

---

# Компас рынка ePharma



## ОГЛАВЛЕНИЕ

Сначала были цифры .....	7
Эксперты видят больше .....	8
Результаты анкеты .....	12
Общая динамика .....	12
Каналы .....	14
Контекст .....	16
Динамика рекламных стратегий .....	17
Ожидания .....	19
Про потребителя .....	21
Рынок в целом .....	23

## СПИСОК ГРАФИКОВ

Как прошёл год по выручке в вашей компании по сравнению с ожиданиями? .....	12
Как изменилась динамика продаж в прошедшем году по сравнению с 2024 (YoY)? .....	13
Как изменилась динамика продаж IV квартала по сравнению с IV кварталом 2024 года (QoQ)? .....	13
Какие каналы продаж вы используете на рынке B2C? .....	14
Какой канал показал лучшую динамику в IV квартале 2025 года (QoQ)? .....	15
Главный вызов 2025 года для вашей компании .....	16
Какие события на рынке в прошлом году были наиболее значимыми? .....	16
Как изменилась динамика рекламного бюджета в 2025 году по сравнению с 2024 годом (YoY)? .....	17
Как изменилась маркетинговая активность конкурентов в 2025 году по сравнению с прошлым годом (YoY)? .....	17
Самое ожидаемое/значимое событие на рынке на 2026 год .....	18
Ваши ожидания по продажам на I квартал 2026 года (QoQ) .....	19
Ваши ожидания по продажам на 2026 год (YoY) .....	19
Главные факторы, которые повлияют на фармацевтический рынок в 2026 году .....	20
Как изменился спрос в IV квартале 2025 года по сравнению с IV кварталом 2024 год (QoQ)? .....	21

## СПИСОК ГРАФИКОВ

Какие изменения в поведении покупателей вы заметили за последний год? .....	21
Как изменилось отношение покупателей к цене за 2025 год?...	22
Какие изменения в поведении покупателей вы ожидаете в ближайшие 6 месяцев? .....	22
Как вы оцениваете общую динамику всего коммерческого фармрынка России в ближайший год? .....	23

## СЛЕДИТЬ ЗА НАШИМИ ИССЛЕДОВАНИЯМИ МОЖНО РАЗНЫМИ СПОСОБАМИ:



Наши публичные исследования



Оперативные данные исследований в Телеграм-канале



Бесплатная рассылка новостей электронной торговли.  
Выходит каждую неделю. Чтобы подписаться, заполните  
форму на сайте.

### Присоединяйтесь к нам!

Вы держите в руках «Компас рынка ePharma».

Это не отчет в классическом понимании и не попытка «объективно описать рынок». Таких отчетов достаточно. Они фиксируют прошлое. Нас интересует другое — как принимаются решения, которые формируют будущее.

«Компас рынка ePharma» построен на позиции: рынок определяется не цифрами, а действиями игроков. А действия — их восприятием ситуации, ожиданиями и опасениями. Эти оценки могут расходиться с наблюдаемыми данными — и именно в этом месте возникает реальное движение рынка.

Мы поработали с участниками рынка напрямую: собрали их интерпретации происходящего, их ориентиры и ограничения. Это не комментарии «по факту», а рабочая оптика, через которую принимаются решения — инвестиционные, операционные, продуктовые.

По сути, «Компас рынка ePharma» — это не отражение рынка, а один из механизмов его формирования. Участники панели не только описывают реальность, но и задают рамку, в которой действуют остальные.

В рамках исследования мы говорим о краткосрочной перспективе ePharma. И помогаем глубже понять ожидания ключевых экспертов относительно развития отрасли в ближайшие полгода: от инвестиционных приоритетов и операционных вызовов до потенциальных рисков и возможностей роста.

Собрав мнения от ведущих участников рынка, мы синтезировали эти инсайты, разрозненные мнения в логичную картину, которая поможет ориентироваться в текущей неопределённости. Сегодня мы делимся этими выводами, чтобы дать вам один из инструментов для принятия взвешенных решений в бизнесе.

**Фёдор Вирин,  
партнёр Data Insight**



## Сначала были цифры

Объем рынка ePharma за 12 месяцев достиг 297 млн заказов и 475 млрд рублей, что соответствует росту на 20% (заказы) и 23% (рубли) относительно календарного 2024 года.

Прогноз на 2026 год при сохранении текущей динамики: 379 млн заказов и 607 млрд рублей — и это +28% к 2025 году.

## Игроки рынка: главное

Почти половина рынка (47% заказов) приходится на интернет-аптеки аптечных сетей. Еще 28% — у онлайн-проектов дистрибьюторов, и 21% — у онлайн-агрегаторов.

Все аптечные сети, подключившие свои аптечные точки к онлайн-проектам дистрибьюторов, сотрудничают с Apteka.ru. 85% также подключено к Здравсити, и 69% — к Польза.ру.

Среди онлайн-агрегаторов по количеству партнеров в топ-20 интернет-аптек лидирует Ютека. Среднее количество подключенных агрегаторов на одну аптеку — 2,7.

## Динамика каналов (за 12 месяцев)

Рост:

Онлайн-агрегатор: +68%

Аптечная сеть: +15%

Онлайн-проект дистрибьютора: +15%

Падение:

Сервис поиска и заказа лекарств: -1%

Online-first аптека: -13%

## Динамика игроков (за 12 месяцев)

Рост по количеству заказов (YoY):

Аптеки Горздрав: +119%

Ютека: +92%

Мегааптека: +46%

Падение по количеству заказов (YoY):

Будь здоров!: -35%

Аптеки Вита: -29%

Бережная Аптека: -14%

## ВАЖНО

Два проекта — Ютека и Аптеки Горздрав — обеспечили более 60% прироста заказов — 3,7 млн

Игроки, уступающие позиции, суммарно за год потеряли 964 тыс. заказов, что эквивалентно 16,3% от совокупного прироста рынка.

## Рекорд

Декабрь 2025 стал четвертым рекордным месяцем подряд — 30 миллионов заказов, на 25% больше, чем годом ранее.

Среднесуточно аптеки обрабатывали почти миллион заказов, и это абсолютный исторический максимум.

## Не центром единым...

Вопреки ожиданиям, рынок ePharma оказался менее концентрированным, чем другие сегменты eCommerce. На две столицы с областями приходится всего 38% заказов. Настоящие лидеры по проникновению онлайн-аптек — Хабаровский край, Приморье, Амурская область. Здесь доля онлайн-заказов в 1,5–2,2 раза превышает долю региона в интернет-аудитории, что указывает на особую модель потребления в удаленных регионах.

### ВАЖНО

Региональный парадокс — самый недооцененный момент. Регионы лидируют по проникновению, и это означает, что ePharma в России развивается не как urban market, а как инфраструктурный сервис для удалённых территорий.

И это значительно меняет стратегию развития.

Остальные факты и цифры — в маркетинговом исследовании [«ePharma-бюллетень: интернет-аптеки в России»](#), который ежемесячно выпускает наша команда аналитиков.



[Заказать отчет](#)

## Эксперты видят больше

Профессионалы отрасли говорят не только об итогах 2025 года. Ключевые игроки, представляющие почти половину рынка интернет-аптек (45,8%), делятся своими наблюдениями, опасениями и ожиданиями. И противоречивая картина вполне предсказуема для тех, кто следит за отраслью.

## Оптимизм с оговорками

Игроки по-разному оценивают итоги года и свои перспективы. Рынок демонстрирует сильный, но не однородный рост. Большинство игроков довольны результатами года, что говорит об общей позитивной динамике рынка. Как следствие, фиксация снижений требует отдельного тщательного изучения причин.

## Многоканальность как норма

Все участники исследования используют и собственные сайты / приложения, и аптечные маркетплейсы. Офлайн не входит в лидеры роста, а цифровизация устойчиво наращивает своё влияние. Однако, обращает на себя внимание, что универсальные маркетплейсы используют лишь 23% игроков, а витрины сервисов доставки еды — 21%. Нефармацевтический ритейл также пока не стал массовым, но его наличие в арсенале говорит о поиске новых точек роста.

## Главные опасения: спрос и ставка

Почти половина рынка главным вызовом 2025 года называет снижение спроса и столько же политику ЦБ РФ — 48%. Основными рисками 2026-го остаются снижение потребительских расходов и изменение ставки рефинансирования. Геополитика и логистика также называются существенными факторами влияния на развитие рынка.

## Тренды как они есть

Эксперты выделяют несколько ключевых процессов:

1. Консолидация — малые игроки уходят под давлением налогов и издержек, усиливаются сети и крупные игроки.
2. Снижение маржинальности — аптеки ищут высокомаржинальные категории, чтобы компенсировать общее падение прибыльности.
3. Борьба с подделками — рост контрафакта на маркетплейсах начинает возвращать продажи БАДов обратно в аптеки. Пока эффект незначительный, но тренд намечается.
4. Доставка как стандарт — лекарства с доставкой становятся нормой, особенно в нерабочее время. Основные исполнители — службы доставки и агрегаторы.

## Что ждет в ближайшие полгода?

**Эксперты прогнозируют** рутинизацию онлайн-покупок, дальнейшее повышение значимости цены, продолжение экономии и перетока из офлайн в онлайн. Резких изменений не ожидается — скорее, усиление уже существующих трендов.

**Итоговый «диагноз».** 89% экспертов ожидают стабильной ситуации на рынке, 9% — умеренного снижения, 2% — умеренного роста. Рынок ePharma переходит в фазу зрелости: быстрый рост сменяется консолидацией, цифровизация становится нормой, а экономия — главным драйвером потребительского поведения.

**Ключевые вопросы на 2026 год:** смогут ли игроки найти баланс между необходимостью инвестировать в цифровые каналы и давлением на маржу? Смогут ли они адаптироваться к растущей регуляторной нагрузке и меняющимся потребительским привычкам?

**Ответы на эти вопросы** — как основные вызовы наступившего года — будут определять, кто останется на рынке через год, а кто уйдет под давлением растущих издержек и конкуренции.

Опрос состоял из 7 блоков, в отчете представлены результаты ответов.

## Результаты анкеты

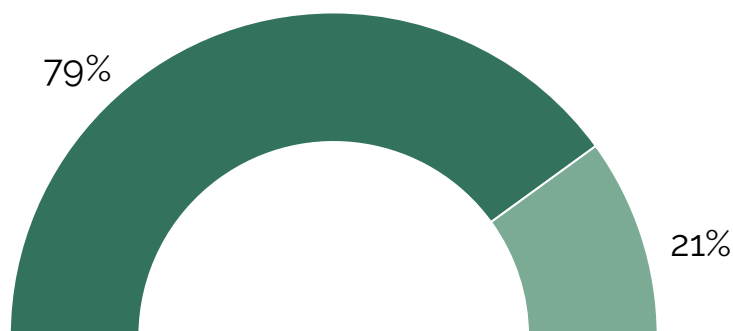
### 1. Общая динамика

**Как прошёл год по выручке в вашей компании по сравнению с ожиданиями?**

Ответы участников:

—79% — как ожидали

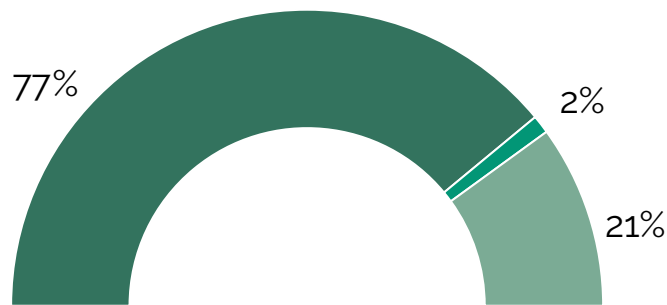
—21% — хуже



## Как изменилась динамика продаж в прошедшем году по сравнению с 2024 (YoY) ?

Ответы участников:

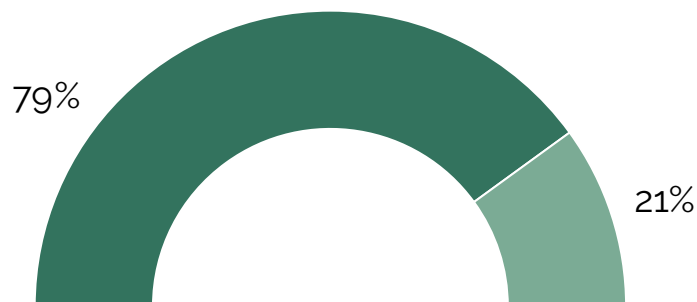
- 77% — рост более 10%
- 2% — рост до 10%
- 21% — снижение до 10%



## Как изменилась динамика продаж IV квартала по сравнению с IV кварталом 2024 года (QoQ)?

Ответы участников:

- 79% — рост более 10%
- 21% — снижение до 10%

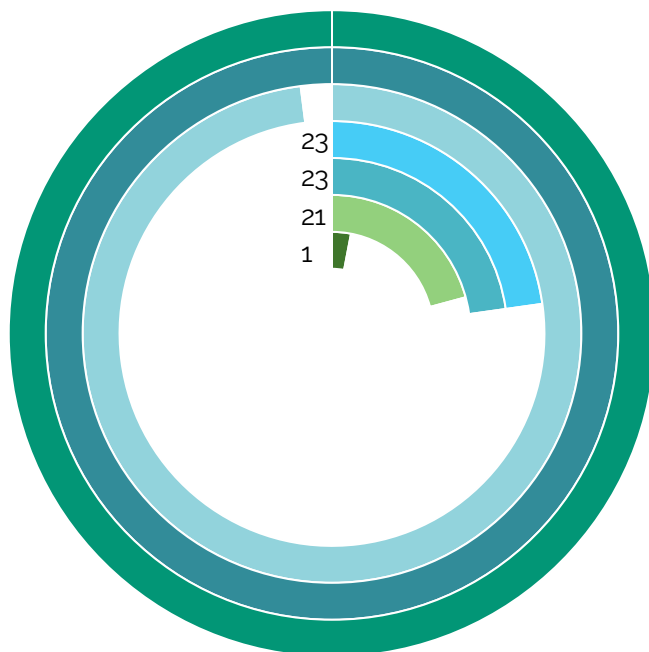


## 2. Каналы

### Какие каналы продаж вы используете на рынке B2C?

Ответы участников:

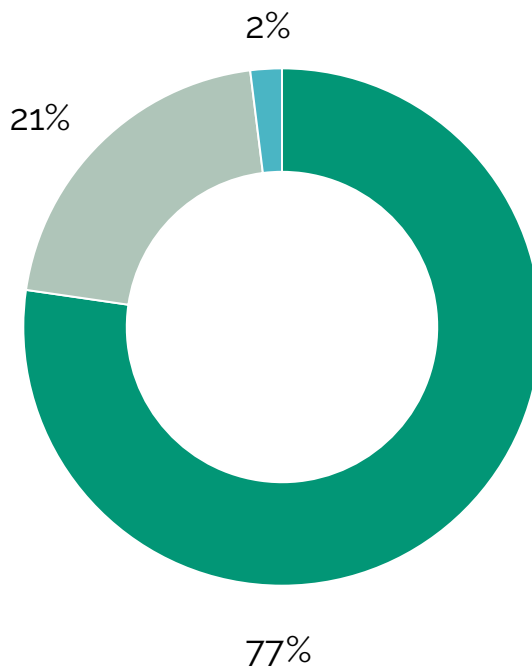
- 100% — Онлайн — собственные каналы (сайт, приложение)
- 100% — Онлайн — аптечные маркетплейсы, агрегаторы
- 98% — Офлайн — аптечные сети
- 23% — Онлайн — универсальные маркетплейсы
- 23% — Офлайн — нефармацевтический ритейл
- 21% — Онлайн — витрины сервисов доставки еды
- 1% — Онлайн — нефармацевтический ритейл



## Какой канал показал лучшую динамику в IV квартале 2025 года (QoQ)?:

Ответы участников:

- 77% — Онлайн – собственные каналы (сайт, приложение)
- 21% — Онлайн – аптечные маркетплейсы, агрегаторы
- 2% — Онлайн – универсальные маркетплейсы



### ВАЖНО

Аптека перестаёт быть бизнесом продаж.

Перед нами тренды:

- превращение аптек в ПВЗ
- рост зависимости от бонусов и допродаж.

### ВЫВОД

Продажа лекарств как core-бизнес больше не является источником прибыли.

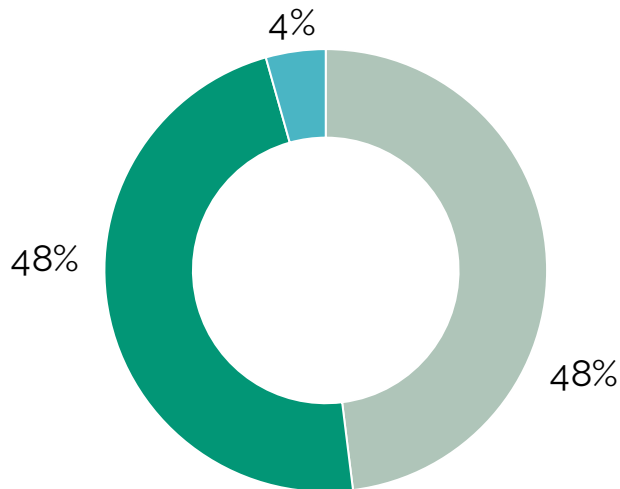
И это радикально.

### 3. Контекст

#### Главный вызов 2025 года для вашей компании:

Ответы участников:

- 48% — снижение спроса
- 48% — кредитно-денежная политика ЦБ РФ
- 4% — рост конкуренции



Какие события на рынке в прошлом году были наиболее значимыми?

**RWB** выход на рынок  
**Консолидация рынка**  
**БАД** ужесточение контроля  
**Сделки по продаже аптечных сетей**  
**Закон** о платформенной экономике

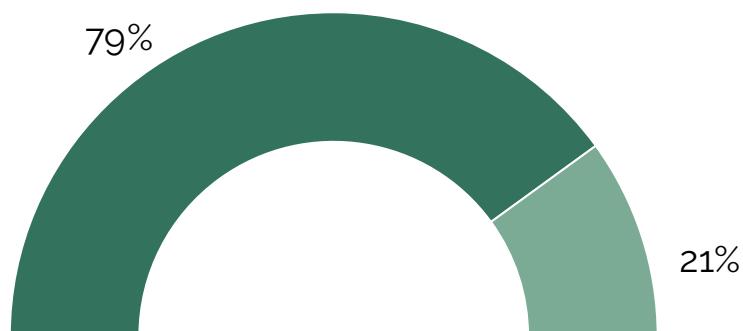
#### 4. Динамика рекламных стратегий

Как изменилась динамика рекламного бюджета в 2025 году по сравнению с 2024 годом (YoY)?

Ответы участников:

—79% — рост более 10%

—21% — без изменений

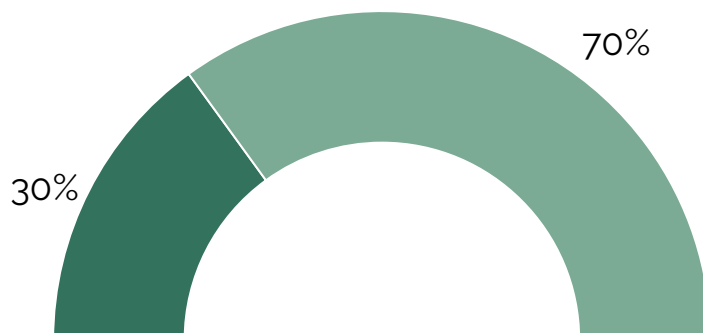


Как изменилась маркетинговая активность конкурентов в 2025 году по сравнению с прошлым годом (YoY)?

Ответы участников:

—30% — рост более 10%

—70% — без изменений



## ВАЖНО

Маркетинг стал не слабым, а невидимым

79% увеличили бюджеты, тогда как

только 30% видят рост у конкурентов

## ВЫВОД

Это сильный сигнал:

маркетинг ушёл в performance и закрытые каналы

→ конкуренция стала менее наблюдаемой

→ рынок становится менее прозрачным

Это типичный признак зрелости digital-рынка.

Самое ожидаемое/значимое событие на рынке на 2026 год.

Не ожидаем значимых событий

Снижение ставки рефинансирования

**Платформенная экономика**  
-вступление в силу закона

Потенциальная активность

Улучшение геополитической обстановки

RWB eApteka.ru

## 5. Ожидания

### Ваши ожидания по продажам на I квартал 2026 года (QoQ):

Ответы участников:

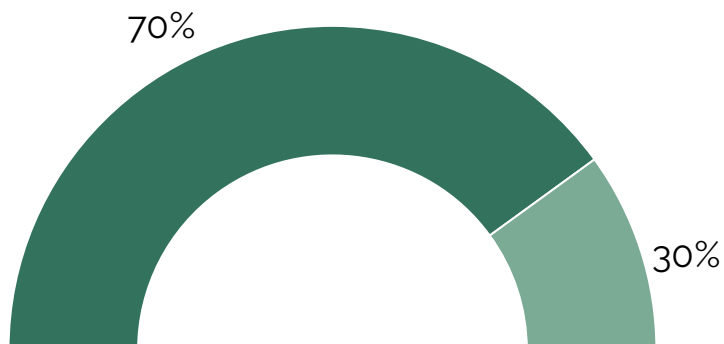
- 70% — рост
- 21% — без изменений
- 9% — снижение



### Ваши ожидания по продажам на 2026 год (YoY):

Ответы участников:

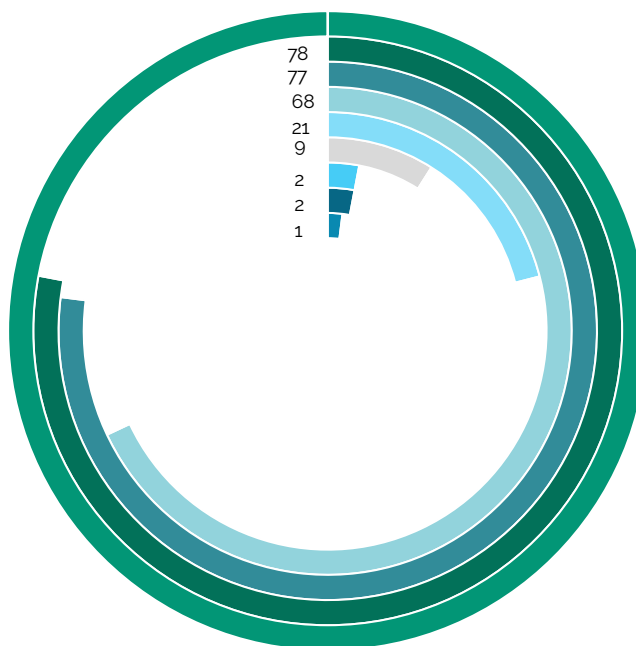
- 70% — рост
- 30% — снижение



## Главные факторы, которые повлияют на фармацевтический рынок в 2026 году:

Ответы участников:

- 100% — снижение потребительских расходов
- 78% — геополитические факторы
- 77% — логистические сложности
- 68% — изменение ставки рефинансирования
- 21% — госрегулирование (ЖНВЛП, маркировка)
- 9% — погодные условия
- 2% — платформенная экономика для маркетплейсов
- 2% — потенциальная активность RWB (eApteka)
- 1% — дефицит товаров



## 6. Про потребителя

Как изменился спрос в IV квартале 2025 года по сравнению с IV кварталом 2024 год (QoQ)?

Ответы участников:

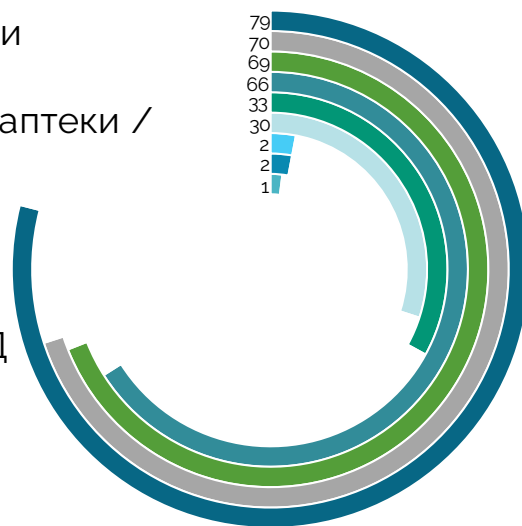
- 1%— сильно вырос
- 50% — немного вырос
- 49% — без изменений



Какие изменения в поведении покупателей вы заметили за последний год?

Ответы участников:

- 79% — переходят на более дешевые бренды
- 70% — ушли в онлайн
- 69% — берут более крупные упаковки
- 66% — увеличили частоту покупок
- 33% — чаще используют доставку из аптеки / онлайн-сервис
- 30% — снизили частоту покупок
- 2% — транзит покупателей по ряду категорий товаров на маркетплейсы
- 2% — рост потребление товаров БАД по запросу составов, а не брендовый запрос
- 1% — чаще выбирают аптеку по наличию товара



## Как изменилось отношение покупателей к цене за 2025 год?

Ответы участников:

—23% — на том же уровне

—77% — стали более чувствительны (ищут скидки, акции)



Какие изменения в поведении покупателей вы ожидаете в ближайшие 6 месяцев?

**Рутинизация** Повышение фактора  
покупок и, как следствие, цены  
переход этих покупок в **Онлайн**

Продолжение перетока потребителей **Экономия**  
**из оффлайн в онлайн**

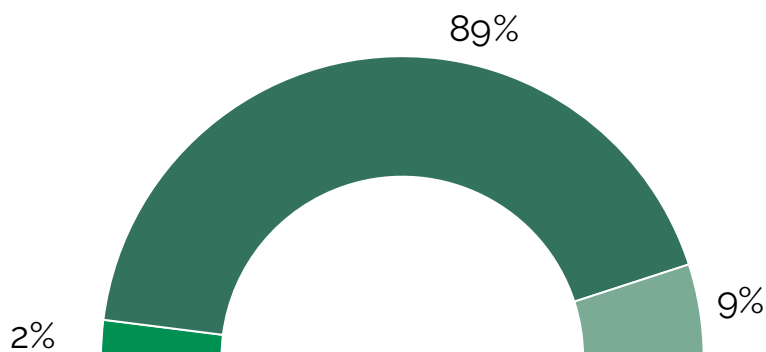
Тенденции 2025 года без резких изменений

## 7. Рынок в целом

### Как вы оцениваете общую динамику всего коммерческого фармрынка России в ближайший год?

Ответы участников:

- 2% — умеренный рост
- 89% — стабильная ситуация
- 9% — умеренное снижение



### ВАЖНО

Рынок уже находится в фазе «ложной стабильности»

89% ожидают стабильности, при этом понимают, что на рынок повлияют:

- 100% — снижение потребрасходов
- 77% — логистические риски
- 78% — геополитика.

Это противоречие, из которого напрашивается

### ВЫВОД

Рынок не стабилен — он просто не понимает, как изменится.



Аналитическое агентство Data Insight, основанное в 2010 году, специализируется на исследованиях интернета и в интернете.

Наша ключевая компетенция — анализ неоднородной информации, поиск источников, сопоставление различных данных, порой несовместимых. Все данные, которые мы выпускаем на рынок, проверяются различными методиками таким образом, чтобы получить непротиворечивые результаты.

## Задачи, которые мы решаем



**Исследования рынков.** Поможем данными, если ваша цель найти новое направление для развития, оценить динамику рынка и вашу позицию на нем, получить глубокое понимание рынка.



**Конкурентный анализ.** Поможем данными, если ваша цель оценить рыночные доли конкурентов, описать структуру их бизнеса, сравнить их продукты.



**Исследование потребителей.** Поможем данными, если ваша цель узнать портрет клиента, оценить удовлетворенность клиентов, исследовать потребительские сценарии в онлайн и офлайн, знать предпочтения целевой аудитории, мотивацию при выборе продукта.



**Мнения и ожидания.** Формат «Мнения и ожидания» – разработка Data Insight для B2B-рынков. В ходе исследования анализируем текущую структуру предложения, планы сервисов. Сопоставляем взгляды сервисов и их клиентов, что делает рынок прозрачнее, ускоряет его развитие и показывает свободные ниши.



**PR с помощью аналитики.** Готовим аналитические отчеты, которые помогают нашим клиентам решать PR-задачи. Свежая аналитика – отличный повод поговорить с журналистами и инвесторами о рынке и вашей позиции на нем. Data Insight как аналитическое агентство стоит вне рынка, поэтому нашим исследованиям доверяют, наш голос слышен. Мы готовы помочь в распространении отчета: опубликуем его в наших каналах, организуем публикацию в СМИ, организуем пресс-мероприятие и/или выступление на профильной конференции.

## Контакты



+7 (495) 540-59-06  
[a@datainsight.ru](mailto:a@datainsight.ru)  
[datainsight.ru](http://datainsight.ru)



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



[youtube.com/datainsightresearch](https://youtube.com/datainsightresearch)



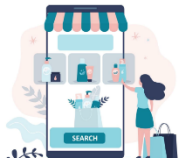
[vk.com/data\\_insight](https://vk.com/data_insight)

# ИССЛЕДОВАНИЯ DATA INSIGHT

CJM Pharma.  
Покупка лечебной косметики

Октябрь 2025

 Data Insight



CJM Pharma. Покупка  
лечебной косметики

CJM Pharma.  
Покупка безрецептурных  
препаратов

Октябрь 2025

 Data Insight



CJM Pharma. Покупка  
безрецептурных препаратов

CJM Pharma.  
Покупка БАДов

Сентябрь 2025

 Data Insight



CJM Pharma.  
Покупка биологически  
активных добавок

CJM Pharma.  
Покупка рецептурных  
препаратов

Сентябрь 2025

 Data Insight



CJM Pharma.  
Покупка рецептурных  
лекарственных препаратов

еPharma-бюллетень:  
интернет-аптеки в России

ежемесячный бюллетень #03\_2026 (10)  
Статистика за февраль 2026 г.

 Data Insight

публикация в России

2026

Выпуск еPharma бюллетеня  
февраль 2026



еPharma 2026.  
Карта возможностей

## Партнеры Data Insight

