

УДК: 615.1:330.112.2

Кравцова Яна Владимировна, студентка фармацевтического факультета
ФГБОУ ВО «Курский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации.

e-mail: yannina1997@yandex.ru

Куделина Мария Сергеевна, студентка фармацевтического факультета
ФГБОУ ВО «Курский государственный медицинский университет»
Министерства здравоохранения Российской Федерации.

e-mail: kudelina_mariya@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: в статье рассмотрены особенности и основные проблемы
фармацевтического бизнеса в Российской Федерации. В частности подняты
проблемы импортозамещения, продвижения лекарственных препаратов с
помощью рекламных компаний, освещены способы регулирования цен на
лекарственные средства со стороны государства.

Ключевые слова: фармацевтический бизнес, лекарственное средство,
лекарственный препарат, жизненно-важные лекарства, импорт.

Kravtsova Yana Vladimirovna, student of the pharmaceutical faculty, Kursk
State Medical University

e-mail: yannina1997@yandex.ru

Kudelina Maria Sergeevna, student of the pharmaceutical faculty, Kursk State
Medical University

e-mail: kudelina_mariya@mail.ru

PECULIARITIES OF PHARMACEUTICAL BUSINESS IN THE RUSSIAN
FEDERATION

Annotation: In the article features and main problems of pharmaceutical business in the Russian Federation are considered. In particular, the problems of import substitution, promotion of medicines with the help of advertising companies are raised, the ways of regulation of prices for medicines by the state are highlighted.

Keywords: pharmaceutical business, medicinal product, drug, vital medicines, import.

В настоящее время в Российской Федерации действует огромное количество аптек, часть из которых объединена в сеть, охватывающую большую часть нашей страны, другая часть представлена отдельными аптечными организациями, никак не связанными между собой. На первый взгляд, фармацевтический бизнес является достаточно прибыльным делом, гарантирующим стабильный и высокий доход, но в реалиях современного политического и экономического устройства мира данный вид предпринимательской деятельности не оправдывает возложенных на него надежд в плане извлечения выручки.

В нашей стране в данное время действует рыночная система экономики, подразумевающая полную автономность потребителя в выборе необходимого ему блага. Производитель же в свою очередь вынужден подстраиваться под данные условия, диктуемые желаниями потребителей.

Спрос на лекарственные препараты является негибким, так как независимо от цены люди всё равно приобретут то или иное лекарственное средство. Казалось бы, производители в таких условиях могли бы устанавливать непомерно высокие цены на свою продукцию, гарантируя себе огромный доход. Однако, здесь свою лепту вносят различные законы, регулирующие рост цен на лекарственные препараты.

Помимо названных выше трудностей у представителей фармацевтического бизнеса в РФ существует ряд других проблем. Одна из них состоит в том, что большая часть препаратов закупается у зарубежных фармацевтических компаний, которые получают львиную долю прибыли, порядка 70-80% от общего объёма.

Фармацевтический рынок является одним из рынков с развитой конкуренцией, связанной с большим объемом и разнообразием лекарственных средств, большим количеством поставщиков (включая импортеров), значительной взаимозаменяемостью препаратов внутри групп, развитостью аптечных сетей. Усиление конкуренции заставляет искать компании новые пути развития. Как результат, рынок в этой сфере характеризуется высокой интенсивностью слияний и поглощений (mergers and acquisitions, M&A), которые открывают компаниям дополнительные возможности [1]

Таблица 1. ТОП 8 сделок в России по слияниям/поглощениям, объявленных в 2014 г. [2]

Рейтинг	Участники сделки	Сумма сделки, млн. долл.	Статус сделки
1	Millhouse и Фармстандарт/Biocad Holding Ltd	350,0 ¹	Закрыта
2	Abbott/Верофарм	305,0	Закрыта
3	Р-Фарм/Heinrich Mack, Pfizer	113,0—170,0 ²	Закрыта
4	Роста/Аптечная сеть Первая помощь	143,0 ²	Закрыта
5	Baring Vostok/Аптечная сеть А5	100,0—143,0 ²	Закрыта
6	HeteroDrugs/Макиз-фарма	80,0—100,0 ²	Закрыта
7	A.v.eGroup и аптечная сеть 36,6/Oriola	63,4	Закрыта
8	Alvansa/Сегмента Фармацевтика	2,0	Закрыта

¹ Согласно официальному отчету «Фармстандарт» заплатил за 20 % акций Biocad Holding Ltd. 100 млн. долл. США. Исходя из этой стоимости, высчитана общая сумма сделки, так как иной официальной информации нет.

² Оценка.

Огромную роль играет грамотное продвижение препарата, а именно эффективная рекламная компания. Зарубежные фирмы тратят на это колоссальную часть своей выручки, что с лихвой окупается по прошествии достаточно короткого периода времени. Например, в США за первое десятилетие этого века расходы на фармацевтическую рекламу выросли на 54 %, до 4,3 млрд. долл., а вот расходы американцев на лекарства увеличились неизмеримо выше – на 78 %, до 307 млрд. долл. (индекс потребительских цен поднялся лишь на 23 %). Отечественные же бизнесмены только лишь в последнее время начали уделять должное внимание данному аспекту в продвижении своего лекарственного средства [2].

Таблица 2. Взаимозаменяемые зарубежные и отечественные препараты

Назначение препарата	Зарубежный препарат		Отечественный аналог	
	Наименование	Цена руб.	Наименование	Цена руб.
Обезболивающее	Нурофен	105	Ибупрофен	30
Иммуностимулирующее	Иммунал	350	Настойка Эхинацеи	150
Жаропонижающее	Панадол	70	Парацетамол	20
От гриппа и простуды	Терафлю	360	Инфлюнорм	240
Улучшение пищеварения	Мезим форте	300	Панкреатин	50
От диареи	Имодиум	300	Лоперамид	20
От бронхита	Амбробене	150	Амброксол	50
От аллергии	Кларитин	225	Лоратадин	20
Успокоительное	Валокордин	200	Корвалол	30
Мышечные боли, растяжения	Фастум гель	250	Кетопрофен	70
От герпеса	Ацик	250	Ацикловир	50
Тошнота, тяжесть в желудке	Мотилиум	600	Мотилак	280
Непроходимость сосудов	Лиотон	500	Тромблесс	280
Аритмия сердца	Панангин	140	Аспаркам	10
Бронхит, пневмония	Лазолван	250	Амброксол	30
Кардиология	Предуктал	840	Депренорм	350
Артрит, ревматизм	Наклофен	115	Диклофенак	35
Спазмолитик	Но-Шпа	230	Дротаверин	70

Кроме того, на разработку, проведение доклинических и клинических испытаний требуются огромные средства, в среднем порядка \$ 3,4 млн. для испытаний в I фазе с участием пациентов, \$8,6 млн. — для испытаний во II фазе и \$21,4 млн. — для исследований III фазы (от утверждения протокола до окончательного отчета о клинических испытаниях) [3]. Далеко не каждая компания в силах вложить такое количество денежных средств. С этим и связан высокий импорт лекарственных препаратов в нашу страну. В последнее время ситуация начала улучшаться, в том числе и за счёт финансирования со стороны государства, которое полностью или частично покрывает расходы фирм из государственного бюджета.

Не стоит также забывать и о менталитете. Потребители, особенно из числа пожилых людей, предпочитают приобретать импортные препараты вместо отечественных, считая их более качественными, хотя на деле они ничем не отличаются от российских аналогов, стоящих в разы дешевле.

Список литературы:

1. Татаркин, А. И. Перспективы развития фармацевтической промышленности России: состояние рынка, тенденции и факторы развития в условиях ВТО / А. И. Татаркин, А. П. Петров // Бизнес, Менеджмент, Право. — 2012. — № 3. — С. 23–28.
2. Годовой отчет: "Российский фармацевтический рынок: итоги 2014 г.": [Электронный ресурс]. URL: http://rafarma.ru/files/Pharmrynok_itogi_2014.pdf. (Дата обращения: 30.10.2017).
3. Сколько стоят клинические исследования?: [Электронный ресурс] //Medach.pro. URL: http://medach.pro/humanities/economics/trial_cost/. (Дата обращения: 30.10.2017).