

Выход на мировой рынок российских лекарств остается голубой мечтой Минпромторга



Так разбиваются иллюзии: много раз писала (и была убеждена), что такое общеупотребительное средство, как активированный уголь, – отечественное изобретение. Но нет. Производится у нас, как и во многих других странах. А придумали не у нас. И зеленка, родная зеленка, которой я мазала своего ребенка и которой мазали когда-то меня, а может, даже моих родителей, оказалось, тоже не наше изобретение.

Хотя, с другой стороны, что-то собственное может страна предложить? Об этом шла речь на круглом столе, посвященном интеграции в мировой фармацевтический рынок.

Экспорт лекарственных препаратов – голубая мечта Минпромторга, да и не только его. Государственная программа «Фарма-2020» заканчивается. На смену ей приходит «Фарма-2030» – стратегия развития фармацевтической промышленности РФ на период до 2030 года, включающая выход на мировой рынок.

Сегодня годовой объем экспорта лекарственных препаратов из РФ составляет 700 млн долл. По прогнозу Минпромторга РФ, к 2030 году объем экспорта может увеличиться в пять раз. Оптимисты сидят в этом министерстве. Впрочем, чиновникам так и положено.

На круглом столе «Интеграция в мировой фармрынок» исполнительный директор Союза профессиональных фармацевтических организаций Лилия Титова отметила: «Одна из стратегических задач разрабатываемой в настоящее время стратегии «Фарма-2030» – увеличение экспорта лекарственных препаратов и субстанций. Это же направление является основой национального проекта «Международная кооперация и экспорт», рассчитанного на 2018–2024 годы, в основе которого лежит экспорт несырьевых товаров. Бюджет проекта в 957 млрд руб. должен стать поддержкой бизнесу.

И в этом отношении лекарственные препараты – пример того, что может экспортировать российская фармацевтическая промышленность. Разработан ряд мер поддержки экспортеров. Например, работа через Российский экспортный центр, предлагающий различные варианты сопровождения вывода препаратов на зарубежные рынки. Сегодня наиболее востребованы также финансовые меры поддержки отечественных производителей, обозначенные в ряде постановлений правительства РФ, в соответствии с которыми производители используют субсидии на клинические испытания, разработку субстанций».

Лилия Титова подчеркнула, что на международном рынке нет дефицита в выборе поставщиков и продуктов. Выйти на него можно, только предложив уникальные разработки.

Внедриться туда очень трудно. Конкуренция колоссальная. И разработка новой лекарственной молекулы, которую признают не только внутри России, а за рубежом, притом не в странах евроазиатского сотрудничества, а так сказать, в дальнем зарубежье, – дело долгое.

Но одна, по крайней мере, оригинальная российская молекула есть. И что характерно, на создание ее ушли как раз долгие годы. В 1970 году Аркадий Некрасов, аспирант Института химической физики РАН, создал биодegradуемый полимер. В середине 80-х в Институте иммунологии он возглавил лабораторию, где стали развивать новое направление – высокомолекулярные иммуномодуляторы. Результат – молекула полиоксидония, которая успешно активирует иммунные клетки. Уже более 20 лет широко применяется в медицине. Молекула получила международные сертификаты EU GMP, соответствует требованиям Евросоюза и поставляется туда.

Будем считать, что сделан шаг к осуществлению голубой мечты – выходу на мировой, в данном случае европейский, фармацевтический рынок. А что дальше? По мнению экспертов, на сегодняшний день существуют две возможности роста российского фармацевтического рынка – за счет инвестиций и благодаря росту потребления.

Рост, движимый инвестициями, обеспечивается денежными средствами государства, которые оно может вложить в покупку лекарственных препаратов для населения. Государство уже вложило 70 млрд руб. в программу дополнительного лекарственного обеспечения, что позволило рынку вырасти на 35%. Это лекарственная помощь, оказываемая бесплатно тем, кто имеет право на государственную поддержку в виде определенного набора социальных услуг.

Второй путь – рост потребления, который может стать реальным при условии увеличения доходов населения. Согласно данным Минфина, уже по первому полугодью его не наблюдается. Доходы населения падают, и 2019 год будет иметь отрицательный показатель реальных предполагаемых доходов.

Сергей Шуляк, генеральный директор DSM Group, менее оптимистичен, чем чиновники Минпромторга: «К сожалению, у нас в стране глубина стратегического планирования не превышает трех лет. При этом в сфере образования и здравоохранения он должна составлять 10, 15 и даже 20 лет, потому что эффекты от инвестирования в данные области проявляются через 10–12 лет. Сейчас ВВП нашей страны растет на 1,5% в год, поэтому ждать инвестиций в сферу здравоохранения не приходится. Следовательно, для нашего производителя крайне важно искать новые рынки, которые дадут компании возможность развиваться».

Производители будут искать новые рынки. Глядишь, найдут. А что будут делать потребители – не новых рынков, а старого, российского, то есть мы с вами?