

## **РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНВЕСТИЦИОННЫХ МЕТОДОВ**

*Работа представлена кафедрой экономической теории  
Северо-Западного государственного заочного технического университета.  
Научный руководитель – кандидат экономических наук А. Д. Шматко*

*Статья представляет собой аналитический обзор, посвященный рассмотрению актуального состояния фармацевтического рынка, его основных тенденций и выработке перспективных направлений развития для отечественных фармацевтических предприятий. Данные, представленные в статье, получены посредством проведения контент-анализа материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка, а также публикуемых материалов маркетинговых и консалтинговых компаний.*

**Ключевые слова:** *фармацевтический рынок России, фармацевтическое производство, структура рынка, лекарственный препарат, инновационный аутсорсинг, инновационный препарат, фармацевтическая отрасль, прибыльность.*

## DEVELOPMENT OF PHARMACEUTICAL COMPANIES BY MEANS OF INVESTMENT METHODS

*The article represents analytical review, devoted to consideration of actual situation at pharmaceutical market, its primary tendencies and formulation of upcoming trends' in relation to development of native pharmaceutical companies. The information, represented in the article, was received based upon conducted content analysis of materials of business and specialized publications' printed or electronic materials, analytical market reviews and materials of marketing and consulting companies.*

**Key words:** *Pharmaceutical Market of Russia, Pharmaceutical production, Market sophistication, Medicine, Innovation outsourcing, Innovation medicine, Pharmaceutical branch, profitability*

Объем продаж фармацевтической продукции в мире в 2007 г. составил порядка 700 млрд долл. США. В 2008 г. показатель объема продаж может превысить 735 млрд долл., а в соответствии с данными, полученными экспертами Price Water House Coopers, мировой рынок фармацевтической продукции к 2020 г. удвоится и достигнет 1,3 трлн долл.

**Российский фармацевтический рынок: характеристики и объемы.** Фармацевтический рынок относится к числу рынков с развитой конкуренцией, что обусловлено большим объемом и ассортиментом ЛС, большим количеством поставщиков ЛС, в том числе импортеров, значительной взаимозаменяемостью препаратов внутри групп, достаточно развитой аптечной сетью.

В соответствии с результатами исследования, проведенного маркетинговым агентством DISCOVERY Research Group, объем фармацевтического рынка России по итогам 2006 г., по мнению различных экспертов, составил от 10 до 12,3 млрд долл. Как и в предыдущие годы, в течение 2006 г. рынок продолжал расти. Оценки темпов прироста объема рынка за 2006 г. также сильно разнятся – от 17 до 36%.

Удельная доля импорта в общем объеме продаж составила 75% по итогам 2006 г. и продолжает увеличиваться за счет импорта, в основном, дорогих препаратов. Объем импорта лекарственных средств в Россию в 2006 г. вырос на 45–63% и, по мнению аналитиков, достиг 6–6,5 млрд долл.

**Производство.** Объем производства отечественных предприятий химико-фармацевтической отрасли в 2006 г. увеличился, по разным оценкам, на 17–25% и превысил отметку в

2 млрд долл. Медикаменты выпускаются на 117 предприятиях, причем 70% производства приходится на 16 крупнейших предприятий. 84% отечественных предприятий фарминдустрии имеют негосударственную форму собственности, что является уникальной особенностью российской экономики.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что фармацевтическое производство представляет собой один из наиболее стабильных сегментов российской промышленности, демонстрирующий высокие темпы роста.

**Розничный рынок.** Согласно данным Розничного аудита ГЛС в РФ, RMBC, объем коммерческого розничного рынка готовых лекарственных средств в России вырос на 25% в рублевом эквиваленте по сравнению с I кварталом 2007 г. и достиг 2,16 млрд долл. (52,39 млрд руб.) в оптовых ценах и 2,8 млрд долл. (67,85 млрд руб.) в розничных ценах (без учета ДЛЮ). Объем реализации лекарственных препаратов в натуральном выражении вырос на 6,8% и составил 1,04 млрд упаковок. Таким образом, средняя стоимость упаковки ГЛС в розничных ценах выросла с 2,14 долл. (56,45 руб.) в первом квартале 2007 г. до 2,69 долл. (65,19 руб.) год спустя. Потребление лекарственных средств на душу населения через аптечную сеть в тот же период выросло на 23% в рублевом эквиваленте.

**Структура российского фармацевтического рынка: засилие дженериков.** Сформировавшийся к настоящему времени фармацевтический рынок России состоит из двух секторов – государственного, или «бюджетно-зависимого», финансирование которого осуществляется из государственных источников,

и негосударственного, или рыночного, где оплата лекарств ведется гражданами из собственных средств. Роль государства в рамках этих секторов выражается в двух стратегических направлениях: государство устанавливает правила и общие рамки деятельности для всех субъектов фармацевтического рынка;

государство является крупнейшим покупателем фармацевтической продукции, определяя объемы закупок за счет бюджетных средств, а также средств обязательного медицинского страхования.

Динамика структуры фармацевтического рынка России представлена на рис. 1:

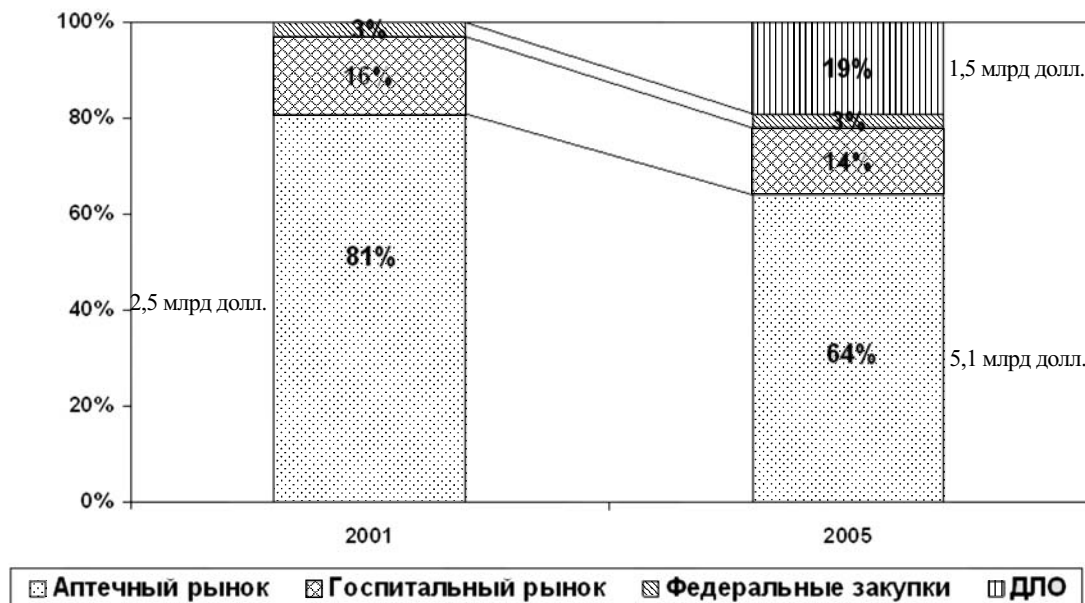


Рис. 1. Структура фармацевтического рынка: доля в общем объеме продаж  
 Источник: «Розничный аудит ГЛС в РФ», «Госпитальный аудит ГЛС в РФ», ДЛО, RMBC

Тенденции, сформировавшиеся на российском фармацевтическом рынке, достаточно устойчивы и не подлежат резкому изменению. Так, в 2006 г., по оценкам экспертов, доля коммерческого сегмента составила около 68%, а государственного 32% соответственно. При этом доля государственного сегмента в последние годы растет в основном за счет развития программы ДЛО.

Главными структурными параметрами фармацевтического рынка являются соотношения лекарственных средств отечественного и импортного производства (41,5 и 58,5%), рецептурных и безрецептурных препаратов (69% и 39%), лекарственных средств больничного и аптечного отпуска (30 и 70%).

Еще одной характерной особенностью фармацевтического рынка является высокая доля дженериков в общем объеме продаж. По мнению специалистов, российский фармрынок дисбалансирован – дженерики занимают в нем неоправданно большое место (см. рис. 2). Однако этот дисбаланс является прямым отражением уровня жизни россиян и состояния здравоохранения: самым надежным потребителем сегодня остается пациент, а поскольку он оплачивает лекарства в основном из собственного кармана, то предпочитает довольствоваться более дешевыми препаратами.

**Тенденции развития фармацевтического рынка: рост спроса и инвестиционной привлекательности.** Современный мировой

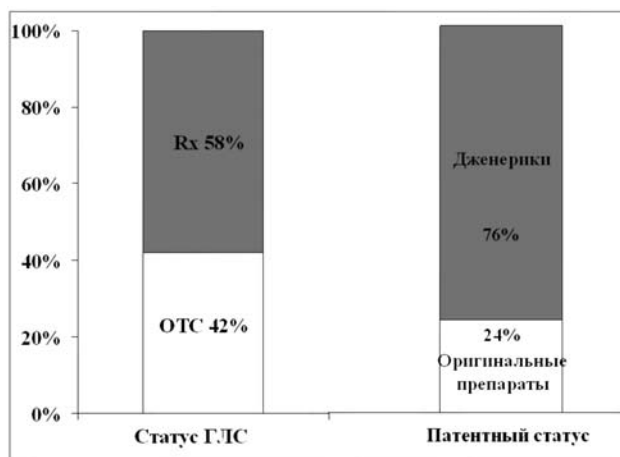


Рис. 2. Сегментация аптечного ассортимента по объему продаж

Источник: «Розничный аудит ГЛС в РФ», RMBC

рынок фармацевтической продукции представляет собой сложное многоуровневое полифункциональное образование со стабильно высокими темпами роста производства, продаж и, соответственно, показателями рентабельности. Это обусловлено спецификой лекарственных средств как товарной категории.

Спрос на них растет независимо от политических и экономических факторов. После продолжительного периода высоких темпов роста фармацевтического производства возрастает конкуренция на рынке. Рост конкуренции заставляет многие компании искать принципиально новые пути развития, новую философию существования, новые принципы взаимодействия с держателями акций.

Растут расходы на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, даже при отсутствии их прибыльности, а в некоторых случаях и окупаемости. Стараясь сохранить прежний уровень рентабельности, фармацевтические фирмы предпринимают меры по повышению эффективности производства и оптимизации структуры затрат.

Необходимо отметить, что эти процессы идут на фоне продолжающегося роста потребления лекарственных средств в мире, что связано с повышением уровня жизни, как в развитых, так и в развивающихся странах, а также со старением населения планеты – соци-

альные программы, программы добровольного медицинского страхования и страхования для престарелых, активно проводимые правительствами разных стран, позволяют многократно увеличить объем платежеспособного спроса.

С фармацевтической отраслью связаны не только высокие экономические, но и социальные ожидания – надежда на улучшение качества и продолжительности жизни, эффективное противодействие неизлечимым заболеваниям. Наибольшее число препаратов, ожидающихся к появлению на рынке в ближайшее время (согласно номенклатуре препаратов, находящихся в завершающей стадии клинических исследований в 2007 г.), направлено на борьбу:

- с онкологическими заболеваниями;
- с поражением центральной нервной системы;
- с инфекционными заболеваниями.

Для России характерны основные тенденции развития мирового фармацевтического рынка, и, хотя по сравнению с объемами рынков развитых стран объем фармрынка России на порядок ниже, он имеет значительные потенциальные возможности роста.

Анализ изменения потребностей населения страны в лекарственных препаратах в сопоставлении с инвестиционными возможностями государства позволяет прогнозировать рост частных инвестиций в фармацевтическую отрасль.

Планы государства и некоторых компаний по разворачиванию производства лекарственных средств, а также скорость освоения частными предпринимателями в современной России свободных или освобождающихся рынков оставляют от 3 до 5 лет на относительно легкое вхождение в рынок.

**Инновационный аутсорсинг: понятие, объемы, перспективы.** В последние годы получил распространение так называемый инновационный аутсорсинг – эффективный способ противодействия дженериковой экспансии, который позволяет крупным фармацевтическим компаниям управлять скоростью вывода новых препаратов на рынок. Так, в 2008 г. в мире может появиться до 29 новых препаратов, разработанных внутри протяженных «инновационных цепочек», объединивших химические лабора-

тории, небольшие узкопрофильные фирмы и крупные фармацевтические компании.

Механизм инновационного аутсорсинга выглядит следующим образом. Крупные компании образуют временные союзы с небольшими фирмами и лабораториями. Исполнители принимают обязательства разработать новый препарат в пределах установленных сроков, а заказчик – обеспечить частичное финансирование исследований и участие исполнителя в будущих прибылях от продаж. Результаты инновационной деятельности могут быть либо перепроданы 3-м лицам (по взаимному согласию сторон и на определенных условиях) на любой стадии исследований, либо – в случае успешного завершения – переданы заказчику для проведения клинических испытаний, регистрации и переходу к коммерческой эксплуатации новшеств. Объединение в альянс (союз) с крупной компанией позволяет исполнителю увеличить собственную капитализацию и перенести часть непокрытых заказчиком расходов по финансированию разработок на акционеров. Участники «инновационной цепочки» превращают инновацию во фьючерс особого рода – без гарантии, без покрытия, но тем не менее феноменально ликвидный. По мере прохождения стадий клинических испытаний, снижается неопределенность и, соответственно, уменьшается способность инноваций обеспечивать эффективную диверсификацию рисков.

Четыре из шести крупнейших фармпроизводителей (чья доля рынка превышает 100 млрд долл. США) отдают предпочтение

фармацевтическому аутсорсингу, а не самостоятельной разработке инновационных препаратов.

Стремление представителей крупного фармацевтического бизнеса в США, Европе и Японии снизить расходы на себестоимость препаратов за счет вовлечения компаний из развивающихся стран в разработку и производство продукции может коренным образом изменить ситуацию на рынке. Инновационные цепочки, охватившие Китай, Южную Корею, Индию, Бразилию и другие развивающиеся страны, позволяют небольшим компаниям быстро перенимать научные достижения западных партнеров, приобретать опыт работы на новейшем оборудовании и соответствия высоким требованиям западных стандартов качества, учиться маркетинговым и управленческим приемам. Краткосрочная выгода от подобных методов снижения стоимости НИОКР кажется очевидной, однако в долгосрочной перспективе подобные процессы могут привести к крупным стратегическим провалам. Капитализированные знания в ближайшие 5 лет позволят компаниям из развивающихся стран конкурировать с западными гигантами не только на рынке дженериков, но и на рынке патентованных лекарств, занимая те ниши, которые сегодня кажутся лидерам отрасли неперспективными. В категорию «неперспективных» попадают лекарства от весьма распространенных (особенно в бедных странах) болезней – туберкулеза, сонной болезни, трипаносомоза, лейшманиоза. Не уделяется должного внимания и исследованиям в области вакцин.

Компания	Доля рынка млн	Собственные/аутсорсинговые разработки (ед.)	Рейтинг (доля рынка)	Рейтинг (по числу разработок)
Johnson & Johnson	178,822	<36/<45	1	<25
Roche Ltd	163,541	<36/<45	2	<25
Pfizer INC	149,060	137/182	3	2
GlaxoSmith Kline PLC	115,858	156/228	4	1
Novartis AG	109,916	108/177	5	4
Sanofi-Aventis	100,658	137/180	6	3

**Российские фармацевтические предприятия – возможности использования для полного цикла.** Проведенный анализ структуры и современных тенденций фармацевтического рынка как в России, так и за рубежом позволяет сделать вывод о высоком уровне инвестиционной привлекательности российских фармацевтических предприятий. Большая емкость рынка фармацевтических препаратов, уступающего по объему только рынку продуктов питания, и относительно слабая зависимость себестоимости производства на территории России от колебаний валютных курсов делают бизнес в этом секторе экономики (особенно в его негосударственном сегменте) привлекательным и стабильным. Национальные и федеральные целевые программы, направленные на стабилизацию и развитие российского здравоохранения, возрастающие объемы закупок лекарственных средств, говорят о привлекательных возможностях занятия свободных ниш в государственном сегменте фармацевтического рынка.

Все это позволяет выдвинуть гипотезу о высоком уровне инвестиционной привлекательности российских фармацевтических производственных предприятий не столько для производства дженериков, сколько для разработки новых лекарственных препаратов. При этом предлагается использовать предприятие не в качестве одного из звеньев производственной цепочки инновационного аутсорсинга, а в качестве производственной базы полного цикла разработки препарата, включая стадию клинических испытаний. В пользу этого говорит также и то, что направление социальных ожиданий на появление новых препаратов совпадает с приоритетными направлениями отечественного здравоохранения, а это, в свою очередь, позволяет надеяться на адресную помощь со стороны государства на стадии разработки ожидаемых препаратов.

Выдвинутая гипотеза подлежит проверке посредством оценки эффективности инвестиционного капитала российского предприятия методами учета чистой конечной стоимости капитала, предельной эффективности, чистой конечной стоимости капитала, окупаемости,

расчета коэффициента рентабельности капитальных вложений, расчета показателя отдачи инвестиционного капитала.

Проводится анализ эффективности деятельности фармацевтического предприятия на основе следующих финансовых коэффициентов, характеризующих степень деловой активности и рентабельности предприятия:

1. Рентабельность продаж, %.
2. Рентабельность всего капитала фирмы, %
3. Коэффициент рентабельности основных средств.
4. Коэффициент общей оборачиваемости капитала.
5. Коэффициент оборачиваемости мобильных средств.
6. Продолжительность 1-го оборота мобильных средств.
7. Коэффициент оборачиваемости материальных оборотных средств.
8. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности.
9. Средний срок погашения дебиторской задолженности.
10. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности.
11. Средний срок погашения кредиторской задолженности.
12. Фондоотдача основных средств и прочих внеоборотных средств.
13. Коэффициент оборачиваемости собственного капитала.

Помимо общей оценки инвестиционного капитала осуществляется сравнительная оценка инвестиционной привлекательности использования предприятия в качестве звена инновационной аутсорсинговой цепочки и самостоятельного производства полного цикла.

Одним из элементов инвестиционной оценки проекта является анализ конкурентной позиции лекарственного препарата, основными элементами которого являются определение рыночной доли лекарственного препарата (конкурента) и оценка его качественных характеристик.

**Выводы.** Отечественный фармацевтический рынок характеризуется устойчивым ростом спроса, постепенным изменением структуры

## ЭКОНОМИКА

---

в сторону увеличения доли государственного сегмента, а также стабильно высокими темпами роста российских фармацевтических предприятий-производителей. Наличие таких особенностей рынка, как высокая доля негосударственных предприятий в фармацевтическом производстве и преобладание дженериков в структуре продаж, а также реализация большого количества государ-

ственных программ, направленных на развитие здравоохранения, позволяет говорить о высокой инвестиционной привлекательности российских фармацевтических предприятий для использования их при полном цикле разработки новых препаратов, а не в качестве одного из звеньев цепочки инновационного аутсорсинга, активно применяемых в настоящее время за рубежом.