

руководителями организации стратегии управления персоналом необходимо предусматривать ввод дополнительного финансирования, в частности, на обучение и другие меры по развитию персонала для привлечения и закрепления в организации лучших наиболее квалифицированных работников из числа кандидатов на свободные должности.

Выводы. Таким образом, любой опытный кадровый служащий должен уметь оценивать все сильные и слабые стороны, выявлять возможности и угрозы, сопоставлять связи и выделять комбинации, которые должны быть учтены при разработке стратегии управления персоналом.

Документирование стратегии управления персоналом отражается в стратегическом плане, где учитывается конкретный перечень мероприятий и задач, сроки и ответственные исполнители в рамках каждой конкретной темы, объем ресурсов, включая информационные, материальные и финансовые. При подготовке стратегии управления персоналом нужно помнить, что в основе улучшения способов и программ управления необходимо рассматривать человеческие ресурсы.

Список литературы

1. Аналоуи, Ф., Карамии, А. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий. М.: Юнити-Дана, 2016. 399 с.
2. Бессонов И. В. Эффективная стратегия управления персоналом в компании // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2017. Т. 39. С. 2916–2920. URL: <http://e-koncept.ru/2017/970910.htm>
3. Кибанов, А. Я. Служба управления персоналом / А.Я. Кибанов, В.Г. Коновалов, М.В. Ушакова. М.: КноРус, 2018. 418 с.

УДК 338.001.36

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА

DEVELOPMENT TENDENCIES OF THE WORLD PHARMACEUTICAL MARKET

Л.В. Шабалина¹, Н.Ю. Маслий²

^{1,2}Донецкий национальный технический университет, г. Донецк

Аннотация. Анализ мирового фармацевтического рынка свидетельствует о том, что в среднесрочном периоде сохранятся высокие темпы прироста производства дженерических лекарственных средств в странах с развивающейся экономикой. Выпуск инновационной продукции будет осуществляться за счет разработки и производства противоопухолевых, а также дерматологических лекарственных средств.

Ключевые слова: дженерическое лекарственное средство, оригинальное лекарственное средство, фармацевтическая продукция, мировой фармацевтический рынок.

Abstract. Analysis of the global pharmaceutical market suggests that in the medium term high growth rates of production of generic drugs in developing countries will remain. Innovative products will be released through the development and production of oncology, dermatological medicines.

Keywords: generic drug, original drug, pharmaceutical products, global pharmaceutical market.

Постановка проблемы. Глобальный финансовый кризис, начавшийся в 2008 г. не отразился на развитии мирового фармацевтического рынка, который ежегодно демонстрирует темпы прироста на уровне 5% за период 2008-2017 гг. [1]. Увеличение численности мирового населения с 6,9 млрд. чел. в 2009 г. до 7,6 млрд. чел. в 2017 г. определяет неэластичность спроса на лекарственные средства и услуги здравоохранения в

целом, что обеспечивает стабильное развитие этого сегмента мирового хозяйства. Высокие темпы прироста населения до 2030 г. эксперты прогнозируют в странах с развивающейся экономикой, в частности в африканском и азиатском регионах, и, соответственно, стабильно высокий спрос на фармацевтические товары в этих странах [2].

Являясь значимым сегментом мирового хозяйства, фармацевтический рынок имеет свои отличительные особенности. Рассмотрим основные из них:

1. Продукция, производится практически всеми странами мира. При этом, более 30% объема всей продукции производится в странах с развитой экономикой [3].

2. Отрасль относится к высокорентабельным отраслям производства. Совокупная рыночная капитализация фармацевтической отрасли составляет 1,4 трлн. долл. США (5,5%) и занимает третье место после энергетической и банковской отраслей [4].

3. Рынок развивается по инновационному пути, имея при этом высокий уровень риска от инвестиционной деятельности. Уровень затрат на НИОКР мировыми производителями фармацевтической продукции составляет более 15% от прибыли всей отрасли [5].

4. Для отрасли характерен высокий уровень государственных затрат в форме субсидий, субвенций и дотаций, а так же высокий уровень государственного контроля. Доля затрат развитых стран на здравоохранение увеличивается ежегодно и напрямую зависит от уровня ВВП на душу населения [1].

5. В связи со старением мирового населения государства постоянно оптимизируют свои затраты на здравоохранение, смещая государственную поддержку здравоохранения в сторону развития собственного фармацевтического производства и защиту национальных фармацевтических рынков. Согласно прогнозам ООН, население мира более 60 лет составит 2,1 млрд. чел. к 2050 г. [2].

6. Условно рынок можно разделить на 2 сектора. Первый составляют фармацевтические ТНК, производящие оригинальные лекарственные средства или имеющие в структуре прибыли основной доход от таких товаров. Второй - производители дженерических лекарственных средств, являющиеся в основной своей массе национальными компаниями. В современных условиях сектор дженерических лекарственных средств мирового фармацевтического рынка жестко контролируется со стороны органов здравоохранения и медицинских страховых компаний различных стран в области их политики ценообразования, что приводит к консолидации дженерических компаний.

Анализ предыдущих исследований и публикаций. Отслеживанием тенденций и трендов в развитии мировой фармацевтической отрасли занимаются крупные аналитические агентства IQVIA (IMS Health совместно с Quintiles), Frost & Sullivan, EvaluatePharma. Вопросам развития фармацевтического рынка посвящены работы Балашова А.И., Доровского А.В., Марченко Ю.О., Ромакиной Н.А. а также зарубежных ученых Артса Д., Вигла М., Волгера С., Каваноса П., Леопольда К., МакКи М., Моссиалос Э. и др.

Цель исследования - определить основные тенденции развития мирового фармацевтического рынка.

Основные результаты исследования. В 2001 г. мировой доход фармацевтической отрасли составил около 390,2 млрд. долл. США, начиная с 2009 г. показатель стабильно показывает прирост на уровне 18,3% [6]. По оценкам международной аналитической компании «Evaluate Pharma», в 2017 г. объем мирового фармацевтического рынка достиг 1,2 млрд. долл. США [7], что на 3,6% больше, чем в 2016 г. (рис. 1).

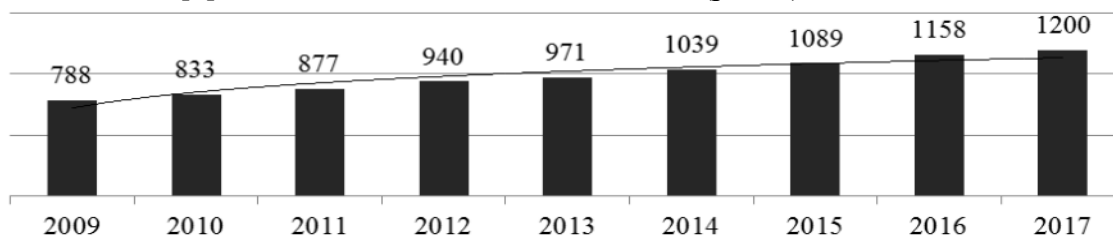


Рис. 1. Динамика развития мирового фармацевтического рынка в 2009-2017 гг., млрд. долл. США [7]

Затраты на НИОКР мировой фармацевтической промышленности в 2017 г. составили 158,9 млрд. долл. США, что на 4% больше, чем в 2016 г. (рис. 2). Анализ динамики расходов на исследования показал отсутствие влияния на их объемы финансовых колебаний в глобальной экономике. Аналитики прогнозируют к 2022 г. рост затрат на НИОКР до 182 млрд. долл. США, что обеспечит 50% прироста продаж фармацевтических товаров [7].

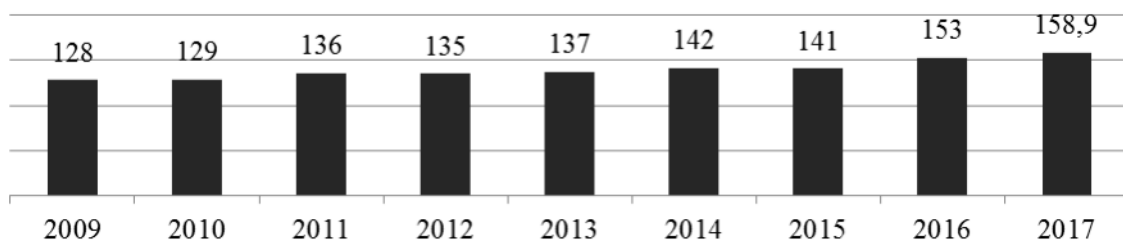


Рис. 2. Динамика совокупных расходов на исследования и разработки в мире в 2009-2017 гг., млрд. долл. США [7]

Согласно прогнозам аналитиков к 2022 г. мировой фармацевтический рынок составит около 1,5 трлн. долл. США [7]. Основными группами лекарственных средств, разрабатываемыми и продаваемыми на фармацевтическом рынке в период до 2024 г. будут противоопухолевые и дерматологические лекарственные средства (таб. 1).

Таблица 1

Рейтинг ТОП-10 фармацевтических групп лекарственных средств по перспективам продаж до 2024 г. [7]

№ п/п	Терапевтические направления	Объем продаж в 2017 г.	Прогноз объема продаж к 2024 г.	Среднегодовые темпы прироста, %
1	Противоопухолевые ЛС	104,0	233	12,2
2	Противодиабетические ЛС	46,1	59,5	3,7
3	Противоревматические ЛС	55,7	56,7	0,2
4	Противовирусные ЛС	42,4	39,9	- 0,2
5	Вакцины	27,7	44,6	7,1
6	Бронхорасширяющие ЛС	27,2	32,3	2,5
7	ЛС для лечения заболеваний органов чувств	21,6	26,9	3,2
8	Антигипертензивные ЛС	23,0	24,4	0,8
9	Дерматологические ЛС	12,9	30,3	13,0
10	ЛС для лечения рассеянного склероза	22,7	21,5	- 0,8

Примечание: ЛС - лекарственные средства.

В глобальной фармацевтической промышленности традиционно доминируют рынки США, Европы и Японии, где сосредоточены более 20 крупнейших мировых фармацевтических компаний (Pfizer, MSD, Jonson&Jonson, Abbvie, Takeda, Astellas). Однако, основной географической тенденцией современного фармацевтического рынка является смещение его баланса из США и Европы в страны с развивающейся экономикой, где ВВП на душу населения не превышает 20 тыс. долл. США (Китай, Индия, Бразилия и Турция). Китай, Бразилия и Индия за период 2013-2017 гг. демонстрируют темпы прироста фармацевтического рынка в 2-3 раза выше, чем страны Европы и США [8].

Фармацевтический рынок Китая в 2017 г. достиг 165 млрд. долл. США, демонстрируя темпы прироста 5,7% по отношению к 2016 г. Таким образом, Китай занял второе место в рейтинге стран по объему фармацевтического рынка после США (456 млрд. долл. США) [7]. Японский фармацевтический рынок уверенно находится на третьей позиции в мировом

фармацевтическом рейтинге и составляет 120 млрд. долл. США. В его структуре эксперты прогнозируют увеличение доли дженерических препаратов с 60% в 2017 г. до 80% к 2020 г. Индия является одним из крупнейших в мире производителей дженерических лекарственных средств и занимает четвертое место в мире по объему производимой продукции. В 2017 г. около 70% мирового производства активных фармацевтических субстанций было сосредоточено в этой стране [7].

Динамика объемов глобального экспорта и импорта фармацевтической продукции в 2009-2016 гг. представлена в табл. 2. В структуре экспорта выделено 3 сегмента - развитые страны, страны с переходной экономикой и развивающиеся страны. При этом положительный экспортный баланс отмечается только в развитых странах. Страны с переходной экономикой являются чистыми импортерами фармацевтической продукции. В географической структуре единственным регионом с положительным экспортным балансом является Европа, при этом развитые и развивающиеся страны Америки и Азии имеют отрицательный экспортный баланс, что делает их перспективными для экспорта фармацевтической продукции [9].

Таблица 2

Объем экспорта и импорта фармацевтической продукции по географическим регионами и уровню развития экономики 2009-2016 гг., млрд. долл. США [9]

Год	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Африка								
экспорт	0,7	1,0	1,1	1,1	1,2	1,1	1,0	1,0
импорт	10,5	11,6	13,0	14,5	15,8	16,2	14,9	14,3
<i>сальдо</i>	-9,8	-10,6	-12,0	-13,4	-14,6	-15,1	-13,9	-13,3
Америка								
экспорт	57,8	57,7	57,9	58,5	58,9	64,1	68,5	67,6
импорт	92,3	102,0	109,6	109,9	109,8	119,2	130,6	134,0
<i>сальдо</i>	-34,6	-44,4	-51,7	-51,4	-50,8	-55,1	-62,1	-66,4
Азия								
экспорт	35,2	41,7	47,5	50,8	51,6	53,4	55,0	56,1
импорт	56,5	66,2	78,5	85,1	88,3	92,6	97,1	99,9
<i>сальдо</i>	-21,3	-24,5	-30,9	-34,3	-36,7	-39,2	-42,1	-43,8
Европа								
экспорт	339,0	355,2	385,6	385,2	408,1	427,6	403,1	403,1
импорт	274,3	283,9	306,0	296,4	315,0	328,4	301,1	303,0
<i>сальдо</i>	64,7	71,3	79,6	88,9	93,1	99,3	101,9	100,1
Океания								
экспорт	3,4	3,9	4,2	4,7	3,9	3,0	2,2	3,0
импорт	8,6	10,0	12,0	12,0	11,0	10,2	8,9	9,5
<i>сальдо</i>	-5,2	-6,1	-7,8	-7,2	-7,1	-7,2	-6,7	-6,6
Мировая торговля								
экспорт	436,1	459,4	496,4	500,4	523,6	549,2	529,8	530,7
импорт	442,2	473,7	519,2	517,8	539,9	566,5	552,6	560,7
<i>сальдо</i>	-6,1	-14,2	-22,8	-17,5	-16,2	-17,3	-22,8	-30,0
Развивающиеся страны								
экспорт	34,4	39,4	46,7	49,8	52,2	53,3	53,7	53,3
импорт	70,0	81,2	92,5	98,7	107,1	112,3	111,0	110,3

1	2	3	4	5	6	7	8	9
сальдо	-35,5	-41,7	-45,8	-48,8	-54,8	-59,0	-57,3	-57,0
Страны с переходной экономикой								
экспорт	9,1	10,9	12,6	17,3	16,0	17,0	15,1	15,4
импорт	138,4	174,0	208,7	212,8	229,6	207,7	159,1	154,4
сальдо	-129,3	-163,1	-196,2	-195,5	-213,6	-190,7	-144,0	-139,0
Развитые страны								
экспорт	400,8	418,9	448,4	448,8	469,8	494,2	474,6	475,8
импорт	358,4	375,1	405,8	397,9	409,8	433,5	425,7	435,0
сальдо	42,4	43,8	42,6	50,9	60,0	60,8	48,9	40,9

Примечание: составлено авторами.

Определяющими прирост основных показателей фармацевтического рынка являются страны, которые входят в объединение «Pharmerging Markets» (рынки развивающихся стран - Россия, Китай, Бразилия, Индия и др. - такое определение группе дала организация IMS Health). Следует отметить, что в 2017 г. группа показала самые высокие темпы прироста объема фармацевтического рынка на уровне 14,6% по отношению к 2016 г. В 2017 г. объем фармацевтического рынка группы «Pharmerging markets» составил 415 млрд. долл. США, а объем доли в мировом фармацевтическом рынке достиг 33,8% [8]. В структуре продаж этой группы тенденции роста определяют дженерические лекарственные средства, а в странах с развитой экономикой динамика роста определяется ростом количества инновационных продуктов.

В товарной структуре фармацевтического рынка принято выделять две основные группы товаров: оригинальные лекарственные средства, дженерические лекарственные средства. Мировой рынок дженерических лекарственных средств традиционно показывает прирост, который по прогнозам экспертов продолжится до 2020 г. (рис. 3). При этом, в 2017 г. в его географической структуре 41,8% приходится на США и страны Европы, а остальные 58,2% – на страны с развивающейся экономикой. К 2020 г. по прогнозам аналитиков Frost&Sullivan доля развитых стран уменьшится до 35,5% [10].

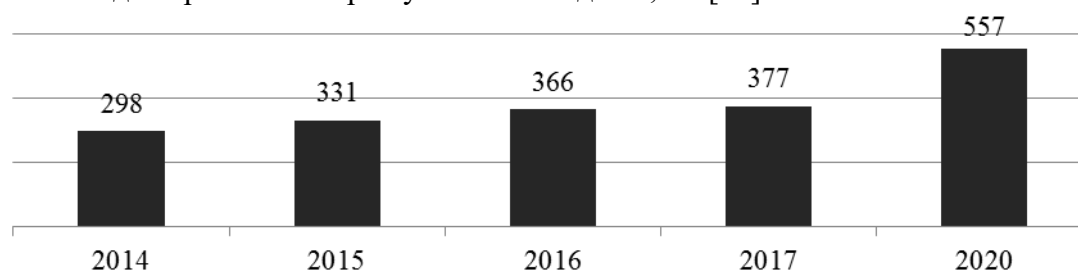


Рис. 3. Мировой фармацевтический рынок дженерических лекарственных средств 2014-2020 гг., млрд. долл. США [7]*

*– данные за 2020 г. являются прогнозными.

Изменение структуры фармацевтического рынка связано тем, что, 78% потребления лекарственных средств на фармацевтических рынках развивающихся стран приходится на дженерические лекарственные средства, в то время как в развитых странах 69% потребления составляют оригинальные лекарственные средства [10].

В результате появления дженерических лекарственных средств и биосимиляров на мировом фармацевтическом рынке в качестве ценовых конкурентов оригинальным лекарственным средствам, потери в объемах их продаж могут составить до 90% [7]. По оценкам экспертов дженерические лекарственные средства на 80-85%, а биосимиляры на 15% дешевле оригинала. Ценовая политика биосимиляров делает их перспективными для

производства и продажи на период до 2020 г. Так, первая тройка лидеров Топ-20 фармацевтических компаний (Pfizer, Roche, Novartis) определила производство биосимиляров как одно из приоритетных стратегических направлений в разработке и производстве в среднесрочной перспективе [10].

В структуре функционирования фармацевтического рынка традиционно использовалась вертикально-интегрированная модель. С появлением тенденции к специализации субъектов отрасли и медленной коммерциализацией товаров фармацевтического производства, последнее время часто используется модель формирования стратегических партнерств, с целью более быстрого повышения рентабельности бизнеса с привлечением на фармацевтический рынок участников сектора производства медицинских изделий и оборудования, а так же и компаний из отрасли информационно-коммуникационных технологий [10]. Инновационные фармацевтические компании диверсифицируют свое производство и выходят на рынок дженерических лекарственных средств, и наоборот - производители дженериков увеличивают свой продуктовый портфель за счет выпуска инновационной продукции. Таким образом, традиционная вертикально-интегрированная модель построения субъектов фармацевтического рынка перестает быть доминирующей.

Выводы. В среднесрочном периоде сохранятся темпы прироста объема мирового фармацевтического рынка вследствие неэластичности спроса на лекарственные средства, роста и старения мирового населения и роста заболеваемости. В развитии мирового фармацевтического рынка за этот период будут наблюдаться следующие тенденции:

- фармацевтический рынок будет демонстрировать максимальные темпы прироста основных показателей, в африканском и азиатском регионах;
- в отрасли сохранятся высокие расходы на НИОКР, в частности на разработку и выпуск инновационной продукции противоопухолевых, дерматологических лекарственных средств, а так же лекарственных средств для лечения рассеянного склероза;
- несмотря на сосредоточение крупнейших мировых фармацевтических ТНК в странах Европы и США, производство лекарственных средств географически сместится в сторону стран с развивающейся экономикой («Pharmerging Markets») за счет увеличения доли производства дженерических лекарственных средств;
- для продолжения повышения рентабельности фармацевтического бизнеса, сохранится тенденция к образованию стратегических партнерств не только с непрофильными субъектами мирового хозяйства, но и с непосредственными участниками фармацевтического рынка.

Список литературы

1. Шабалина Л.В., Маслий Н.Ю. Перспективы развития российской фармацевтической отрасли на мировом рынке // Материалы XIV-й Международной научно-практической конференции «Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы», 23–24 ноября 2017 г., г. Донецк, ДонНТУ: [посвящ. 90-летию кафедры «Экономика и маркетинг»: материалы] / редкол.: А.А.Кравченко [и др.]. Донецк: Изд-во ДонНТУ, 2017. С. 601-607.
2. Всемирная организация здравоохранения [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.who.int>. - (дата обращения: 11.09.2018)..
3. Зязева Н.Н. Современное состояние, условия и перспективы развития мирового фармацевтического рынка / Н.Н. Зязева // Российский внешнеэкономический вестник. 2015. № 12. С. 118-129.
4. FT Global 500 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/988051be-fdee-11e3-bd0e-00144feab7de.html>, свободный. – (дата обращения: 21.06.2018).
5. DSM Group [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.dsm.ru>. – (дата обращения: 06.08.2018).

6. Шабалина Л.В., Маслий Н.Ю. Перспективы инновационного развития фармацевтической отрасли Донецкой Народной Республики. // Материалы 4-й Международной научно-практической конференции «Инновационные перспективы Донбасса», г. Донецк, 22-25 мая 2018 г. Донецк: ДонНТУ, 2018. Т. 5: Актуальные проблемы инновационного развития экономики Донбасса. С. 151-155.

7. Evaluate Pharma [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.evaluategroup.com>. – (дата обращения: 15.09.2018).

8. IMSHealth [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.imshealth.com>. – (дата обращения: 15.10.2018).

9. The Monthly Bulletin of Statistics 2018, United Nations [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.un.org>. – (дата обращения: 20.10.2018).

10. Frost & Sullivan [Электронный ресурс]: Официальный сайт. Маунтин-Вью. - Режим доступа: www.frost.com. – (дата обращения: 15.10.2018).

УДК 334.723/622.691:339.92

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПАО «ГАЗПРОМ» НА ЗАРУБЕЖНЫХ РЫНКАХ STRATEGIC DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF PJSC GAZPROM ON FOREIGN MARKETS

Л.В. Шабалина¹, А.А. Герасименко²

^{1,2}Донецкий национальный технический университет, г. Донецк

Аннотация. В данной статье рассмотрена деятельность компании «Газпром», проанализированы и выявлены актуальные проблемы, рассмотрено ее положение на мировом газовом рынке, а также предложены стратегические направления развития компании.

Ключевые слова: газовая отрасль, газ, транспортировка газа, СПГ, энергоресурсы, зарубежные рынки.

Abstract. This article discussed the activities of the company «Gazprom», analyzed and identified current problems, considered its position in the global gas market, as well as proposed strategic directions of development of the company.

Keywords: gas industry, gas, gas transportation, LNG, energy, foreign markets.

Постановка проблемы. В Российской Федерации (РФ) газовая отрасль – одна из ведущих отраслей экономики. Так, по данным Министерства финансов РФ, в 2016 г. 37,4% в бюджете страны составили нефтегазовые доходы. Основным предприятием нефтегазовой отрасли РФ является ПАО «Газпром» – одна из крупнейших в мире энергетических компаний, специализирующихся на добыче и транспортировке газа, которая одновременно производит и поставляет энергоресурсы, имея при этом разветвленную газотранспортную инфраструктуру. На долю компании приходится 72% газового рынка РФ и 20% ежегодных поступлений в национальный бюджет, что составляет 8% от ВВП страны. Налоговые сборы компании в 2016 г. по сравнению с 2014 г. увеличились на 25%, составив 1,5 трлн. руб., что связано с увеличением ставки налога на добычу полезных ископаемых (НДПИ), которая в 2016 г. выросла на 56% – с 679 до 1062 руб. за тыс. м³. В 2015 г. ПАО «Газпром» поставил на Европейский рынок 42,9% своей продукции, что свидетельствует о тесной связи развития компании с укреплением действующих позиции на данном рынке. При этом необходимо отметить, что у компании возникли проблемы транспортировки, ценообразования и экспортной политики в связи с введением санкций в отношении РФ. В связи с чем целесообразно рассмотреть стратегические направления развития компании на зарубежных рынках.