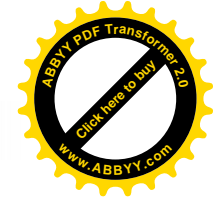
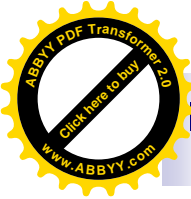


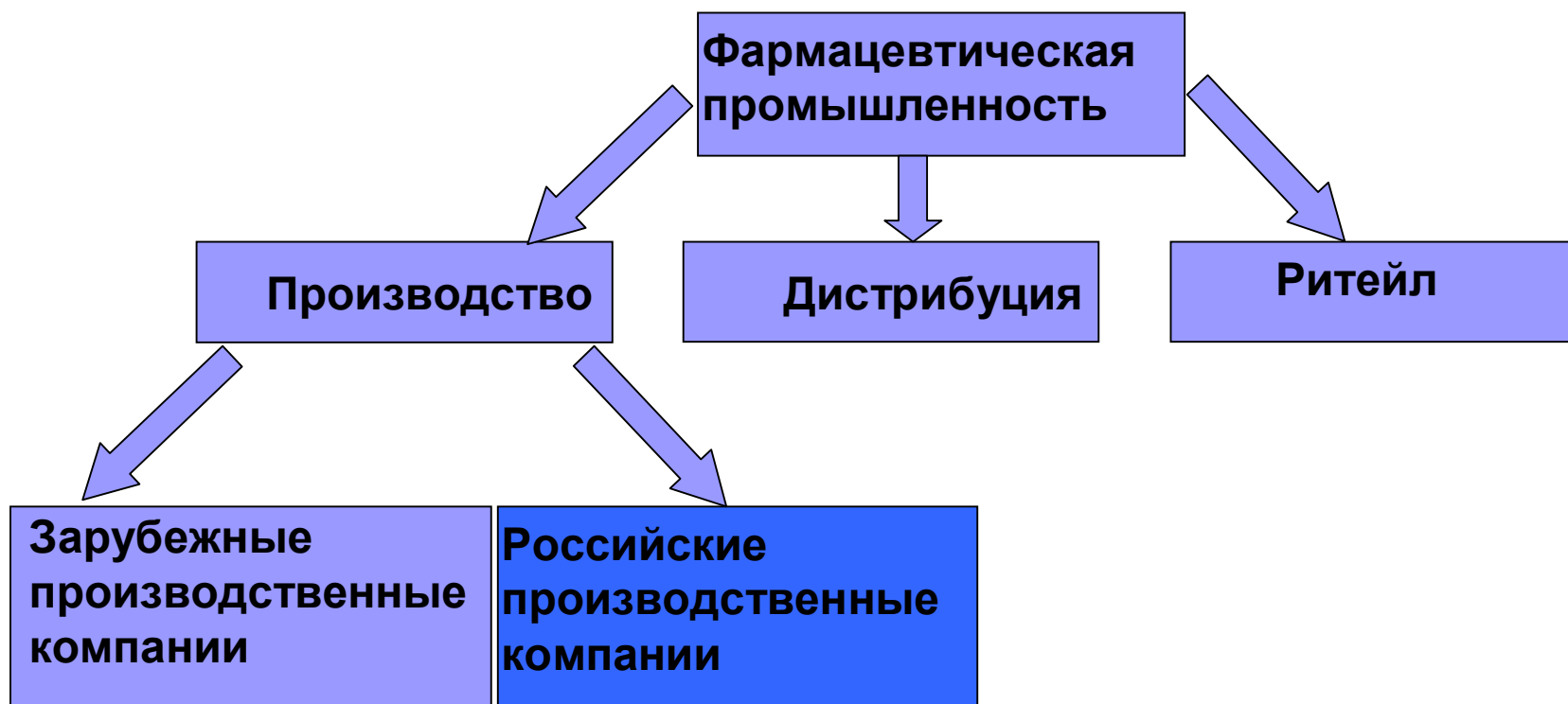
Российская фармацевтическая промышленность (дженерики и бренд-дженерики)

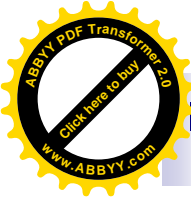
Выполнили:
Бахланова А.
Еропкина Т.
Мушина Н.
Пчелина А.
Сергеевкова В.
Группа 723



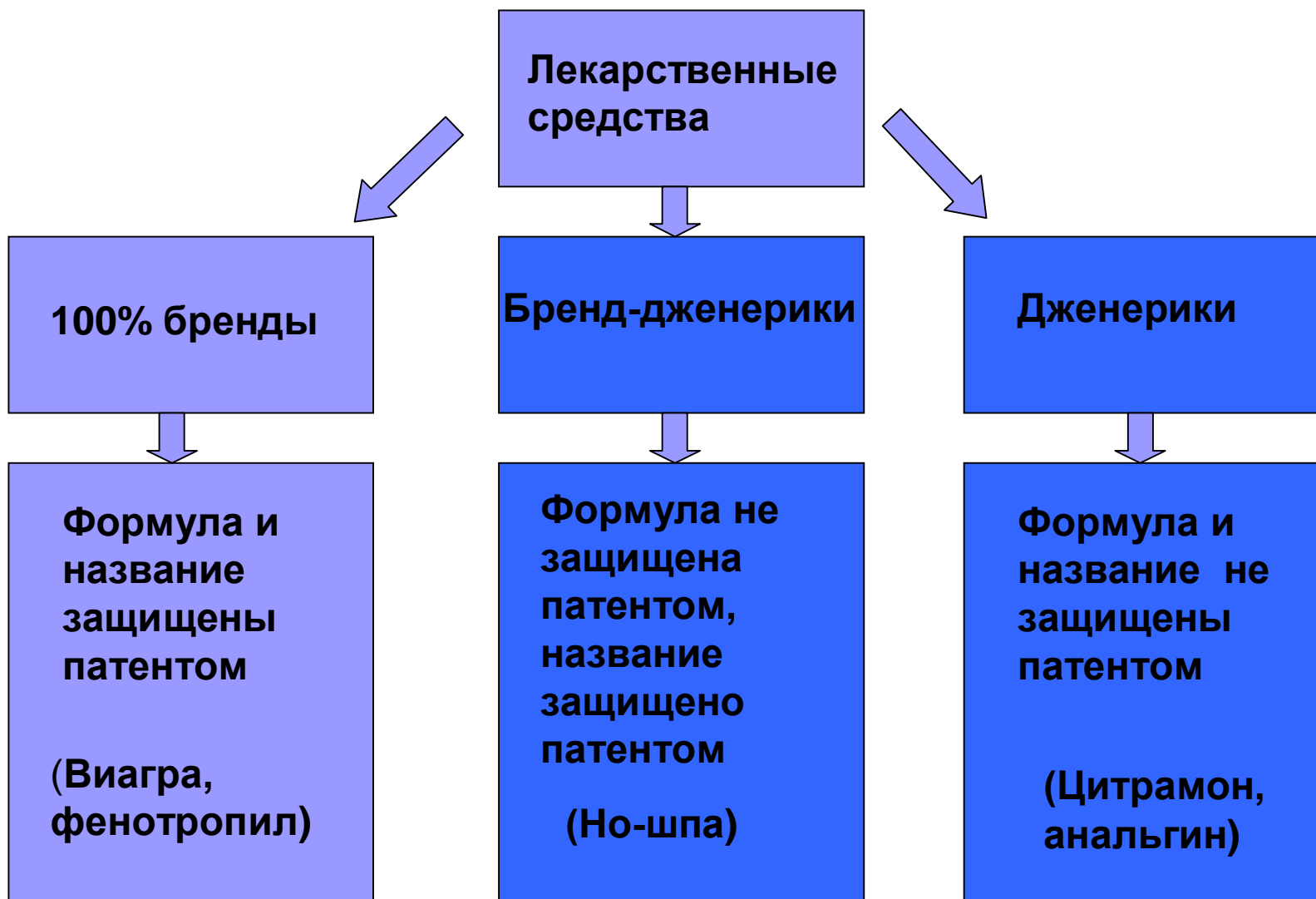


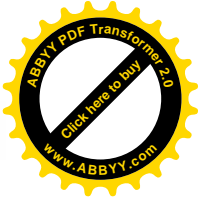
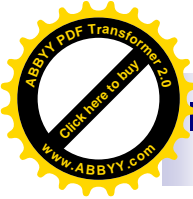
Структура отрасли фармацевтической промышленности





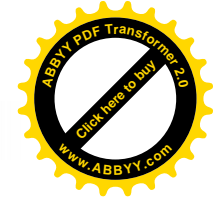
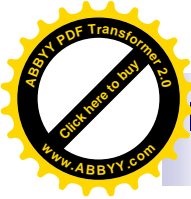
Виды лекарственных средств



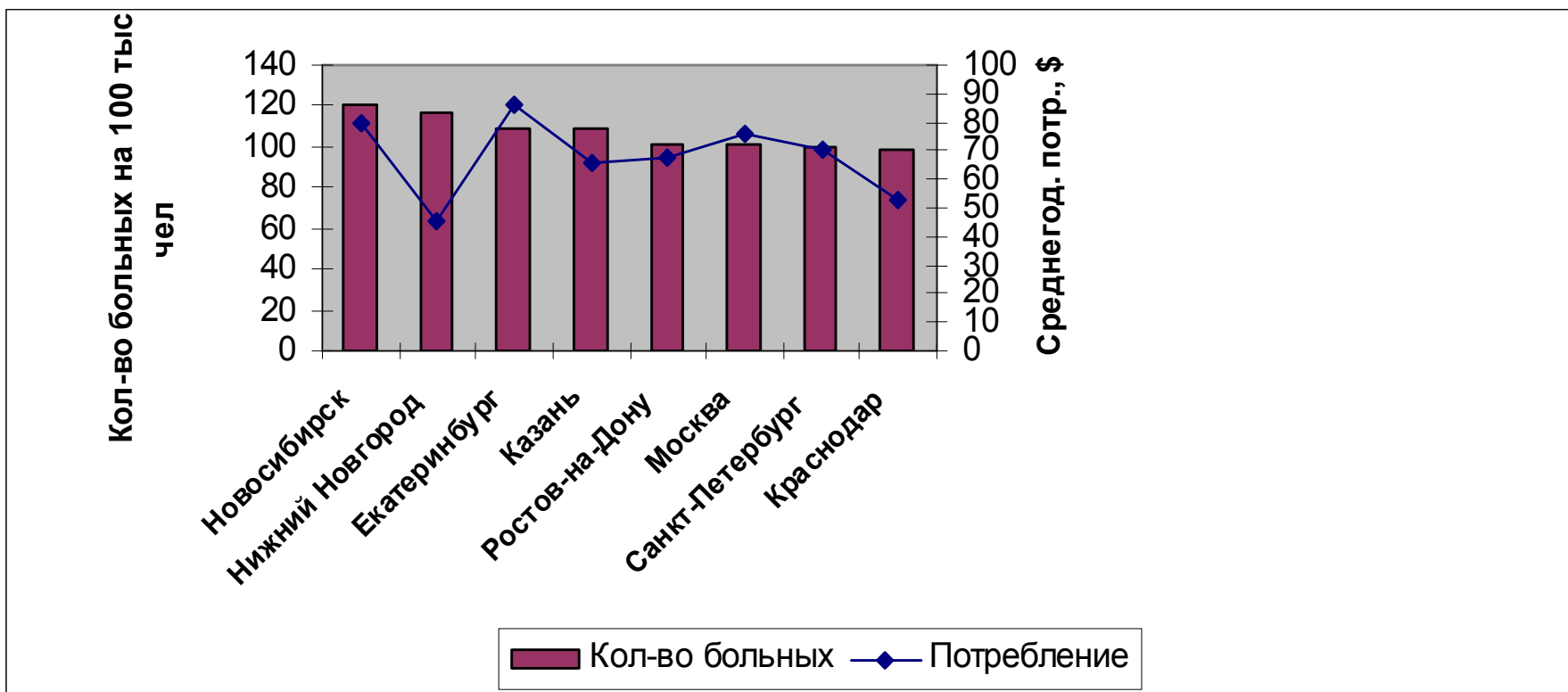


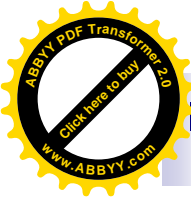
Основные особенности отрасли:

- Доля российского рынка в мировом масштабе составляет менее 1 %.
- Российский рынок – бурно растущий, опережает мировой рынок по темпам роста (32% - Российский, 6% - мировой).
- Потребление лекарств на душу населения стабильно растет, но этот показатель в несколько раз меньше, чем в Европе.
- Потребительский спрос смещается в сторону более дорогих лекарств.



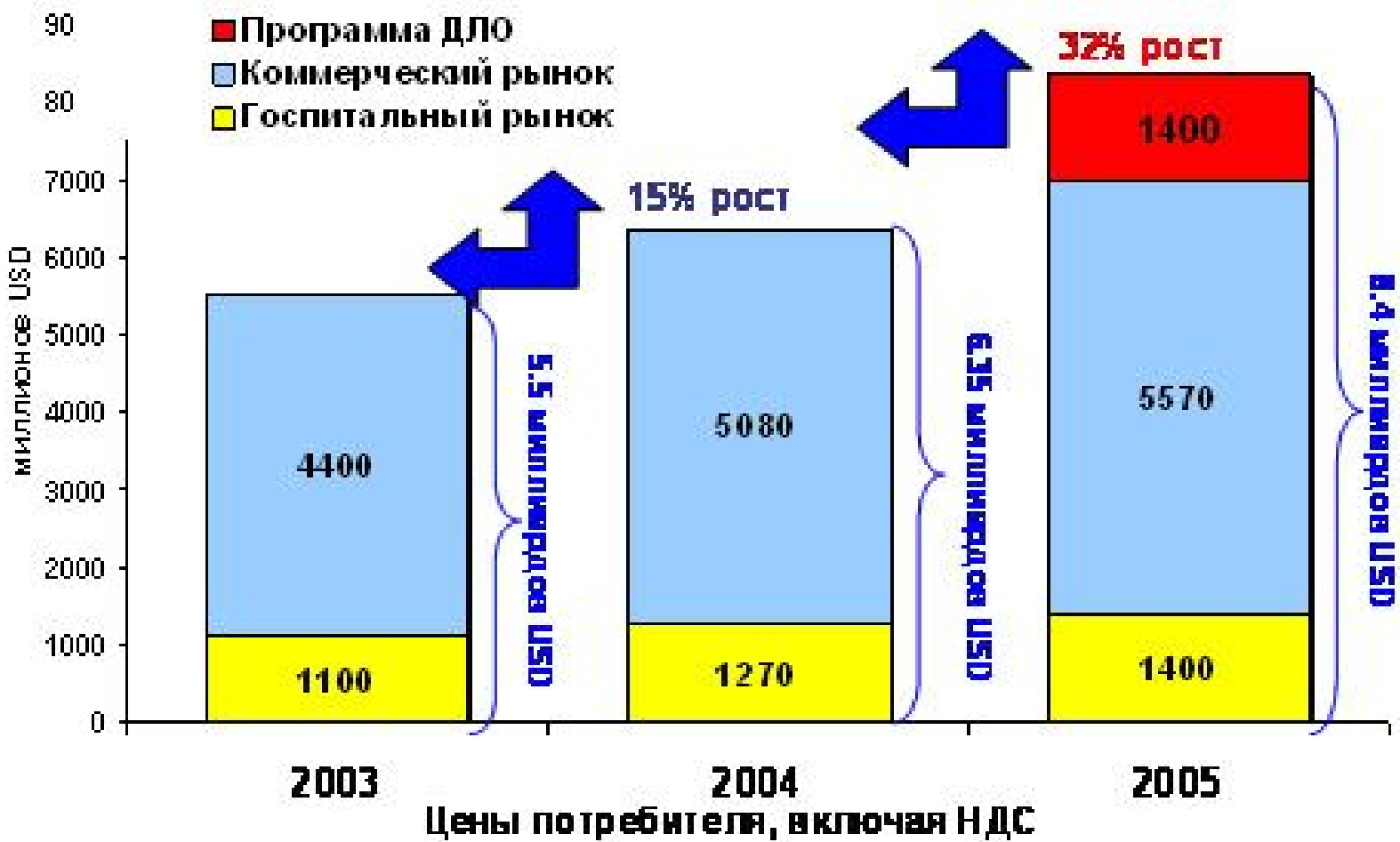
Не существует четкой зависимости объема потребления лекарств от количества больных:



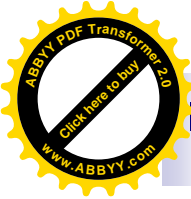


Российский фармацевтический рынок в 2003-2005 году*

ФАРМЭКСПЕРТ



Тростников Александр



Доля рынка в денежном выражении инновационных и дженериковых препаратов на Российском фармацевтическом рынке в 2005 году



Доля рынка инновационных и дженериковых препаратов в различных сегментах фармацевтического рынка в 2005 году

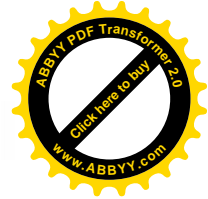
* Инновационные препараты: МНН находится под патентной защитой



■ Дженерики ■ Инновационные



← Все инновационные препараты – 100%



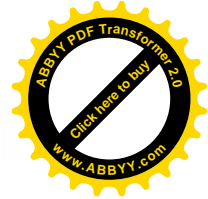
Ассоциация российских фармацевтических производителей



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

ОАО "Химико-фармацевтический комбинат Акрихин" Производство лекарственных средств

ОАО "ВЕРОФАРМ" Производство лекарственных средств

ОАО "Дальхимфарм" Разработка и производство лекарственных средств

ЗАО "ЗиО-Здоровье" Производство лекарственных средств

ООО "КРКА-РУС" Разработка и производство лекарственных средств

ЗАО "Макиз-Фарма" Разработка и производство лекарственных средств

ЗАО "Мастерлек" Производство лекарственных средств

ОАО "Нижфарм" Производство, маркетинг и продажа лекарственных средств

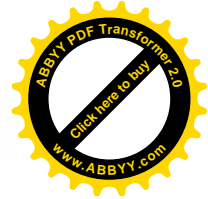
ЗАО "Фармацевтическое предприятие "Оболенское" Производство лекарственных средств

ОАО "Отечественные лекарства" Производство лекарственных средств

ООО "Научно-технологическая фармацевтическая фирма "Полисан" Разработка и производство лекарственных средств

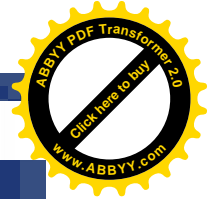
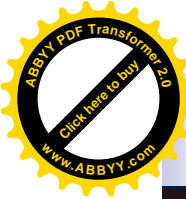
ЗАО "Фарм-Синтез" (Москва) Производство лекарственных средств

ООО "Фармстандарт" Производство лекарственных средств



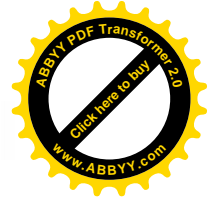
Ключевые игроки

Рейтинг	Компания	Доля в %
1	Отечественные лекарства	11,49%
2	Микроген	10,47%
3	Фармстандарт	9,08%
4	Верофарм	6,49%
5	Нижфарм	5,75%



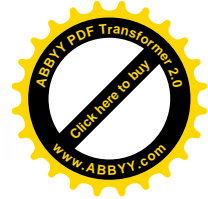
Отраслевые стратегии компаний

- Органический рост
- Горизонтальная интеграция
- Вертикальная интеграция
- Интернационализация
- Диверсификация



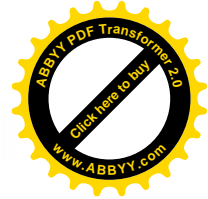
Рентабельность - Ответственность

- Достаточно часто можно видеть в правлении сторонних директоров
- В большинстве корпораций руководство тратит большие деньги на заботу о здоровье подчиненных (т.к. фармацевтика – это химическое, т.е. вредное производство)
- Многие служащие работают на заводах по 25 лет, руководству важна удовлетворенность работников
- Клиент является и целью, и средством: в миссиях многих компаний прописывается важность заботы о клиенте, и этот пункт реально действует. Лозунги о поддержании здоровья нации



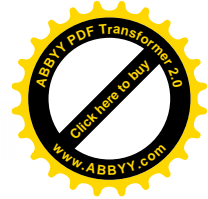
Глобализация - Локализация

- Мировая тенденция к созданию холдингов, альянсов, совместных предприятий
 - Технологии (сырье, оборудование, рецептура)
 - Капитал
 - Внедрение стандартов GMP, ISO
 - 76% ЛС на рынке зарубежного производства
 - Рабочая сила
 - Политическое прикрытие
 - Адаптация к существующему спросу на ЛС
 - Капитал
- ←



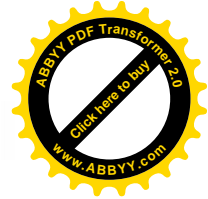
Согласованность - Выбор

- Успех фирмы зависит от соответствия потребностям отрасли
- Игра по правилам: законодательные акты, срок действия патентов
- Относительно низкая рентабельность отрасли производства дженериков



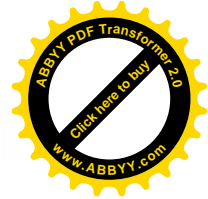
Контроль - Хаос

- Руководители компаний контролируют процесс изменений, выбирают направления изменений
- Изменения определяются навыками лидера-руководителя
- Изменения определяются **политическими** тенденциями (государственные программы ДЛО) и **культурными** тенденциями (популярность, мода на те или иные лекарственные средства)
- Воля лидеров ограничена



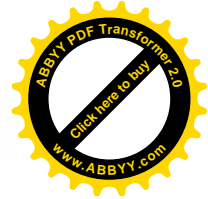
Рынки - Ресурсы

- Приспособление к спросу – необходимо постоянно обновлять товары, приспособабляясь под спрос
- Стремление достичь преимущественного положения на рынке через заполучение ресурсов (технологий, заводов)
- На старте компании выбирают те направления, в которых у них есть необходимые ресурсы
- Компании производят менее рентабельные дженерики, т.к. у них нет средств на разработки патентованных лекарств



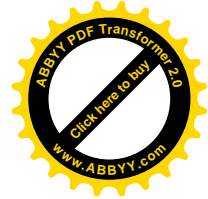
Синергия - Быстрый ответ

- Фирмы конкурируют внутри бизнеса: клиент покупает ЛЕКАРСТВО, а не НАЗВАНИЕ ФИРМЫ-ПРОИЗВОДИТЕЛЯ.
- Стратегии разрабатываются на уровне бизнеса: для каждой формы своя стратегия развития и продаж.
- Важна приспособляемость к спросу бизнесов: летом почти не покупают препараты от гриппа, а зимой редко нужны солнцезащитные крема.



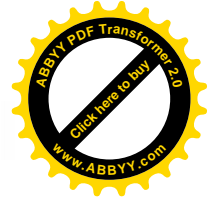
Революция - Эволюция

- Законодательные акты, патенты
- Резкие технологические скачки
- Быстрое появление новых дженериковых ЛС
- Непрерывное обучение организации



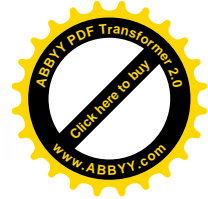
Конкуренция - Кооперация

- Границы фирм определены
- Компании объединяются в АРФП с целью долгосрочного сотрудничества, направленного на повышение конкурентоспособности отечественной фармацевтической отрасли
- Положительный результат взаимодействия: внедрение систем контроля качества на предприятиях



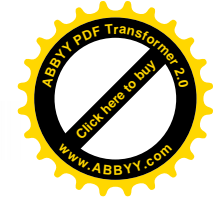
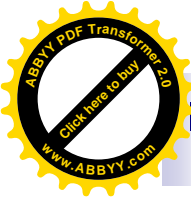
Логика - Творчество

- Компании формируют свой портфель продукции, исходя из эффективности и востребованности препаратов, принятие решений основано на анализе рынка
- Лекарственные средства должны внушать доверие, неожиданность и полет фантазии не приветствуются
- Рассуждениям мешают приверженность советской идеологической концепции дешевых и доступных лекарств



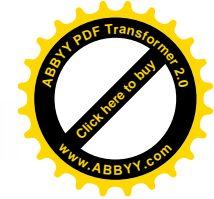
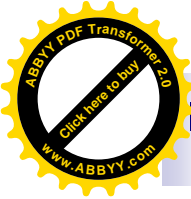
Свобода - Вынужденность

- Руководители компаний берут на себя обязательства перед:
 - потребителями
 - работниками
 - акционерами
- Формирование стратегии представляет собой неструктурированный процесс
- Компании постоянно совершенствуют свой исследовательский, производственный и человеческий потенциал

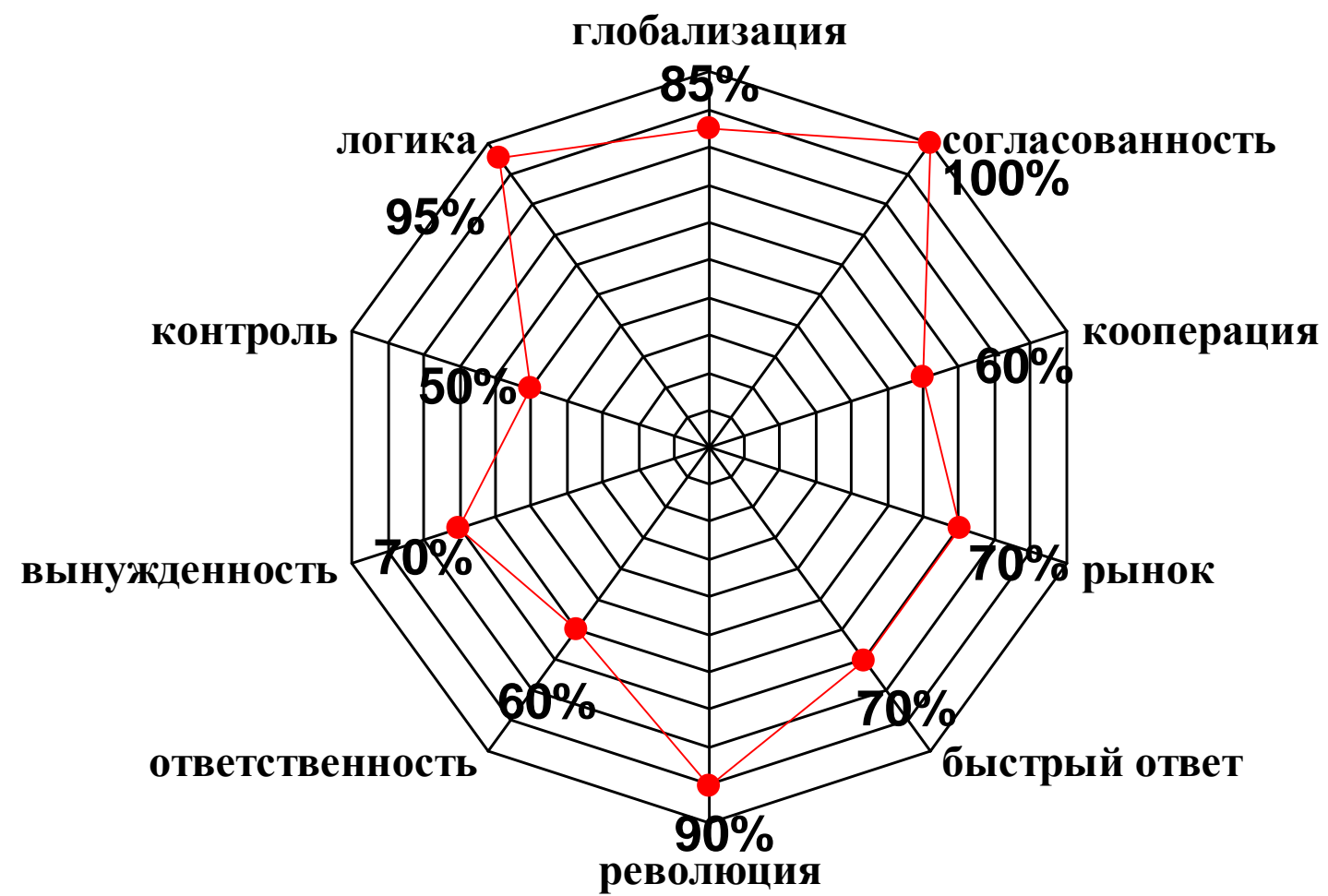


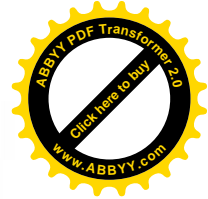
10 дилемм – отрасль

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



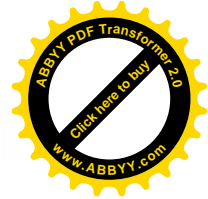
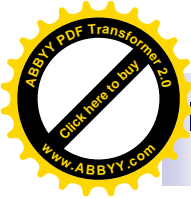
Профиль отрасли





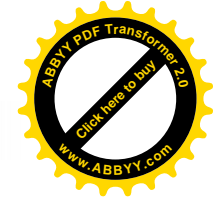
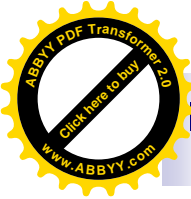
ФГУП НПО «МИКРОГЕН»

- Создано в 2003 году путем объединения 14 государственных унитарных предприятий, производящих традиционные и новейшие медицинские препараты
- Предприятия НПО «Микроген» находятся в 13 субъектах РФ
- Ассортимент выпускаемой продукции широк и разнообразен — свыше 400 наименований.
- Основные стратегии – диверсификация, органический рост

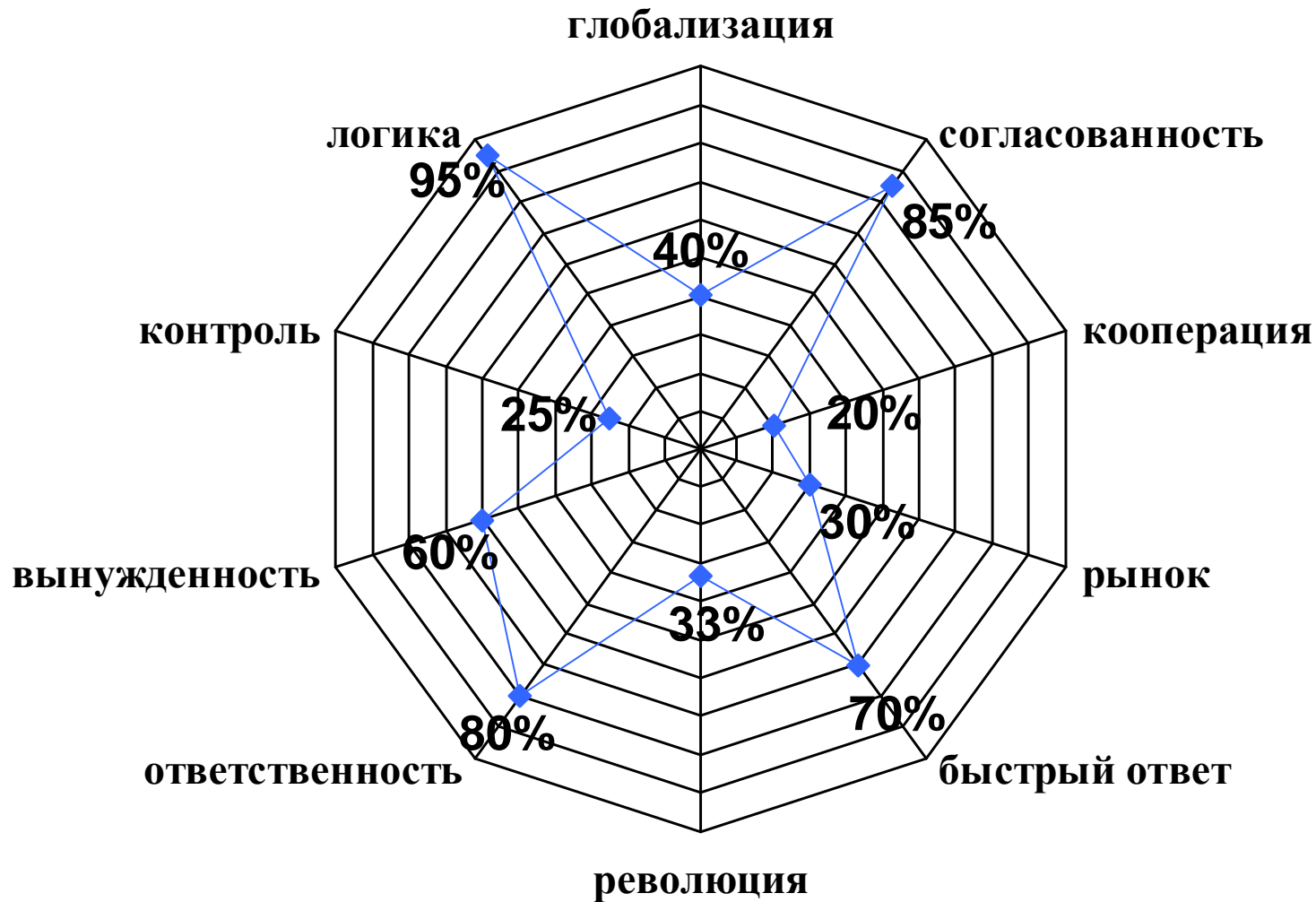


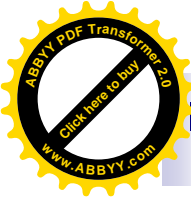
10 дилемм – компания

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

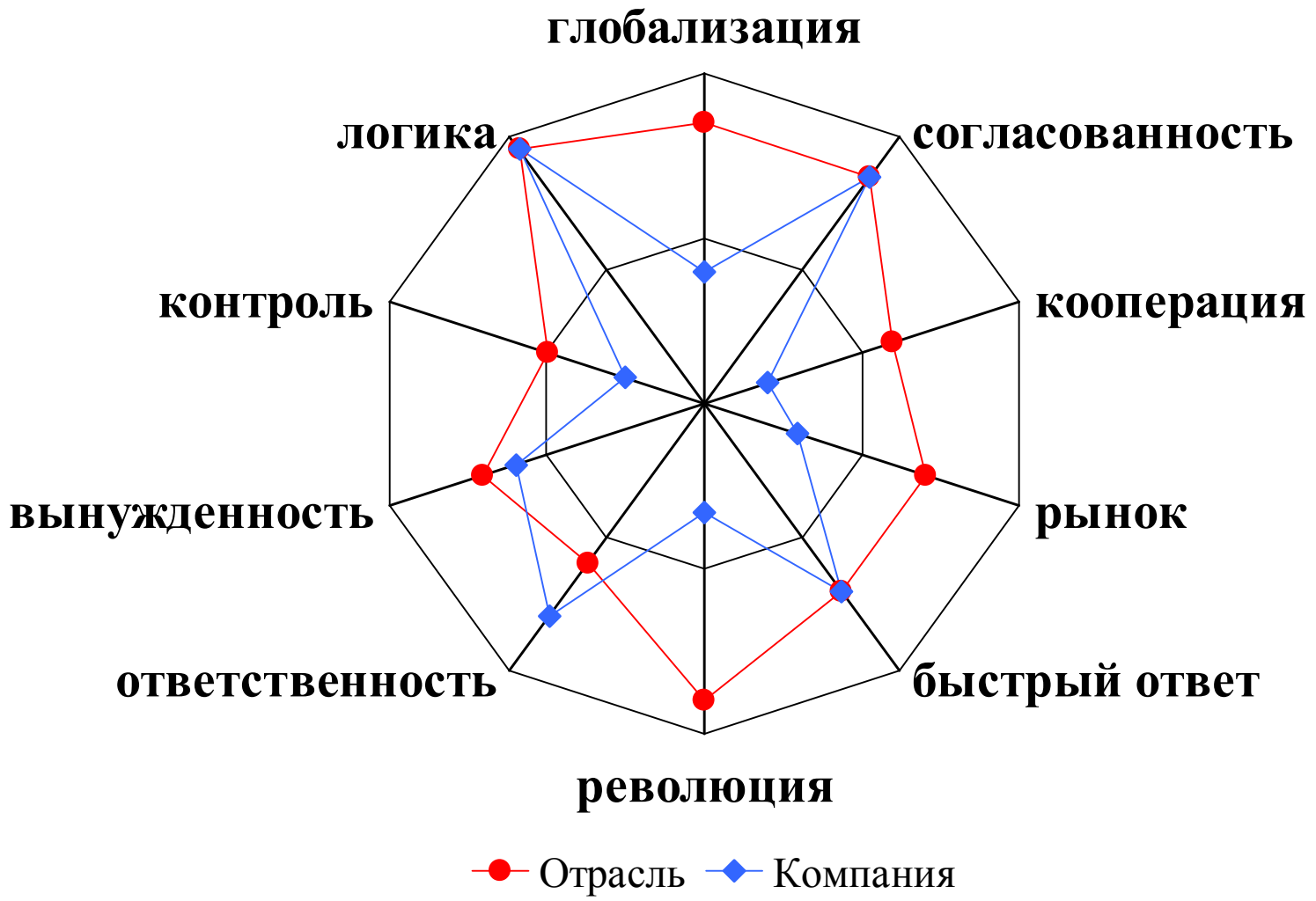


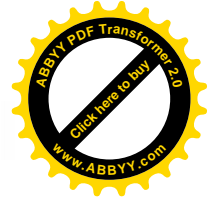
Профиль компании





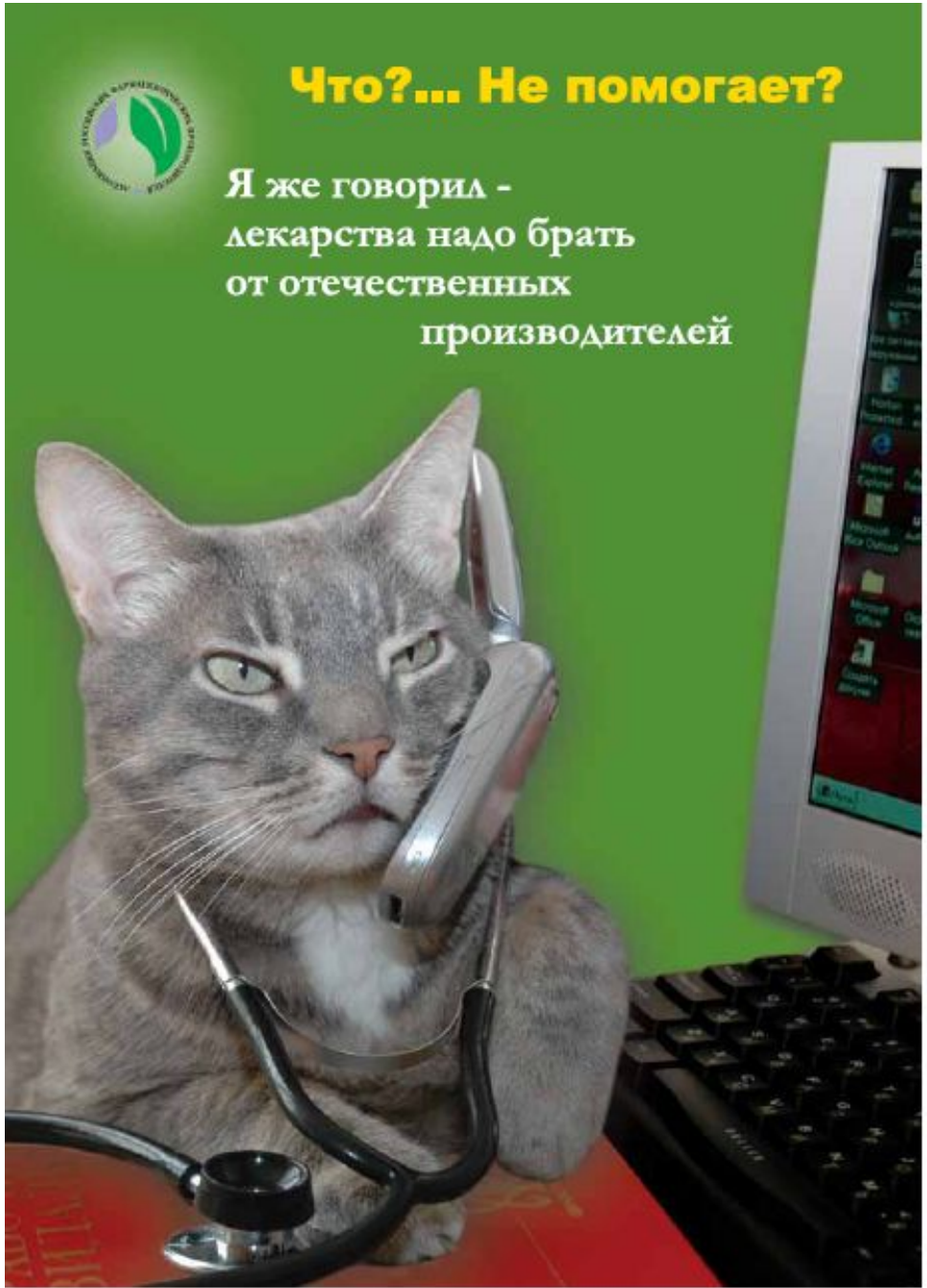
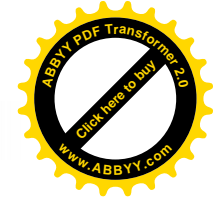
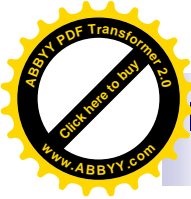
Компания и отрасль





Тенденции

- Объединение ведущих игроков рынка в альянс, создание крупных производственных холдингов
- Основная движущая сила фармрынка России – инновационные препараты
- Выход на российский рынок крупных профильных западных инвесторов
- Более 600 производственных лицензий, реально же работают только 50-60 производителей
- Смещение потребительского спроса в сторону более дорогих препаратов
- Российский рынок дженериков: 76% - импорт, 24% - производство
- Барьеры входа в отрасль умеренные – законодательные ограничения, патентная защита ЛС, бренды, масштаб инвестиций, «издержки переключения», ограничение доступа к каналам распределения, но высокий риск появления новых игроков

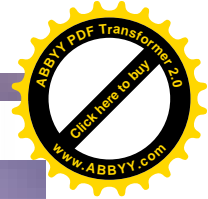
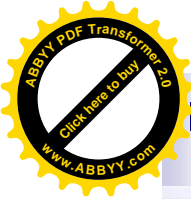


отечественные лекарства



ЩЕЛКОВСКИЙ ВИТАМИННЫЙ ЗАВОД
 НОВОСИБХИМФАРМ КРАСФАРМА





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

БУДЬТЕ ЗДОРОВЫ!

