

## ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОЛЬСКОГО ФАРМРЫНКА: ВЗГЛЯД ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

В последние 5 лет польский фармацевтический рынок динамично развивался. В настоящей публикации представлены результаты исследования польского фармрынка, проведенного совместно международной сетью фирм KPMG, специализирующейся на оказании аудиторских, налоговых и консультационных услуг, и польской исследовательской компанией «PMR Research». Целью данного исследования является определение перспективных направлений развития фармацевтического рынка Польши в ближайшие несколько лет. В целом, невзирая на суровые экономические реалии, в условиях глобального кризиса, крупнейшие польские фармкомпании смотрят в будущее с уверенностью и оптимизмом. Кроме того, более половины участников польского фармрынка планируют в ближайшие 12 месяцев реализовать инвестиционные стратегии по развитию трудовых ресурсов, а также усовершенствованию производственной инфраструктуры.

### МЕТОДОЛОГИЯ

Данное исследование было проведено в июле 2009 г. польской компанией «PMR Research» по заказу компании «KPMG». Методом компьютерной системы телефонного опроса были проинтервьюированы представители крупнейших польских компаний, специализирующихся на производстве фармацевтической продукции и биологически активных добавок (БАД). В результате было опрошено 75 респондентов.

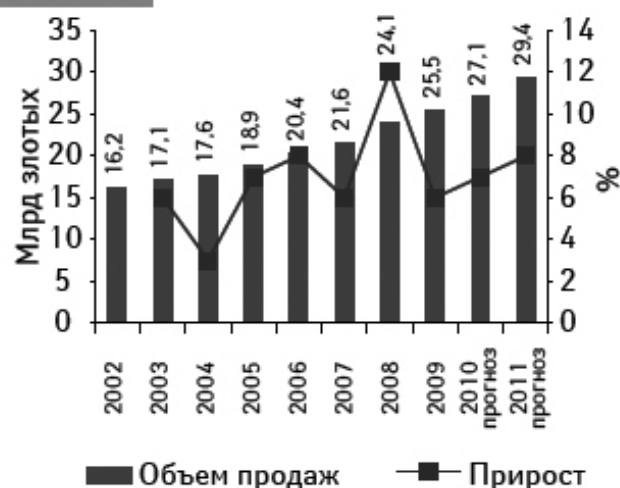
### ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ ПОЛЬСКОГО ФАРМРЫНКА НА 2010–2011 гг.

Согласно предварительной оценке, в 2009 г. объем аптекных продаж по всем категориям фармацевтической продукции в Польше составил 25,5 млрд польских злотых, превывсив показатель предыдущего года на 6%. В настоящее время этот сектор считается одним из са-

мых быстрорастущих в экономике Польши. Отметим, что максимальные темпы прироста аптекных продаж фармпродукции за последнее десятилетие были достигнуты в 2008 г. (12%), что было обусловлено преимущественно ростом благосостояния населения и, соответственно, повышением покупательской способности. Согласно прогнозам исследовательской компании «PMR Research», в 2010–2011 гг. средние темпы прироста фармрынка Польши составят 7,5% в год (рис. 1). В это же время ожидания локальных фармкомпаний по этому показателю несколько скромней — около 6% в год. В соответствии с прогнозами основными драйверами польского фармрынка станут безрецептурные препараты и БАД.

Согласно данным AESGP (Association of the European Self-Medication Industry — Ассоциация европейских производителей препаратов для самолечения), Польша занимала 6-е место среди стран Европейского Союза (ЕС) по объе-

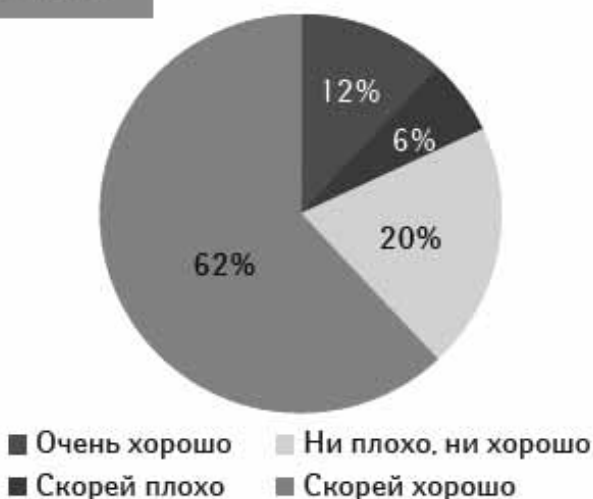
РИС. 1



Динамика объема аптекных продаж фармацевтической продукции в Польше в 2002–2011 гг. с указанием темпов прироста по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года

Источник: «PharmaExpert» и «PMR Research»

РИС. 2



Собственная оценка текущей финансовой ситуации фармкомпаний\*

\*Количество респондентов — 74. Ответы «не знаю» не были учтены.

Источник: «KPMG», «PMR Research», 2009 г.

му фармрынка в денежном выражении в 2007–2008 гг., а по темпам прироста в пересчете на евро — 2-е (+17,7%), уступив Испании (+43%).

Можно предположить, что наибольшее влияние финансовый кризис оказал на развитие сегмента безрецептурных препаратов. Это обусловлено тем, что эти ЛС не подлежат реимбурсации, и, как правило, используются в качестве дополнительного лечения к предписанным препаратам. Поэтому потребители в первую очередь отказываются от приобретения именно таких ЛС. Что касается рецептурных препаратов, то этот сегмент в меньшей степени подчиняется законам рынка и зависит преимущественно от изменений в системе реимбурсации. В это же время следует отметить, что многие дорогостоящие продукты, например БАД и лечебно-косметические средства для кожи, напротив, имеют целевую аудиторию, не стесненную в расходах. В целом, анализируя динамику объема аптечных продаж фармацевтической продукции, можно сделать вывод, что этот сектор экономики обладает высокой кризисоустойчивостью ввиду низкой эластичности спроса.

### БИЗНЕС-КЛИМАТ ПОЛЬСКОГО ФАРМРЫНКА

Согласно опросам, экономический кризис не оказал существенного влияния на развитие фармацевтического сектора Польши. Так, большая часть респондентов охарактеризовали текущую ситуацию на польском фармрынке как «хорошую» и «очень хорошую» (рис. 2). Причем локальные компании бо-

лее оптимистично смотрят на сложившуюся на рынке ситуацию, чем предприятия с высоким уровнем участия иностранного капитала. Более половины опрошенных компаний заявили, что в 2009 г. их объем продаж увеличился, а финансовые результаты улучшились по сравнению с предыдущим годом.

Однако, несмотря на улучшение финансовых показателей более чем у половины компаний, около трети респондентов констатируют ухудшение своих рыночных позиций относительно 2008 г. в связи с кризисом. Таким обра-

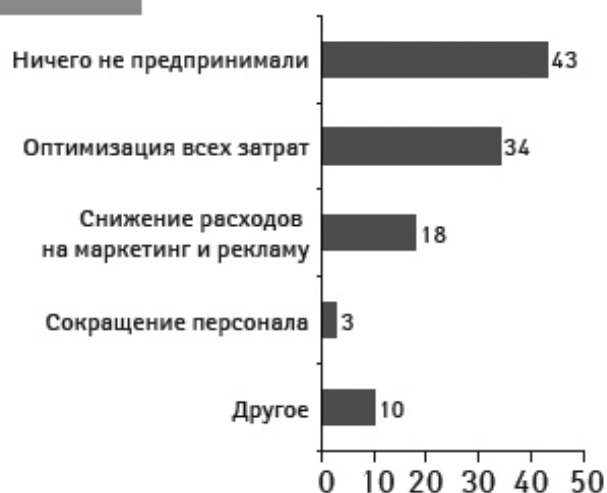
зактором регуляторный аспект, выделили принятый в Польше в ноябре 2008 г. закон об ограничении рекламы ЛС и запрете посещения врачей и фармацевтов медицинскими представителями. Кроме указанных барьеров, компании также выделили высокий уровень консолидации в сфере оптовых поставок на польском фармрынке, негативное влияние ценового регулирования в отрасли, низкую степень доступности заемных средств, политическую нестабильность, недостаточную ликвидность бизнес-партнеров и др.

специальных мер по сокращению расходов на ведение бизнеса (рис. 3). Они обосновали свою позицию тем, что финансовый кризис не повлиял на развитие фармацевтического сектора. Приблизительно треть фармкомпаний заявили о мерах экономии по всем расходным статьям, несколько меньшее количество респондентов уменьшили расходы только на маркетинг и рекламу препаратов. Лишь некоторые компании сократили численность персонала. Среди специфических антикризисных мер компании назвали отказ от определенных каналов дистрибуции.

В 2010 г. фармкомпаниями не планируют снижения капитальных инвестиций по таким основным направлениям, как развитие персонала (обучение, тренинги, повышение квалификации), усовершенствование производства, развитие региональной службы (медпредставители), инновационная деятельность. Более половины опрошенных компаний заявили, что в 2010 г. намерены увеличить объем инвестиций по указанным направлениям, остальные респонденты планируют сохранить капиталовложения на уровне предыдущего года.

Почти треть респондентов отметили, что одним из важнейших факторов, влияющих на их развитие, будет выведение на рынок новых продуктов, впрочем, как и для фармсектора в целом (рис. 4). В частности, приблизительно половина опрошенных компаний считают, что наиболее перспективными на польском рынке в течение ближайших 2 лет будут антинеопластические препараты. Среди других важных факторов также выделили рост благосостояния населения

РИС. 3



Меры, предпринятые или планируемые фармкомпаниями в ответ на экономический кризис\*

\*Количество респондентов — 75. Респонденты могли выбирать более 1 варианта ответа.

Источник: «KPMG», «PMR Research», 2009 г.

### АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕРЫ ФАРМКОМПАНИЙ

В условиях всеобщего экономического спада весьма актуальными стали вопросы оптимизации капитальных затрат. Так, более 40 респондентов отметили, что в период кризиса не предпринимали никаких

РИС. 4



Основные факторы, определяющие развитие фармацевтического рынка Польши\*

\*Количество респондентов — 73. 2% ответов — «не знаю» — на графике не учтены. Каждый респондент мог выбрать до 3 вариантов ответов.

Источник: «KPMG», «PMR Research», 2009 г.

страны и повышение доступности реимбурсируемых препаратов. Также респонденты назвали такие факторы развития польского фармрынка, как консолидация в отрасли (слияние и приобретение компаний), внедрение новых методов производства, инновационная деятельность, демографические тенденции, сокращение товаропроводящей цепочки, упрощение процедуры регистрации ЛС.

## ГОСРЕГУЛИРОВАНИЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Министерство здравоохранения Польши планирует внести поправки в законодательство в сфере регулирования фармацевтической отрасли касательно установления фиксированной торговой наценки на реимбурсируемые препараты. В ре-

зультате ценовое регулирование приведет к тому, что такие препараты будут продаваться по тем же ценам, что и остальная фармацевтическая продукция, которая не подлежит возмещению. По мнению респондентов, пациенты выиграют, в то время как на сегмент дистрибуции эти законодательные изменения, напротив, окажут негативное влияние.

Что касается ужесточения антимонопольного регулирования на польском фармацевтическом рынке, то согласно нововведениям разрешение на деятельность для аптеки будет выдаваться только в том случае, если компания (или ее подразделение, или любая компания группы) одновременно занимается дистрибуцией или подала заявку на получение лицензии для осуществления подобного рода деятельности. Таким образом, ужесточение антимонопольного зако-

нодательства негативно отразится на аптечных сетях, в то время как отдельные аптеки, напротив, будут в выигрыше.

Ввиду вступления Польши в Европейский Союз (ЕС) была проведена гармонизация законодательных актов — европейские нормы регулирования фармрынка были имплементированы в польское законодательство. Процесс гармонизации законодательства был завершен 31 декабря 2008 г. Фармацевтическая продукция, которая не была приведена в соответствие с европейскими нормами (2800 наименований продуктов), по мере вымывания запасов в течение 5 лет должна быть выведена с рынка. Однако до сих пор Министерство здравоохранения Польши не опубликовало полный перечень продуктов, которые будут сняты с реализации.

В результате проведенного исследования было установлено, что 45% фармкомпаний придерживаются мнения, что их продукция успешно прошла проверку на соответствие европейским нормам. Около трети респондентов остановили производство некоторых продуктов, однако считают, что это никак не отразится на их объемах продаж. И лишь одна компания ожидает значительного снижения объема продаж своей продукции.

Таким образом, можно предположить, что продукция, не соответствующая европейским нормам, имела незначительный удельный вес в общем объеме продаж фармацевтической продукции компаний. Соответственно, данный аспект не окажет критического влияния на развитие польского фармрынка.

## РАЗВИТИЕ КАНАЛОВ ДИСТРИБЬЮЦИИ

Интернет-аптека в 2010 г. пророчат наиболее успешное развитие по сравнению с другими нетрадиционными каналами дистрибуции. Так, 80% респондентов прогнозируют, что именно этот канал сбыта фармпродукции продемонстрирует опережающие темпы развития на фоне традиционных аптечных учреждений. Следует отметить, что более половины компаний также считают, что и другие нетрадиционные каналы розничной реализации в 2010 г. покажут высокую динамику развития. Предполагается, что также будет набирать обороты нелегальная торговля фармпродукцией посредством сети Интернет (прямые интернет-продажи продукции фармкомпаниями, в отличие от интернет-аптек, в Польше запрещены).

**P.S.** В долгосрочной перспективе прогноз развития польского фармрынка выглядит весьма оптимистично, так как эта страна обладает высоким потенциалом в направлении увеличения расходов на фармацевтическую продукцию в расчете на душу населения. Ведь в Польше этот показатель по-прежнему значительно ниже, чем в западных странах. Кроме того, спрос на фармпродукцию в Польше будет повышаться в связи с наметившейся тенденцией к старению нации, а также увеличением количества хронических заболеваний.

Анна ШИБАЕВА

АПТЕКА online

по материалам

www.ceepharm.com