

## **НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ МИРОВОЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ К КОНЦУ ПЕРВОГО ДЕСЯТИЛЕТИЯ XXI ВЕКА**

*В статье содержится анализ влияния мирового финансового и экономического кризиса на развитие глобального фармацевтического рынка, дается оценка экономической ситуации, сложившейся в фармацевтической отрасли, прогнозируются сценарии ее дальнейшего развития в кризисный и посткризисный периоды, обосновывается комплекс мер по преодолению фармацевтической отрасли последствий мирового экономического кризиса.*

**Ключевые слова:** фармацевтическая отрасль, лекарственные средства, фармацевтические субстанции.

*A. Balashov*

## **NEW TENDENCIES IN THE DEVELOPMENT OF THE WORLD PHARMACEUTICAL FIELD AT THE END OF THE FIRST DECADE OF THE XXI CENTURY**

*An analysis of the influence of the world economic and financial crisis on the development of the global pharmaceutical market is given as well as an estimation of the economic situation in the pharmaceutical field, forecasts of the scenarios of its development in the crisis and post-crisis period, and the measures for overcoming the consequences of the world economic crisis.*

**Keywords:** pharmaceutical branch, drugs, pharmaceutical substance.

Конец первого десятилетия XXI в. вполне можно считать новой точкой отсчета для мировой фармацевтической отрасли. Заканчивающийся срок действия патентов на блокбастеры (высокорентабельные инновационные лекарственные средства, приносящие фармацевтическим компаниям ежегодный объем выручки от 1 млрд дол.) меняет парадигму отрасли, что становится

особенно заметно в условиях мирового экономического кризиса. Нынешняя модель, при которой ставка делается на лекарства-блокбастеры, была разработана для продвижения методов массового лечения наиболее распространенных заболеваний (например, гипертония, диабет, повышенный уровень холестерина в крови) среди врачей общей практики. Уже к 2012 г., по

---

мнению аналитиков фармацевтического рынка, существующая модель фармацевтической отрасли исчерпывает свои ресурсы. Сроки действия основных патентов подходят к концу, а исследовательские центры не справляются с созданием принципиально новых лекарственных средств (ЛС). На рынке набирает скорость процесс, называемый специалистами генерической (или дженериковой) эрозией. Так, если в середине 2005 г. соотношение непатентованных лекарственных препаратов (дженериков) к патентованным (по стоимости сегмента) на рынке США составляло 56/46, то к концу 2006 г. разрыв увеличился уже до 58/42.

Крупные фармацевтические компании (представители так называемой «Большой фармы») несут значительные убытки. Серьезные проблемы в фармацевтике уже к 2011–2012 гг. впервые за 40 лет приведут к сокращению прибыли в отрасли, которой придется искать новые пути к сохранению своих позиций. Так, компания «Pfizer Inc.», которая ежегодно инвестирует в исследование и в разработку новых препаратов порядка 7,5 млрд дол., создавая инновационные лекарства в 11 терапевтических областях, особенно сильно пострадает, когда в 2010 г. истечет срок патента на ее препарат Lipitor для снижения уровня холестерина в крови (в 2006 г. его продажи принесли компании 13 млрд дол.). К 2012 г. корпорация «Merck & Co» столкнется с конкуренцией дженериков с тремя ее ключевыми брендовыми лекарствами: Fosamax (от остеопороза), Singulair (от астмы) и Cozaar (для нормализации давления). Напомним, что эти бренды приносят компании до половины общего объема прибыли. О динамике падения выручки на вышедшие из-под патентной защиты лекарства свидетельствует ситуация с препаратом Zosor, все той же Merck. После истечения в 2006 г. срока действия патента продажи препарата упали на 82%. Всего, по подсчетам некоторых аналитиков, дженериковая эро-

зия ставит под угрозу продажи на сумму более 200 млрд дол. [3].

К концу 2000-х гг. в мировой фармотрасле наблюдается кризис идей в отношении новых препаратов, подтверждением чему является отсутствие новых эффективных противотуберкулезных препаратов, препаратов для лечения хронических гепатитов, некоторых онкологических заболеваний. Стагнация наблюдается также в кардиологическом, антибактериальном и в противовирусном сегментах, а также во многих других. Новые бестселлеры на рынке появляются все реже. Так, несмотря на удвоение расходов на фармисследования, в 2002–2006 годах на рынок поступило на 43% меньше новых лекарств, чем за 1995–2000 гг. В фармацевтической отрасли складывается известная в экономической науке ситуация «парадокса производителя», когда при увеличивающихся затратах на инновации отдача от них падает.

В настоящее время в мировой фармацевтической отрасли в среднем за год регистрируется примерно 20 новых лекарственных препаратов, причем только 5–6 из них могут считаться действительно инновационными. Этот застой, кажется, плохо объясним, поскольку инвестиции в разработки (R&D) начиная с 1950-х гг. росли примерно на 13% в год (в 2009 г. они составили более 50 млрд дол.), постоянно расширялась фундаментальная база знаний о механизмах различных заболеваний и усиливалась компетенция специалистов, работающих в фармацевтических компаниях. Многочисленные слияния и поглощения, происходившие в отрасли в последние двадцать лет, не принесли ожидаемых прорывов в инновационных разработках. Среди регистрирующихся сегодня препаратов все меньше потенциальных блокбастеров, в связи с чем прибыли мировой фармацевтической отрасли уже не смогут быть достаточным источником для инноваций [3].

---

Развитие науки в настоящее время приводит к тому, что фармацевтические компании начинают делать акцент на специализированные препараты, то есть высокоэффективные лекарственные средства, разработанные для пациентов с конкретным сложным заболеванием и назначаемые врачом-специалистом, а не врачом общей практики. Такие препараты изготавливаются в малых дозах, требуют особых условий хранения и намного дороже обычных лекарств (в некоторых случаях одна доза или один курс лечения данным препаратом может стоить многие тысячи долларов). Достижения рубежа продаж в 1 млрд дол. (результат так называемого блокбастера) для узкоспециализированных препаратов занимает гораздо больше времени. Для фармацевтической отрасли такая ситуация уже в ближайшем будущем скажется отрицательно на объемах продаж в денежном выражении. Таким образом, как считает аналитическое издание «The Wall Street Journal», научный двигатель мировой фармацевтической отрасли постепенно иссякает. Время, когда гиганты фармбизнеса, производители оригинальных лекарственных препаратов, диктовали свои условия всем участникам рынка, уходит [1].

Несмотря на бурный рост дженериковых компаний опережающими темпами, кризис идей мировых фармацевтических корпораций, производящих инновационные ЛС, через несколько лет обернется стагнацией — нечего будет копировать. Хотя на фоне инновационных лекарств дженерики иобладают дешевизной, но не бывает дженериков без оригинальных препаратов: прежде чем появится дешевая копия, необходимо создать оригинал, на что уходят долгие годы и тратятся колоссальные ресурсы.

Таким образом, дженериковая эрозия, особенно активно развившаяся в отрасли в 2000-е гг., ставит под удар инновационную и исследовательскую активность современных фармацевтических предприятий и

требует разработки новой бизнес-модели, обоснование основных положений которой и составляет научную проблему, рассматриваемую в настоящей статье.

**Обзор основных рыночных тенденций в мировой фармацевтической отрасли в 2009 году.** Во многих отношениях прошедший 2009 год отражал уже новую форму существования мировой фармацевтической отрасли, которая является результатом рыночных факторов, набравших силу за последние несколько лет.

Рост мирового фармацевтического рынка, по прогнозам маркетингового агентства «IMS Health», в 2009 г. составил 4,5–5,5%, по сравнению с темпами роста 2008 г., а общемировой объем продаж фармацевтической продукции превысил 820 млрд дол. (для сравнения объем продаж ЛС во всем мире в 2007 г. составил 685 млрд дол.). Рост отрасли прогнозирует на будущее и исследовательская компания «RNCOS», по мнению которой, период до 2012 г. будет отмечаться приростом объемов общемировых продаж лекарственных средств в размере около 8% ежегодно [3].

Тремя главными фармацевтическими регионами планеты по-прежнему остаются США, Европа и Япония, на которые сейчас приходится около 80% всего рынка лекарственных препаратов. Явной тенденцией в развитии мировой фармацевтической отрасли, отмеченной М. А. Гетьманом еще в 2003 г., стало замедление роста на зрелых рынках в пользу рынков развивающихся стран [2].

Один из крупнейших в мире фармацевтических рынков — США — является тому ярким примером. В начале 2008 г. прогнозировалось, что объемы продаж на этом рынке увеличатся на 3–4%, однако в конце года мнения экспертов на сей счет стали менее оптимистичны: сегодня говорят о том, что рост составил всего 1–2%. Виной тому — мировой экономический кризис, масштабы которого сегодня все еще невоз-

---

можно оценить. Изменения ситуации на фондовых рынках существенно повлияли на экономический климат в одной из сильнейших держав мира.

Реальной угрозой экономике США стало то, что многие крупные корпорации в предыдущие годы сместили акцент с производства реальных ценностей на спекуляции с ценными бумагами, что приносило более быстрые и легкие деньги. Первым сигналом о том, что раздутые финансовые пузыри начинают лопаться, стало банкротство американского банка «Lehman Brothers». Далее под удар разворачивающегося кризиса попали такие промышленные гиганты, как «Boeing» и «General Motors», а также производители высокотехнологичных интеллектуальных продуктов, такие как «IBM». Жертвой экономического кризиса стал и фармацевтический холдинг «VEM Vermoögensverwaltung» — крупнейший в Германии дистрибьютор лекарств, владевший также долей в крупном производителе дженериков «Ratiopharm International GmbH». После падения мировых фондовых рынков владелец холдинга Адольф Меркле (состояние которого до кризиса оценивалось в 9,2 млрд дол.) оказался в крупном убытке из-за вложений в акции «Volkswagen AG», цена которых сначала спекулятивно взлетела в момент их скупки со стороны «Porsche». Печальным финалом этой истории стало самоубийство А. Меркле. Позитивным моментом в этой истории явился тот факт, что данный пример для фармбизнеса — скорее исключение, чем правило — в сфере фармацевтики компании оказались менее завязаны на спекуляции с ценными бумагами.

Несмотря на некоторое смещение акцентов, фармацевтический рынок США по-прежнему остается крупнейшим в мире, превысив в 2006 г. 274 млрд дол. На динамику роста рынка положительное влияние оказала вступившая в силу с 1 января 2006 г. Федеральная программа

модернизации лекарственного обеспечения престарелых жителей рецептурными препаратами (The Medicare Prescription Drug, Improvement, and Modernization Act of 2003, или, как ее еще называют, — Medicare Part D), благодаря которой дополнительно 43 млн американцев смогли частично компенсировать свои расходы на медицину. Доля США в глобальном фармацевтическом рынке на протяжении всех 2000-х гг. снижается: в 2006 г. она составила 36%, тогда как пять лет назад эта величина была 54%. Наиболее значительное влияние на снижение темпов роста американского фармрынка, помимо уже упоминавшегося Medicare Part D, оказывает истечение срока действия патентов сразу на несколько ключевых препаратов. Из-за этого только в 2007 г. американская фармацевтическая индустрия недополучила порядка 10 млрд дол. [1].

Эксперты ожидают, что после того как новая администрация США разрешит ввоз дженериков из Канады (что было одним из предвыборных обещаний Барака Обамы), конкуренция на фармрынке США значительно усилится, что повлияет на лекарственную политику компаний и в других странах. Если же в США в ближайшее время будет принят закон, по которому цены на медикаменты производители должны будут устанавливать только в ходе консультаций с органами госрегулирования (сейчас их согласовывают только страховые компании), то цены на препараты в Америке снизятся весьма существенно. По мнению старшего вице-президента Ассоциации фармацевтических исследователей и производителей США (PhRMA) Кена Джонсона, эта мера только в 2009 г. может сократить доходы гигантов американской фармотрасли на сумму от 10 млрд до 30 млрд дол.

Вместе с тем проект реформирования национального здравоохранения, предложенный Президентом США Бараком Оба-

---

мой и прошедший в начале 2010 г. согласование в американском Сенате, дал 12 лет эксклюзивности для биологических лекарств и явился знаковым «отклонением» американской фармотраслы в сторону брендированных лекарств — в противовес дженерикам. Хотя это решение и вызвало массу недовольных среди дженериковых, сам факт законодательного утверждения биодженериков (биоподобий, biosimilars), как ожидается, должен принести большое снижение в ценах для биологических лекарств, запущенных более 12 лет назад и не подпадающих под эксклюзивность. К числу таких biologics относятся Cerezyme (alglucerase), Humulin (человеческий инсулин), Интрон (интерферон альфа-2b), Avonex (интерферон бета-1a), Humatrope (somatropin), Eprex (epoetin alfa) и Neupogen (filgrastim). Несмотря на расширение эксклюзива для более новых биолечств, законопроект фактически уже создал многомиллиардный рынок для изготовителей biosimilars [www.reportlinker.com].

Тем не менее несмотря на то что Северная Америка пока еще остается крупнейшим региональным фармацевтическим рынком, развитие фармацевтической отрасли этого региона в настоящее время замедляется.

В Европе, хотя и сохранились до середины 2008 г. двухзначные темпы роста фармацевтического рынка (за счет включения в него восточноевропейских стран), на пяти самых зрелых рынках ЕС (во Франции, в Германии, Великобритании, а также в Италии и Испании — свыше половины всех объемов общеевропейских продаж), наблюдалось замедление темпов. В 2007 г. они составили 3–4% (в 2006 — 4–5%). Произошло это вследствие искусственного сдерживания цен на лекарственные средства правительствами европейских стран, взвешенного подхода со стороны населения и оптовых покупателей к соотношению цена/лечебный эффект препарата, а также

финансовой выгоды от использования непатентованных лекарств (в глобальном масштабе объем продаж в этой части фармацевтического рынка в 2006 г. составил свыше 50 млрд дол.).

В разгар кризиса Министерство здравоохранения Германии разработало проект реформы рынка медикаментов, которая может обернуться миллиардными потерями для крупнейших европейских фармацевтических концернов. Речь идет об увеличении с 6 до 16% принудительной скидки на медикаменты, на которые ранее не распространялось принятое в ФРГ положение о предельных закупочных ценах на лекарства. По оценке экспертов компании IMS Health, нововведение коснется порядка 60% германского рынка лекарств объемом 27 млрд евро, финансируемого государственными больничными кассами. Рост принудительной скидки приведет в Германии к уменьшению выручки отрасли примерно на 1,3 млрд евро. Впрочем, для большинства фармацевтических концернов ЕС, деятельность которых носит глобальный характер, а доля немецкого рынка составляет менее 10%, эти потери могут оказаться не слишком болезненными. В то же время наиболее сильно от реформы пострадает прибыль бельгийской группы фармацевтических компаний UCB (минус 4%) и немецкого концерна Merck KGaA (минус 2%). В абсолютных показателях самый большой ущерб реформа нанесет компании Roche — увеличенные принудительные скидки начнут действовать чуть ли не на весь ассортимент товаров швейцарских фармацевтических производителей.

Коммерческий успех фармацевтических компаний на европейском рынке в настоящее время все сильнее зависит от того, насколько убедительны доказательства эффективности поставляемых ими новых препаратов. В ближайшие пять лет фармацевтическую отрасль ЕС скорее всего ожи-

---

дает вялый рост на ведущих европейских рынках. Ситуация будет определяться общемировыми экономическими факторами, но положительное влияние на объемы продаж будут оказывать продолжающееся старение населения региона и рост спроса на профилактические услуги. Развивающиеся рынки в Центральной и Восточной Европе, также по прогнозам, покажут рост в этот же период.

Япония, один из крупнейших мировых фармрынков, увеличила обороты в 2009 г. на 4,5%. Одобрение новых противоопухолевых лекарственных средств, государственные программы профилактики заболеваний, двухлетний запрет на повышение цен на лекарственные препараты способствовали усилению роста японской фармацевтической отрасли. Усилия правительства по поощрению использования дженериков оказали лишь незначительное влияние на лекарственный рынок Японии в 2009 году.

В мировом фармацевтическом рынке к концу первого десятилетия XXI в. увеличится удельный вес Китая, Индии и Южной Кореи. Огромное население и сильный экономический рост в этих странах, по прогнозам аналитиков, со временем выведут регион в наиболее рентабельные фармацевтические рынки. Также прогнозируется дальнейший рост объемов фармрынков России и Турции.

Таким образом, основной географической тенденцией современной мировой фармацевтической отрасли является «дрейф» его роста из США в страны с формирующейся экономикой, где ВВП на душу населения не превышает 20 тыс. дол. в год. Это такие страны, как Китай, Индия, Бразилия и Турция. Круг населения, охваченного системой местного здравоохранения в этих странах, постоянно расширяется, тем самым повышается спрос на лекарственные препараты в целом и на медикаменты, предназначенные для лечения хро-

нических заболеваний, традиционно ассоциируемых с западным образом жизни: сердечно-сосудистые, диабет, онкологические. Доминирующими там являются производимые местными силами дженерики. Темпы роста фармацевтического рынка в этих странах уже в 2006 г. составили 11,4%, а объем продаж — 83 млрд дол., или 27% от общемирового значения. В ближайшие годы доля этих стран в общемировом объеме продаж может возрасти до 30%, а темпы роста могут составить 10–12%.

Уже сегодня Индия является одним из крупнейших в мире производителей непатентованных (дженерических) препаратов, занимая 4-е место в мировой фармацевтической отрасли по объему производимой продукции. В настоящее время на эту страну приходится около 70% мирового производства активных фармацевтических ингредиентов (субстанций). Двумя главными направлениями, по которым идет развитие индийского фармбизнеса, являются выпуск готовых лекарственных форм и активная экспансия на развивающиеся рынки, в первую очередь Китая и России.

Абсолютным рекордсменом скоро станет Китай, темпы роста фармрынка в котором в 2007 г. перевалили за 15%, а его размер достиг 16 млрд дол. Страна считается своеобразным питомником современных медицинских технологий, и в первую очередь биотехнологий. Эта область научных исследований пользуется поддержкой китайского правительства, включающей в себя налоговые льготы и увеличение государственного финансирования. Вместе с тем биотехнологические медицинские препараты, производимые в Китае, в массе своей являются дженериками, например, интерферон, инсулин, гормон роста.

Проведенный выше обзор основных рыночных тенденций в современной мировой фармацевтической отрасли свидетельствует о том, что в отрасли в настоящее время

---

происходит реорганизация — у лидеров Большой фармы появляется новая архитектура бизнеса, структура их расходов становится более гибкой, а некоторые имена в мировой фармацевтике постепенно исчезают при слияниях.

На стыке традиционной фармации и биотехнологии сегодня возникает новая отрасль — *фармакогеномика*, целью которой является создание таргетных (персонализированных) лекарственных препаратов, действующих на геномном, генном или на молекулярном уровне и оказывающихся наиболее эффективными для конкретного пациента в конкретное время. Персонализация медицины на базе новейших биотехнологических разработок и вместе с ней производство лекарственных препаратов на их основе свидетельствует об отходе от блокбастерной бизнес-модели, бывшей до последнего времени универсальной для крупных фармкомпаний.

Эксперты прогнозируют уже в ближайшем будущем лидерование биотехнологий, у которых дженерики технологически и юридически невозможны. Так, по данным аналитического агентства «Health Care M&A Information Services», мировые фармацевтические компании с 2005 г. уже потратили почти 76 млрд дол. на покупку биотехнологических активов по всему миру, в том числе и в России. В мире наблюдается стремительный рост числа биотехнологических компаний, фокус исследований которых лежит целиком в области фармакологии. Фармацевтические гиганты либо создают в своих структурах соответствующие подразделения, либо используют схему аутсорсинга, передавая собственно узкоспециальные исследования субподрядчикам. Например, российские биотехнологические разработки и идеи давно находятся под присмотром лидеров «Большой фармы». Речь идет о ценных оригинальных продуктах, которые в советское время создавались для

ВПК и космической отрасли, позволив впоследствии развивать вирусологию, иммунологию, выпустить на рынок фенотропил, арбидол, амоксин и другие препараты. Западные разработчики активно ищут новые молекулы и идеи, предлагая российским НИИ гранты и конкурсы.

Из событий мирового фармацевтического рынка последнего времени британская аналитическая компания Business Monitor International (BMI) отмечает активность компаний в областях персональной медицины и дженериков. Так, Pfizer вступила в союз с американской компанией Keas, чтобы развивать онлайн-здравоохранение, объявив также, что берет в компаньоны по диагностике расположенную в Великобритании компанию DxS. Также Pfizer увеличила свое присутствие в сегменте дженериковых инъекций (или *genectables*), который фармгигант развивает совместно с компанией Strides Arcolab, в то время как Hospira приобрела бизнес по дженериковым инъекциям у индийской Orchid Chemicals&Pharmaceuticals за 400 млн дол. [<http://www.reportlinker.com>].

В целом сегмент биотехнологических лекарственных препаратов стабильно рос на протяжении всех 2000-х годов. Уже в 2006 г. темпы его роста составили почти 18%, а общий объем продаж достиг 65 млрд дол. Среди основных характеристик сегмента биотехнологических лекарственных средств просматривалась увеличивающаяся вовлеченность в него стран с развивающимся рынком (особенно Китая и Индии), а также размывание границ между биотехнологическими и традиционно фармацевтическими компаниями.

Хотя главные разработки ведутся в наиболее терапевтически значимых областях (онкология, диабет и т. п.), биофармацевтические компании постепенно начинают вытеснять традиционных производителей из таких ниш, как борьба с избыточным весом, астмой и аллергией, с сердечно-

---

сосудистыми заболеваниями и атеросклерозом, купирование внезапных и хронических болей. Эксперты отмечают, что на рынке стали появляться конкурирующие медикаменты с биопрепаратами для некоторых заболеваний, например, для лечения анемии, склероза, ревматоидного артрита. Правда, стоимость таких лекарств все еще весьма высока (например, месячный курс лекарства от рака Avastin компании «Genentech» стоит 4,4 тыс. дол., а годовой курс Cerezyme — препарата от болезни Гоше — стоит 200 тыс. дол.), что делает эти препараты недоступными как для пациентов, так и для систем здравоохранения даже развитых стран.

Пока же традиционные лекарства остаются единственной возможностью вылечиться. А в этом секторе все большую долю составляют дженерики. По данным Pharmaceutical Research and Manufacturers of America (PhRMA), средний срок разработки нового лекарственного препарата в настоящее время составляет 10–15 лет и стоит около 1 млрд дол. Первый же дженерик, проникающий в рыночную нишу патентованного продукта после истечения срока действия патента последнего, стоит в среднем на 20–30% дешевле. По мере того как нишу заполняют другие непатентованные препараты, цена падает еще ниже. Лечение, в ходе которого врач выписывает только патентованные медикаменты, обходится пациенту в три раза дороже аналогичного курса, составленного из непатентованных лекарств.

В 2000-е годы лидеры Большой фармы сами активно выходили на рынок дженериков. В 2007 г. компания «Sandoz» — подразделение «Novartis» по дженерикам — росла в три раза быстрее подразделения по производству брендов и принесла почти 20% корпоративной выручки. Появление собственных дженериковых подразделений анонсировали компании «Pfizer» и «GlaxoSmithKline».

Еще одной тенденцией развития фармацевтической отрасли в новейший период явился все более активный выход компаний Большой фармы (таких как «Pfizer», «Abbott Laboratories» и «Novartis AG») на рынок медикаментов для ветеринарии. Уже в 2006 г. рост продаж препаратов для лечения животных составил 5%. Только в США насчитывается около 66 млн собак и 78 млн кошек, владельцы которых только в 2006 г. потратили на своих любимцев почти 40 млрд дол., из них половину — на ветеринарную помощь и отпускаемые без рецепта лекарственные препараты. Таким образом, можно наблюдать новый подход со стороны фармацевтических компаний — многое из того, что происходит в ветеринарии, имеет параллели в «человеческой» медицине, например, ожирение и диабет.

Еще одним способом обезопасить свои прибыли от грядущего падения становится перенос производства и сегмента R&D из Европы и США в Азию. О планах передать до 30% своего производства на аутсорсинг азиатским заводам уже заявила компания «Pfizer». В 2007 г. этот концерн закрыл два завода в США и продал производственные мощности в Германии. Вслед за «Pfizer» скоро последуют и другие фармацевтические компании. Так, французская Sanofi-Aventis открыла в 2010 г. свой первый региональный научно-исследовательский центр в Китае, который по планам компании позволит ей подключиться к быстро растущему китайскому рынку фармацевтических препаратов. Французский производитель лекарств также развивает R&D в России, Южной Корее и Индии — как часть своей стратегии расширения в биологических лекарствах и дженериках на развивающихся рынках. В планах компании в ближайшие годы — получать до трети своих доходов с развивающихся рынков.

Очевидно, что фармацевтические компании ищут возможности сохранить свой уровень дохода до того момента, пока дже-



---

нериковые препараты других производителей отвоюют себе часть рынка. Один из способов спасти ситуацию и обеспечить дальнейшее получение прибылей — это оптимизация затрат на производство своих препаратов за счет более дешевых производств в Азии.

Таким образом, в мировой фармацевтике наблюдается активное развитие контрактного производства, являющегося классическим примером аутсорсинга, достаточно широко распространенного в других отраслях. Его применение позволяет заказчику экономить средства на развитии производства, получать готовый продукт со строго фиксированной себестоимостью и сосредоточиваться на его продвижении.

В настоящее время российские фармацевтические компании в основном «заточены» на дженериковую бизнес-модель, получая за счет импортозамещения неплохую прибыль, но рост этот скоро будет исчерпан. Российская фармацевтическая промышленность не может системно конкурировать с китайской и индийской. Единственный шанс выжить для российских фармпредприятий — это иметь в своем портфеле инновационные препараты.

В этой связи общемировые тенденции развития фармацевтики могут и должны быть использованы и для развития российской фармацевтической отрасли. Тенденции генерической эрозии, падения объема доходов и переноса фармацевтических производств в развивающиеся страны создают возможности для российских предприятий получить доступ к мировому фармацевтическому рынку посредством партнерства с Бигфармой и с маленькими западными биотеками.

Сейчас у Большой фармы на первый план выходит разноуровневое партнерство с мелкими фирмами, с университетами, с подрядными научными организациями, в совокупности обладающими знаниями и смелостью в разработках. При таком под-

ходе фармацевтические компании на самом деле становятся гораздо больше, чем они есть, поскольку получают доступ к интеллектуальной собственности своих партнеров. Сотрудничество с малыми инновационными фармацевтическими фирмами позволяет ведущим мировым фармкорпорациям снизить финансовые риски (ведь часть из них принимает на себя компания-партнер), а зачастую и сократить время, что немаловажно для таких длинных проектов, как разработка лекарств, в среднем занимающая 10–12 лет. Такое сотрудничество получило название модели открытых инноваций или инновационных сетей.

Примером успешной реализации модели инновационных сетей явился российский внедренческий центр «ХимРар», который смог стать партнером одной из крупнейших фармацевтических компаний мира «Roche» с оборотом в 47,6 млрд дол. Согласно достигнутому в конце 2009 г. соглашению, Roche передало «ХимРару» две молекулы — прошедшие доклинические испытания кандидаты в лекарства для ВИЧ. «ХимРар» создает для реализации этого проекта совместное предприятие «Вириом», в научный совет которого входят и специалисты Roche. «Вириом» вкладывает инвестиции и проводит клинические испытания, а в случае успеха готовит препараты к регистрации и коммерциализации на российском рынке и на рынках СНГ, а Roche — на мировом рынке. Обе компании получают роялти с продаж партнера. Выигрышем Roche от такого партнерства является концентрация усилий на основном направлении — онкологии, при этом разработки передаются по другим направлениям внешним партнерам. Российская же компания в случае успеха данного проекта может получить роялти, исчисляемые сотнями миллионов долларов, значительно расширив свои возможности для последующей самостоятельной разработки новых оригинальных лекарств.

Отметим, что случай с Roche, хоть и первый для России, но для мировой фармацевтики далеко не новый. В свое время лидер мировой фармацевтической отрасли компания «Pfizer» отдала одну из молекул на ранней стадии разработки хорватской компании «Плива». «Плива» довела ее разработку до конца и отдала на коммерциализацию Pfizer. В результате в мировой фармацевтике появился такой препарат, как Сумамед, принесший многомиллиардные доходы своему владельцу, а роялти «Пливы» от его продаж превысили национальный доход Хорватии от туризма и пищевой промышленности, вместе взятых [3].

#### **Выводы**

1. К концу первого десятилетия XXI века фармацевтический рынок продолжает абсорбировать изменения, которые ведут к формированию новой экономической реальности в этом секторе мировой экономики. Среди этих изменений — смещение экономического роста из стран со зрелым рынком в страны с формирующимися экономиками; нарастающий разрыв между по-

явлением новых медицинских препаратов и истечением срока действия патентов на уже имеющиеся оригинальные препараты; расширение сектора медицинской продукции особого спроса и продукции, узкоориентированной на определенные потребительские ниши.

2. Технологический кризис в мировой фармацевтической отрасли, усугубленный последствиями мирового финансового кризиса, может способствовать переносу части западных разработок лекарственных препаратов в Россию, что, в свою очередь, будет стимулировать развитие российской фармацевтической отрасли.

3. Можно прогнозировать, что отечественный бизнес через некоторое время станет заинтересован в отечественных инновациях, пока же этого не произошло, можно заполнять эту нишу в сфере фармацевтики внешними инновациями, пользуясь тем, что многие небольшие, но эффективные западные фармацевтические компании сегодня испытывают сложности с финансированием своих разработок на разных стадиях готовности.

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Бигфарма-2009: гадание на кофейной гуще // Режим доступа: <http://vechnayamolodost.ru/pages/biznazam/bignkg73.html>.
2. *Гетьман М. А.* Большая фарма. М.: Литтерра, 2003.
3. *Костина Г.* Горизонтальный перенос молекул // Эксперт. 19 апреля 2010. № 15 (701) // Режим доступа: [http://www.expert.ru/printissues/expert/2010/15/perenos\\_molekul](http://www.expert.ru/printissues/expert/2010/15/perenos_molekul).
4. Мировой фармацевтический рынок: состояние и тенденции // Режим доступа: <http://www.vechnayamolodost.ru>.
5. *Садчиков И. А.* Экономика фармацевтической отрасли / И. А. Садчиков, А. И. Балашов, В. А. Редькин. СПб.: СПбГИЭУ, 2009.

#### **REFERENCES**

1. Bigfarma-2009: gadiane na kofejnoj guwe // Rezhim dostupa: <http://vechnayamolodost.ru/pages/biznazam/bignkg73.html>.
2. *Get'man M. A.* Bol'shaja farma / M. A. Get'man. M.: Litterra, 2003.
3. *Kostina G.* Gorizontjal'nyj perenos molekul // Ekspert. 19 aprelja 2010. № 15 (701). // Rezhim dostupa: [http://www.expert.ru/printissues/expert/2010/15/perenos\\_molekul](http://www.expert.ru/printissues/expert/2010/15/perenos_molekul).
4. Mirovoj farmacevticheskiy rynek: sostojanie i tendencii // Rezhim dostupa: <http://www.vechnayamolodost.ru>.
5. *Sadchikov I. A.* Ekonomika farmacevticheskoj otrasli / I. A. Sadchikov, A. I. Balashov, V. A. Red'kin. SPb.: SPbGIJEU, 2009.