

ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РОССИЙСКОГО И МИРОВОГО ОНЛАЙН-РЫНКА И ТРЕНДЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Суворова Татьяна Викторовна¹,

канд. пед. наук, доцент,
e-mail: suvori.suvorova@yandex.ru

Верещак Виктор Викторович¹,

e-mail: Info-bez@mail.ru

¹Московский университет «Синергия», г. Москва, Россия

В статье авторы исследуют особенности современного фармацевтического рынка онлайн, а также выявляют тенденции в будущем на мировом и российском фармрынке, связанные с развитием онлайн-продаж и стремлением покупателей к быстрой оформлению заказа и простоте покупки. На основе анализа вторичной информации специализированных агентств и исследовательских компаний, метода сравнения и обобщения, анализа нормативно-правовой базы, регулирующей фармацевтический рынок, авторы выявляют тренды развития российского и мирового онлайн-рынка в секторе фармации; характеризуют модель развития российского фармацевтического рынка по сравнению с западной и азиатской моделью. На основе проведенного эмпирического исследования методом онлайн-опроса 200 респондентов авторы приходят к выводу, что в стране покупки молодой целевой аудитории безрецептурных препаратов на маркетплейсах и онлайн-аптеках только набирают популярность, а к приобретению лекарственных препаратов потребители относятся скептически. Результаты проведенного исследования представляют интерес для дальнейшего выявления доверительного или негативного отношения потребителей к покупкам онлайн.

Ключевые слова: цифровизация, состояние фармацевтического рынка, онлайн-продажи, целевая аудитория, безрецептурные препараты, рецептурные препараты, тренды развития

CURRENT STATE OF THE RUSSIAN AND GLOBAL ONLINE PHARMACEUTICAL MARKET AND TRENDS IN ITS DEVELOPMENT

Suvorova T.V.¹,

candidate of pedagogical sciences, associate professor,
e-mail: suvori.suvorova@yandex.ru

Vereshchak V.V.¹,

e-mail: Info-bez@mail.ru

¹Moscow University for Industry and Finance "Synergy", Moscow, Russia

The article examines the features of the modern online pharmaceutical market and identifies future trends in the global and Russian pharmaceutical markets related to the development of online sales and customers' desire for quick checkout and ease of purchase. Based on secondary data from specialized agencies and research firms, comparative analysis, and a review of the regulatory framework governing the pharmaceutical market, the authors identify trends in the development of the Russian and global online pharmaceutical sector. They also characterize the development model of the Russian pharmaceutical market in comparison with Western and Asian models. Based on an empirical study conducted using an online survey of 200 respondents, the authors conclude that in the country, purchases of over-the-counter drugs by young target audiences on marketplaces and online pharmacies are only gaining popularity, and consumers are skeptical about purchasing medicines. The results of the study are relevant for further research into consumers' positive or negative attitudes toward online purchases.

Keywords: digitalization, state of the pharmaceutical market, online sales, target audience, over-the-counter drugs, prescription drugs, development trends

Введение

Фармацевтическая электронная коммерция представляет собой один из наиболее перспективных и быстрорастущих сегментов цифровой экономики. Современный этап развития российского и мирового фармацевтического рынка характеризуется активным ростом онлайн-продаж и развитием платформенной модели покупок. Особенность фарма-ритейла заключается в комплексной цифровизации всех этапов процесса купли-продажи лекарственных средств, медицинских изделий и сопутствующих товаров через специализированные интернет-платформы.

Проблематику функционирования рынка фармации в новых реалиях цифровой трансформации бизнеса рассматривали отечественные и зарубежные исследователи. Зарубежные авторы М.С. Анис и М.А. Хассали [1] отмечают, что фармацевтический рынок онлайн находится на стадии зарождения, как и появление нового, так называемого «фармацевтического цифрового маркетинга», ориентированного как на покупателей, так и на врачей. Д.М. Уорд сообщает о важности регулирования фармацевтической отрасли в режиме онлайн¹. Авторы справедливо считают, что «фармацевтический рынок является одной из ключевых составляющих экономической политики государства: от эффективного регулирования цен, дистрибуции и условий конкуренции зависят инновации, доступность и качество лечения» [2, с. 99]. Отечественный специалист П.А. Козий уделяет внимание «готовности покупателей к покупке лекарственных препаратов в формате онлайн» [3, с. 10], а исследователь В.М. Мясников [4] подчеркивает рост покупок дистанционно с 2020 года в России под влиянием сети Интернет и других факторов. Специалисты Д.А. Дороганова и С.С. Давыдов [5, с. 132] исследуют трансформацию фармацевтического рынка с финансовой точки зрения, подчеркивая, что в выигрыше компании, которые активно развивают онлайн-торговлю, в отличие от офлайн; автор А.В. Гудков [6] рассуждает о важности использования количественных и качественных маркетинговых методов при выявлении целевой аудитории фармацевтического рынка.

Несмотря на активное освещение проблематики в научных кругах, остается слабо изученным вопрос о том, совершают ли потребители – молодежь в возрасте от 18 до 25 лет – покупки онлайн безрецептурных и рецептурных препаратов в России.

Цель настоящей работы заключается в рассмотрении особенностей развития фармацевтического рынка онлайн с учетом активности онлайн-покупок молодежи, а также выявление перспектив функционирования мирового и фармацевтического онлайн-рынка.

Задачи: проанализировать вторичную информацию и отчеты консалтинговых исследовательских компаний; обобщить полученные данные и выявить существующие форматы продаж на фармацевтическом рынке онлайн-продаж; определить путем анкетирования, совершает ли молодежная аудитория онлайн-покупки в интернете; изучить нормативно-правовое регулирование российского фармацевтического рынка и выявить его специфику; обозначить тренды развития мирового и российского фармацевтического рынка электронной коммерции; охарактеризовать модель и выделить преимущества развития российского фармацевтического рынка по сравнению с зарубежными моделями; обозначить преимущество сбалансированного подхода к развитию фармацевтического рынка.

В работе применены методы исследования: метод анализа вторичной информации относительно динамики развития фармацевтического рынка с дальнейшим сравнением по странам и обобщением общих трендов в будущем; метод анализа нормативно-правовой базы в стране, регулирующей фармацевтический рынок, метод анонимного онлайн-опроса молодой целевой аудитории – студентов в возрасте 18–25 лет университета «Синергия» для подтверждения гипотезы о том, что онлайн-покупки безрецептурных препаратов только набирают популярность, а рецептурные препараты приобретаются с осторожностью.

Состояние фармацевтического онлайн-рынка в России

Развитие электронной коммерции в России является стратегическим направлением, закрепленным в федеральной программе «Цифровая экономика Российской Федерации»². Цифровизация суще-

¹ Ward J.M. Online Pharmaceutical Regulation // Journal of Legal Medicine. – 2003. – Vol. 24, No. 1. – P. 77–107.

² Цифровая экономика РФ. Национальная программа. – URL: <https://digital.gov.ru> (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

ственно изменила все секторы экономики. Россия сегодня входит в число мировых лидеров по уровню цифровизации – 90,4 % населения активно используют интернет. Это создает благоприятную среду для развития электронной коммерции, включая мобильный сегмент и социальные платформы (73,5 %). Мобильные устройства становятся одной из ключевых точек контакта с аудиторией³. По данным исследовательского холдинга «Ромир», в 2023 году 26 % населения России были знакомы с подобной системой⁴ и выражали готовность использовать услуги телемедицины, а активно пользуются, включая онлайн-консультации с врачами, с последующим заказом назначенных препаратов через интернет уже 7.3 % населения⁵. Однако телемедицина «сталкивается с трудностями: не все заболевания можно диагностировать без очного осмотра, сохраняются вопросы безопасности данных» [7, с. 16].

В России активное развитие фармацевтической электронной коммерции началось в период пандемии, когда ограничения на передвижение и необходимость социального дистанцирования резко увеличили спрос на дистанционные способы приобретения лекарственных средств. Российский рынок электронной коммерции безрецептурных лекарственных средств уже демонстрирует устойчивый рост, развиваясь по траектории, существенно отличающейся от динамики сегмента FMCG (товаров повседневного спроса). По данным исследования DSM Group за 2024 год, доля онлайн-продаж в общем объеме фармацевтического рынка опережает рынок FMCG (Fast Moving Consumer Goods – товаров повседневного спроса), где этот показатель достиг отметки в 10 %⁶.

Выделим существующие форматы продаж на фармацевтическом рынке онлайн-продаж в таблице 1.

Таблица 1 – Характеристика форматов продаж на фармрынке⁷

Формат продаж	Характеристика
Онлайн-аптеки (собственные площадки аптечных сетей)	Платформы, принадлежащие аптечным сетям и предлагающие полный цикл услуг – от информирования до получения в аптеке или доставки лекарств на дом
Аптечные маркетплейсы	Онлайн-платформы, полностью ориентированные на электронную торговлю
Агрегаторы доставки	Платформы, агрегирующие предложения от различных продавцов с получением в аптеке или с доставкой на дом. Их преимущество в широком ассортименте и возможности сравнения цен
Маркетплейсы	Посредники, объединяющие покупателей и продавцов и обеспечивающие всю цепочку от заказа до получения

Структура аптечного онлайн-рынка по итогам 2024 года представлена на рисунке 1 и выглядит следующим образом.

Согласно рисунку, онлайн-аптеки занимают 24,9 % рынка электронной коммерции (далее – eCom), на долю аптечных маркетплейсов (Аптека.ру, Здравсити и других) приходится 56,3 % рынка eCom; агрегаторы доставки (Ютека, Яндекс-Еда другие) составляют 14,9 % рынка eCom; маркетплейсы (Яндекс Маркет, Озон, Wildberries) занимают всего 4 % рынка eCom. Итак, крупнейшими игроками являются онлайн-аптеки, среди фармацевтических платформ лидируют «Аптека.ру», «ЕАптека» и «Здравсити». Сервисы предлагают широкий ассортимент лекарств, возможность поиска аналогов по действующему веществу, а также дополнительные услуги, например, напоминание о времени приема препаратов. При этом «Аптека.ру» удерживает значительную долю рынка благодаря развитой логистической сети и партнерству с офлайн-аптеками. Маркетплейсы Озон и Вайлдберриз (не фармацевтическая розница) также активно развивают фармацевтическое направление. Их преимущество заключается в удобстве совершения комплексных покупок, когда лекарства можно заказать вместе с другими товарами.

³ Datareportal: Digital 2024: The Russian Federation. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-russian-federation> (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

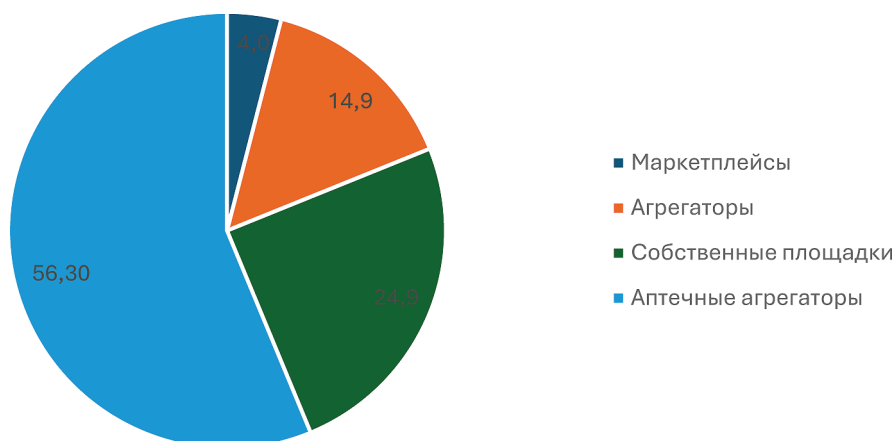
⁴ Развитие телемедицины в России: текущие тренды и перспективы. Лишь четверть россиян доверяет телемедицине // Исследовательский центр «Ромир». – URL: <https://romir.ru/feed/lish-chetvert-rossiyan-doveryaet-telemedicine> (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

⁵ Развитие телемедицины в России: текущие тренды и перспективы // Urbandigest. – URL: <https://urbandigest.ru/razvitie-telemeditsiny-v-rossii-tekushhie-trendy-i-perspektivy/> (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

⁶ NielsenIQ: доля онлайн-торговли FMCG впервые превысила 10 % рынка // Новости ритейла и розничной торговли. – URL: <https://www.retail.ru/news/nielseniq-dolya-onlayn-torgovli-fmcg-vpervye-prevysila-10-rynka-8-maya-2024-240550/> (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

⁷ Составлено авторами.

Структура аптечного онлайн-рынка, %

Рисунок 1 – Структура аптечного онлайн-бронирования на рынке фармации в 2024 г. в России⁸

Согласно оценкам рейтинговой компании «DSM Group»⁹, доля онлайн-продаж на данном рынке в 2024 году составила около 14 % от емкости рынка, а динамика к 2023 году составила 25 %, продемонстрировав 2,4 % роста с 2022 года. В 2025 году «доля онлайн-сегмента выросла на 1,9 %»¹⁰. По данным этого же агентства, по состоянию на январь 2026 года наблюдается постепенный рост доли онлайн-продаж на аптечном рынке за период с 2024 года в Москве и России в целом, например, в январе 2024 года в Москве доля рынка составляла 19,1 %, а к январю 2026 года доля составляла 20,7 %¹¹. Следует отметить, что в регионах страны рост идет медленнее, в январе 2024 года доля составляла 12,3 %, а в январе 2026 года составляла 15,8 %, что связано с логистическими трудностями в регионах по доставке. Таким образом, на основе анализа данных можно предположить о смене структуры потребительского спроса на фармацевтическом рынке в сторону онлайн-покупок.

Для подтверждения гипотезы мы провели эмпирическое исследование путем онлайн-опроса (анкетирования). В исследовании приняли участие 200 студентов университета «Синергия» очной формы обучения 1–4 курсов и студенты магистратуры 1–2 курсов в возрасте 18–25 лет. Анкета состояла из 7 вопросов. Первые два вопроса предусматривали ответы о том, покупает ли респондент безрецептурные препараты на маркетплейсе и в случае покупки, где конкретно. По результатам обработки ответов 66,5 % респондентов ответили отрицательно; 29,5 % ответили утвердительно, 4 % опрошенных затруднились ответить. При ответе на второй вопрос – 18,5 % респондентов приобретают безрецептурные препараты на Озон, 18 % – на Вайлдберриз, 17,5 % – на Яндекс Маркет. Анкета предполагала вопрос о том, покупает ли респондент безрецептурные препараты в онлайн-аптеке, в случае положительного ответа, в какой конкретно (с указанием названия). Были получены следующие ответы: 54 % респондентов ответили «да», 42,5 % опрошенных ответили «нет», 3,5 % затруднились ответить. Предпочтения были отданы сервису «Аптека.ру» – так считают 39 % респондентов, «ЕАптека» – 22 % опрошенных и «Здравсити» – 20,5 % студентов. Далее мы спросили, каким образом респонденты заказывают безрецептурные препараты. 57 % респондентов ответили, что заказывают с офлайн-выдачей в аптечном

⁸ Составлено авторами на основе материалов DSM Group. Аналитический отчет // Фармацевтический рынок России. – Итоги 2024 г. (<https://dsm.ru/upload/iblock/70c/jge20mm780rph119p1d6ucvg95kkxdtf.pdf>).

⁹ DSM Group. Аналитический отчет // Фармацевтический рынок России. – Итоги 2024 г. – URL: <https://dsm.ru/upload/iblock/70c/jge20mm780rph119p1d6ucvg95kkxdtf.pdf> (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

¹⁰ DSM Group. Аналитический отчет // Фармацевтический рынок России. – Итоги 2025 г. – URL: <https://dsm.ru/upload/medialibrary/99d/gj71qanaed74ccp3e3bnnvqmo5e3xubx/DSM-Group-Pharma-market-2025.pdf> (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

¹¹ DSM Group. Аналитический отчет // Фармацевтический рынок России. – Итоги 2025 г. – URL: <https://dsm.ru/upload/medialibrary/99d/gj71qanaed74ccp3e3bnnvqmo5e3xubx/DSM-Group-Pharma-market-2025.pdf> (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

пункте, 15,5 % заказывают с доставкой на дом, 27,5 % студентов не прокомментировали ответ. И последние два вопроса ставили целью ответ о том, покупает ли респондент лекарства по рецепту на маркетплейсе и лекарства по рецепту в онлайн-аптеке. Мы узнали, что 91,5 % респондентов не покупают лекарства по рецепту на маркетплейсе, всего 8,5 % – покупают. При ответе на последний вопрос 64,5 % респондентов ответили положительно, 35,5 % – отрицательно. Итак, мы выяснили, что онлайн-покупки безрецептурных препаратов только набирают популярность среди молодежи, а рецептурные препараты приобретаются со скептицизмом.

Регулирование аптечного онлайн-рынка в России

Основу нормативно-правового регулирования аптечного онлайн-рынка составляют: Федеральный закон № 61 «Об обращении лекарственных средств»¹² и Постановление Правительства № 612 «Об утверждении правил продажи товаров дистанционным способом»¹³. В отличие от стран ЕС и США, где разрешены онлайн-продажи рецептурных препаратов (с определенными ограничениями), российское законодательство до недавнего времени допускало электронную торговлю только безрецептурными лекарствами. В период с 1 марта 2023 года до 1 марта 2026 года стартовал тестовый режим онлайн-продаж рецептурных лекарств согласно ФЗ от 20.10.2022 № 405-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об обращении лекарственных средств”»¹⁴. Проект был запланирован к реализации в трех регионах: Москве, Московской и Белгородской областях. По предварительным итогам, проект не получил активного развития в силу конкуренции с офлайн-рынком¹⁵. Также необходимо подчеркнуть, что нормативно-правовое регулирование фармацевтического онлайн-рынка в России отличается более жесткими требованиями к информационной безопасности по сравнению с другими сегментами электронной торговли, но в этом направлении уже движется клиника «МЕДСИ», которая в своей экосистеме предлагает сразу покупку лекарств после посещения врача со скидкой в день обращения.

Состояние фармацевтического онлайн-рынка в мире

На глобальном уровне рынок электронной коммерции в сегменте фармацевтики неравномерен и отличается по странам. В США и Европе онлайн-продажи рецептурных препаратов полностью легализованы. Доминируют крупные ритейлеры типа Amazon Pharmacy (сервис сочетает телемедицину, выдачу электронных рецептов и систему доставки) и CVS Health, аналогов которым в РФ пока не существует. Популярны сервисы подписки на лекарства, такие, как американский PillPack, который автоматически формирует месячные наборы таблеток. Наблюдается рост электронной коммерции в развитых странах, в Великобритании и Южной Корее рост составляет 30–50 %; на динамично развивающихся рынках с ускоренной цифровизацией, таких, как Китай и Индонезия, рост наблюдается на уровне 35–40 %.

Согласно статистике агентства «Яков и Партнеры»¹⁶, представленной на рисунке 2, лидерами фармрынка являются Южная Корея, Китай и Англия.

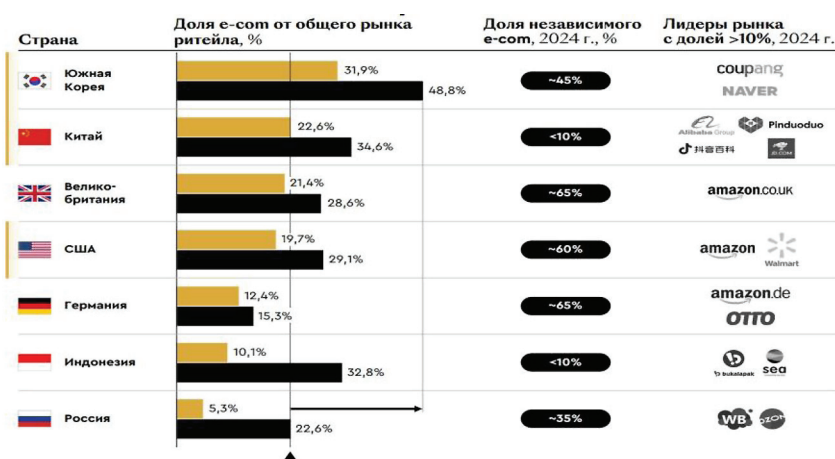
¹² Федеральный закон «Об обращении лекарственных средств» от 12.04.2010 № 61-ФЗ (последняя редакция).

¹³ Постановление Правительства РФ от 27 сентября 2007 г. № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом». – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/12056122/> (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

¹⁴ Федеральный закон от 20.10.2022 № 405-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “Об обращении лекарственных средств”». – URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=434220> (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

¹⁵ Минздрав РФ представил предварительные итоги эксперимента по доставке рецептурных препаратов // Журнал «Фармацевтический вестник». – URL: <https://pharmvestnik.ru/content/news/minzdrav-rf-predstavil-predvaritelnye-itogi-eksperimenta-po-dostavke-recepturnyh-preparatov.html> (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

¹⁶ Развитие электронной коммерции в России // Исследование компании «Яков и Партнеры». – URL: <https://yakovpartners.ru/publications/ecom/> (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

Рисунок 2 – Мировые лидеры рынка на 2024 г.¹⁷

В Китае и странах Юго-Восточной Азии фармацевтическая электронная коммерция тесно интегрирована в мобильные приложения типа WeChat и Alipay. В этих регионах активно тестируются инновационные способы доставки, включая дроны и роботы. В Латинской Америке и Африке акцент сделан на мобильных платежах. Например, в Бразилии лекарства в основном оплачиваются через систему Pix. В этих регионах также развиваются оригинальные решения для доставки в удаленные районы, как в Нигерии, где стартапы используют мотоциклы для снабжения деревень медикаментами.

Тренды и потенциал развития фармацевтического онлайн-рынка в России и мире

На сегодня в России преобладает гибридный формат, то есть сочетание онлайн-заказов с офлайн-выдачей через аптечные пункты, что приводит к конкуренции между онлайн- и офлайн-форматами. В то же время, онлайн-продажи лекарств с доставкой на дом в 2024 году выросли на 69 %, достигнув 15,8 млрд рублей год, что составляет уже 0,96 % в общем объеме розничного фармрынка. Тренд на доставку набирает обороты, к примеру, за первые 8 недель 2025 года доля онлайн-транзакций превысила 1,17 %¹⁸.

На основе обобщения полученных данных выделим тренды, которые будут определять развитие в будущем российского и мирового фармацевтического онлайн-рынка:

1. Интеграция искусственного интеллекта в процессы обслуживания клиентов. Виртуальные ассистенты, способные анализировать историю покупок и предлагать персонализированные рекомендации, перестают быть инновацией и превращаются в стандарт обслуживания, к примеру, AI-консультанты помогают подбирать аналоги лекарств и БАДы на основе симптомов.

2. Параллельно будет развиваться тренд на «невидимый» ритейл, когда алгоритмы предугадывают потребности покупателей и формируют заказы до момента осознания спроса. Вместо стандартных рекомендательных систем появятся комплексные цифровые ассистенты, способные анализировать не только историю покупок, но и данные с медицинских гаджетов, экосистемные сервисы и даже эмоциональное состояние пользователя. В сегменте здоровья ожидается рост спроса на индивидуально сформированные витаминные комплексы и программы профилактики. В сегменте FMCG подобные системы уже демонстрируют увеличение среднего чека на 15–20 %¹⁹, тогда как в фармацевтике их внедрение сдерживается регуляторными ограничениями в некоторых странах.

¹⁷ Источник: Развитие электронной коммерции в России // Исследование компании «Яков и Партнеры» (<https://yakovpartners.ru/publications/ecom/>).

¹⁸ Рынок доставки лекарств на дом // Логирус. – URL: https://logirus.ru/news/e-commerce/rynok_dostavki_lekarstv_na_dom_v_dengakh_vyros_ogogo_kak.html?sphrase_id=9901252 (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

¹⁹ Как увеличить средний чек и количество повторных покупок с помощью мобильного приложения: кейсы ритейла 2025 // Новости Ритейла. – URL: https://new-retail.ru/marketing/kak_uzvelichit_sredniy_chek_i_kolichestvo_povtornykh_pokupok_s_pomoshchyu_mobilnogo_prilozheniya_keys/ (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

3. Активное развитие социальных сетей и стриминга. Например, в России, согласно статистике компании Sostav²⁰, уже 53 % пользователей поколения Z готовы покупать товары напрямую через соц-сети (VK, Telegram) и лайвстримы непосредственно во время просмотра видеоконтента, не переходя на специализированные торговые площадки.

4. Технологическая революция в логистике станет одним из главных драйверов изменений. Уже сейчас наблюдается активное внедрение систем предикативной аналитики, позволяющих оптимизировать маршруты доставки с точностью до 90 %. В перспективе это приведет к появлению «умных» распределительных центров с полностью автоматизированными процессами комплектации заказов, с соблюдением условий хранения благодаря термоконтейнерам с IoT-датчиками, с использованием автономных аптечных дронов для срочных доставок. Также ожидается ужесточение требований к упаковке, логистическому следу и происхождению лекарственных компонентов.

5. Предполагается углубление интеграции с телемедицинскими сервисами для создания экосистемы цифрового здравоохранения.

6. Возможна переориентация компаний на 2 сегмента: на молодую целевую аудиторию и на целевую аудиторию более старшего, «серебряного поколения» с акцентом на удобстве использования, доступности, созданию *digital-friendly* (дружественных для пользователей) продуктов. Это связано с поведением потребителей: молодое поколение сегодня активно занимается спортом и заботится о здоровье, а для целевой аудитории старше 55 лет качество жизни становится приоритетным в силу мирового повышения продолжительности жизни населения.

7. Развивается и будет развиваться в дальнейшем мировой тренд на самолечение со стороны потребителей. Ответственное самолечение имеет экономические эффекты: «снижение нагрузки на систему здравоохранения, сокращение времени и стоимости доступа к лечению» [8, с. 18].

8. К примеру, в Индии уровень самолечения превышает 50 %²¹, что способствует росту спроса на безрецептурные препараты и, как следствие, расширению онлайн-рынка фармацевтики через удобство сайтов и поисковые запросы в интернете.

9. Будет происходить смещение акцента пользователей всего мира с цены на удобство: в частности, быстрая доставка, автоматическое пополнение домашней аптечки или интеграция с медицинскими сервисами. Это особенно ярко проявляется в сегменте безрецептурных лекарств, где разница в цене до 15 % перестала быть ключевым фактором выбора.

В ближайшие 3–5 лет выявленные тренды будут усиливаться, формируя новый ландшафт российского и мирового фармрынка электронной коммерции.

Заключение

На основе проанализированных статистических данных и проведенного эмпирического исследования мы пришли к выводам:

1. Российский рынок имеет потенциал роста, к примеру, в Китае онлайн-продажи занимают 50 % рынка, однако Россия с 20 % рынка на данный момент показывает результаты выше, чем в США – 16 %, Японии и других странах²². Это обусловлено сильными сторонами российского рынка, а именно: высокой цифровизацией покупателей, развитием прямых продаж через мобильные приложения и социальные сети; быстрой доставкой в городах-миллионниках (доставка за 15 минут); ростом числа постаматов и пунктов выдачи, а также появлением новых курьерских служб (СДЕК, Купер, Яндекс-доставка); развитием экосистем у крупных игроков (Яндекс, Сбер, МТС); ростом маркетплейсов; импор-

²⁰ 17 % глобальных трат приходится на зумеров // Исследование компании Sostav. – URL: <https://www.sostav.ru/publication/17-globalnykh-trat-prikhodyatsya-na-zumerov-81853.html> (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

²¹ Рынок безрецептурных (ОТС) лекарственных средств – по категориям лекарств, по типу формулы, по каналам распространения – глобальный прогноз 2025–2034 // Global markets insights. – URL <https://www.gminsights.com/ru/industry-analysis/over-the-counter-otc-drugs-market> (дата обращения: 17.03.2026). – Текст: электронный.

²² Ведомости: Россия в цифровой лиге ритейла: где растёт e-commerce и кто догоняет лидеров // Ведомости. – URL: https://www.vedomosti.ru/press_releases/2025/09/15/rossiya-v-tsifrovoy-lige-riteila-gde-rastet-e-commerce-i-kto-dogonyayet-liderov (дата обращения: 23.02.2026). – Текст: электронный.

тозамещением; развитием платежных решений (СБП, рассрочки); доставкой по текущим ценам (Live Shopping) и стриммингу (Ozon, WB); развитием модели P2P-торговли (*peer-to-peer*, то есть без посредников) (сервисы Avito, Юла).

2. В американо-европейской модели развития рынок электронной коммерции деконсолидирован, на независимых игроках приходится более 50 % рынка. В китайской модели по итогам консолидации рынка электронной коммерции остается 2–3 лидера (универсальных маркетплейса). Структурно российский рынок ближе к американо-европейской модели. Как и в США, где Amazon занимает около 30 % рынка, в нашей стране есть лидер Озон, но при этом широко распространены омниканальные и прямые продажи. Ключевым отличием российской модели от зарубежных является приоритет безопасности пациентов над коммерческой эффективностью, что находит отражение в более консервативном нормативном регулировании. Эта особенность, с одной стороны, ограничивает темпы роста рынка, с другой – обеспечивает его устойчивость и защиту от рисков, связанных с неправильным применением лекарственных средств. В долгосрочной перспективе именно такой сбалансированный подход может оказаться наиболее эффективным для развития фармацевтического рынка электронной коммерции.

3. На основе проведенного анкетирования мы выявили, что онлайн-покупки безрецептурных препаратов только набирают популярность (24 % опрошенных так считают), а рецептурные препараты приобретаются с осторожностью, особенно на маркетплейсах (91,5 % из опрошенных ответили отрицательно).

Новизна работы заключается в подкреплении общих тенденций фармацевтического рынка электронной коммерции эмпирическим исследованием относительно совершения покупок молодежью как целевой аудиторией. Результаты проведенного исследования могут использоваться фармацевтическими компаниями для разработки маркетинговой стратегии онлайн-продаж с учетом вовлеченности молодой целевой аудитории в процесс покупок, а также для дальнейшего выявления частоты покупок, доверительного или негативного отношения потребителей к покупкам онлайн.

Список литературы

1. Anis M.S., Hassali M.A. Pharmaceutical marketing of over-the-counter drugs in the current digital era: A review // *Pharmaceutical Sciences Asia*. – 2022. – Vol. 49, No. 2. – P. 114–120.
2. Маковецкая Е.Н., Маковецкий М.Ю., Тселюк В.И. Фармацевтический рынок в Российской Федерации: современное состояние и перспективы улучшения доступности лекарств для населения // *Управленческий учет*. – 2025. – № 10. – С. 90–97.
3. Козий П.А. Тенденции развития онлайн-продаж фармацевтических препаратов в России // Государственно-правовая система России: исторические и правовые аспекты: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа: Аэтерна, 2020. – 61 с. – С. 10–13.
4. Мясников В.М. Развитие онлайн-продажи лекарственных средств на территории Российской Федерации // *Интерактивная наука*. – 2022. – № 7 (72). – С. 28–29.
5. Дороганова Д.А., Давыдов С.С. Оценка финансовых последствий трансформации фармацевтического рынка под воздействием онлайн-торговли // *Цифровая парадигма информационно-аналитического обеспечения учетных и финансовых процессов в отраслевых экономиках: сборник трудов Международного симпозиума, Санкт-Петербург, 29 марта 2024 года*. – Санкт-Петербург: Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I, 2024. – С. 128–132.
6. Гудков А.В. Особенности исследования поведения потребителя на фармацевтическом рынке // *Москва*. – 2023. – Т. 10. – С. 514–517.
7. Баймурат А.С., Бадеева К.Ж., Сыдыкова А.Ж. Телемедицина: как технологии помогают врачам и пациентам // *Форум молодых ученых*. – 2025. – № 4 (104). – С. 14–18.
8. Покида А.Н., Зыбуновская Н.В. Практика самолечения российского населения в современных условиях // *Здоровье населения и среда обитания*. – 2023. – Т. 31, № 2. – С. 15–26.

References

1. Anis M.S., Hassali M.A. Pharmaceutical marketing of over-the-counter drugs in the current digital era: A review // *Pharmaceutical Sciences Asia*. – 2022. – Vol. 49, No. 2. – P. 114–120.

2. *Makoveckaya E.N., Makoveckij M.Yu., Tselyuk V.I.* Farmaceuticheskij rynek v Rossijskoj Federacii: sovremennoe sostoyanie i perspektivy uluchsheniya dostupnosti lekarstv dlya naseleniya // *Upravlencheskij uchet*. – 2025. – № 10. – S. 90–97.
3. *Kozij P.A.* Tendencii razvitiya onlajn-prodazh farmacevticheskikh preparatov v Rossii // *Gosudarstvenno-pravovaya sistema Rossii: istoricheskie i pravovye aspekty: sbornik statej Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii*. – Ufa: Aeterna, 2020. – 61 s. – S. 10–13.
4. *Myasnikov V.M.* Razvitie onlajn-prodazhi lekarstvennykh sredstv na territorii Rossijskoj Federacii // *Interaktivnaya nauka*. – 2022. – № 7 (72). – S. 28–29.
5. *Doroganova D.A., Davydov S.S.* Ocenka finansovykh posledstvij transformacii farmacevticheskogo rynka pod vozdejstviem onlajn-torgovli // *Cifrovaya paradigma informacionno-analiticheskogo obespecheniya uchetykh i finansovykh processov v otraslevykh ekonomikah: sbornik trudov Mezhdunarodnogo simpoziuma, Sankt-Peterburg, 29 marta 2024 goda*. – Sankt-Peterburg: Peterburgskij gosudarstvennyj universitet putej soobshcheniya Imperatora Aleksandra I, 2024. – S. 128–132.
6. *Gudkov A.V.* Osobennosti issledovaniya povedeniya potrebitelya na farmacevticheskom rynke // *Moskva*. – 2023. – T. 10. – S. 514–517.
7. *Vajmurat A.S., Badekova K.Zh., Sydykova A.Zh.* Telemedicina: kak tekhnologii pomogayut vracham i pacientam // *Forum molodyh uchenyh*. – 2025. – № 4 (104). – S. 14–18.
8. *Pokida A.N., Zybunovskaya N.V.* Praktika samolecheniya rossijskogo naseleniya v sovremennykh usloviyah // *Zdorov'e naseleniya i sreda obitaniya*. – 2023. – T. 31, № 2. – S. 15–26.

Статья поступила в редакцию: 20.03.2026

Received: 20.03.2026

Статья принята к публикации: 23.03.2026

Accepted: 23.03.2026