



Российская фармацевтическая промышленность (дженерики и бренд-дженерики)

Работу выполнили:

Бобров Максим
Архангельская Кира
Ким Александра
Клямкин Григорий
Лайдинен Алина

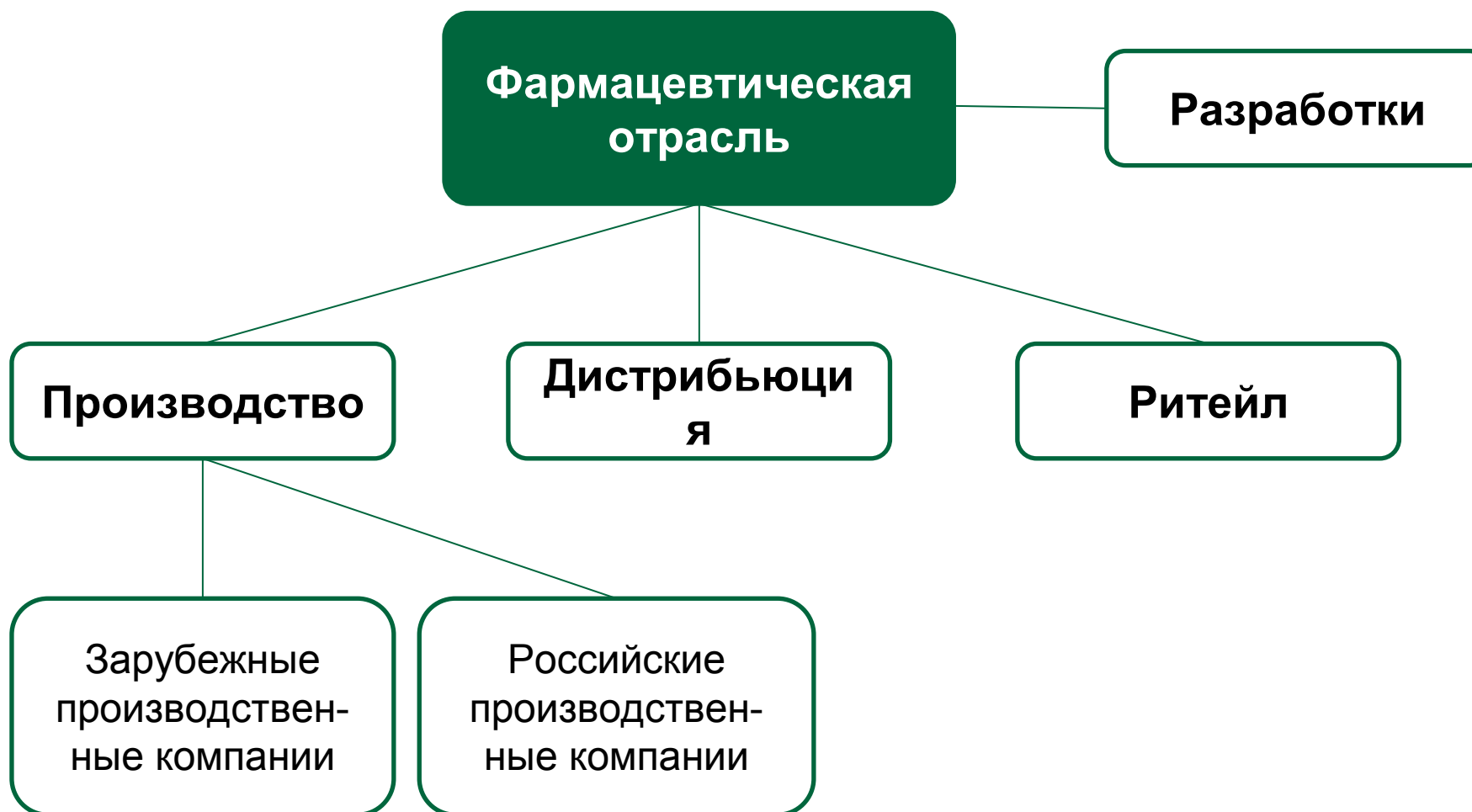
Панфилова Татьяна
Сухенко Кристина
Ценцова Алиса
Филиппова Анна
Юртаева Татьяна

Содержание

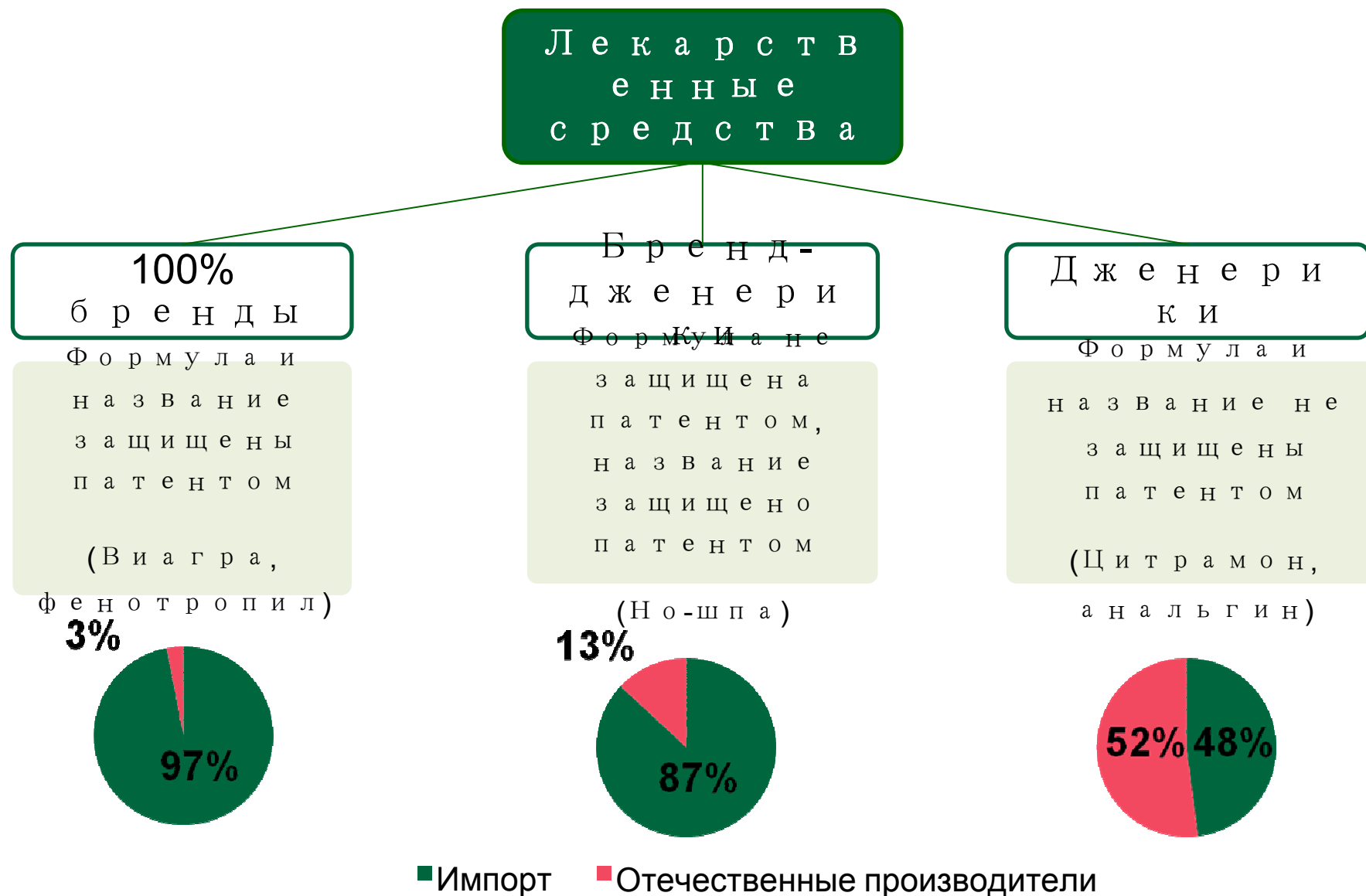


- Анализ фармацевтического рынка РФ
- Определение ключевых игроков отрасли дженериков бренд-дженериков и их основных отраслевых стратегий
- Определение 10 управленческих дилемм для отрасли дженериков и бренд-дженериков
- Определение 10 управленческих дилемм для компании НПО "ФГУП "Микроген""
- Тенденции и выводы

Структура отрасли фармацевтической



Виды лекарственных средств



Структура закупок российского фармацевтического рынка



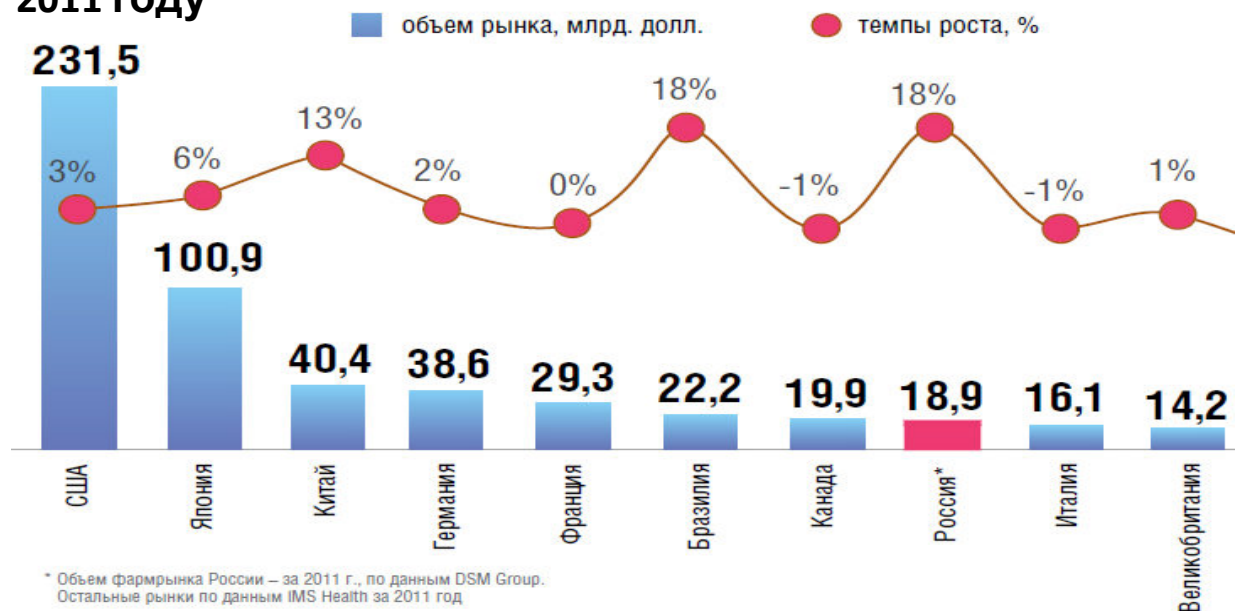
Основные особенности отрасли

- Доля российского рынка в мировом масштабе составляет около **2%** (в 2005 – менее 1%)
- Российский рынок – бурно растущий, опережает мировой по темпам роста

2005 : 32% - российский, 6% - мировой

2011 : **18%** - российский, 6% - мировой

Объем розничного рынка ГЛС России и других стран в 2011 году

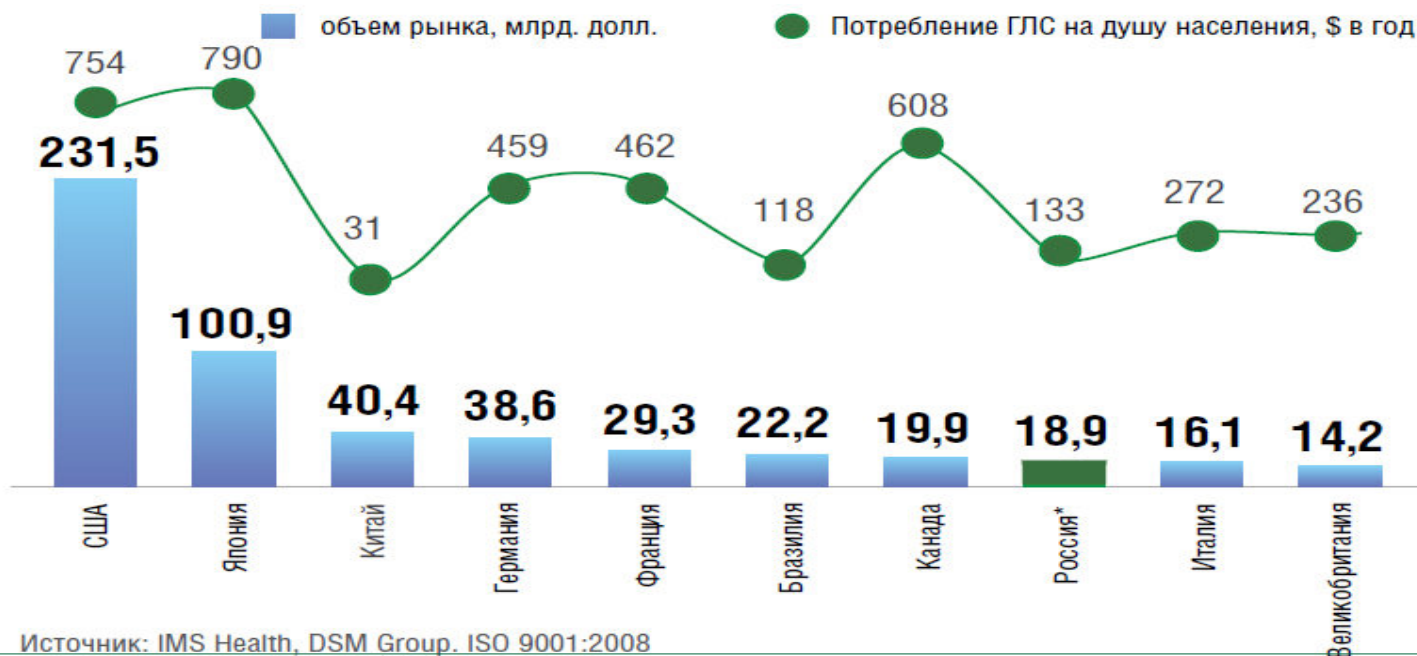


Основные особенности отрасли

- Потребление лекарств на душу населения стабильно растёт, но этот показатель в несколько раз меньше, чем в Европе.

- Потребительский спрос смещается в сторону более дорогих лекарств.

Потребление ГЛС в России и др. странах в 2011 году



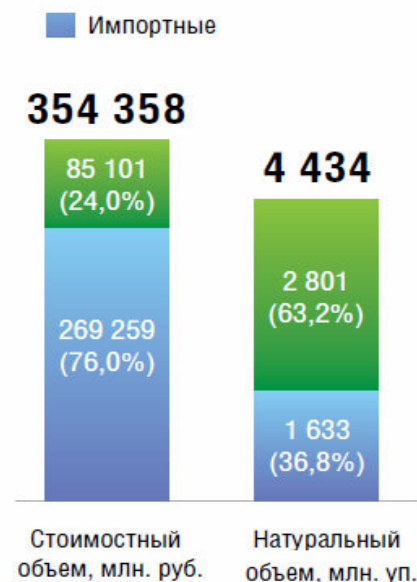
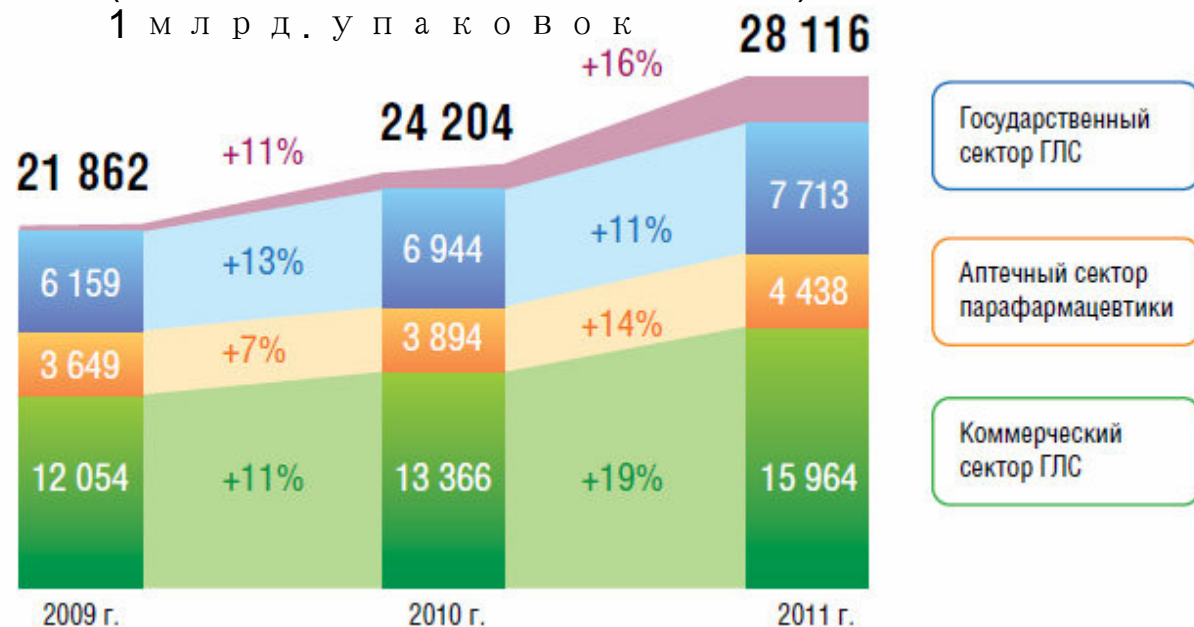
Российский фармацевтический рынок, структура

- Объем рынка в 2005 – 8370 млн. долл., в 2011 – 28 116 млн. долл.
- Доля коммерческого сектора в денежном выражении в 2005 – 66,5%, в 2011 – 56,7%
- Доля импортных препаратов в денежном выражении в 2005 – 85%, в 2011 – 76%

По итогам 2011 года емкость сегмента государственной закупки составила 142 млрд. руб. (на 9% выше, чем в 2010 г.). В натуральном выражении – 1 млрд. упаковок

Емкость фармацевтического рынка, млн. долл.

Соотношение объемов продаж импортных и отечественных препаратов



Ассоциация российских фармацевтических производителей

АРФП представляет интересы крупнейших российских фармацевтических производителей и содействует повышению конкурентоспособности отечественной фармацевтической отрасли

Задачи АРФП

- внедрение и защита принципов свободной конкуренции в отрасли (защита от государственной монополии)
- защита интересов российской фармацевтической промышленности в государственных органах законодательной, исполнительной и судебной власти



Члены ассоциации АРФП



2005

1. ОАО "Химико-фармацевтический комбинат Акрихин»
2. ОАО "ВЕРОФАРМ»
3. ОАО "Дальхимфарм»
4. ЗАО "ЗиО-Здоровье"
5. ООО "КРКА-РУС»
6. ЗАО "Макиз-Фарма»
7. ЗАО "Мастерлек»
8. ОАО "Нижфарм»
9. ЗАО "Фармацевтическое предприятие "Оболенское»
10. ОАО "Отечественные лекарства»
11. ООО "Научно-технологическая фармацевтическая фирма "Полисан»
12. ЗАО "Фарм-Синтез" (Москва)
13. ООО "Фармстандарт»

2012

1. ООО "АстраЗенека Индастриз"
2. ОАО "Биосинтез"
3. ЗАО "ГЕДЕОН РИХТЕР-РУС"
4. ООО "Герофарм"
5. ОАО "Дальхимфарм"
6. ЗАО "ЗиО-Здоровье»
7. ООО "КРКА-РУС"
8. ОАО "Нижфарм"
9. Никомед Россия - СНГ
10. ООО "Ново Нордиск"
11. ЗАО "ФП "Оболенское"
12. "НПО Петровакс Фарм"
13. ООО "НТФФ "Полисан"
14. ЗАО "Р-Фарм"
15. ЗАО "Сервье"
16. ООО "ТЕВА"
17. ЗАО "ФармФирма Сотекс"
18. ЗАО "Фарм-Синтез"
19. ОАО НПК "Эском"

Ассоциация фармацевтических производителей Евразийского союза



В декабре 2012 года Главное управление Министерства юстиции по Москве зарегистрировало некоммерческую организацию - **Ассоциацию фармацевтических производителей Евразийского экономического сообщества** (Ассоциация фармацевтических производителей ЕврАзЭС).

Главная задача Ассоциации

Содействие достижению членами Ассоциации соблюдения правил надлежащей производственной практики (GMP), лекарственному обеспечению населения и ЛПУ и научным исследованиям в области лекарственного обращения.

Участники:

ОАО «Фармстандарт-УфаВИТА»

ОАО «Фармстандарт-Лексредства»

ТОО «БЕРОФАРМ» (Казахстан)

ТОО «КФК» (Казахстан)

Ключевые игроки



Крупнейшие производители лекарственных средств в России

2005	
Компании	Доля, %
Отечественные лекарства	11,49%
Микроген	10,47%
Фармстандарт	9,08%
Верофарм	6,49%
Нижфарм	5,75%

2010*	
Компании	Доля в объеме произв-ва, %
ОАО "Фармстандарт"	14,95%
ОАО "Нижфарм"	5,14%
ОАО «Валента»**	4,94%
"ФГУП "Микроген""	4,5%
ОАО "Верофарм"НПО	4,07%

* По данным отчета Внешэкономбанка «Современное состояние и перспективы развития российской фармацевтической промышленности», июль 2012

** До 2008 года - «Отечественные лекарства»

ОАО «Фармстандарт»



- Основано в 2003 году
- Совокупные производственные мощности (2011 год): 1,46 млрд. упаковок в год. Компанию обеспечивает 4 завода по производству лекарственных средств и завод медицинского оборудования
- Производство соответствует стандарту GMP (с 2006 года)
- Наиболее известные препараты: Арбидол, Компливит, Пенталгин, Флюкостат, Фосфоглив, Амиксин, Афобазол, Растан и Биосулин.
- 18 % акций торгуется на ММВБ и в РТС, 25 % в виде GDR — на Лондонской фондовой бирже.
- Цель: Дальнейшее усиление лидирующих позиций на российском фармацевтическом рынке

ОАО «Нижфарм»



- Основано в 1919 году
- Одна из производственных компаний российского холдинга STADA CIS, входящего в состав международного концерна STADA AG (единственный акционер компании)
- Специализируется на выпуске мягких лекарственных форм
- Производственные мощности:
 - Мази, кремы, гели: 81,12 млн. шт.
 - Суппозитории: 360 млн. шт.
 - Таблетки, капсулы: 360 млн. шт.
 - Производство соответствует стандарту GMP

ОАО «Валента»



- Основана в 1997 году как ОАО «Отечественные лекарства».
- В настоящий момент в ее состав входит ОАО «Валента Фармацевтика» (ранее ОАО «Щелковский витаминный завод»)
- Наиболее известные препараты: Фенотропил, Ингавирин, Зидена, Зорекс, Граммидин, Феназепам

ОАО «Верофарм»



- Основана в 1997 года акционерами аптечной сети «36,6».
- Производственную базу компании составляет 3 завода. В настоящий момент компания осуществляет строительство 2-х производственных объектов, соответствующих стандартам GMP
- Производственные мощности:
 - 591 млн. таблеток и капсул,
 - 7 млн. ампул,
 - 468 млн. пластырей
 - 43 млн. флаконов
- Компания предлагает широкий ассортимент продукции. Ассортиментная линейка компании в 2011 году состояла из: 177 препаратов, 152 вида пластырей, 6 косметических средств

10 дилемм – отрасль. 2005 год



О т р а с л е в о й у р о в е н ь	Международный контекст	Г л о б а л и з а ц и я / Л о к а л и з а ц и я
	Отраслевой контекст	С о г л а с о в а н н о с т ь / В ы б о р
	Стратегия на уровне куста	К о н к у р е н ц и я / К о о п е р а ц и я
К о р п о р а т и в - н ы й У р о в е н ь	Конкурентная стратегия	Р ы н к и / Р е с у р с ы
	Корпоративная стратегия	Б ы с т р ы й о т в е т / С и н е р г и я
	Стратегические изменения	Р е в о л ю ц и я / Э в о л ю ц и я
У р о в е н ь р у к о в о д с т в а к о р п о р а ц и и	Цели организации	Р е н т а б е л ь н о с т ь / О т в е т с т в е н н о с т ь
	Формулирование стратегии	С в о б о д н о е / В ы н у ж д е н н о е
	Организационный контекст	К о н т р о л ь / Х а о с
	Стратегическое мышление	Л о г и к а / Т в о р ч е с т в о

О с н о в н ы е и з м е н е н и я з а 2005- 2012 г о д ы



- Принятие в 2009 году списка ЖНВЛС (жизненно необходимых и важнейших лекарственных средств) с целью государственного регулирования цен на лекарства
- Вступление в силу Федерального закона от 12.04.2010 года № 61-ФЗ "Об обращении лекарственных средств"
- Вступление России в ВТО в 2011 году
- Принятие стратегии «**Фарма-2020**» от 17 февраля 2011

Определение 10 дилемм – отрасль. 2012 год



Г л о б а л и з а ц и я ?
Л о к а л и з а ц и я
С о г л а с о в а н н о с т ь ?
В ы б о р
К о н к у р е н ц и я ?
К о о п е р а ц и я
Р ы н к и ? Р е с у р с ы
Б ы с т р ы й о т в е т ?
С и н е р г и я
Р е в о л ю ц и я ?
Э в о л ю ц и я
Р е н т а б е л ь н о с т ь ?
О т в е т с т в е н н о с т ь
С в о б о д н о е ?
В ы н у ж д е н н о е
К о н т р о л ь ? Х а о с
Л о г и к а ? Т в о р ч е с т в о

Глобализация - Локализация



Глобальная конвергенция	Международное разнообразие
▪ Вступление России в ВТО ▪ Большая часть ресурсов завозится из-за рубежа ▪ Среди дженериков и бренд-дженериков доля импортных препаратов составляет 73% (по стоимости) ▪ Россия является импортером фармацевтических инноваций, использует мировые технологии ▪ Переход к стандартам ISO ▪ Доля российских лекарств в госзакупках составляет 3%	▪ Промышленный выпуск фармацевтических субстанций осуществляют менее 20 предприятий ▪ Доля экспорта в другие страны всего 7% ▪ Несоответствие международным стандартам качества GMR

90% / 10%

Согласованность - Выбор



Эволюция отрасли	Создание
▪ Адаптация к законам и правилам. Развитие отрасли в рамках приоритетов национальной государственной политики ▪ Формальная защищенность законодательством затрудняет инновационное производство ▪ Ориентация отрасли на низкорентабельные дженерики определяет общую рентабельность ▪ Фирмы адаптируют свое производство под спрос	▪ Стратегия государства в области инновационного развития отрасли

90% / 10%

Конкуренция - Кооперация



Дискретная организация

Встроенная организация

- На рынке сегодня работают несколько ассоциаций, в т.ч. узкопрофильных. Наиболее представительными и влиятельными является АРФП
- Формирование кластеров фармацевтических организаций (Уральский, Казанский, Санкт-Петербургский и т.д)
- Отсутствие понятия и четких критериев определения взаимозаменяемости лекарственных средств (невозможность конкуренции – размытие границ).

0% / 40%

Рынки - Ресурсы



Снаружи внутрь	Изнутри наружу
▪ Заполучение необходимых ресурсов (технологии) ▪ Приспособление под спрос	▪ Развитие ресурсной базы (высокая сырьевая зависимость от импорта, дефицит квал. кадров) ▪ Производят, исходя из имеющихся ресурсов ▪ Производят дешёвые дженерики, для которых имеются ресурсы

35% / 65%

Быстрый ответ - Синергия



Набор бизнесов	Корневые компетенции
	▪ Фирмы конкурируют на уровне корпораций ▪ Общая база компетенций (фокусирование) ▪ Развитие компетенций и их внедрение ▪ Бизнес-единицы высоко интегрированы

20% / 80%

Революция - Эволюция



Внезапное изменение	Постепенное изменение
▪ Резкая адаптация внешней среде (законодательные акты, обновление списка ЖНВЛС) ▪ Резкие толчки, стимулирование изменений (инновационная активность поддерживается РОСНАНО, «Сколково», Российской венчурной компанией)	▪ Органичная адаптация (производители РФ копируют существующие технологии, ориентированы на производство низкорентабельных дженериков) ▪ Умеренные изменения (на разработку новых препаратов российские компании тратят не более 1-2% выручки (доля инновационной продукции в общем объеме в 2006-2010 гг. не превышала 4-7%))

35% / 65%

Рентабельность - Ответственность



Стоимость для учредителей	Ценности «соучастников»
▪ Большое внимание уделяется вопросу повышения рентабельности	▪ На предприятиях обеспечивают полную безопасность производства для работников и окружающей среды, происходит внедрение стандарта GMP ▪ Балансирование интересов различных соучастников ▪ Ориентация на отношения с клиентами

30% / 70%

Свобода - Вынужденность



Планирование	Инкрементализм
▪ Развитие системы защиты интеллектуальной собственности	▪ Правительство задает вектор развития отрасли (Стратегия лекарственного обеспечения населения до 2025 года, Стратегия «Фарма-2020»); ▪ Планируемое введение обязательного стандарта GMP ▪ Западные компании оказывают значительное влияние в сфере технологий и интеллектуальной собственности ▪ Проведение реформ в сфере здравоохранения и фармацевтики (регулирование цен на ЖНВЛП)

25% / 75%

Контроль - Хаос



Организационное лидерство

- Организационные изменения – это контролируемый созидательный процесс
- Форма изменений «сверху вниз», большое количество правил
- Ускоряющаяся адаптация к изменениям (сокращение цепочки создания стоимости)

Организационная динамика

- Медленные изменения. 15% российских производителей соответствуют GMP (мировые стандарты, гарантирующие качество лекарств потребителям, и обеспечивающие равные условия конкуренции)



60% / 40%

Логика - Творчество



Рациональное мышление

- Компании формируют свой портфель продукции, исходя из эффективности и востребованности препаратов, принятие решений основано на анализе рынка
- Стратегические и операционные решения опираются на формальные установленные правила (законы, стандарты)

Творческое мышление

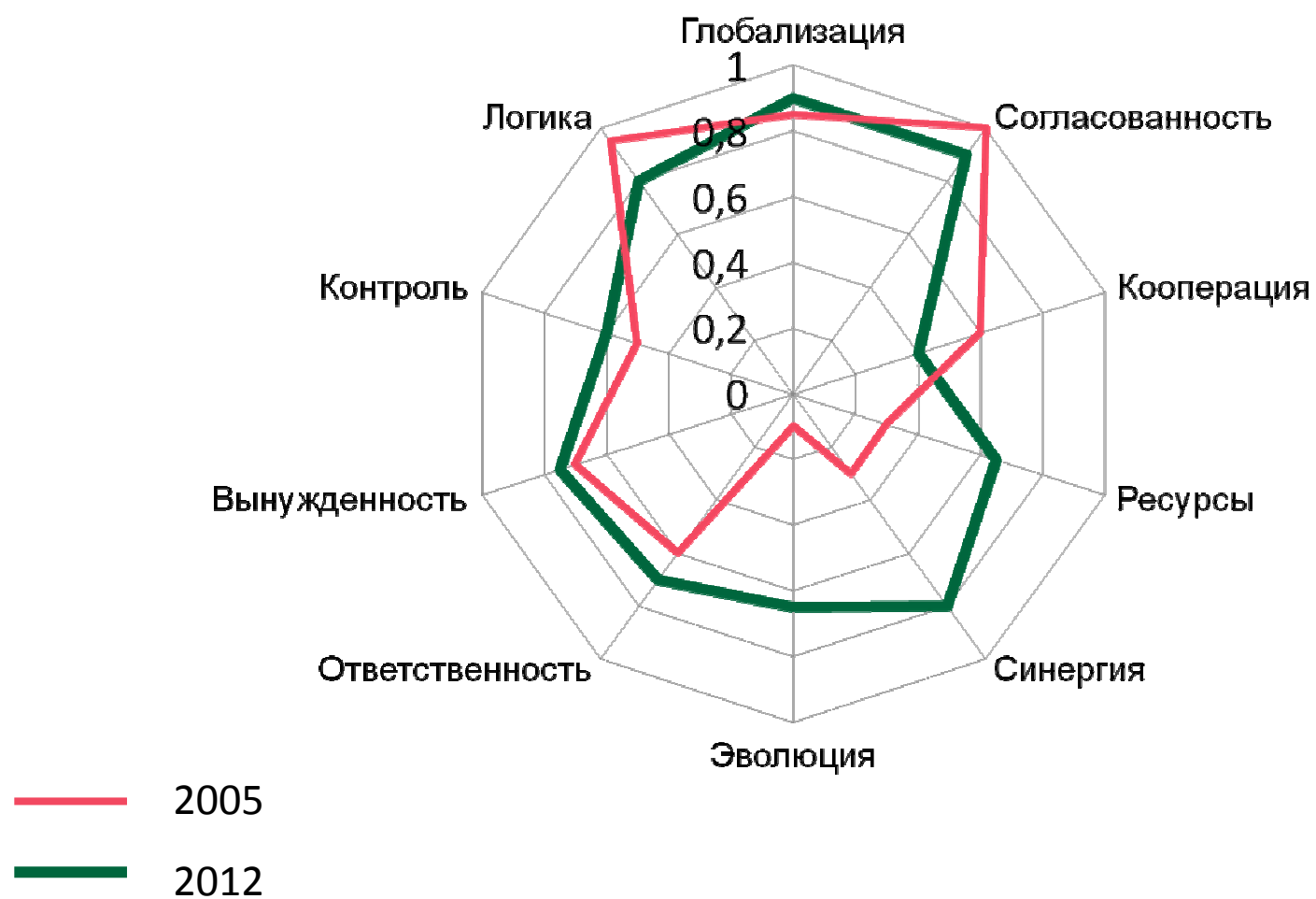
- Рост популярности брэндинга фармацевтических препаратов как потенциальная возможность творчества

80% / 20%

10 дилемм – отрасль 2012

Отраслевой уровень	Международный контекст	Глобализация/Локализация
	Отраслевой контекст	Согласованность/Выбор
	Стратегия на уровне куста	Конкуренция/Кооперация
Корпоративный уровень	Конкурентная стратегия	Рынки/Ресурсы
	Корпоративная стратегия	Быстрый ответ/Синергия
	Стратегические изменения	Революция/Эволюция
Уровень руководства корпорации	Цели организации	Рентабельность/Ответственность
	Формулирование стратегии	Свободное/Вынужденное
	Организационный контекст	Контроль/Хаос
	Стратегическое мышление	Логика/Творчество

Профиль отрасли



Ф Г У П Н П О «М И К Р О Г Е Н»



ФГУП «НПО «Микроген» Минздрава России образовано в мае 2003 года, путем объединения 14 государственных унитарных предприятий, производящих иммунобиологические препараты



П р е д п р и я т и я Н П О «М и к р о г е н»



н а х о д я т с я в **13** с у б ъ е к т а х Р Ф



М и с с и я п р е д п р и я т и я : НПО «Микроген» создает условия для появления на российском рынке доступных и высококачественных лекарственных препаратов и вакцин отечественного производства.



Приоритетное направление деятельности - производство вакцин против опасных инфекционных заболеваний

ФГУП «НПО «Микроген» Минздрава России производит более 70% всего объема выпускаемой в стране иммунобиологической продукции

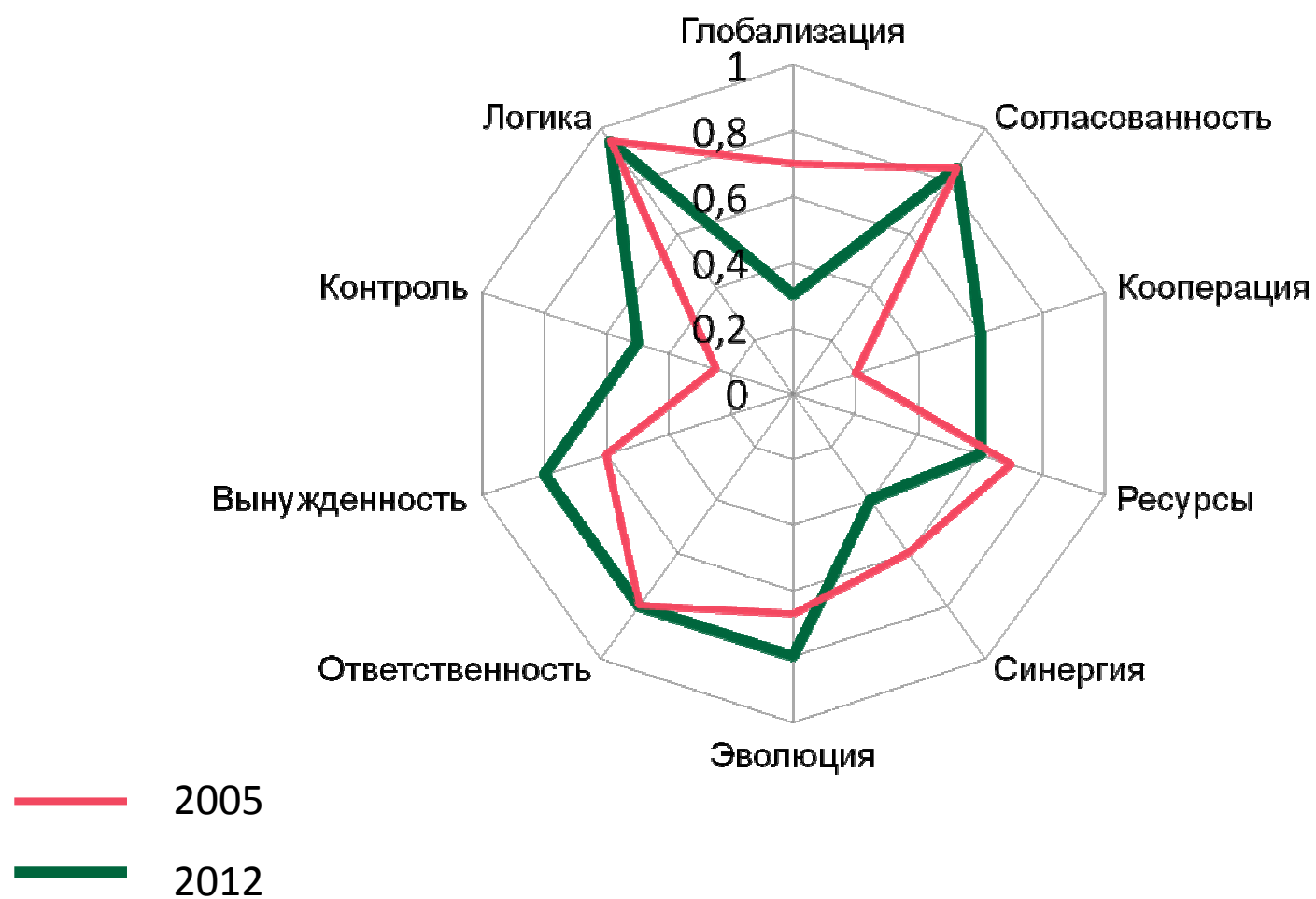
10 дилемм — компания. 2005 год

О т р а с л е в о й у р о в е н ь	Международный контекст	Г л о б а л и з а ц и я / Л о к а л и з а ц и я
	Отраслевой контекст	С о г л а с о в а н н о с т ь / В ы б о р
	Стратегия на уровне куста	К о н к у р е н ц и я / К о о п е р а ц и я
К о р п о р а т и в н ы й у р о в е н ь	Конкурентная стратегия	Р ы н к и / Р е с у р с ы
	Корпоративная стратегия	Б ы с т р ы й о т в е т / С и н е р г и я
	Стратегические изменения	Р е в о л ю ц и я / Э в о л ю ц и я
У р о в е н ь р у к о в о д с т в а к о р п о р а ц и и	Цели организации	Р е н т а б е л ь н о с т ь / О т в е т с т в е н н о с т ь
	Формулирование стратегии	С в о б о д н о е / В ы н у ж д е н н о е
	Организационный контекст	К о н т р о л ь / Х а о с
	Стратегическое мышление	Л о г и к а / Т в о р ч е с т в о

10 дилемм — компания. 2012 год

О т р а с л е в о й у р о в е н ь	Международный контекст	Г л о б а л и з а ц и я / Л о к а л и з а ц и я
	Отраслевой контекст	С о г л а с о в а н н о с т ь / В ы б о р
	Стратегия на уровне куста	К о н к у р е н ц и я / К о о п е р а ц и я
К о р п о р а т и в н ы й у р о в е н ь	Конкурентная стратегия	Р ы н к и / Р е с у р с ы
	Корпоративная стратегия	Б ы с т р ы й о т в е т / С и н е р г и я
	Стратегические изменения	Р е в о л ю ц и я / Э в о л ю ц и я
У р о в е н ь р у к о в о д с т в а к о р п о р а ц и и	Цели организации	Р е н т а б е л ь н о с т ь / О т в е т с т в е н н о с т ь
	Формулирование стратегии	С в о б о д н о е / В ы н у ж д е н н о е
	Организационный контекст	К о н т р о л ь / Х а о с
	Стратегическое мышление	Л о г и к а / Т в о р ч е с т в о

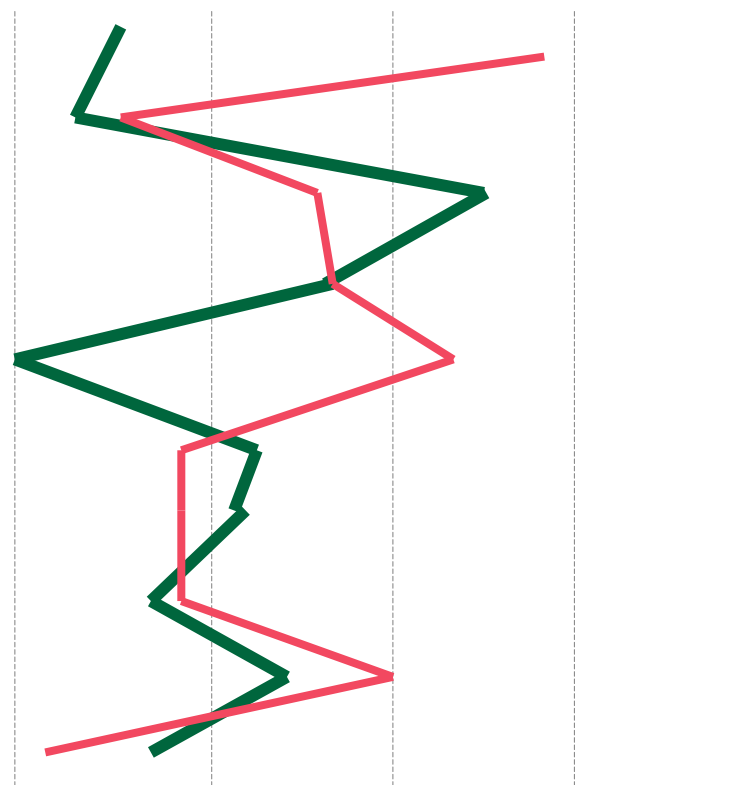
Профиль компании



Компания и отрасль. 2012 год



Г л о б а л и з а ц и
я
С о г л а с о в а н н
о с т ь
К о о п е р а ц и я
Р е с у р с ы
С и н е р г и я
Э в о л ю ц и я
О т в е т с т в е н н
о с т ь
В ы н у ж д е н н о е
К о н т р о л ь
Л о г и к а



— Отрасль — Микроген

Т е н д е н ц и и и В ы в о д ы



- С 2005 по 2012 год фармацевтический рынок вырос в 3 раза, темпы роста снизились в 2 раза, доля импортного производства незначительно снизилась
- Проведение политики протекционизма способствует более активному развитию российских фармацевтических компаний и укреплению их на рынке РФ и СНГ
- По сравнению с 2005 годом в отрасли повысились тенденции кооперации, синергии и контроля. Кроме того, компании в большей степени стали ориентироваться на ресурсную стратегию.
- Компания Микроген незначительно изменила свою стратегию, и сейчас компания не соответствует уровням глобализации, контроля (не приняты стандарты, имеющиеся у основных конкурентов) и кооперации отрасли. Также из-за своей организационно-правовой формы, решения в компании принимаются «вынужденно».



Что?... Не помогает?

Я же говорил -
лекарства надо брать
от отечественных
производителей



отечественные лекарства



ЩЕЛКОВСКИЙ ВИТАМИННЫЙ ЗАВОД
НОВОСИБИХИМФАРМ КРАСФАРМА

МИКРОХИГЕН

veropharm

НИЖФАРМ
ГРУППА КОМПАНИЙ СЕДА

phs Фармстандарт

С П И С О К О С Н О В Н Ы Х И С Т О Ч Н И К О В

- 
- Современное состояние и перспективы развития российской фармацевтической промышленности/ Внешэкономбанк/июль 2012 - <http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/analytics/fld/20120816pharma.pdf>
 - Marketline idustry profile. OTC Pharmaceuticals in Russia. February 2012
 - Стратегия развития фармацевтической промышленности РФ на период до 2020 года
 - Фармацевтический рынок России/Group DSM/2011 - http://www.katren.ru/content/rus/katren.ru/content_include/%D0%B0%D1%83%D0%B4%D0%B8%D1%82/dsm/2011/November%202011.pdf
 - Отрасль прибавила баллов/Российская Бизнес-газета/2012 №878 (49) - <http://www.rg.ru/2012/12/25/otrasl.html>
 - Официальный сайт компании Микроген - <http://www.microgen.ru/>