

УДК 338.4:61  
DOI: 10.26140/anie-2021-1002-0030



©2021 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0  
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

## О РАЗВИТИИ ДИСТРИБЬЮТОРСКОГО СЕКТОРА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

© Автор(ы) 2021  
AuthorID: 768692  
SPIN: 8780-0190  
ODCID: 0000-0001-5899-0420

**КВАЧАХИЯ Лексо Лорикович**, кандидат фармацевтических наук,  
доцент кафедры фармакологии

*Курский государственный медицинский университет*  
(305041, Россия, Курск, ул. К.Маркса, 3, e-mail: [Lekso82@yandex.ru](mailto:Lekso82@yandex.ru))

**Аннотация.** Дистрибьюторские компании являются промежуточным звеном между фармацевтическими производителями и розничными сетями, выполняя важную роль не только в обеспечении населения необходимыми фармацевтическими товарами, но и способствуя активному развитию фармацевтической отрасли. Важная роль дистрибьюторского звена состоит в организации эффективной логистики товародвижения на фармацевтическом рынке, что ранее делало дистрибьюцию доминирующей в товаропроводящей цепочке. Однако в последние годы, с развитием интернет-торговли, ситуация несколько изменилась, в результате чего значимость дистрибьюторского звена стала снижаться и в данном секторе фармацевтического рынка произошли структурные изменения. В ходе исследования проведен анализ показателей динамики и структуры дистрибьюторского сектора фармацевтического рынка России в 2015-2019 гг., выявлены основные тенденции и их причины. Установлено, что сегодня дистрибьюторский сектор фармацевтического рынка России, как и прежде, является высоко концентрированным, о чем свидетельствует тот факт, что на топ-3 дистрибьютеров приходится более 40% от общего объема продаж, а на топ-5 – более 50%. По состоянию на 2019 году лидерами по объему продаж являются такие дистрибьюторские компании, как Протек, Пульс и Катрен, доля которых в общем объеме продаж равна 14,8%, 14,3% и 13,3% соответственно. Несмотря на рост стоимостного объема продаж в дистрибьюторском сегменте, удельный вес лидирующих компаний снижается вследствие изменения рыночной конъюнктуры и наступления экономического кризиса.

**Ключевые слова:** РФ, фармацевтический рынок, оптовая торговля, дистрибьюторы, доля рынка, рыночная концентрация.

## ON DEVELOPMENT OF THE DISTRIBUTION SECTOR OF THE PHARMACEUTICAL MARKET OF RUSSIA

© The Author(s) 2021

**KVACHAKHIA Lekso Lorikovic**, candidate of science of pharmaceutical,  
associate professor of department «Pharmacology»

*Kursk State Medical University*  
(305033, Russia, Kursk, K.Marx st., 3, e-mail: [Lekso82@yandex.ru](mailto:Lekso82@yandex.ru))

**Abstract.** Distribution companies are an intermediate link between pharmaceutical manufacturers and retail chains, playing an important role not only in providing the population with the necessary pharmaceutical products, but also contributing to the active development of the pharmaceutical industry. An important role of the distribution link is to organize efficient logistics of goods distribution in the pharmaceutical market, which previously made distribution dominant in the distribution chain. However, in recent years, with the development of e-commerce, the situation has changed somewhat, as a result of which the importance of the distribution link began to decline and structural changes took place in this sector of the pharmaceutical market. The study analyzed the dynamics and structure of the distribution sector of the Russian pharmaceutical market in 2015-2019, identified the main trends and their causes. It has been established that today the distribution sector of the Russian pharmaceutical market, as before, is highly concentrated, as evidenced by the fact that the top-3 distributors account for more than 40% of the total sales, and the top-5 - more than 50%. As of 2019, the leaders in terms of sales are such distribution companies as Protek, Pulse and Katren, whose share in the total sales volume is 14.8%, 14.3% and 13.3%, respectively. Despite the growth in the value of sales in the distribution segment, the share of leading companies is declining due to changes in market conditions and the onset of the economic crisis.

**Keywords:** RF, pharmaceutical market, wholesale trade, distributors, market share, market concentration.

### ВВЕДЕНИЕ

*Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами.* Современный фармацевтический рынок России имеет многоуровневую систему, одним из важных звеньев которой является дистрибьюция. Дистрибьюторские компании являются промежуточным звеном между фармацевтическими производителями и розничными (аптечными) сетями, выполняя важную роль не только в обеспечении населения необходимыми фармацевтическими товарами, но и способствуя активному развитию фармацевтической отрасли. Важная роль дистрибьюторского звена состоит в организации эффективной логистики товародвижения на фармацевтическом рынке, что ранее делало дистрибьюцию доминирующей в товаропроводящей цепочке. Кроме того, помимо непосредственно логистических функций, дистрибьюторские компании берут на себя финансовые риски производителей, связанные с реализацией продукции аптечному сектору. Однако в последние годы, с развитием интернет-торговли, ситуация несколько изменилась, в результате чего значимость дистрибьюторского звена стала снижаться и

в данном секторе фармацевтического рынка произошли структурные изменения.

*Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы.* Как отмечают исследователи [1-3], сегодня прибыльность бизнеса фармацевтической дистрибьюции стала снижаться. Это связано с тем фактом, что основу прибыли дистрибьюторских компаний составляет оптовая наценка на товары производителя. Однако расширение списка и регулирование наценок на препараты, входящих в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов (ЖНВЛП), привели к снижению доходности такой деятельности. Кроме того, произошло усиление конкуренции в дистрибьюторском звене ввиду перенасыщенности рынка и ценовых войн [4, 5].

Сегодня на фармацевтическом рынке отмечается тенденция к усилению концентрации компаний, причем как на горизонтальном уровне, то есть между двумя дистрибьюторами, так и в вертикальном направлении – между дистрибьюторами и аптеками, на основе про-

цессов слияний и поглощений [6-8]. Сложившаяся ситуация связана с общими негативными явлениями на фармацевтическом рынке России, связанными с экономическим кризисом на фоне событий 2014 года, последствием которых стал ввод санкций в отношении России. Безусловно, это негативно отразилось и на фармацевтическом рынке, являющимся импорт зависимым [9, 10].

В последние годы более активное развитие получили те дистрибьюторские компании, которые активнее работают в секторе государственных закупок. Это связано с ростом финансирования закупок по различным государственным программам, что способствовало росту доли государственного сектора в общей структуре фармацевтического рынка. Как следствие, те дистрибьюторские компании, которые непосредственно заняты в обеспечении больничных учреждений и льготных категорий граждан лекарственными препаратами и прочими фармацевтическими товарами, оказались в более выгодном и устойчивом положении [11-13].

#### МЕТОДОЛОГИЯ

*Формирование целей статьи.* Исследовать тенденции развития дистрибьюторского сектора фармацевтического рынка России.

*Постановка задания.* Анализ показателей динамики и структуры дистрибьюторского сектора фармацевтического рынка России в 2015-2019 гг., выявить основные тенденции и их причины.

*Используемые в исследовании методы, методики и технологии.* В работе использовались данные аналитических отчетов DSM Group о развитии дистрибьюторского сектора фармацевтического рынка России в период 2015-2019 гг. [14]. Анализ тенденций развития дистрибьюторского сектора фармацевтического рынка России проводился с использованием широкого перечня методов и подходов к исследованию, среди которых: обобщение и интеллектуальный анализ данных, общенаучные инструменты анализа, методы статистики [15, 16].

#### РЕЗУЛЬТАТЫ

*Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.* За последние 5 лет в дистрибьюторском сегменте фармацевтического рынка России наметилась тенденция к снижению степени рыночной концентрации среди основных игроков рынка. Так, в 2015 году на топ-3 дистрибьюторов приходилось порядка 43%, а к 2019 году данный показатель снизился до 42%, хотя и в период 2016-2018 гг. отмечался его рост до 48-46%. В свою очередь, на топ-5 дистрибьюторов в 2015 году приходилось 60% рынка, а к 2016 году данный показатель вырос до 63%. Начиная с 2017 года отмечается тенденция к снижению показателя до 57%, а к 2019 году – до 54% (рисунок 1).

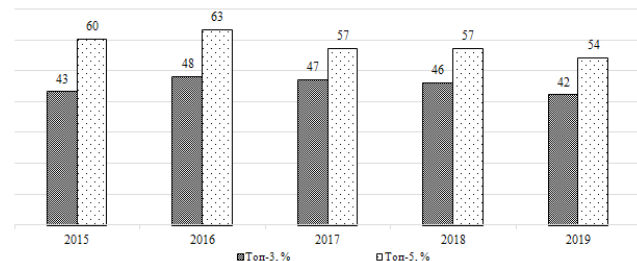


Рисунок 1 – Динамика рыночной концентрации среди топ-3 и топ-5 в дистрибьюторском сегменте фармацевтического рынка России в 2015-2019 гг.

При этом, на топ-10 дистрибьюторов в 2015 году приходилось 82% от общего объема рынка, что является наибольшим уровнем за исследуемый период. Начиная с 2016 года отмечается устойчивое снижение рыночной концентрации топ-10 дистрибьюторов, которая к 2019 году достигла 71,4%. Следовательно, можно говорить о

том, что сегодня дистрибьюторский сектор фармацевтического рынка является довольно высоко концентрированным, хотя и отмечается тенденция к снижению рыночной концентрации (рисунок 2).

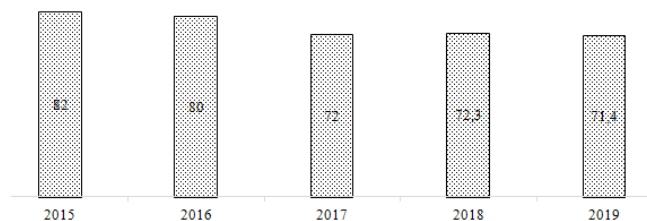


Рисунок 2 – Динамика рыночной концентрации среди топ-10 в дистрибьюторском сегменте фармацевтического рынка России в 2015-2019 гг., %

Рассматривая топ-10 дистрибьюторов в 2015 году, можно отметить, что основными лидерами являлись такие компании как Катрен и Протек, объем продаж которых составлял 202,9 млрд. руб. и 185,9 млрд. руб., а доля – 19,9% и 18,2% соответственно. Третью позицию занимала фирма РОСТА, объем продаж которой был равен 109,6 млрд. руб., а доля – 10,7%. Также чуть более 10% приходится на продажи компании Пульс, что равно 105 млрд. руб. Удельный вес прочих дистрибьюторов фармацевтического рынка, входящих в 10-ку лидеров, в общем объеме составляет менее 10%. Замыкает топ-10 дистрибьютор Евросервис, на долю которого приходится лишь 2,1%, а объем продаж равен 21,4 млрд. руб. (рисунок 3).

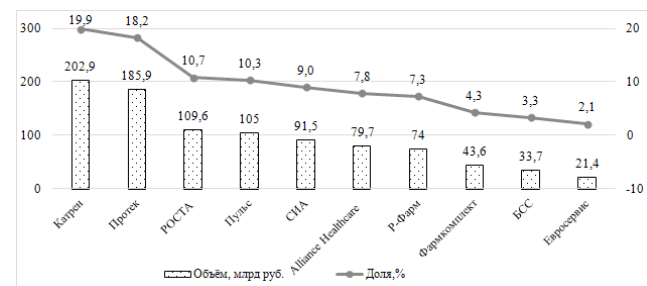


Рисунок 3 – Объем продаж и доля среди топ-10 дистрибьюторов на фармацевтическом рынке России в 2015 году

Оценка ситуация в 2019 году показала, что Протек, занимавший в 2015 году 2-е место, к концу исследуемого периода стал лидером с объемом продаж в 229,3 млрд. руб.

Однако доля Протек к 2019 году снизилась с 19,9% до 14,8%, что обусловлено снижением рыночной концентрации. Вторую позицию стала занимать компания Пульс с объемом продаж в 221,8 млрд. руб., а рыночной долей – 14,3%, хотя в 2015 году данный дистрибьютор был лишь 4-м, а его удельный вес на рынке был чуть больше 10%.

Дистрибьютор Катрен, занимавший в 2015 году лидирующую позицию, к 2019 году спустился до 3-го места с объемом выручки 206,7 млрд. руб. и рыночной долей – 13,3% (рисунок 4).

Доля прочих дистрибьюторов не превышает и 6,1%, а объемы продаж составляют менее 94 млрд. руб. Следовательно, можно говорить о том, что в дистрибьюторском секторе происходит усиление позиций трех основных лидеров, которые значительно дифференцированы от прочих игроков, входящих в топ-10. Вместе с тем отмечается тенденция к снижению рыночной концентрации, о чем при росте общего объема продаж свидетельствует снижение долей каждого дистрибьютора в общей структуре.

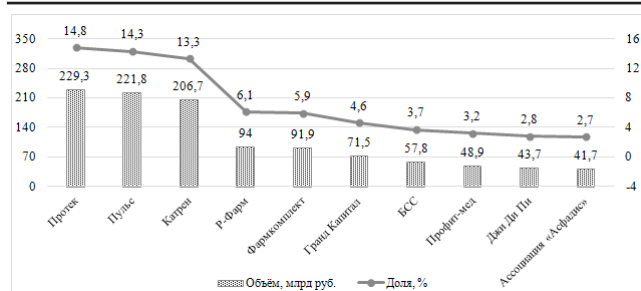


Рисунок 4 – Объем продаж и доля среди топ-10 дистрибьютеров на фармацевтическом рынке России в 2019 году, млрд. руб.

Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях. О развитии дистрибьюторского сектора фармацевтического рынка России пишут многие авторы [17, 18], указывая на то, что характерной тенденцией последних лет в дистрибьюторском звене является снижение концентрации, что связано с ухудшением ситуации на рынке, в результате чего удерживать позиции и сохранить рыночную долю становится все труднее. Кроме того, общая неблагоприятная экономическая ситуация привела к необходимости изменения условий торговли. В результате, одним из существенных условий стало получение дистрибьюторами от аптек сетей дополнительных гарантий возврата дебиторской задолженности в виде страхования сделок или банковских гарантий [19, 20].

#### ВЫВОДЫ

Выводы исследования. Сегодня дистрибьюторский сектор фармацевтического рынка России, как и прежде, является высоко концентрированным, о чем свидетельствует тот факт, что на топ -3 дистрибьютеров приходится более 40% от общего объема продаж, а на топ-5 – более 50%. При этом, на топ-10 фармацевтических дистрибьютеров в 2019 году стало приходиться 71,4%, хотя в 2015 году данный показатель был равен 82%. По состоянию на 2019 году лидерами по объему продаж являются такие дистрибьюторские компании, как Протек, Пульс и Катрен, доля которых в общем объеме продаж равна 14,8%, 14,3% и 13,3% соответственно. Дистрибьюторы-лидеры существенно дифференцированы от прочих игроков рынка, объем продаж которых равен 94 млрд. руб. и менее, а доля – 6,1% и менее соответственно. Несмотря на рост стоимостного объема продаж в дистрибьюторском сегменте, удельный вес лидирующих компаний снижается. Это свидетельствует о том, что номинальный рост обусловлен увеличением стоимости лекарственных препаратов, в том числе и вследствие снижения курса национальной валюты. С наибольшей степенью вероятности снижение рыночной концентрации в дистрибьюторском сегменте фармацевтического рынка происходит вследствие изменения рыночной конъюнктуры и наступления экономического кризиса, которые создают существенные препятствия для эффективной деятельности компаний-дистрибьютеров, в результате чего они неизбежно теряют свои позиции.

Перспективы дальнейших изысканий в данном направлении. В последние годы отечественный фармацевтический рынок претерпел ряд существенных структурных преобразований, связанных с изменением политической и экономической ситуации. Безусловно, это негативно отразилось и на всех участниках рынка, в том числе и на компаниях-дистрибьюторах. В последние годы происходит снижение финансовой эффективности осуществления дистрибьюторской деятельности, в связи с чем становится актуальным вопрос поиска новых стратегий и методов организации оптовой торговли на фармацевтическом рынке.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Мухина Т.А. Проблемы и тенденции фармацевтического рынка

ка России в среднесрочной перспективе // Экономика и предпринимательство. 2017. № 3-2 (80). С. 79-83.

2. Нерсисян М.М., Михайлова С.А. Фармацевтические дистрибьюторы, как одни из участников информационного потока на фармацевтическом рынке // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2-2. С. 489.

3. Широкова И. Российский фармрынок: современные подходы и ориентиры развития // Ремедиум. Журнал о российском рынке лекарств и медицинской техники. 2015. № 10. С. 86-91.

4. Зюкин Д.А. О рисках функционирования аптечных организаций на современном этапе // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 12-7. С. 1325-1328.

5. Штоколова К.В., Сукманов Э.В. Исследование конкурентоспособности предприятия на фармацевтическом рынке РФ // Актуальные аспекты обеспечения конкурентоспособности организаций в условиях перехода к цифровой экономике: сборник материалов всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 215-219.

6. Сергеева Н.М. Анализ маркетинговой деятельности фармацевтической организации // Региональный вестник. 2017. № 4 (9). С. 43-44.

7. Казимирчук В.В. Основные тенденции развития фармацевтической дистрибуции // Вестник Международного института менеджмента ЛИНК. 2016. № 14 (43). С. 46-48.

8. Бушина Н.С., Зюкин Д.А. Методический подход к оценке конкурентоспособности подразделений аптечной сети // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 12-6. С. 1091-1095.

9. Глазкова О.С. Маркетинговые каналы распределения фармацевтической продукции // Маркетинг MBA. Маркетинговое управление предприятием. 2018. Т. 9. № 2. С. 114-131.

10. Красильникова Е.А., Никишин А.Ф. Онлайн-реальность развития фармацевтического рынка России // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 4-2. С. 217-221.

11. Яковлева Е.В. Надлежащая дистрибьюторская практика: модернизация системы качества дистрибуции лекарственных средств в России // Вестник Научного центра экспертизы средств медицинского применения. 2018. Т. 8. № 1. С. 36-43.

12. Занина И.А. Дистанционная торговля лекарственными препаратами: ограничения и перспективы // Вопросы обеспечения качества лекарственных средств. 2020. № 3 (29). С. 4-10.

13. Репринцева Е.В. Тенденции развития фармацевтической отрасли в федеральных округах РФ // Карельский научный журнал. 2019. Т. 8. № 1 (26). С. 94-97.

14. DSM Group. Аналитические обзоры российского фармацевтического рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://dsm.ru/docs/analitics/2019\\_Report\\_rus\\_2019.pdf](https://dsm.ru/docs/analitics/2019_Report_rus_2019.pdf). (дата обращения 17.02.21).

15. Методы статистики и возможности их применения в социально-экономических исследованиях: монография / С.А. Беляев, Н.С. Бушина, А.Ю. Быстрицкая, О.В. Власова и др. - Курск: «Деловая полиграфия», - 2021. - 168 с.

16. Практические аспекты применения регрессионного метода в исследовании социально-экономических процессов: монография / С.А. Беляев, Н.С. Бушина, О.В. Власова, Ал.А. Головин и др. - Курск: «Деловая полиграфия», - 2021. - 166 с.

17. Нечаева Ю. Рейтинг российских фармдистрибьюторов по итогам 2019 года // Ремедиум. Журнал о российском рынке лекарств и медицинской техники. 2020. № 4-6. С. 26-29.

18. Олейникова Т.А. Маркетинговый анализ требований работодателей к специалистам розничного сектора фармацевтического рынка // Региональный вестник. 2020. № 9 (48). С. 88-90.

19. Аджиенко В.Л., Горячев А.Б., Глембоцкая Г.Т., Кабакова Т.И., Горячева К.А. Основные принципы управления ассортиментной политикой на уровне организации оптовой торговли лекарственными средствами // Волгоградский научно-медицинский журнал. 2020. № 4. С. 46-49.

20. Быкова Е.А. Трансформационные тенденции и инновационные факторы развития оптового и розничного секторов рынка лекарственных средств // Вестник университета. 2020. № 12. С. 27-35.

Статья поступила в редакцию 28.02.2021

Статья принята к публикации 27.05.2021



УДК 366.64

DOI: 10.26140/anie-2021-1002-0031



©2021 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0  
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license  
(https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## ФИНАНСОВОЕ РАВНОВЕСИЕ КОМПАНИИ КАК ОСОБОЕ СОСТОЯНИЕ ЕЕ КАПИТАЛА

© Автор(ы) 2021

SPIN: 9156-7275

AuthorID: 516762

ORCID: 0000-0003-3198-5802

**КИСЛИЦЫНА Лариса Викторовна**, кандидат экономических наук,  
доцент кафедры финансов и финансовых институтов

ORCID: 0000-0003-0206-0595

**БАКУНОВА Татьяна Юрьевна**, студент кафедры финансов  
и финансовых институтов

*Байкальский государственный университет*

(664003, Россия, Иркутск, улица Ленина, 11, e-mail: bakunova.tatiana@mail.ru)

**Аннотация.** Состояние компании, состояние ее капитала возможно исследовать и анализировать с различных позиций, с использованием разных методик. В современных условиях на первый план выходят те из них, которые позволяют проводить оценку, ориентированную на перспективу с учетом внутренних резервов компании. А значит, необходимо сочетание текущего состояния с потенциалом. Одним из таких емких и содержательных понятий является понятие «финансовое равновесие». В настоящей работе рассматривается финансовое равновесие компании как особое состояние капитала компании. Авторы обращают внимание на то, что достижение и поддержание финансового равновесия в компании является одним из индикаторов результативного управления ее капиталом. При этом важнейшую роль в этом процессе играет статус резиденства региона, а также специфика деятельности компании. Региональный аспект представлен на примере сибирского региона, а именно Иркутской области, а специфика деятельности проиллюстрирована на примере компании строительной сферы. Частично в работе нашел отражение исторический аспект исследуемого вопроса. Материал статьи может быть востребован специалистами в области корпоративных финансов при принятии управленческих решений в части организации процесса финансирования компаний.

**Ключевые слова:** финансовое равновесие, компания, капитал, компания-резидент региона, строительная компания, ликвидность, доходность, риск.

## THE COMPANY'S FINANCIAL EQUILIBRIUM AS THE SPECIAL CONDITION OF ITS CAPITAL

© The Author(s) 2021

**KISLITSYNA Larisa Victorovna**, candidate of economical science, associate professor  
of the department of «Finance and financial institutions»

**BAKUNOVA Tatyana Yurievna**, student of the department  
of «Finance and financial institutions»

*Baikal State University*

(664003, Russia, Irkutsk, street Lenina, 11, bakunova.tatiana@mail.ru)

**Abstract.** The state of the company, the state of its capital can be investigated and analyzed from different positions, using different methods. In today's circumstances, those that allowed for a forward-looking assessment taking into account the company's internal reserves had come to the fore. So, it is necessary to combine the current state with the potential. One such capacious and meaningful concept is «financial equilibrium». We consider the company's financial equilibrium as the special condition of its capital in this article. The authors attract attention to the fact that achieving and maintaining financial equilibrium in a company is one of the indicators of effective management of its capital. At the same time, the region's residency status, as well as the specifics of the company's activities, are of crucial importance in this process. The regional aspect is represented by the example of the Siberian region, namely the Irkutsk region, and the specifics of the activity are illustrated by the example of a construction company. In part, the work reflects the historical aspect of the issue under study. The material of this article may be in demand by specialists in the field of corporate finance when making management decisions in terms of organizing the process of financing companies.

**Keywords:** financial equilibrium, company, capital, resident company of the region, construction company, liquidity, yield, risk.

*Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами.*

В процессе своей деятельности каждая компания стремится к обеспечению устойчивого и стабильного финансового положения. Эта цель вне времени, с той разницей, что в зависимости от внешних условий меняются способы и методы ее обеспечения [1]. В настоящее время на практике эта цель может быть оформлена как достижение особого состояния, а именно: финансового равновесия. В данном случае под финансовым равновесием понимается оптимальный баланс структурных элементов капитала (источников финансирования) с их размещением в активах. Другими словами, финансовое равновесие подразумевает определение необходимых источников финансирования для конкретных видов активов.

*Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей этой проблемы.*

Авторы работ, в которых в том или аспекте освещены вопросы, касающиеся финансового равновесия капитала компаний, отмечают следующее. Для формирования оптимальной структуры капитала компании необходимо исходить из ключевых целей: ликвидность, доходность и риск [2]. Достижение и поддержание равновесия компаний базируется на показателях оценки стоимости бизнеса и актуально при разработке и реализации различных стратегий, в том числе для обеспечения конкурентных преимуществ [3,4]. Кроме того, равновесие невозможно без определенного уровня производственного, финансового и инвестиционного потенциала [5-14]. Нами внимание сфокусировано, в том числе, на специфике деятельности, учитывая которую, менеджмент может целенаправленно выбирать способы и методы обеспечения и поддержания финансового равновесия.

*Формирование целей статьи (постановка задания).*

Целью работы является обоснование утверждения о том, что обеспечение и поддержание финансового равновесия капитала в конкретной сфере деятельности