

Чемоданное настроение

Российскую фарму посылают туда, где ее не ждут

Несырьевой экспорт стал одним из национальных проектов, задача которого нарастить долю поставок за рубеж продукции обрабатывающей промышленности и сельского хозяйства. Лекарственные препараты — один из удачных примеров такой продукции. Планируется, что к 2024 г. объем экспорта фармацевтической и косметической промышленности увеличится в четыре раза и достигнет 4 млрд долл. США. Насколько реален такой прогноз? Наших производителей за рубежом никто не ждет с распростертыми объятиями. Государство готово поддержать экспортеров, но достаточно ли этой поддержки?

Елена Калиновская

Выхода нет

За последние пять лет, по данным DSM Group, динамика фармрынка сократилась примерно в шесть раз. Если в 2012 г. его объем в рублевом выражении вырос на 14% по сравнению с 2011 г., то в 2018 г. по сравнению с 2017 г. всего на 2,6%. Генеральный директор DSM Group **Сергей Шуляк** полагает, что двузначных цифр теперь уже не будет. Инвестиций в здравоохранение, в т.ч. со стороны государства, при росте ВВП на 1,5% ждать не приходится, динамика госсегмента фармрынка, несмотря на выделение средств на закупку онкологических препаратов, пока не впечатляет. В 1-м полугодии текущего года прирост составил всего 2%. Не ожидается и рост потребления. Реальные располагаемые доходы населения по итогам I квартала снизились на 2,3%.



Лилия Титова: «Если в России препарат стоит, допустим, 1 доллар, то и в другой стране будут требовать продавать его по этой же цене. Но насколько эта цена справедлива?»

Исполнительный директор Союза профессиональных фармацевтических объединений (СПФО) **Лилия Титова** согласна: дефицита лекарств нигде нет, и куда бы ни пришел российский производитель, ему придется кого-то подвинуть. Однако прежде надо представить, как будет выглядеть российская фарма в будущем, например в 2030 г. «Наверное, будет уже не 600 производителей, как сейчас, а меньше. Новые требования к системе менеджмента качества, маркировке требуют вложений, которые не все смогут себе позволить», — считает она. Помимо круга участников рынка надо определить список продуктов, которые российские производители могут поставлять за рубеж. Когда-то Советский Союз был силен вакцинами, возможно, и теперь это направление может стать одним из ориентированных на экспорт.

Например, НПО «Петровакс Фарм» (входит в ГК «Интеррос») смогло занять, по оценкам компании, более 90% рынка противогриппозных вакцин в Беларуси и Казахстане. Экспорт у «Петровакса» —

Президент компании «Акрихин» **Денис Четвериков**: «В стране мало знаний по организации экспорта. Мы пока не входим в PIC/S. Минпромторг наконец поднял эту тему, и мы движемся в этом направлении. Еще один вопрос: субсидирование клинических исследований. Например, большая часть продукции «Акрихина» — мягкие лекарственные средства (кремы, мази, гели). Требования к ним более сложные. При экспорте в европейские страны нужно провести полномасштабные исследования, сравнимые с III фазой клинических исследований для оригинального препарата. Это большие траты времени и денег. Было бы здорово, чтобы была господдержка клинических исследований не только инновационных препаратов, но и дженериков, которые российская фарма хочет зарегистрировать за рубежом».

около 12%, и компания продолжает развивать этот сегмент.

С цветами не встретят

Инновационный продукт российских фармкомпаний — очевидный претендент на экспорт. Но пока таких немного. Зато многие производители работают над улучшением характеристик дженериков — пролонгацией действия, новыми путями введения и т.д. Такие продукты также будут более благоприятно восприняты за рубежом.

Как напоминает **Лилия Титова**, есть программы поставок лекарств международных организаций, когда они закупают препараты для нуждающихся стран. Для участия в таких программах необходима аккредитация ВОЗ. У России был удачный опыт по получению такой аккредитации для противотуберкулезных препаратов, можно рассмотреть возможность участия и в других программах. Тем более что страна переходит на международные стандарты менеджмента качества.

Несмотря на то что российских производителей не встречают за рубежом с цветами, им есть, что предложить. Чтобы развиваться и снижать себестоимость, нужно расширять рынки сбыта.

Мы вам поможем

На национальный проект по экспорту выделено около 1 млрд руб. Экспортерам предлагаются программы по субсидированию затрат, процентных ставок по кредитам. «Наша компания использует меры государственной поддержки для развития экспортного направления. В 2018 г. мы получили субсидию от Российского экспортного центра по программе Минпромторга в размере 3 млн руб., эти средства пошли на регистрацию эксклюзивных прав на наши препараты в нескольких странах. Сумма небольшая в разрезе Большой фармы, но часть наших затрат на экспорт была возвращена», — рассказала директор по разработке, исследованиям и регистрации ЛП «Петровакс» в РФ и за рубежом **Наталья Гордеева**.

Субсидирование, налоговые льготы, сотрудничество регуляторов России с регуляторами других стран и взаимное признание ряда разрешительных документов — всего этого ждут от российских властей. Необходимы поправки в действующие внутренние документы. Например, Минпромторг

создал перечень высокотехнологичных продуктов, затраты на экспорт которых субсидируются. Но туда не попали вакцины. А между тем в России уже два производителя зарегистрировали новую четырехвалентную противогриппозную вакцину, которая только начинает во всем мире входить в календари прививок.

Экспорт выгоден не только компаниям, но и государству. **Наталья Гордеева** рассказывает, что благодаря выходу на международные рынки компания одной из первых в России перешла на формат регистрационного досье (CTD), который в мировом фармсообществе принят как основной. То есть международная торговля выводит российскую фарму на новый уровень.

Пока бурного развития экспорта фармпродукции не видно. Фармацевтический экспорт растет не так активно как, например, экспорт продукции химической промышленности.



Сергей Шуляк: «По основным показателям мы в наихудшем положении за последние 5 лет».

Важно, чтобы для развития экспорта фармпродукции был единый центр управления. Основное ответственное министерство здесь — Минпромторг, но известно, что часть вопросов находится в ведении Минздрава, например в плане развития взаимодействия с ВОЗ. Ценообразованием на лекарства у нас в т.ч. занимается и ФАС, и, кстати, оно тоже влияет на экспорт. ■



ФАРМВЕСТНИК-ТВ

«У редакционного камин» с Хансом Дюифом

Вице-президент Novo Nordisk в России и Беларуси Ханс Дюиф впервые, так же как и «Фармвестник-ТВ», принял участие в Петербургском международном экономическом форуме в этом году. Разве это не повод пригласить его к «Редакционному камину»? Мы поговорили об успехах компании за последние годы, перспективах борьбы с причинами диабета в России, ближайших планах Novo Nordisk и впечатлениях самого Ханса от ПМЭФ-2019.



«ФармNEWS»: На складских операторов ляжет бремя обмена данными с системой маркировки

Многие производители настолько увлеклись темой «криптохвоста», что забыли о других сложностях проекта по всеобщей маркировке. Например, чтобы сопроводить прослеживаемость всего товара, необходимо внутри склада иметь полную историю всех операций и трансформаций. Поэтому наличие операторов с высокими компетенциями крайне важно, особенно на начальном этапе внедрения проекта. Компания «Сантэнс» пригласила участников фармрынка на распределительный склад, чтобы показать полный цикл обработки товаров с учетом маркировки и отчетности в ГИС (СМДЛП).



«7 дней за 7 минут» с Максимом Агаревым

В нашей студии директор категории «Здоровье» компании «Яндекс Маркет» Максим Агарев. Как можно догадаться, главная тема выпуска — дистанционная торговля ЛС в России. Разговор с очевидным подтекстом о готовящемся ко второму чтению долгожданном законопроекте.



При помощи мобильного приложения вы можете считать QR-код и перейти на нашу страницу в сети pharmvestnik.tv

