sostoyanie, problemy i perspektivy. Materialy nauchnogo simpoziuma (Har'kov, 15-16 sentjabrja 2016 g.). Har'kov. Izd-vo Nacional'nogo farmacevticheskogo universiteta: 163. (in Russian)

Нечаева Ю. 2016. Обзор рынка аптечной косметики. Российский фармацевтический рынок: итоги 2015 года. Ремедиум. (Специальное издание): 196-200.

Nechaeva YU. 2016. Obzor rynka aptechnoj kosmetiki. Rossijskij farmacevticheskij rynek: itogi 2015 goda. Remedium. (Special'noe izdanie): 196-200. (in Russian)

Соколова С.В., А.А. Лин, А.С. Орлов. 2014. Фармацевтический рынок: сегмент косметики. Проблемы современной экономики, 4 (52): 345-350.

Sokolova S.V., A.A. Lin, A.S. Orlov. 2014. Farmaceuticheskij rynek: segment kosmetiki. [Pharmaceutical market: cosmetic segment]. Problemy sovremennoj ehkonomiki, 4 (52): 345-350. (in Russian)

Шуляк С., Нечаева Ю., Хозяшева М., Казова А., 2015. Фармацевтический рынок России. Итоги 2014 года: аналитический отчет. М., ЗАО Группа «ДСМ», 76.

Shulyak S., Nechaeva YU., Hozyasheva M., Kazova A. 2015. Farmaceuticheskij rynek Rossii. Itogi 2014 goda: analiticheskij otchet. Moskva, ZAO Gruppa «DSM», 76. (in Russian)

Шуляк С., Нечаева Ю., Хозяшева М., Казова А., 2016. Фармацевтический рынок России. Итоги 2015 года: аналитический отчет. М., ЗАО Группа «ДСМ», 124.

Shulyak S., Nechaeva YU., Hozyasheva M., Kazova A. 2016. Farmaceuticheskij rynek Rossii. Itogi 2015 goda: analiticheskij otchet. Moskva, ZAO Gruppa «DSM», 124. (in Russian)

Фитисова А.И., Немятых О.Д., Наркевич И.А., Дрозд М., Евтушенко Е.Н. 2016. Ключевые регуляторные аспекты функционирования мирового фармацевтического рынка в сегменте косметических средств. Фармация. 65 (4): 6-10.

Fitisova A. I., Narkevich I.A., Nemyatyh O.D., Drozd M., Evtushenko E.N. 2016. Kljuchevye reguljatornye aspekty funkcionirovaniya mirovogo farmacevticheskogo rynka v segmente kosmeticheskikh sredstv. [Key regulatory aspects of the functioning of global pharmaceutical market in the segment of cosmetic product]. Farmacija, 65 (4): 6-10. (in Russian)

Широкова И. 2012. Факторы роста и прогнозы развития российского рынка дермокосметики. Ремедиум, (11): 22-27.

Shirokova I. 2012. Faktory rosta i prognozy razvitija rossijskogo rynka dermokosmetiki. Remedium, (11): 22-27. (in Russian)

Широкова И. 2014. Западный аптечный бизнес – точки роста и направления развития. Ремедиум, (11): 12-13.

Shirokova I. 2014. Zapadnyj aptechnyj biznes – točki rosta i napravlenija razvitija. Remedium, (11): 12-13. (in Russian)