

УДК 339.1:615.1:005.591.6

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА

Леоненко Евгений Анатольевич,
к.э.н., доцент кафедры маркетинга, Национальный исследовательский
Мордовский государственный университет, Саранск
djon777888@rambler.ru

В статье проведено исследование развития инновационной деятельности в фармацевтической промышленности. В результате раскрыты основные тенденции и особенности развития фармацевтики в России и в мире в целом. Определена ключевая роль и последствия инновационного процесса фармацевтики в обеспечении систематического роста фармрынка и увеличении доходов фармацевтического бизнеса. Выявлены основные проблемы развития маркетинга инноваций в фармацевтике и их внутренняя противоречивость: с позиции потребителя они должны снижать заболеваемость населения и повышать качество жизни и здоровье людей; с позиции бизнеса они призваны «создавать потребности», путем создания вирусов и распространения болезней.

Ключевые слова: фармацевтика, инновации, связи с общественностью, драгмейкер, лекарственное средство, дженерик, позиционирование, медицинские представители

PROBLEMS AND PROSPECTS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE PHARMACEUTICAL MARKET

Leonenko Evgeny Anatolievich,
PhD, Associate Professor of Marketing Chair
National Research Mordovia State University, Saransk
djon777888@rambler.ru

The article studied the development of innovation in the pharmaceutical industry. The result shows the main trends and features of the development of pharmaceuticals in Russia and the world at large. It identifies key role and effects of innovative pharmaceutical process to ensure the systematic growth of the pharmaceutical market and increase revenues of the pharmaceutical business. The basic problems of development of marketing innovation in the pharmaceutical industry and their internal contradictions: a consumer item, they should reduce morbidity and improve quality of life and health of people; from a business perspective, they are designed to «create demand» by creating viruses and the spread of disease.

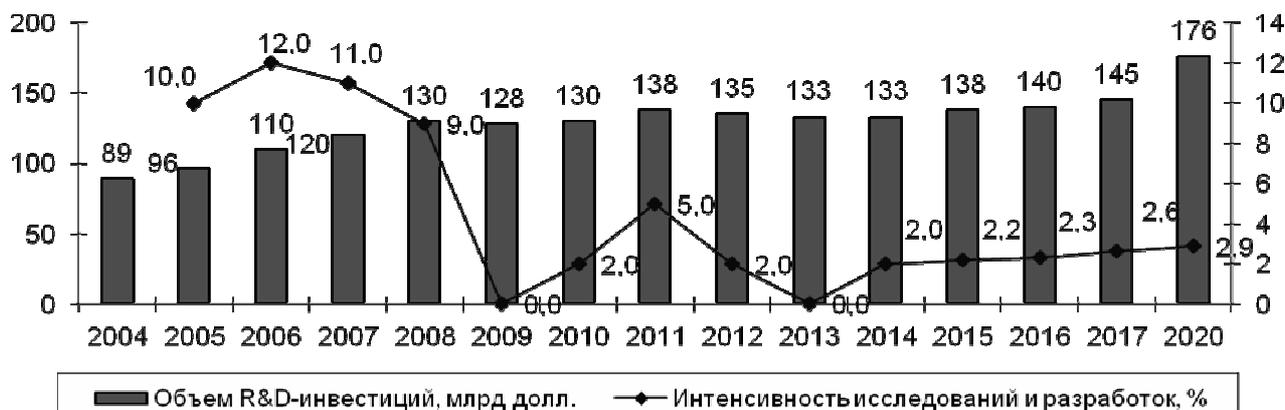
Keywords: pharmaceuticals, innovations, public relations, dragmeyker, drug, generic, positioning, medical representatives

Лекарственные препараты являются особой категорией товара вследствие их реального или потенциального влияния на качество жизни человека через воздействие на его здоровье. Последнее, в свою очередь, является стратегической ценностью любого государства.

В последние десятилетия мировая фармацевтическая промышленность развивается достаточно высокими темпами. Темп роста объемов производства фармацевтической продукции во всем мире на протяжении последних 15 лет устойчиво превышает соответствующий показатель в целом по промышленному производству в 4 – 5 раз.

При этом за последние 10 лет фарминдустрия инвестировала более 1,2 трлн долл. в исследования и разработку инновационных лекарственных средств

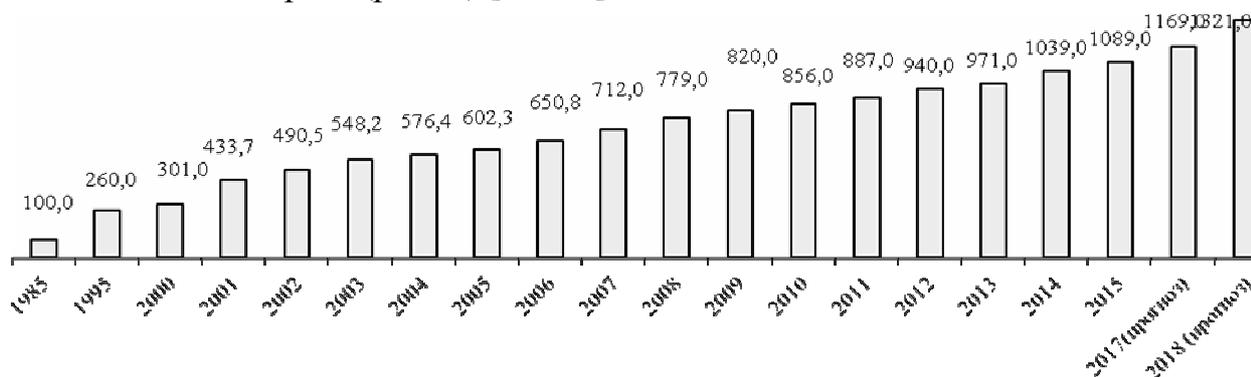
(рис. 1). По прогнозам компании «Evaluate Parma» объем мировых расходов фармацевтических и биотехнологических компаний на R&D к 2020 г. может достичь 149 млрд долл.



Источник: <http://www.apteka.ua>

Рисунок 1 – Динамика объема мировых R&D-инвестиций фармацевтических и биотехнологических компаний в 2004–2015 гг. и прогноз до 2020 г. с указанием интенсивности исследований и разработок

В 1985 – 2015 гг. продажи ЛС в мире возросли со 100 до 10,89 млрд долл., т.е. в 10,89 раза (рис. 2) [11, 19].



Источники:

Мировой фармацевтический рынок: состояние, прогнозы и перспективы // <http://remedium.ru>.

Мировой фармацевтический рынок 2013: быстрее, выше, сильнее // <http://www.apteka.ua>

Прогноз: объем продаж лекарственных средств в мире достигнет 1,3 трлн дол. США в 2018 г.

<http://www.apteka.ua>

Рисунок 2 – Динамика развития МФР в 1985 – 2015 гг., млрд долл.

Согласно отчетам компаний IMS Health, «ЦМИ «Фармэксперт», RMBC и DSM group объем продаж фармацевтической продукции в течение 2014 – 2017 гг. будет увеличиваться в среднем на 3–4 % ежегодно.

Россия входит в десятку крупнейших фармацевтических рынков мира. По итогам 2014 г. страна заняла 8 место с объемом 18,9 млрд долл. (табл. 1).

Характерной тенденцией, потенцирующей рост объемов национальных фармацевтических рынков, является увеличение среднедушевого потребления ЛС в мире. Так, если в 2000 г. данный показатель составлял около 50 долл., то в 2014 г. – более 300 долл. Наибольшее значение данного показателя отмечено в США – 835 долл. [18]. Среднее потребление лекарств на душу населения в

России за последнее десятилетие увеличилось в 9,6 раза и составляет 154 долл. в год [22].

Таблица 1 – Объем рынка (млрд. долл.) и потребление ГЛС на душу населения (долл.) в России и других странах мира в 2009 – 2014 гг.

Страна	2009		2010		2011		2012		2013		2014	
	Объем рынка	Потребление ГЛС										
США	216,1	704	224,5	731	231,5	754	236,5	770	239,2	779	256,4	835
Япония	622	622	85,7	671	100,9	790	100,4	786	84,3	660	82,2	643
Китай	24,7	19	32,2	25	40,4	31	49,8	38	57,7	44	67,4	52
Германия	34,5	411	34,6	412	38,6	459	36,2	431	39,2	467	41,4	493
Франция	29,1	459	27,9	440	29,3	462	26,4	416	26,7	421	27,0	426
Бразилия	12,5	66	17,5	93	22,2	118	21,6	115	22,9	122	22,9	122
Канада	16,3	498	19,3	590	19,9	608	19,4	593	18,9	577	18,5	565
Россия	11,6	82	16,1	113	18,9	133	19,8	140	21,8	154	20,1	141
Италия	16,4	277	15,7	264	16,1	272	14,2	240	17,7	248	14,8	250
Великобритания	13,4	223	13,6	226	14,2	236	13,7	228	13,1	218	13,8	230
Испания	14,9	346	14,3	332	14,0	325	12,0	278	12,2	283	12,5	290

Составлено по: IMS Health, DSM Group //http://imshealth.com

Темпы роста российского фармацевтического рынка являются одними из самых значительных на мировом фармацевтическом рынке, за последние 15 лет он вырос в 11,8 раза с 2,8 млрд. долл. в 2000 г. до 30,3 млрд. долл. к концу 2015 г. [9].

К основным особенностям развития отечественного фармацевтического рынка можно отнести следующие:

1. Стремительный рост рынка за последние 15 лет. В 2014 г. в России 73 % жителей хотя бы один раз в месяц покупали лекарства. Уровень данного показателя сохраняется на протяжении длительного периода времени [8];

2. Традиционная особенность российского рынка, характеризующаяся возможностью приобретения в аптеках (по просьбе покупателей) практически любых препаратов за исключением наркотических, психотропных и очень ограниченного круга других лекарств. Поэтому реальная доля безрецептурного сегмента фармацевтического рынка приближается к 85 % [5]. Естественно, что средний российский пациент не обладает достаточными знаниями, чтобы квалифицированно назначить себе то или иное лекарство, что может принести вред вместо пользы. При этом доля безрецептурных препаратов на рынках западных стран колеблется от 10 до 30 %. [1].

Таим образом, сегодня рынок лекарственных препаратов является одной из самых прибыльных сфер бизнеса. Эта одна из немногих отраслей, которая почти не пострадала в период кризиса, т.к. снижение расходов населения на лекарственные препараты происходит в последнюю очередь и спрос на них всегда остается стабильным.

Современный фармацевтический рынок представляет собой довольно сложное экономическое явление. Наряду с общими для всех рынков характеристиками он имеет ряд отличительных особенностей, обусловленных, прежде всего, спецификой лекарственных средств. Очевидно, что ЛС относятся к категории жизненно важных товаров, что оказывает значительное влияние на их спрос и производство. Основными потребителями и активаторами спроса на рынке ЛС являются государство и население. Они формируют спрос на определенный ассортимент лекарств, удовлетворение которого и является воплощением коммерческой и социальной целей существования любого субъекта рынка (производитель, поставщик, аптека). Спрос на ЛС формируется исходя из потребностей населения в основном врачами, а потребление ЛС обусловлено заболеваемостью людей, что предполагает ограничение емкости рынка численностью больных, применяемыми методиками лечения и покупательной способностью населения.

Одной из уникальных особенностей фармацевтической промышленности является своеобразная нежелательность ее товара, так как в идеале человек хочет быть здоровым и по возможности не употреблять лекарственные препараты. Это превращает лекарственные препараты в “непопулярные” товары.

И здесь мы приходим к важнейшему противоречию современного фармацевтического рынка – с одной стороны, фармацевтические компании продвигают лекарственные средства с целью улучшения здоровья потребителей и населения, с другой стороны, продажа лекарственных препаратов превратилась в многомиллиардный бизнес, который требует постоянного роста спроса со стороны рынка, т.е. роста числа и продолжительности заболеваемости населения. Вывод становится очевиден – целью фармбизнеса XXI века является стремление подсадить людей на постоянное потребление лекарственных средств, а фармацевтический маркетинг выступает средством достижения этой цели [11]. Подтверждением этого являются перспективные топовые направления продаж препаратов, которые формируются в рамках хронических заболеваний (табл. 2).

Таблица 2 – Топ-10 наиболее перспективных терапевтических направлений по объему продаж лекарственных средств на МФР до 2020 г.

№ п/п	Терапевтическое направление	Объем продаж в 2014 г., млрд дол.	Объем продаж в 2020 г., млрд дол.	Среднегодовые темпы прироста/убыли, %
1	Противоопухолевые препараты	79,2	153,1	11,6
2	Противодиабетические препараты	41,6	60,5	6,4
3	Противоревматические препараты	48,8	53,2	1,5
4	Противовирусные препараты	43,1	49,6	2,3
5	Вакцины	26,7	34,7	4,4
6	Бронхорасширяющие средства	32,5	32,5	0

Продолжение таблицы 2

7	Препараты для лечения заболеваний органов чувств	18,6	30,4	8,5
8	Антигипертензивные препараты	30,5	25,8	-2,8
9	Препараты для лечения рассеянного склероза	19,4	23,1	2,9
10	Иммуносупрессоры	9,2	18,6	12,5

Источники: <http://www.apteka.ua>

Таким образом, инновационный процесс современных фармацевтических компаний всецело связан с инструментами маркетинга и связей с общественностью с целью создания и распространения вирусов или мифов, направленных на увеличение спроса конкретных инновационных лекарственных средств и повышение своей капитализации. Рассмотрим самые популярные из них за последние несколько десятков лет:

1. Атипичная пневмония – заболевание впервые было отмечено в ноябре 2002 г. в провинции Гуандун (КНР) с последующей регистрацией болезни во Вьетнаме, Гонг Конге, Канаде, США и еще 30 странах мира. За время эпидемии в 30-ти странах мира официально зарегистрировано 8422 заболевших и более чем 900 умерших от атипичной пневмонии ТОРС (SARS)10 [26].

По мнению академика Российской академии медицинских наук С. Колесникова вирус атипичной пневмонии создан искусственно и представляет собой синтез двух известных вирусов (кори и инфекционного паротита, или свинки), естественное соединение которых в природе невозможно. Это можно сделать только в лабораторных условиях [24].

По данным IMS Health Inc. на лечение атипичной пневмонии в мире было потрачено более 10 млрд. долл. [18].

2. Свиной грипп – вспышка «свиного гриппа» в 2009 г. символизирует пик развития PR в фармации. На препарат «Терафлю», считавшийся едва ли не панацеей от недуга, а на практике являвшимся мощным препаратом с огромным списком противопоказаний и побочных эффектов только из госбюджета было потрачено около 2 млрд. долл. [21].

В США на лечение свиного гриппа было выделено более 15 млрд. долл., в России –1,5–2 млрд. долл., Евросоюзе – 0,7-1 млрд. долл., Японии – 0,5 млрд. долл., Китае –2 млрд. долл. [13].

3. СПИД – вирус СПИДА создан искусственно в конце 1970-х гг. посредством методов генной инженерии на основе новых знаний о влиянии различного рода излучений, иммунодепрессантов и моноклеарных антител на различные звенья иммунной системы.

По данным ВОЗ носителями вируса иммунодефицита человека в мире в 2011 г. являются 34 млн человек. И это экономически выгодно. На борьбу со СПИДом уже потрачено более 500 млрд. долл., но результатов никаких: вирус не выделен, тесты недостоверны, вакцина не найдена. А деньги уходят на поддержку фармацевтических фирм, производство тестов и лекарств. Ежегодно

на изучение и лечения СПИДа тратят 8 млрд. долл.. Стоимость одного теста – 50 долл., а каждый год только в США продают их около 20 млн... [21].

4. Эбола (геморрагическая лихорадка Эбола). Вирус заболевания впервые выведен в бассейне реки Эбола в Заире. В 1976 – 2013 гг. общее число заболевших составило более 2 тыс. человек. Данный уровень заболеваемости африканцев не способен был обеспечить необходимый спрос, вследствие чего медицинские корпорации не вели разработку вакцин. Высокая летальность вируса способствовала быстрой ликвидации очага. Почти синхронно с началом современной эпидемии стала распространяться информация о создании экспериментальной вакцины в США. При этом власти западных стран не перекрывают воздушного сообщения с очаговыми странами Западной Африки, продолжая настаивать на свободе передвижения как неотъемлемом праве человека, и, создавая тем самым условия для максимального распространения вируса. Одновременно с этим ведущими СМИ нагнетается информационный ажиотаж вокруг ситуации, формируя спрос и главный источник финансирования вакцинации – национальные бюджеты (по линии систем здравоохранения).

Таким образом, повторяется история со свиным гриппом, когда ВОЗ объявила ситуацию пандемии, что вынудило многие страны закупать вакцину. Россия не осталась в стороне от этих процессов. В нашей стране, например, на закупку «псевдоэффективного» препарата Арбидол был выделен значительный бюджет в несколько десятков миллиардов рублей [24].

Тридцать лет назад, глава фармацевтической компании Merck сделал несколько удивительно откровенный комментарий о своем горе, что рынок его компании ограничен только больными людьми: «Suggesting he would like Merck to be more like the maker of Wrigley's chewing gum, the CEO said it had long been his dream to make drugs for healthy people, to sell to everyone. That dream now drives the marketing machinery of the most profitable industry on earth». И высказал пожелание, чтобы Merck была больше похожа на производителя жевательной резинки Wrigley, его мечта делать лекарства и для здоровых людей, чтобы «продать все» [7].

Эта мечта теперь управляет маркетинговой машиной одной из самых прибыльных промышленности на Земле – фармацевтической. По данным отчета Всемирного Банка в 2014г. доход фармкомпаний только от одного инновационного гипополидемического средства Lipitor/Липримар (аторвастатин) составляет 13,6 млрд. долл. (Script, 2014), что превышает валовой национальный доход более чем половины стран мира [14].

Таким образом, около 85% продаваемых на рынке препаратов не только оказываются малоэффективными, но ещё и наносят серьёзный ущерб здоровью. Компании тратят на маркетинг в два-три раза больше, чем на исследования, чтобы убедить докторов выписывать именно эти лекарственные средства. В свою очередь маркетинг и связи с общественностью в руках фармацевтического бизнеса и погони за прибылью перестали выполнять свое главное предназначение – ориентации бизнеса на создание и продвижение

социально-экономических «благ», несущих ценность потребления для всех членов общества.

В последние годы, несмотря на увеличение числа новых лекарственных средств, размещаемых на рынке, среди них очень мало препаратов, приносящих настоящую терапевтическую пользу и удовлетворяющих истинные потребности здравоохранения. Кроме того, мы видели всплеск цен на лекарственные средства, якобы оправданный стоимостью научных исследований и разработок, что, однако, остается непрозрачным и широко оспаривается.

Прямым следствием деятельности фармацевтических компаний стало то, что от болезней, развитие которых можно было бы предупредить, погибло больше людей, чем в результате всех войн, произошедших за историю человечества. Таким образом, инновационность фармацевтического бизнеса XXI века – это прибыль одних и нищета с угрозой жизнедеятельности других, фактор перераспределения капитала, повседневная неизбежность или мечта, священный «Грааль» современного мира. Важно одно, инновации неразрывно связаны с жизнью человека, с его прошлым, настоящим и будущим. Поэтому от того, каким будет «качество» инновационного процесса в фармацевтике, во многом будет зависеть и то, каким будет это будущее.

Список использованных источников

- 1 Бигфарма сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.pharmexpert.ru
- 2 Броуэр Л. Фармацевтическая и продовольственная мафия. Последствия ее деятельности: дискредитация аллопатической медицины и серьезные проблемы состояния здоровья населения Запада; пер. с франц. Н.Н. Сенченко. – Киев: Княгиня Ольга, 2004. – 280 с.
- 3 Газета «Фармацевтический вестник» информационный портал индустрии [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pharmvestnik.ru/>
- 4 Европейское агентство по лекарственным средствам (European Medicines Agency, ЕМА) [Электронный ресурс]. Режим доступа: ema.europa.eu
- 5 EudraVigilance (EV) – Фармаконадзор ЕвроСоюза [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://eudravigilance.emea.europa.eu/human/index.asp>
- 6 GMP – стандарты, производство, контроль качества [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gmp.ru>
- 7 Леоненко Е.А. Фармацевтический маркетинг и связи с общественностью в XXI веке: проблемы и перспективы // Экономика и предпринимательство. 2014. № 5. С. 858.
- 8 Леоненко Е.А. Управление деловой активностью предприятия (на примере фармацевтического предприятия ОАО "Биохимик"). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Саранск. 2006.
- 9 Московские аптеки – фармацевтическая газета [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pharm-system.com/>
- 10 Провизор – сайт для провизоров [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.provizor.ru/>
- 11 Pharmacovigilance – Pharmacovigilance [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bfarm.de>
- 12 Ремедиум – профессионально о медицине и фармации. Медицинские новости портала – фармацевтика, фармация, медицина, лекарства. Самая актуальная информация. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.remedium.ru/>
- 13 Российская ассоциация фармацевтического маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.rafm.ru

- 14 Российская фармацевтика – Эффективность, безопасность, качество [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://npharma.org>
- 15 Pharm-medexpert – национальный экспертный аналитический портал, посвященный фармацевтическому рынку [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://pharm-medexpert.ru/>
- 16 Recipe.ru – фармацевтические новости [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://recipe.ru/>
- 17 RCCnews.ru – фармацевтическая индустрия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rccnews.ru/Rus/Pharmaceuticals/>
- 18 Стратегия развития фармацевтической промышленности Российской Федерации до 2020 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://pharma2020.ru/>
- 19 Тищенко А.Н. Социально-экономическое значение и характерные черты фармации / А.Н. Тищенко, А.В. Доровский // Проблемы экономики. – 2014. № 3. С. 13 – 20.
- 20 Фармацевтический рынок России 2015 [Электронный ресурс]. – Москва, 2012. Режим доступа: www.dsm.com.
- 21 Фармацевтическая газета «Аптека» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.apteka.ua>
- 22 ФАРМиндекс – профессиональный фармацевтический портал. Оперативная и профессиональная информация о рынке лекарственных средств и парафармации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pharmindex.ru/>
- 23 Фармэксперт – центр маркетинговой информации о фармацевтическом рынке [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://farmexpert.nichost.ru/>
- 24 CRA-Club – портал о клинических исследованиях [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cra-club.ru/>
- 25 Центр Фармакоэкономических Исследований [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.healthconomics.ru>
- 26 www.worldbank.org/annualreport/2015/ Отчет Всемирного Банка, 2015 год.

УДК 332.146.2

БЮДЖЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Макейкина Светлана Михайловна,

к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита, Национальный исследовательский
Мордовский государственный университет, *Саранск*

makeikinasm@yandex.ru

В статье обосновывается роль бюджета как инструмента стимулирования инновационного развития на региональном уровне. Автором исследуются программные расходы регионального бюджета, направленные на создание эффективной региональной научно-инновационной системы, обеспечивающей повышение конкурентоспособности экономики и устойчивое социально-экономическое развитие региона.

Ключевые слова: бюджет, инновационное развитие, расходы бюджета, регион, финансовое стимулирование, целевая программа.

BUDGET AS AN INSTRUMENT FOR FINANCIAL STIMULATION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ECONOMY OF REGION

Makeikina Svetlana Mixeilovna

Ph. D., associate Professor of Department of finances and credit,
National Research Mordovia State University, *Saransk*

makeikinasm@yandex.ru