



Маркет
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК АПТЕК.
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, сентябрь 2011



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА АПТЕК

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

- 1.1. Основные понятия на Рынке
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Описание отрасли
- 1.4. Влияющие и смежные рынки
- 1.5. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА АПТЕК

- 2.1. Сегментация аптек по характеру деятельности
- 2.2. Сегментация аптек по характеру отпуска
- 2.3. Сегментация по ассортименту продукции
- 2.4. Ценовая сегментация и ценообразование на Рынке
- 2.5. Сезонность на Рынке
- 2.6. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА АПТЕК

- 3.1. Объем и темпы роста розничного рынка ГЛС
- 3.2. Объем и темпы роста розничного рынка парафарма
- 3.3. Продажи импортных и отечественных препаратов
- 3.4. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА АПТЕК

- 4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции
- 4.2. Сегментация игроков рынка
- 4.3. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Аптеки 36,6

Ригла

Имплозия



Фармакор

РАДУГА

- 4.4. Резюме по разделу
5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ
 - 5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке
 - 5.2. Описание сегмента фармдистрибьюторов
 - 5.3. Описание Интернет-аптек
 - 5.4. Нормативные документы, регулирующие деятельность на рынке
 - 5.5. Основные каналы продвижения на рынке
 - 5.6. Резюме по разделу
6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА АПТЕК
 - 6.1. Описание потребителей на Рынке
 - 6.2. Объем потребления на Рынке
 - 6.3. Потребительские предпочтения на Рынке
 - 6.4. Резюме по разделу
7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ
 - 7.1. Основные тенденции Рынка
 - 7.2. STEERPLE-анализ рынка
 - 7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. TOP-20 корпораций по объемам производства ЛС в России в стоимостном и натуральном выражении, 2010 г

Приложение 2. ТОП-20 аптечных сетей по обороту в 2010г.

- сайты поставщиков изучаемых услуг



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА АПТЕК

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

Влияющие и смежные рынки

Обзор влияющих рынков в рамках исследования рынка аптек важен для более полного представления тенденций рынка. К влияющему рынку можно отнести рынок лекарственных средств.

Рынок лекарственных средств

По итогам 2010г., **объем производства** лекарственных средств в РФ продемонстрировал небывалый рост – по сравнению с 2009г. производство фармпродукции увеличилось на ...% .

Лидером по объему производства ЛС в России является компания «...», на долю которой приходится ...% от общего производства ЛС (в стоимостном выражении). Во многом это связано с производством значительного количества безрецептурных препаратов, хотя в последние годы данный производитель активно развивает портфель рецептурной продукции.

В число лидеров также входят:

- «ШТАДА СиАйЭс» – %
- «Валента» – %
- «Микроген» НПО – %
- «Верофарм» ЗАО – %

Таблица. ТОП-10 АТС-групп 2-го уровня (ЕphMRA) по объемам производства в стоимостном и натуральном выражении, 2010 г

Рейтинг	АТС-группа	Доля в общем объеме производства ЛС в России (%)	
		в стоимостном выражении	в натуральном выражении
1	Антибактериальные преп.		



2	Противовирусные преп.		
3	Вакцины		
4	Антинеопластики		
5	Психоаналептики		
6	Иммуностимуляторы		
7	Растворы		
8	Анальгетики		
9	Антисептики		
10	Противопростудные преп.		

Источник: ЦМИ «Фармэксперт», 2011г.

В натуральном выражении лидируют:

- Антибактериальные препараты – ...%
- Анальгетики – ...%
- Антисептики – ...%
- Противопростудные препараты – ...%



2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА АПТЕК

Сегментация аптек по характеру деятельности

В зависимости от **характера деятельности**, принято выделять следующие виды аптек:

- **Аптеки готовых лекарственных форм.** Аптеки данного типа занимаются только продажей лекарств, изготовленных на заводах фирм-производителей
- **Производственные аптеки**
- **Производственные аптеки** с правом изготовления асептических лекарственных препаратов.

Сегментация аптек по характеру отпуска

Согласно приказу Минздравсоцразвития РФ от 27.07.2010г. №553н «Об утверждении видов аптечных организаций», установлена следующая классификация аптечных организаций:

1. Аптека

.....

2. Аптечный пункт

.....

3. Аптечный киоск

-

Сегментация по ассортименту продукции

Аптечный розничный рынок включает в себя: рынок лекарственных средств, парафармацевтическую продукцию (товары косметики и гигиены, БАД и др.), а также сопутствующие товары повседневного спроса, реализация которых разрешена в аптечных учреждениях.



Рассмотрим отдельно сегменты лекарственных средств и парафарма.

Лекарственные средства

Лекарственные средства можно сегментировать по следующим основаниям:

- АТС-группы
- Рецептурные и не рецептурные препараты

Парафарм

К парафармацевтическим товарам относят: лечебную косметику, эфирные масла, товары санитарии и гигиены, различные биологически активные добавки, детское питание и товары ухода за детьми.

Ценовая сегментация и ценообразование на Рынке

Ценовая сегментация

Ценовую сегментацию рынка можно провести по цене лекарственных средств:

- Менее 50 руб.
- От 50 до 150 руб.
- От 150 до 300 руб.
- Более 500 руб.

Таблица. Средние цены на лекарственные средства в РФ в 2009-2010г., руб.

Ценовой сегмент	Июль 2010г.	Июль 2011г.
Менее 50 руб.		
От 50 до 150 руб.		
От 150 до 500 руб.		
Более 500 руб.		

Источник: DSM Group, 2011г.



Ценообразование

Ценообразование – процесс формирования цен на товары и услуги, характеризующийся, прежде всего, методами, способами установления цен в целом, относящимися ко всем товарам.

Можно выделить следующие факторы ценообразования на Рынке:¹

1. Внешние факторы:

- Покупатели
- Конкуренты
- Поставщики

2. Внутренние:

- Цели
- Стратегии
- Возможности предприятия
- Рекламная политика
- Формат торговли
- и др.

Методология **механизма ценообразования** включает в себя следующие этапы:

- **Постановка целей и задач ценообразования**
- **Определение спроса**
- **Анализ цен конкурентов**
- ..
- ...

¹ www.uniko.ru



Сезонность на Рынке

Сезонность продаж в течение различных временных периодов является одной из ключевых характеристик аптечного дела.

.....

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА АПТЕК

Объем и темпы роста розничного рынка ГЛС

По данным компании «Фармэксперт»,² **объем розничного рынка** готовых лекарственных средств (ГЛС) России по итогам 2010г. составил млрд.долл. (в ценах конечного потребления), что на% превышает показатели 2009г.

Прирост продаж **в рублевом эквиваленте** составил млрд.руб. в 2009г. до млрд.руб. в 2010г. В период с января по июль 2011г. коммерческий рынок ГЛС
.....
.....

Объем рынка в **натуральных показателях** составил млрд.упаковок, что на ...% превышает показатели 2009г.

Что касается мирового фармацевтического рынка, то Россия занимает ... место в мире. Лидируют же США с объемом розничного рынка в 224,5 млрд.долл.

² Источник: «Фармэксперт» - «Итоги развития российского фармрынка в 2010 г. и прогноз на 2011 г.»



Объем и темпы роста розничного рынка парафарма

Согласно ежемесячному мониторингу фармацевтического рынка компании DSM Group, в 2010г. рост коммерческого сектора парафармацевтики в России составил ...%.

По прогнозам, в 2011г. сегмент парафарма будет развиваться
.....
.....

Продажи импортных и отечественных препаратов

Доля ГЛС российского производства от общего объема коммерческого рынка по итогам июля 2011 г. составила% в стоимостном выражении и ...% в натуральном. Соответственно лекарства зарубежного производства преобладали в стоимостном объеме рынка – ...% по итогам месяца, и составляли% в натуральном объеме рынка.

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА АПТЕК

Уровень конкуренции, параметры конкуренции

На сегодняшний день ситуация в аптечном бизнесе остается довольно сложной. По итогам 2010г. **количество аптек в России сократилось на ..%** причем главным образом это коснулось небольших городов и поселков. Основная причина сокращения числа аптек – падение рентабельности, снижение которой обусловлено рядом факторов:

- **Ценовые ограничения**
- **Рост тарифов**



По данным «Фармэксперт»,³ крупнейшими аптечными сетями России в 2010г. (в стоимостном выражении) являлись «Аптеки 36,6» и «Ригла», на долю которых приходится ... и ...% соответственно. В число лидеров также входят:

- Имплюзия •
- Фармакор •
- Радуга

Тенденцией последних лет является

Сегментация игроков рынка

В зависимости от территориального охвата, аптечные сети можно разделить на:

- Национальные
- Межрегиональные
- Региональные

По итогам 2010г. в категорию «**национальные аптеки**» входят компании «Аптеки 36,6» (... шт.) и «Ригла» (... шт.)

.....

Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Аптеки 36,6

www.366.ru

³ www.pharmexpert.ru



О компании

«Аптечная сеть 36,6» создана в 1991г. и на сегодняшний день является национальным лидером в области розничной торговли товарами для красоты и здоровья, входит в список системообразующих предприятий.

«Аптечная сеть 36,6» контролирует контрольный пакет акций (51,8%) фармацевтической компании «Верофарм», входящую в пятерку крупнейших российских производителей фармацевтических препаратов. «Верофарм» владеет тремя фармацевтическими заводами в Белгороде, Воронеже и Покрове.

«Аптеки 36,6» является соучредителем и членом некоммерческой профессиональной организации «Российская Ассоциация Аптечных Сетей» (РААС).

География деятельности

Общее количество аптек на конец 2010 года составило 989.

Ассортимент

Ассортимент «Аптеки 36,6» включает в себя следующие категории продукции:

- Лекарства по рецептам
- Товары для здоровья
- Лечебная косметика
- Мама и малыш
- Планирование семьи
- Забота о зрении
- Сопутствующие товары
- Эксклюзивные марки

В числе дополнительных услуг, сеть предлагает:



- Оплату мобильной связи
- Банкоматы «Ситибанка»
- Банкоматы «Внешторгбанка»

Показатели деятельности

-
- ...

Преимущества

- Лидер национального рынка
- ..
- ..

Планы развития

- ...
- ...
- ...

Ригла

<http://rigla.ru>

О компании

«Ригла» – национальная аптечная сеть, вторая по объему продаж в России в 2010 году.

Начальный этап создания сети аптек РИГЛА был связан с одним из крупнейших российских дистрибьюторов фармакологических препаратов «ЦВ Протек». Первые аптеки, открытые



этой кампанией в 2001 году, стали для нее опытным направлением по отработке передовых маркетинговых технологий. После успешной разработки маркетинговой политики руководством компании было принято решение о выделении аптек в самостоятельную сеть

География деятельности

Аптечная сеть «Ригла» – это 648 аптек в 26 регионах России.

За 10 лет количество аптек в сети «Ригла» увеличилось с 1 до 648

Ассортимент

Ассортимент «Ригла» включает в себя следующие категории продукции:

- Лекарства
- Изделия медицинского назначения
- ...
-
- .

Показатели деятельности

- ...
- ...

Преимущества

-

Планы развития

-
- ...

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших аптечных сетей России

Название компании	Дата основания	Ассортиментный портфель	География	Показатели	Преимущества	Планы развития
<i>Аптеки 36,6</i>		•				
<i>Ригла</i>		•				
<i>Имплозия</i>						
<i>Фармакор</i>						
<i>Радуга</i>		•				

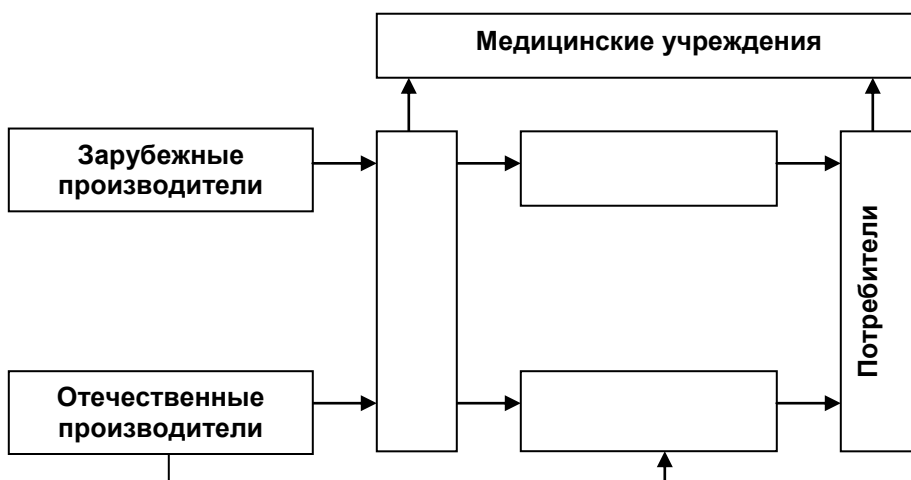
Источник: «Маркет Аналитика»

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ

Особенности сбытовой политики на Рынке

Цепочка движения товара на фармацевтическом рынке, представлена на схеме.

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке



Источник: «Маркет Аналитика»

.....

Описание сегмента фармдистрибьюторов

По данным «ФАРМЭКСПЕРТ»,⁴ крупнейшими дистрибьюторами на российском фармацевтическом рынке являются компании «Протек» и «СИА Интернешнл». В 2010 году произошла смена лидера.

⁴ www.pharmexpert.ru



.....
В заключении отметим основные **тенденции** в сегменте фармдистрибуции:

-
-

Описание Интернет-аптек

Интернет-аптеки относят к числу наиболее быстрорастущих сегментов сетевой розницы, однако данный вид деятельности фактически является незаконным. Согласно российским законам, продажу лекарств может осуществлять только фармацевт, но в Интернет-аптеке передает лекарство и получает деньги курьер, который фактически продает товар. Однако «Минздравсоцразвития РФ» применяет иную трактовку: «Курьер исключительно доставляет препарат, заказ же принимает сотрудник, который имеет необходимое образование».⁵

Точных данных по рынку нет, поскольку в Интернет-аптеках в основном расплачиваются наличными. В открытых источниках можно встретить следующие данные. Так, например, в сервисе «Яндекс Каталог» зарегистрировано **187 сайтов** в разделе «Интернет-аптеки». Между тем по словам директора «Института проблем общественного здравоохранения» Юрия Крестинского, крупнейшие Интернет-аптеки ежемесячно продают лекарств на сумму, в то время как розничная точка такой оборот не дает.

Согласно сервису «Яндекс Каталог»,⁶ к числу наиболее цитируемых Интернет-аптек относятся:

- Аптечный центр «ИТЕК» (www.aptekaonline.ru)
- ...
- ...

⁵ Источник: Журнал «Коммерсантъ Деньги», №45 (802), 15.11.2010г.

⁶ <http://yaca.yandex.ru>



Основные каналы продвижения на рынке

Существует **две группы** рекламодателей:

- Аптечные сети
- Производители

Аптечные сети

Для создания и расширения клиентской базы необходимо провести массированную рекламную кампанию, в ходе которой потенциальные посетители аптеки могут узнать о ее существовании, предназначении и отличительных особенностях.

.....

Производители лекарств

Рассмотрим основные каналы продвижения безрецептурных лекарственных средств по итогам 2010г.

По данным MEC Group и TNS Gallup AdFact в 2010г. общие рекламные расходы на продвижение безрецептурных препаратов составили млн.руб., из них наибольшая доля приходится на ТВ-рекламу –%. Далее с заметным отставанием следует реклама в прессе и на радио.

.....

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА АПТЕК

Описание потребителей на Рынке

Согласно данным «КОМКОН-Фарма», на основе результатов регулярного исследования HealthIndex, были определены психотипы потребителей лекарственных средств.

Всего можно выделить **четыре психотипа**:

1. **Заботящиеся о здоровье, ориентированные на специалистов, рекламу**



.....
2. Выживающие рационалисты
.....

3. Wellness-ориентированные, самостоятельные в выборе путей лечения
.....

4. Беззаботные «прожигатели жизни»
.....

Среди населения России старше 16 лет преобладают «заботящиеся о здоровье» (...%) и
.....

Таблица. Предпочтения различных психотипов потребителей

Психотипы	Наиболее характерное потребление (ТОП-5)	Ценовая категория препаратов
Заботящиеся о здоровье	В основном, средства для улучшения качества жизни: <ul style="list-style-type: none">• Средства для мочеполовой системы (для женщин)• Средства для сердечно-сосудистой системы•	
Выживающие специалисты	<ul style="list-style-type: none">•	
Wellness-ориентированные	<ul style="list-style-type: none">•	
Беззаботные прожигатели жизни	<ul style="list-style-type: none">•	

Источник: HealthIndex, 2010г.

Объем потребления на Рынке

..... на долю медицинских товаров приходится% от общих расходов на непродовольственные товары в 2010г.



По данным компании «IMS Health», в среднем один житель России тратит на готовые лекарственные средства около долл. в год, в то время как в США траты на ГЛС составляют 731 долл.

Потребительские предпочтения на Рынке

Безусловно, узнаваемость бренда играет свою роль при выборе той или иной аптеки, однако для большинства потребителей наиболее значимыми параметрами аптек являются:

- Удобное месторасположение
 - Качество товара
 - Уровень цен
 - Ассортимент
 - Удобный график работы
 - Наличие товара
 - Торговый персонал
-

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Основные тенденции Рынка

- В 2010-2011г.г. наметилась тенденция к сокращению количества аптечных учреждений в России, в виду падения их рентабельности. В числе факторов, влияющих на рентабельность аптек можно отметить: государственное регулирование цен на ЖНВЛП, увеличение тарифов на коммунальные платежи, отмена специального налогового режима для аптек и увеличение тарифов страховых взносов.
-
-



STEEPLE-анализ рынка

S	Социальные факторы
	<ul style="list-style-type: none">• В целом невысокий уровень жизни населения (-)• Постепенное восстановление материального положения населения России (+)• Медикаменты являются жизненно необходимым товаром для человека, поэтому значительное увеличение цены на отдельные виды товаров может привести к социальным волнениям (-)
T	Технологические факторы
	<ul style="list-style-type: none">•
E	Экономические факторы
	<ul style="list-style-type: none">•
E	Факторы окружающей среды
	<ul style="list-style-type: none">•
L	Правовые факторы
	<ul style="list-style-type: none">•
E	Этические факторы
	<ul style="list-style-type: none">•

Источник: «Маркет Аналитика»

Риски и барьеры при выходе на рынок

Барьерами для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

- **Низкая рентабельность**
.....
-
-

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:



- **Высокий уровень конкурентной борьбы**, который может отрицательно отразиться на результатах финансовой деятельности или привести к уменьшению доли на рынке или к уходу компании с рынка.
- **Отсутствие средств (инвестиций)**
-
-

Перечень таблиц и диаграмм

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2006-2010гг., в текущих ценах, млрд. руб.

Диаграмма 2. Прогноз величины ВВП на 2010-2013г.г., %.

Диаграмма 3. Индекс потребительских цен, в 2010-2011г.г., % к предыдущему месяцу

Диаграмма 4. Уровень занятости в июле 2011г., %

Диаграмма 5. Уровень безработицы по федеральным округам в июле 2011г. (% от численности экономически активного населения)

Диаграмма 6. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.

Диаграмма 7. Оборот розничной торговли в 2006-2010г.г., трлн. руб.

Диаграмма 8. Динамика оборота розничной торговли за период 2010-2011 гг., млрд. руб.

Диаграмма 9. Структура оборота розничной торговли в июне 2011г., %

Диаграмма 10. Структура оборота розничной торговли в зависимости от места реализации товара, в июне 2011г., %

Диаграмма 11. Заболеваемость населения по основным классам болезней, зарегистрированных впервые в жизни в 2009г., % (от числа больных)

Диаграмма 12. Продолжительность жизни при рождении, лет

Диаграмма 13. Продолжительность жизни при рождении у мужчин и женщин, лет

Диаграмма 14. Причины смерти в 2009г., %

Диаграмма 15. Число больничных и амбулаторно-поликлинических учреждений в РФ, тыс.

Диаграмма 16. Число больничных коек по специализации, %

Диаграмма 17. Динамика объемов локального фармпроизводства в 2006-2010г.г., млрд.долл.



Диаграмма 18. TOP-10 корпораций по объемам производства ЛС в России в 2010г., % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 19. TOP-10 корпораций по объемам производства ЛС в России в 2010г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 20. TOP-10 торговых марок по объемам производства ЛС в России в 2010г., % (стоимостном выражении)

Диаграмма 21. TOP-10 торговых марок по объемам производства ЛС в России в 2010г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 22. Объем импорта ГЛС в РФ за 2009-2010г.г., млн.долл.

Диаграмма 23. Доля различных групп импортеров ГЛС в РФ в 2010г., % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 24. ТОП-10 дистрибьюторских компаний по объему импорта ЛС в РФ в 2010г., % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 25. ТОП-10 представительств иностранных производителей по объему импорта ЛС в РФ в 2010г., % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 26. Доля готовых лекарственных средств и парафарма в ассортименте аптек, %

Диаграмма 27. Прирост различных типов товара в аптеках в 2009-2010г.г., %

Диаграмма 28. Доли АТС-групп I-го уровня в объеме аптечных продаж ГЛС в РФ в июле 2011г., % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 29. Доли АТС-групп I-го уровня в объеме аптечных продаж ГЛС в РФ в июле 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 30. Соотношение продаж ГЛС рецептурного и безрецептурного отпуска в России в июле 2011 г., % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 31. Соотношение продаж ГЛС рецептурного и безрецептурного отпуска в России в июле 2011 г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 32. Структура аптечного парафарма по типам в 2010г., %

Диаграмма 33. Структура коммерческого рынка ГЛС по ценовым сегментам в июле 2010-2011г.г., %

Диаграмма 34. Динамика продаж ЛС в розничном звене в 2008-2010г.г., млн.упак.



Диаграмма 35. Динамика розничного рынка ГЛС России в 2008-2010г.г., млрд.долл.

Диаграмма 36. Динамика розничного рынка ГЛС России в 2008-2010г.г., млрд.руб.

Диаграмма 37. Динамика розничного рынка ГЛС России в 2008-2010г.г., млрд.упак.

Диаграмма 38. Структура мирового розничного рынка ГЛС в 2010г., млрд.долл.

Диаграмма 39. Динамика российского коммерческого рынка парафармацевтики в 2009-2010г.г. и прогноз на 2011г., млрд.руб.

Диаграмма 40. Доля продаж импортных и отечественных ГЛС на коммерческом аптечном рынке России в июле 2011 г., % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 41. Доля продаж импортных и отечественных ГЛС на коммерческом аптечном рынке России в июле 2011 г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 42. ТОП-5 межрегиональных аптечных сетей с наибольшим количественным составом, 2010г.

Диаграмма 43. ТОП-5 региональных аптечных сетей с наибольшим количественным составом, 2010г.

Диаграмма 44. Выручка «Аптечная сеть 36,6» в 2009-2010г.г., млрд.руб.

Диаграмма 45. Число аптек сети «Ригла» в 2001-2010г.г., шт.

Диаграмма 46. ТОП-10 фармдистрибьюторов по объему ввезенной продукции в 2010г., %

Диаграмма 47. Структура продаж фармдистрибьюторов в разбивке «импортные/отечественные продукты» в 2010г., % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 48. Структура продаж фармдистрибьюторов в разбивке по категориям продукции в 2010г., % (в стоимостном выражении)

Диаграмма 49. Структура рекламных расходов на продвижение безрецептурных препаратов в РФ в 2010г., %

Диаграмма 50. Топ-12 рекламодателей в сегменте безрецептурных препаратов в 2010 году, %

Диаграмма 51. Доля различных психотипов среди населения РФ, %

Диаграмма 52. Структура потребительских расходов на непродовольственные товары в 2010г., %

Диаграмма 53. Потребление ГЛС в РФ и других странах мира в 2010г., долл./на душу населения в год



Диаграмма 54. Критерии выбора аптек среди жителей Москвы, %

Диаграмма 55. Влияние на принятие решения о покупке ЛС, %

Таблица 1. ТОП-10 АТС-групп 2-го уровня (EphMRA) по объемам производства в стоимостном и натуральном выражении, 2010 г

Таблица 2. Средние цены на лекарственные средства в РФ в 2009-2010г., руб.

Таблица 3. Сравнительная характеристика крупнейших аптечных сетей России

Таблица 4. Предпочтения различных психотипов потребителей

Схема 2. Цепочка движения товара на Рынке

По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU