

№3 (3)

KURSIV

RESEARCH

**РЫНОК ФАРМАЦЕВТИКИ УЗБЕКИСТАНА:
РАЗВИТИЕ И ПОТЕНЦИАЛ**





Мобильное приложение "Asl Belgisi" - эффективный инструмент для потребителей

Проверяйте лекарственные средства на подлинность
в один клик благодаря приложению "Asl Belgisi"

ДОСТУПНО В APP STORE И GOOGLE PLAY

APP STORE



GOOGLE PLAY



СЛЕДИТЕ ЗА НАМИ В





Анастасия НОВИКОВА,
директор/главный редактор
Kursiv Research

Экономическая прививка для здоровья страны

Когда мы чувствуем недомогание, то идем к доктору или в аптеку, причем в аптеку гораздо чаще. Наверное, все заметили, как расширился за последние годы ассортимент препаратов: если раньше определенные лекарства нужно было ждать или заказывать через знакомых из других стран (и платить за них втридорога), то сегодня практически все можно найти на полках отечественных фармрелейеров.

26% – такой рост показывает отрасль фармакологии Узбекистана последние три года. Этот показатель во много раз опережает общий впечатляющий прирост экономики (ВВП рос в диапазоне от 5,5 до 7,4% в эти годы) и демонстрирует блестящие перспективы этого сегмента в стране. Уже сейчас фармрынок является третьим по величине в СНГ и одним из самых быстрорастущих в регионе, а действия правительства только подогревают интерес международных игроков и инвесторов.

Рынок фармакологии Узбекистана развивается параллельно в двух направлениях. С одной стороны, Узбекистан хочет обеспечить медицинскую сферу самыми разными препаратами, включая новейшие разработки. Для этого упрощаются процедуры регистрации и вывода новинок на рынок. При этом вводится процесс маркировки, что гарантирует подлинность препаратов. Впрочем, больше всего фармацевты ждут отмены таможенной пошлины на лекарства, которая запланирована на 2025 год – это поможет снизить цены на импортные лекарства.

С другой стороны, у Узбекистана большие амбиции: республика планирует быть не только импортером, но и сама наращивать промышленность, поставлять препараты на внутренний

и зарубежный рынок. Так, согласно Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022–2026 годы, доля лекарственных и медицинских средств отечественного производства будет доведена до 80%. У этого направления много плюсов: развитие собственной научной и производственной базы, создание рабочих мест, стабилизация цен на лекарства на внутреннем рынке, независимость от внешних факторов. Но самый, пожалуй, главный, это доступность широкого спектра лекарственных препаратов для узбекистанцев.

Уровень доступности здравоохранения (сюда входит не только качество и скорость оказания медицинской помощи, но и фармакология) – одна из главных составляющих долголетия. А рост продолжительности жизни – один из основных признаков развитого государства.

В Узбекистане, по данным ООН, средняя продолжительность жизни в 2021 году составила 70,9 года. Это чуть ниже «средней температуры по больнице» – мировой показатель зафиксирован на уровне 71 года. Безусловно, узбекистанцы живут значительно меньше мировых лидеров – граждан Монако (85,9 года), Гонконга (85,5) и Макао (85,4). Но при этом в рейтинге позади нас остались Россия, Азербайджан, Казахстан (в этих странах живут в среднем 69,4 года) и другие соседи.

Учитывая активное развитие сектора фармацевтики в Узбекистане, можно предположить, что в конечном счете от этого выиграет не только экономика страны, но и простые узбекистанцы. Люди станут жить дольше и будут здоровее. И это, пожалуй, главное, к чему надо стремиться.

**ПРИЯТНОГО
ЧТЕНИЯ!**

Улутбек Эгамов,

ДИРЕКТОР АГЕНТСТВА ПО РАЗВИТИЮ
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РУЗ:

«Фармацевтика превращается в экономический драйвер Узбекистана»

ПАВЕЛ НОСАЧЁВ

Развитие фармацевтической отрасли Узбекистана идет вместе с экономическим подъемом всей узбекской экономики. Принятые меры по либерализации налогового законодательства, изменение таможенного регулирования, а также создание условий для производства за несколько лет вывели фармацевтическую отрасль на совершенно новый уровень. И сегодня можно с уверенностью сказать, что фармацевтика – один из драйверов экономического роста Узбекистана.



РОСТ ПО ВСЕМ НАПРАВЛЕНИЯМ

Фармацевтический рынок Узбекистана сегодня имеет самую быструю динамику роста

в регионе и развивается сразу в нескольких направлениях. Прежде всего мы наблюдаем рост числа компаний, занятых в производстве. Сейчас в отрасли действует более 200 предприятий, из которых 85 являются производителями лекарственных средств и

более 120 выпускают медицинские изделия и оборудование.

Все эти предприятия, по данным Статагентства, за семь месяцев произвели фармпродукцию на 2 трлн сумов и выпустили 195 новых видов товаров. Если сравнивать с показателями

шестилетней давности, отрасль продемонстрировала трехкратный рост.

Объем экспорта фармсектора РУз, который поставляет свою продукцию в 27 стран мира, составил \$80 млн. В сравнении с показателями шестилетней давности отрасль продемонстрировала пятикратный рост.

Согласно планам, до 2026 года в республике должно открыться более ста новых предприятий. Общая стоимость данных проектов – \$1 035,3 млн. И сегодня государство в лице профильных структур принимает все необходимые меры к решению данного вопроса.

Всего за шесть последних лет объем иностранных инвестиций в отрасль вырос в девять раз.

БЕЗ ИМПОРТА НИКУДА

Конечно, без импорта лекарств покрыть запросы потребителей мы пока не в силах. Сейчас республика потребляет более 1,5 тыс. наименований фармпродукции на \$1,6 млрд в год. Местные предприятия производят лишь около половины востребованных лекарств и медицинских товаров. Объем импорта в страну составляет около \$1,2 млрд.

Однако в этом году было отмечено снижение объема ввоза препаратов из-за рубежа. За семь месяцев текущего года импорт составил \$795 млн, что на 9% меньше в сравнении с прошлым годом.

При этом наблюдается увеличение доли поставляемой качественной фармацевтической продукции. Так, импорт из Японии вырос на 880%, из Швейцарии – на 273%, из Австрии – на 147%, из Германии – на 126% и из Италии – на 113%. Импорт из Индии и Китая сократился на 27% и 11% соответственно.

ОСОБЫЕ УСЛОВИЯ

Конечно, Узбекистан сегодня интересен глобальным фармигрокам не только как крупнейший рынок Центральной Азии объемом \$2,5 млрд и с населением 36 млн человек, но и как хаб для входа в регион с населением 120 млн человек и объемом рынка \$6 млрд.

Мы заинтересованы в расширении сотрудничества, создании производственных площадок, передаче технологий, обучении кадров и создании системы контроля качества. Сегодня это наглядно, а самое главное, успешно реализуется в фармацевтических свободных экономических зонах, расположенных в разных регионах страны.

Сейчас в фармСЭЗ Узбекистана насчитывается 70 инвестиционных проектов на \$560 млн, из которых \$324 млн – это прямые иностранные инвестиции.

Главная задача принимаемых мер – повышение уровня обеспеченности местной фармацевтической продукцией с нынешних 35 до 80%. Для достижения этой цели мы хотим привлечь на рынок Узбекистана ведущие мировые фармацевтические компании и за счет установления кооперационных отношений с местными предприятиями создать условия для разработки новых видов фармпродукции.

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК УЗБЕКИСТАНА СЕГОДНЯ ИМЕЕТ САМУЮ БЫСТРУЮ ДИНАМИКУ РОСТА В РЕГИОНЕ. СЕЙЧАС В ОТРАСЛИ ДЕЙСТВУЕТ БОЛЕЕ 200 ПРЕДПРИЯТИЙ, ИЗ КОТОРЫХ 85 ЯВЛЯЮТСЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ И БОЛЕЕ 120 ВЫПУСКАЮТ МЕДИЦИНСКИЕ ИЗДЕЛИЯ И ОБОРУДОВАНИЕ.

ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ В КЛАСТЕР

Сейчас, открывая производство в Узбекистане, компании получают ряд преференций в виде использования инфраструктуры СЭЗ, логистики, упрощенной регистрации продукции и возмещения затрат на НИОКР. Также для них отсутствуют таможенные сборы, а самое главное – есть возможность выхода на рынок Центральной Азии и стран СНГ, а также участие в уникальном проекте региона – инновационном фармацевтическом кластере «Ташкент Фарма Парк».

Сегодня это крупнейший социальный проект Узбекистана, где будет создано 4,4 тыс. рабочих мест. Территория кластера составляет 130 га, где, помимо промзоны, разместятся 10 основных научно-исследовательских, образовательных и административных объектов. Общая стоимость проекта – \$788 млн.

Кластер разделен на три зоны: производственную, научно-образовательную и административную. Научно-образовательная будет включать в себя международный фармацевтический технический университет, дата-центр, спортивный комплекс, помещения для студентов и иностранных преподавателей, научно-экспериментальные линии, научно-исследовательский центр, виварий, центры доклинических и клинических исследований, научно-исследовательские институты в области фармацевтических препаратов.

Часть промзоны кластера в настоящее время уже поделена между инвесторами. Мы приглашаем фармацевтические компании принять участие в этом уникальном проекте и стать частью «Ташкент Фарма Парк».

ГОСУДАРСТВО ПОДДЕРЖИТ СУМОМ

Однако государство сегодня заинтересовано не только в приходе в страну крупных зарубежных фармигроков, но и в развитии местных компаний. Весной этого года президент поставил задачу по облегчению кредитной нагрузки на предпринимателей, занятых в фармсекторе.

Для этого «Асакабанк» был закреплен как партнер в развитии фармацевтической отрасли. Банк будет входить в проекты в качестве инвестора с долей участия до 25%. Сейчас при «Асакабанк» основан Центр финансирования фармпроектов и ведутся работы по привлечению долгосрочных кредитных ресурсов на \$300 млн для финансирования инициатив по локализации и импортозамещению.

Также принимаются меры по освоению 400 видов новой продукции и замещению импорта на \$670 млн за счет поддержки предприятий малой мощности. Для этого предприятиям будут предоставлены револьверные кредиты до \$1 млн сроком на 18 месяцев, а экспортерам – кредиты до \$2 млн под залог страхования выручки.

Напомним, что в республике сегодня действует ряд льгот и преференций для производителей, а также экспортеров фармпродукции. Получение этих мер поддержки на особом контроле всех профильных ведомств, также как и совершенствование системы госзакупок.

СТАНДАРТЫ РЕШАЮТ

Выпуск высококачественной фармацевтической продукции невозможен без соблюдения международных стандартов. Сейчас на 39 местных предприятиях внедрены стандарты GMP (Прим. ред. – Good Manufacturing Practice, Надлежащая производственная практика), а в 115 – стандарты GDP (Прим. ред. – Good Distribution Practice, Надлежащая дистрибуторская практика).

Согласно указу президента, с этого года в тендерах по госзакупкам фармацевтической продукции разрешается участвовать исключительно организациям, производящим лекарства по стандартам GMP и GDP. А все производственные предприятия, а также аптеки и организации оптовой торговли в фармсекторе создаются в соответствии с указанными требованиями, а также стандартами GPP (Прим. ред. – Good Pharmacy Practice, Надлежащая аптечная практика).

Все обозначенные меры призваны реализовать стратегические задачи, которые сегодня стоят перед агентством на ближайшую перспективу. Это касается и поиска новых рынков сбыта продукции местных производителей, и поддержки конкуренции, качества продукции, а также повышения экспортного потенциала и внедрения стандартов.

eurasianpharmasummit.com



ЕВРАЗИЙСКИЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ САММИТ

Узбекистан + онлайн
осень 2024 г.

Единственная конференция, освещающая в комплексе тенденции развития фармацевтических рынков стран Средней Азии, Кавказа и Восточной Европы

400+

Участников

100+

Спикеров

20+

Сессий



Дискуссии



Круглые столы
с регуляторами



Встречи один-на-один
с топ-менеджерами
фармацевтических
компаний



Награждение победителей
конкурса на соискание
Eurasian Pharma Awards

“

Евразийский Фармацевтический Саммит стал той площадкой, на которой обсуждаются самые острые проблемы, происходит обмен опытом между представителями регуляторных органов и фармацевтических компаний из разных стран, устанавливаются деловые контакты. Для нас важен открытый диалог между всеми участниками фармацевтических рынков: регуляторами, компаниями-производителями лекарственных препаратов, дистрибьюторами и аптечными сетями, потому что в конечном итоге это ведет к расширению доступа к качественным лекарствам для большего числа пациентов, которым требуется медицинская помощь.



Наталья Баева

директор, Global Pharmaceutical Leaders' Club
(Великобритания)

Госинвестиции и законодательная база. В IQVIA назвали условия роста фармрынка Узбекистана

ДАРЬЯ БАРАКИНА

Рост фармацевтического рынка за последние три года



В ИНТЕРЕСАХ КРУПНЫХ ИГРОКОВ

Последние опубликованные исследования IQVIA в июле 2023 года говорят о том, что наибольшую долю фармацевтического рынка в Узбекистане по итогам последних 12 месяцев занимают компании World Medicine (4,01) KRKA (3,6%), Sanofi (2,81%)

В числе ведущих фармацевтических брендов в Узбекистане по итогам 12 месяцев в денежном выражении IQVIA называла EVRYSDI, NATRIUM CHLORIDUM, CEFTRIAXONE, QUPEN и RINOXIL.

Генеральный менеджер IQVIA в Евразийском кластере **Анастасия Круглова** в своем выступлении на Международном фармацевтическом

форуме в июне 2023 года заявила, что дальнейшее развитие профильного рынка Узбекистана зависит от объема государственных инвестиций и наличия подходящей законодательной базы.

Если власти выполняют эти условия, то, по мнению экспертов компании, страной заинтересуется большое количество фармацевтических компаний международного уровня.

Этим позитивные изменения не ограничатся. IQVIA прогнозирует рост числа локализаций производств в Узбекистане, а также увеличение объемов клинических исследований и выпуска местных лекарственных препаратов.

АНАЛИТИКА ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ

IQVIA – это мировой лидер в использовании данных, технологий, передовой аналитики и экспертизы в сфере здравоохранения и улучшения качества жизни людей. Компания IQVIA предоставляет игрокам фармацевтического рынка аналитические, технологические и информационные решения, в том числе — методологии обработки данных, справочники продуктов и наборы классификаторов. Цель деятельности IQVIA — создание современной

Узбекский фармацевтический рынок один из самых динамично развивающихся на Евразийском пространстве. Его среднегодовой прирост в денежном выражении в долларах США за последние три года составил 16%. Показатель Казахстана равен 14%, Кыргызстана — 13%, России — 12%, Беларуси — 10%. Такие данные в своем обзоре рынка приводит IQVIA.

инновационной системы здравоохранения в глобальном масштабе.

В Узбекистане IQVIA работает в рамках региона Содружества Независимых Государств. В него входит девять государств. Помимо Узбекистана, это Россия, Казахстан, Беларусь, Азербайджан, Грузия, Молдова, Кыргызстан и Армения.

В регионе компания предлагает клиентам услуги аудита розничного и государственного рынков лекарственных средств и медицинской техники, консалтинга, первичных исследований рынка, технологические сервисы.

IQVIA ведет базу специалистов и учреждений сферы здравоохранения, а также аптек OneKey. Данный перечень состоит из 31 360 медицинских специалистов, 2 700 организаций и более чем 9 800 действующих аптечных учреждений

Еще одно направление деятельности IQVIA в регионе — поддержка вывода лекарств на рынок за счет оптимизации процесса клинических исследований. С 1997 года в портфеле организации более 500 таких кейсов. Их результаты подтверждены регуляторами: FDA (американское Управление по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов), ЕМА (Европейское агентство лекарственных средств) и Министерством здравоохранения Российской Федерации.

Также компания оказывает услуги консалтинга: начиная с проведения R&D, формирования портфеля вплоть до запуска, коммерциализации и расширения присутствия на рынке.

Наконец, организация помогает клиентам в подборе персонала и формировании команды под конкретную задачу, в разработке адаптивной модели развертывания полевых сил, маркетинге и взаимодействии с товарными сетями.

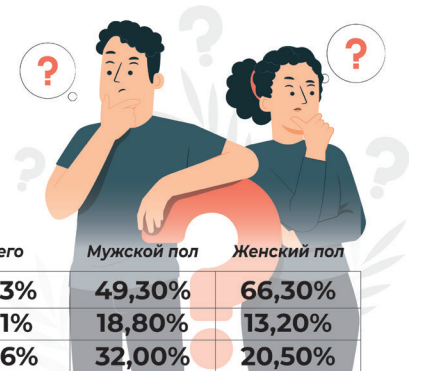
ЧТО МЫ ЗНАЕМ О БАДАХ И КАК ЧАСТО ИХ ПРИНИМАЕМ

СВЯТОСЛАВ ПОЛЯКОВ

Более 70% узбекистанцев, проживающих в десяти самых крупных городах страны, что-то знают о биологически активных добавках. Каждый третий их хоть иногда принимает. Подробности – в новом исследовании Kursiv Research Uzbekistan.

Знаете ли вы, что такое биологически активные добавки или БАДы

Уровень осведомленности о БАДах среди горожан оказался достаточно высоким. 73,4% опрошенных по крайней мере слышали о них, а более половины (57,3%) уверены, что знают, что это такое. Никогда не слышал о биологически активных добавках примерно каждый четвертый – 26,6%.



	Всего	Мужской пол	Женский пол
Знаю, что это такое	57,3%	49,30%	66,30%
Что-то слышал(а), но точно не знаю	16,1%	18,80%	13,20%
Никогда не слышал(а) и не знаю, что это такое	26,6%	32,00%	20,50%

Как вы думаете, биологически активные добавки или БАДы это.. (% от знающих)

Для половины тех, кто уверен, что знает, что такое БАДы, – это добавки в пищу. Более трети (34,3%) рассматривают биологически активные добавки как витамины, и только 8,8% знающих респондентов видят в них лекарственные средства.



	Всего	Мужской пол	Женский пол
Лекарства	8,8%	12,2%	6,0%
Витамины	34,3%	35,0%	33,6%
Добавки в пищу	50,0%	43,7%	55,3%
Другое	4,6%	6,1%	3,4%
Затрудняюсь ответить	2,3%	3,0%	1,7%

Верите ли вы, что употребление биологически активных добавок (БАДов) положительно влияет на организм человека (% от знающих)

Высокая осведомленность хорошо конвертируется в доверие. 70% знающих верят или скорее верят, что употребление биологически активных добавок (БАДов) положительно влияет на организм человека.

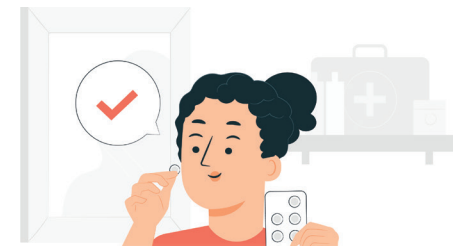
	Всего	Мужской пол	Женский пол
Определенно да	33,0%	29,9%	35,6%
Скорее да	37,0%	40,6%	33,9%
Скорее нет	10,9%	5,6%	15,3%
Определенно нет	13,4%	18,3%	9,3%
Затрудняюсь ответить	5,5%	5,6%	5,5%
Нет ответа	0,2%		0,4%



ОПРОС ПРОВОДИЛСЯ МЕТОДОМ ТЕЛЕФОННОГО ИНТЕРВЬЮ (CATI) С 21 ПО 28 АВГУСТА 2023 ГОДА. В НЕМ УЧАСТВОВАЛИ 756 РЕСПОНДЕНТОВ ИЗ ТАШКЕНТА, НАМАНГАНА, САМАРКАНДА, АНДИЖАНА, НУКУСА, БУХАРЫ, КАРШИ, КОКАНДА, ФЕРГАНЫ И МАРГИЛАНА. ВЫБОРКА РЕПРЕЗЕНТИРУЕТ НАСЕЛЕНИЕ ЭТИХ ГОРОДОВ ПО ПОЛУ И ВОЗРАСТУ.

Принимаете или принимали ли вы за последний год биологически активные добавки (БАДы)? (% от ответивших)

Примерно каждый третий городской житель (31,6%) с той или иной частотой принимает биоактивные добавки. 14,6% делают это нерегулярно, при необходимости. Лишь 6,3% опрошенных ответили, что пьют БАДы постоянно в течение года, примерно столько же (6,6%) принимают их курсами. 4% респондентов выбрали вариант ответа «принимаю сезонно».



	Всего	Мужской пол	Женский пол
Да, принимаю регулярно (постоянно пью в течение года)	6,3%	5,5%	7,3%
Да, принимаю курсами	6,6%	3,0%	10,7%
Да, принимаю сезонно	4,1%	3,5%	4,8%
Да, принимаю при необходимости	14,6%	11,5%	18,0%
Нет, ни разу не принимал(а)	68,4%	76,5%	59,3%

ДЕВУШКИ ВПЕРЕД

Существуют и гендерные различия. Женщины демонстрируют большую осведомленность. 66,3% из них знают о БАДах против 49,3% мужчин, причем 55% в курсе, что это добавки в пищу. При этом мужчины значимо чаще выбирают вариант «Лекарства» (12,2% против 6%).

Если говорить об общем уровне доверия, то он у обоих полов примерно одинаковый: 70,5% мужчин и 69,5% женщин определенно или скорее верят, что употребление БАДов положительно влияет на организм. Среди первых значительно больше строгих БАДоне-

гативистов, выбравших вариант ответа «определенно нет», – 18,3% против 9,3%.

При этом 40,7% женщин с той или иной регулярностью принимают добавки, что почти вдвое больше, чем у мужчин (23,5%). Это преимущество обеспечивается тем, что женщины чаще пьют БАДы курсами (10,7% против 2%) и принимают их при необходимости.

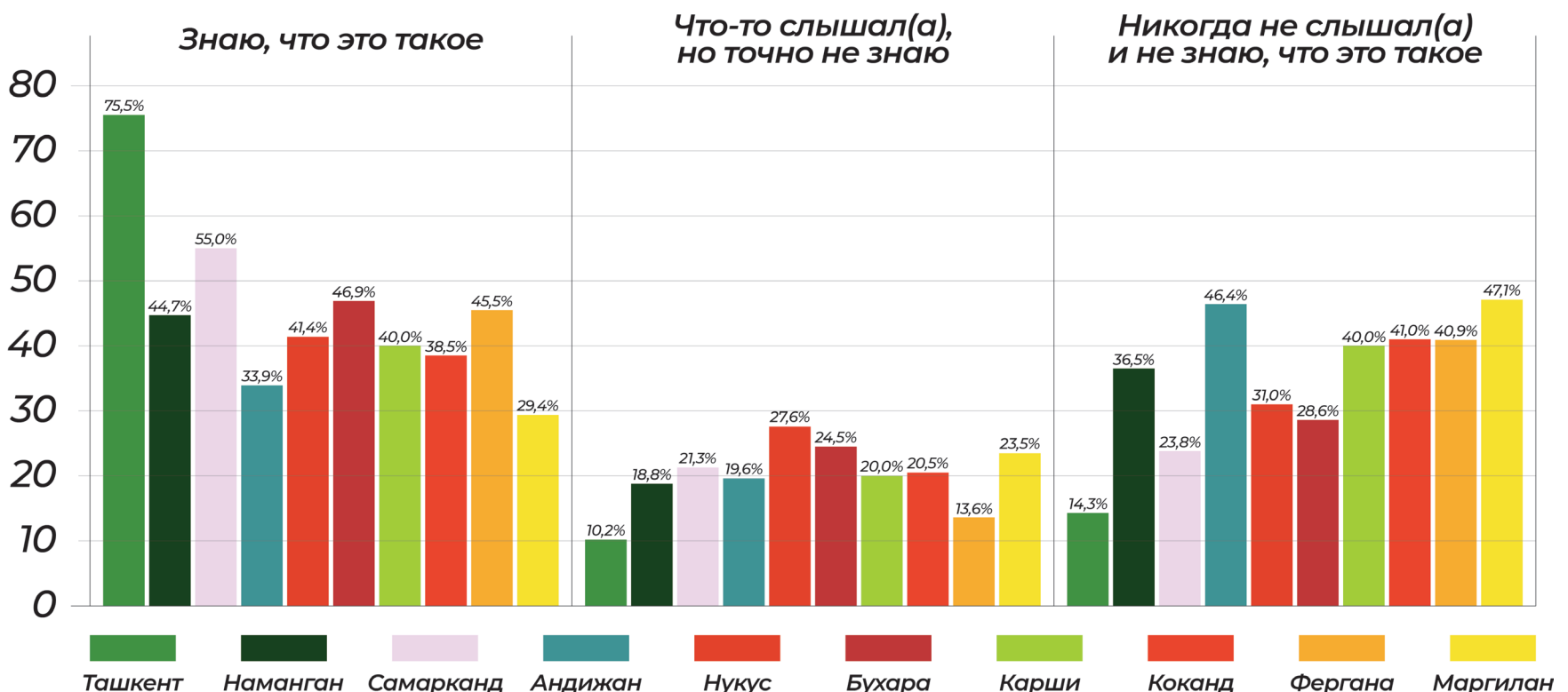
слышали о БАДах, а 75,5% уверены, что знают, что это такое. Ниже всего уровень осведомленности в Маргилане, где о добавках что-то слышал примерно каждый второй, а знают 29,4% опрошенных.

Логично, что столица оказалась лидером и по потреблению добавок. 42,5% ташкентцев принимают БАДы с той или иной регулярностью. Самый низкий показатель зафиксирован в Андижане – 14,3%.

ТАШКЕНТ – ГОРОД БАДНЫЙ

Ташкент резко выделяется на фоне других городов, в которых проводился опрос. 85,7% процентов ташкентцев по крайней мере

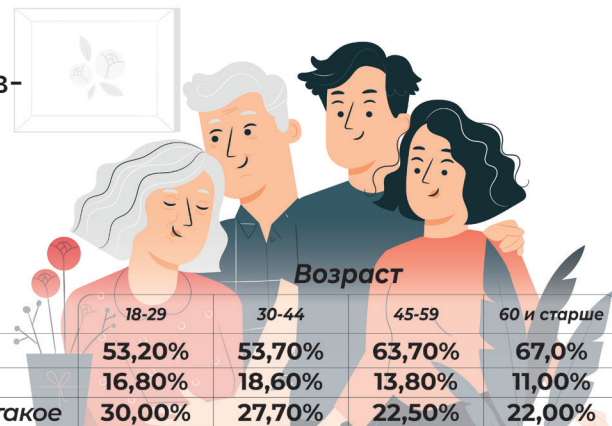
Знаете ли вы, что такое биоактивные добавки или БАДы (% по городам)



ИКСЫ ВМЕСТО ЗУММЕРОВ

Интересно, что в поколенческом разрезе самыми продвинутыми в этой теме оказались вовсе не миллениумы и зуммеры, а люди старшего возраста, причем чем ближе к пенсии, тем выше доля знающих. У респондентов в возрасте от 45 до 59 лет она составляет 63,7%, а у шестидесятилетних и старше достигает 67%.

Знаете ли вы, что такое биоактивные добавки или БАДы (% ответивших по возрасту)



Как вы думаете, биологически активные добавки или БАДы это.. (% от знающих по возрасту)

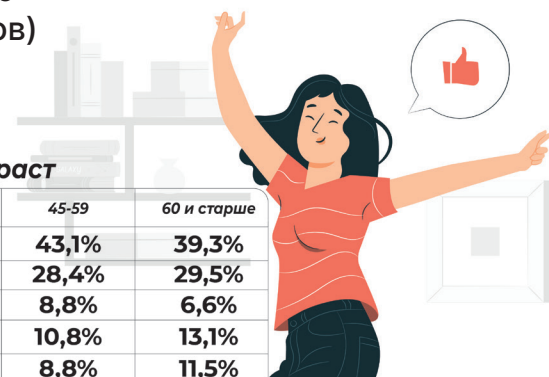
Осведомленные 45–59-летние чаще других определяют БАДы как пищевые добавки. Среди молодежи (18–29 лет) около половины считают, что БАДы и витамины – это одно и то же.



	Возраст			
	18-29	30-44	45-59	60 и старше
Лекарства	2,6%^a	12,4%^b	10,8%^b	8,2%^{a, b}
Витамины	49,1%^a	32,7%^b	21,6%^b	31,1%^b
Добавки в пищу	44,8%^a	49,0%^a	57,8%^a	49,2%^a
Другое	2,6%^a	4,6%^a	6,9%^a	4,9%^a
Затрудняюсь ответить	0,9%^a	1,3%^a	2,9%^{a, b}	6,6%^b

Что касается доверия, получается довольно неоднозначная картина. Главными скептиками оказываются хорошо информированные 30–44-летние, среди них самая высокая доля тех, кто не верит в чудодейственную силу добавок – 19%. А больше всего оптимистов среди молодежи. 89,7% осведомленных респондентов в возрасте от 18 до 29 лет уверены или скорее уверены, что БАДы полезны.

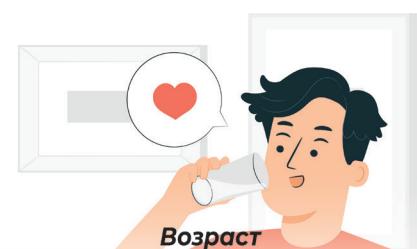
Верите ли вы, что употребление биологически активных добавок (БАДов) положительно влияет на организм человека (% от знающих)



	Возраст			
	18-29	30-44	45-59	60 и старше
Определенно да	36,8%	20,9%	43,1%	39,3%
Скорее да	43,6%	40,5%	28,4%	29,5%
Скорее нет	9,4%	15,0%	8,8%	6,6%
Определенно нет	8,5%	19,0%	10,8%	13,1%
Затрудняюсь ответить	1,7%	4,6%	8,8%	11,5%

Однако самые убежденные сторонники БАДов – это все те же 45-59-летние, среди которых 43% определенно верят в их пользу. Они же лидируют и по употреблению добавок. Почти 40% опрошенных в этой возрастной категории принимают БАДы, причем 10% делают это регулярно. На втором месте люди пенсионного возраста, среди которых биоактивные добавки пьют хотя бы иногда 36,3%.

Принимаете или принимали ли вы за последний год биологически активные добавки (БАДы)? (% от ответивших по возрасту)



	Возраст			
	18-29	30-44	45-59	60 и старше
Да, принимаю регулярно (постоянно пью в течение года)	6,4%	3,9%	10,0%	7,7%
Да, принимаю курсами	6,8%	4,6%	8,1%	9,9%
Да, принимаю сезонно	2,3%	4,2%	5,0%	6,6%
Да, принимаю при необходимости	17,3%	12,3%	16,3%	12,1%
Нет, ни разу не принимал(а)	66,8%	75,1%	59,4%	61,5%
Затрудняюсь ответить	0,5%	1,3%	1,3%	2,2%

Можно предположить, что в Узбекистане интерес к биоактивным добавкам связан не столько с маркетинговой культурой здорового образа жизни, ориентированной преимуще-

ственно на молодых, сколько с потребностью притормозить негативные процессы на фоне наступающего или прогрессирующего старения. И этим Узбекистан заметно отличается

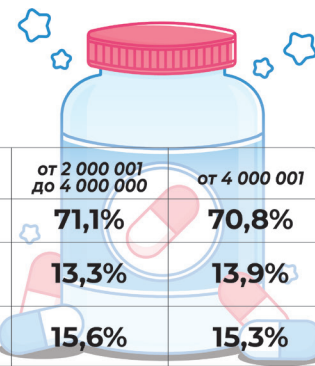
не только от Запада, но даже, например, от России. И там, и там, главные покупатели БАДов – это городская молодежь среднего класса.

ВИТАМИНЫ ДЛЯ БОГАТЫХ ИЛИ ЛЕКАРСТВО ДЛЯ БЕДНЫХ?

Существует мнение, что БАДы в наших условиях – это недешевое удовольствие, которое могут позволить себе платежеспособные горожане. Чем больше доход в расчете на одного члена семьи, тем выше уровень осведомленности о добавках и тем чаще люди их покупают.

Знаете ли вы, что такое биоактивные добавки или БАДы (% ответивших по доходу в месяц на члена семьи)

	Доход (сумы)				
	до 500 000	от 500 001 до 1 000 000	от 1 000 001 до 2 000 000	от 2 000 001 до 4 000 000	от 4 000 001
Знаю, что это такое	37,2%	41,0%	63,0%	71,1%	70,8%
Что-то слышал(а), но точно не знаю	16,7%	23,9%	15,4%	13,3%	13,9%
Никогда не слышал(а) и не знаю, что это такое	46,2%	35,0%	21,6%	15,6%	15,3%

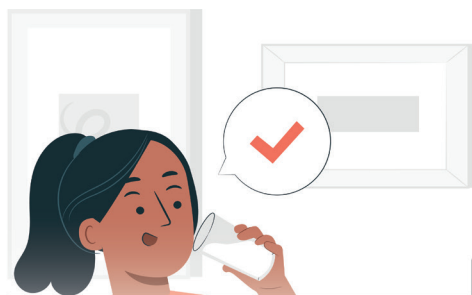


ТАК ЛИ ЭТО?

Самыми информированными насчет БАДов оказываются респонденты из высокодоходной группы, у которых на одного члена семьи приходится более 4 млн сумов в месяц. 84,7% из них что-либо знают или слышали о добавках. Доля тех, кто уверен, что знает, что это такое, более 70%.

Самый низкий уровень осведомленности в группе со среднедушевым доходом до 500 тыс. сумов: по крайней мере что-то слышали о добавках 54%, а точно знают 37,2%.

Доля принимающих БАДы с той или иной периодичностью у самых богатых вдвое выше, чем у самых бедных – 40,3% против 20,5%.



Принимаете или принимали ли вы за последний год биологически активные добавки (БАДы)? (% ответивших по доходу в месяц на члена семьи)

	Доход (сумы)				
	до 500 000	от 500 001 до 1 000 000	от 1 000 001 до 2 000 000	от 2 000 001 до 4 000 000	от 4 000 001
Да, принимаю регулярно (постоянно пью в течение года)	5,1%	0,9%	8,6%	7,8%	6,9%
Да, принимаю курсами	1,3%	3,4%	6,8%	12,2%	6,9%
Да, принимаю сезонно	2,6%	1,7%	7,4%	1,1%	5,6%
Да, принимаю при необходимости	11,5%	11,1%	16,0%	15,6%	20,8%
Нет, ни разу не принимал(а)	79,5%	82,1%	60,5%	62,2%	58,3%
Затрудняюсь ответить		0,9%	0,6%	1,1%	1,4%

Однако если говорить о потенциальном среднем чеке, то есть о той сумме, которую потребители готовы тратить на покупку БАДов без ущерба для других трат, картина получается не такая однозначная. По всей выборке месячный средний чек составляет 667 тыс. сумов. Учитывая, что речь идет о выборочной оценке, рассчитаем интервал, в котором лежит истинное среднее генеральной совокупности, то есть

всех совершеннолетних жителей самых крупных городов страны. Минимальное значение интервала равно 550 тыс. сумов, максимальное – 784 тыс. сумов.

Если взглянуть на график, видно, что средний чек у самой низкодоходной группы больше, чем у тех, чей доход в 8 (!) раз превышает их собственный – 658 тыс. сумов против 546 тыс. сумов для группы с доходом от 2 до

4 млн сумов. Качественный скачок среднего чека начинается с дохода более 4 млн сумов. У самых богатых этот показатель более чем в два раза выше среднего по выборке – 1 млн 339 тыс. сумов.

Получается, что самые бедные готовы тратить на БАДы, по крайней мере, не меньше, чем узбекистанцы со средним достатком.

На Западе биоактивные добавки часто называют «лекарством для бедных», подчеркивая этим, что малообеспеченные слои населения, что используют их как единственный доступный им заменитель дорогостоящих медицинских процедур и препаратов. Кроме того, бедные не могут позволить себе полноценное питание, включающее все необходимые организму витамины и микроэлементы. Этот дефицит они стремятся восполнить за счет «волшебных» добавок.

Эти предположения косвенно подтверждаются и нашим исследованием. В доходных группах «до 500 тыс. сумов» и «от 500 тыс. сумов до 1 млн» доля тех, кто воспринимает БАДы как лекарства, составляет соответственно 17,2% и 18,8%, что значительно выше среднего показа-

теля 9,2%. Для сравнения, в группе с доходом выше 4 млн сумов эта доля равна нулю.

При этом около половины самых богатых (47,1%) считают, что биоактивные добав-

ки – это витамины. У самых бедных, тех, кто придерживается этого мнения, почти вдвое меньше – 24,1%.

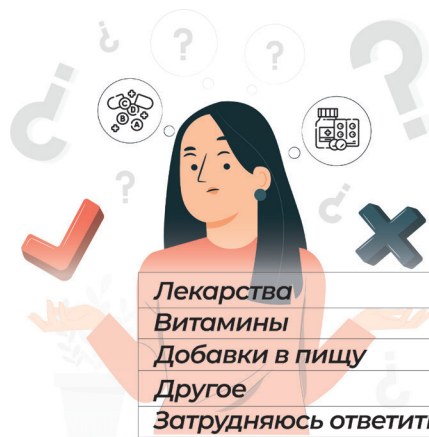
Какую сумму готовы потратить на БАДы в месяц без ущерба для ваших обычных трат? (средние значения по доходу в месяц на члена семьи)



Тыс. сумов	Доход (сумы)				
	до 500 000	от 500 001 до 1 000 000	от 1 000 001 до 2 000 000	от 2 000 001 до 4 000 000	от 4 000 001
	658	571	546	503	1339

Как вы думаете, биологически активные добавки или БАДы это.. (% от знающих по доходу на члена семьи)

Иными словами, если наименее состоятельные больше полагаются на целебную силу добавок, самые платежеспособные в основном рассматривают их как средство подбодрить организм витаминками.



	Доход (сумы)				
	до 500 000	от 500 001 до 1 000 000	от 1 000 001 до 2 000 000	от 2 000 001 до 4 000 000	от 4 000 001
Лекарства	17,2%	18,8%	8,9%	6,3%	
Витамины	24,1%	31,3%	36,6%	35,9%	47,1%
Добавки в пищу	37,9%	43,8%	51,5%	54,7%	39,2%
Другое	6,9%	6,3%	2,0%	1,6%	13,7%
Затрудняюсь ответить	13,8%		1,0%	1,6%	

ЭХО КОВИДА

Эпидемия коронавируса подстегнула глобальный спрос на БАДы. По данным Nielsen, после начала пандемии продажи на главном для этой индустрии рынке, американском, подскочили на 51,2%. Сказалось как желание людей укрепить организм перед лицом надвигающейся угрозы, так и желание вылечить себя самостоятельно из-за того, что система здравоохранения

не справлялась с выросшим в несколько раз потоком больных. Отголоски той поры слышны и в нашем исследовании. Так, 45,6% принимающих БАДы делают это для укрепления иммунитета. Второй по популярности ответ – чтобы восполнить потребность организма в витаминах и микроэлементах – 20,1%.

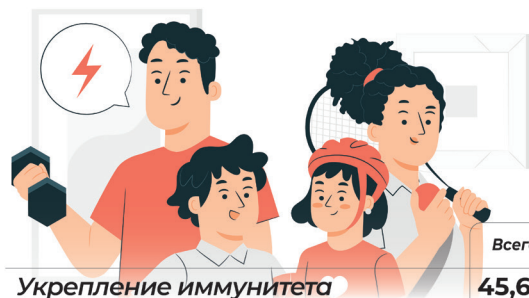
Имеются различия по возрасту и полу. Об иммунитете чаще остальных заботятся люди предпенсионного возраста – 61,9%. Воспол-

нить дефицит витаминов и микроэлементов в организме за счет добавок чаще стремятся молодежь до 29 лет (26,4%) и женщины (24,8%). Среди пожилых больше тех, кто принимает БАДы, чтобы снять усталость и стресс (12,1%) и улучшить обмен веществ (9,1%). Мужчины значимо чаще прибегают к добавкам, чтобы нарастить мышечную массу – 14,9%.

Еще наследием пандемии можно считать довольно высокую долю онлайн в торговле добавками. Треть респондентов приобрела их в интернет-магазинах и на маркетплейсах, что выше мирового показателя в 25%.

Второе место с результатом 28% занимают аптеки, которые в Узбекистане, можно сказать, явочным порядком назначили быть витринами БАДопозитивного образа жизни. Согласно прошлогоднему указу главы государства, они обязаны предоставлять не менее 10% прилавков под выкладку биологически активных добавок и препаратов из лекарственных трав.

Каждый пятый покупает БАДы у распространителей и частных лиц, что характерно для Узбекистана, в котором от 40 до 50% экономики находится в тени. На специализированные магазины приходится 15,5%.



С какой целью вы принимаете или принимали биологически активные добавки (% от принимающих по группам)

	Всего	Возраст					
		Мужской пол	Женский пол	18-29	30-44	45-59	60 и старше
Укрепление иммунитета	45,6%	46,8%	44,8%	38,9%	35,2%	61,9%	51,5%
Улучшение обмена веществ	9,2%	10,6%	8,3%	2,8%	15,5%	9,5%	9,1%
Коррекция веса, похудение	5,4%	2,1%	7,6%	2,8%	7,0%	6,3%	6,1%
Потребность организма в витаминах и микроэлементах	20,1%	12,8%	24,8%	26,4%	21,1%	12,7%	18,2%
Улучшение внешности	2,9%	1,1%	4,1%	4,2%	5,6%		
Наращивание мышечной массы	6,3%	14,9%	0,7%	13,9%	4,2%	3,2%	
Снятие стресса, усталости	5,4%	7,4%	4,1%	6,9%	2,8%	3,2%	12,1%
Затрудняюсь ответить	5,0%	4,3%	5,6%	4,2%	8,4%	3,2%	3,0%

Тут тоже не обошлось без возрастных предпочтений. Чем младше аудитория, тем охотнее она доверяет заказам через интернет, и наоборот, возрастные чаще выбирают оффлайн-покупки. Среди 45–59-летних самая высокая доля приобретающих добавки у распространителей и частных лиц – 28,6%. Пожилые чаще других

идут за БАДами в специализированные магазины – 27,3%.

В зависимости от канала покупки будет отличаться и потенциальная сумма покупки. Те, кто покупает БАДы в аптеках, готовы в среднем тратить на них более чем в два раза меньше, чем те, кто приобретает их на остальных

площадках. По аптекам средний чек составляет 368 тыс. сумов, по интернет-магазинам – 724 тыс. сумов, по частникам – 835 тыс. сумов, по спецмагазинам – 837 тыс. сумов. Из этих цифр не следует очевидного превосходства онлайн над оффлайном. Впрочем, рынок электронной торговли биологически активными добавками в Узбекистане еще далек от насыщения.



Где вы за последний год чаще всего приобретали или приобретаете биологически активные добавки (БАДы)

	Всего	Возраст			
		18-29	30-44	45-59	60 и старше
В аптеках	28,0%	27,8%	33,8%	22,2%	27,3%
В специализированных магазинах	15,5%	18,1%	9,9%	15,9%	21,2%
В интернет-магазинах, на маркетплейсах	33,1%	37,5%	35,2%	28,6%	27,3%
У распространителей, частных лиц	20,1%	13,9%	19,7%	28,6%	18,2%
Другой вариант	3,3%	2,8%	1,4%	4,8%	6,1%



Hilton

TASHKENT CITY



ОТЕЛЬ HILTON TASHKENT CITY

Отель предоставляет 258 современных номеров, наряду с залами для проведения различного рода мероприятий, роскошные рестораны и бары, спа и фитнес-центр.

tashkentcity.hilton.com

Ул. Ислама Каримова, 2, Блок 5

Ташкент, 100027, Узбекистан

T: +998 71 210 88 88 ; +998 71 210 89 00

E: reservations@hilton-tashkent.com

A Million
Things To Do
One Place
To Stay

Здоровые

ЧТО ПОМОГАЕТ РАСТИ РЫНКУ БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК

Объем рынка биологически активных добавок (БАДов), по разным оценкам, в мире увеличивается примерно на 10% ежегодно. Интерес к таким продуктам растет на фоне минувшей пандемии COVID-19. При этом отрасль не планирует сбавлять обороты и дальше. О перспективах рынка Kursiv Research поговорил с представителем компании Solgar, которая работает в сфере БАДов уже более 75 лет.

ВРЕМЯ РЕШЕНИЙ

По предварительным данным Euromonitor International, предоставленным Kursiv Research, в 2022 году объем мирового рынка пищевых добавок составил \$76,1 млрд, а вместе с витаминами – \$126,5 млрд. На 2023 год прогнозируется рост до \$81,2 (+6,7%) и \$133,4 (+5,4%) млрд соответственно. Главным игроком в этом сегменте являются США, где сосредоточено больше трети мирового производства. Примерно столько же приходится на европейские страны, далее следует Япония, которая «держит» около пятой части рынка. В перечисленных странах сосредоточен и основной спрос на продукцию.

Пандемия COVID-19 заставила задуматься о своем здоровье весь мир, поэтому популярность антиоксидантов, витаминов, полифенолов и других БАДов только увеличивается, в том числе в странах СНГ.

«Глобально рынок БАДов в 2020 году вырос в районе 26%, что является действительно очень высоким уровнем прироста. Тенденция, по прогнозам, будет сохраняться в ближайшие

годы. По некоторым источникам, объем рынка БАДов дойдет до \$1 трлн к 2030 году», – прокомментировал ситуацию генеральный директор Solgar **Хакан Эртюрк**.

По его словам, у людей изменилось отношение к своему здоровью после COVID-19. Сегодня население уделяет огромное внимание своему состоянию, предпринимает меры для укрепления иммунитета, профилактики развития разных заболеваний.

Рынок растет в денежном выражении также за счет увеличения цен. Помимо этого, с БАДами научились работать аптечные сети и относятся к ним как к перспективному сегменту.

По оценкам отраслевого маркетингового агентства DSM Group, одной из основных причин роста рынка БАДов также является уменьшение физических нагрузок у современного человека. Поэтому потребление продуктов питания снизилось. По этой причине уменьшилось и количество тех элементов, которые организм сам синтезировать не может. Компенсировать недостаток можно за счет биологически активных добавок.

НЕ СБАВЛЯЯ ОБОРОТЫ

Самым крупным рынком в СНГ в сфере БАДов сейчас является Россия. Вслед за РФ подтягиваются и другие страны региона.

По данным исследования DSM Group, объем российского аптечного рынка БАДов в июле 2023 года вырос на 0,3% в стоимостном выражении относительно июня и составил 8,9 млрд рублей (около \$100 млн). В натуральном выражении наблюдалась просадка на 3,7%. За июль показатель составил 26,7 млн упаковок.

О перспективах стран СНГ представитель Solgar сказал следующее: «Мы видим рост на всех рынках, в частности, в России, Казахстане, Узбекистане, Армении, Кыргызстане. С учетом этого многие крупные фармкомпании стали плотно заниматься данным направлением, инвестировать в него. Также растет интерес со стороны населения. Все больше число потребителей, которые принимают несколько продуктов одновременно на регулярной основе».

С его слов, на фоне пандемии вырос интерес к БАДам со стороны врачебного сообщества. В рекомендации стали включать как минимум та-



ПРОИВЫЧКИ

ВАДИМ ЕРЗИКОВ

кие продукты, как витамин D3, селен, магний, цинк, витамин С.

Однако генеральный директор Solgar предупреждает, что БАДы – не замена существующим схемам лечения, но при системных образовательных программах они могут иметь место в этих схемах.

ПЛЮСЫ ДЛЯ ГОСУДАРСТВА

Акцент на биологически активных добавках все чаще делается для профилактики разных заболеваний.

«Все больше обсуждается применение БАДов в ряде категорий для групп риска, таких как сердечно-сосудистые заболевания, остеопороз, деменция, диабет. Как мы знаем, основная нагрузка на систему здравоохранения приходится на лечение именно хронических заболеваний», – заявил Хакан Эртюрк.

Применение БАДов может положительно отразиться на системе здравоохранения в целом, уверен эксперт. Это связано с тем, что с ростом продолжительности жизни увеличивается количество людей с хроническими заболева-

ниями, что дает нагрузку на систему здравоохранения: как на бюджет, так и людские ресурсы на уровне медработников. Поэтому сейчас очень широко обсуждается развитие превентивной медицины для определенных групп риска, в том числе включение категории БАДов в эту систему, отметил представитель Solgar.

СТАВКА НА РОСТ

На фоне благоприятного прогноза для рынка БАДов компании делают ставку не только на крупные рынки, но и на развивающиеся, в том числе в странах СНГ. Например, по оценкам Euromonitor International, в Казахстане рынок витаминов и БАДов вырастет в 2023 году по сравнению с 2022-м со \$175,12 млн до \$195,4 млн (+11,5%). В Азербайджане увеличение

будет с \$42,7 млн до \$49,2 млн (+15%), в Узбекистане – с \$19,85 млн до \$21,7 млн (+9,3%).

При этом в компании Solgar подчеркивают, что в странах СНГ рынок в полной мере не оцифрован, поэтому можно опираться только на приблизительные оценки.

«Для нас рынок СНГ является стратегическим. Мы сфокусированы в намерении развития культуры приема нутриентов как среди специалистов, так и среди населения. С помощью 75-летнего опыта на других рынках мы намерены представить лучшие инновационные продукты и таким образом внести свой вклад в развитие нутрициологии», – резюмировал генеральный директор Solgar Хакан Эртюрк.

Solgar отметила свое 75-летие в 2022 году. Организация начала производство в США в 1947 году с витаминно-минерального комплекса Naturvite с добавлением овощей вместо искусственных ингредиентов. Офис компании тогда располагался в здании аптеки на Манхэттене и занимал одну комнату. Сейчас в ассортименте представлено свыше 600 наименований разных добавок и витаминов. География присутствия насчитывает более 65 стран.

+9,3%

РОСТ РЫНКА
ВИТАМИНОВ
И БАДОВ
В УЗБЕКИСТАНЕ

Как цифровая маркировка защищает рынок лекарств от подделок и контрабанды



СВЯТОСЛАВ ПОЛЯКОВ

Фальсификация и контрабанда лекарств – масштабная проблема, с которой каждая страна борется по-своему. В Узбекистане уже три года активно внедряется система цифровой маркировки «Asl Belgisi», призванная поставить заслон на пути нелегально произведенных и ввезенных в страну фармпрепаратов.

Система цифровой маркировки – это база данных, в которой регистрируются абсолютно все препараты, которые поступают в оборот на территории Узбекистана. А еще это инструмент поэкземплярного учета продукции, национальный аналог Track & Trace.

В системе аккумулируется информация о производстве и обороте товаров. Это позволяет отслеживать их движение по логистической цепочке и защищать цепочку от «вброса» контрафактной продукции.

В Узбекистане алкоголь, табачная продукция, бытовая техника и лекарства перед выходом на рынок уже маркируются DataMatrix-кодами. На очереди вода и прохладительные безалкогольные напитки.

НА СТРАЖЕ ЖИЗНИ И ЗДОРОВЬЯ

По данным ВОЗ, за последние годы доля контрафакта в фармацевтическом секторе выросла на 15%. Речь практически всегда идет о некачественных препаратах, произведенных без соблюдения необходимых технологий. Такие лекарства не только не лечат, но и часто наносят непоправимый вред здоровью людей. Цифровая маркировка ставит заслон на пути такой продукции.

В 2022 году цифровая маркировка стала обязательной для 90% лекарств, поступающих на рынок республики. Оставшиеся 10% – это так называемые орфанные препараты, применяемые для лечения редких болезней, и лекарства, зарегистрированные в Узбекистане по процедуре признания (то есть одобренные в США, Европе и других развитых странах). Для них цифровая маркировка введена в 2023 году.

В полную силу система заработает с конца 2023 – начала 2024 года. К этому времени она будет фиксировать движение каждой упаковки от производителя до аптеки, а препараты, которые были произведены до старта маркировки, уйдут с рынка.

КАКИЕ ПРЕПАРАТЫ МАРКИРУЮТ В УЗБЕКИСТАНЕ

За год после старта обязательной цифровой маркировки выдано более 800 млн кодов на лекарственные средства. Из них 300 млн – местным производителям. Также в системе зарегистрировались 573 иностранных держателя регистрационных удостоверений.

Согласно постановлению Кабинета министров № 149 от 02.04.2022, лекарства из перечня Агентства по развитию фармацевтической отрасли при Минздраве Узбекистан, предельная отпускная цена на которые не превышает 1% от

базовой расчетной величины, маркируются бесплатно. Всего выдано 76 млн бесплатных кодов.

На сегодня в Узбекистане маркируется уже три группы препаратов: в первичной упаковке, вторичной упаковке и орфанные препараты.

В базе Агентства по развитию фармацевтической отрасли насчитывается более 35 тыс. регистраций, но в системе цифровой маркировки их пока только 13 тыс.

За время существования цифровой маркировки проработан механизм работы с оптовыми и розничными продавцами. Некоторые аптеки в Узбекистане уже добавили поле кода маркировки в кассовые чеки. Ряд аптек научился выводить лекарства из оборота. Некоторые дистрибьюторы оформляют агрегационные импортные таможенные коды и вводят в оборот импортные препараты с маркировкой.

Также за это время успешно заработала система трекинга лекарств. Так что теперь можно запросто отследить путь препарата от производителя до конечного потребителя.

Сегодня 90% местных фармкомпаний отправляют отчеты об агрегации, которая связывает уникальные серийные номера лекарств с уникальными кодами разных уровней упаковки. Агрегация не только позволяет отслеживать препараты, но и упрощает учет товаров и складских операций.

ИМПОРТ, ЭКСПОРТ И ЛОКАЛИЗАЦИЯ

По данным Агентства по развитию фармацевтической отрасли, производство препаратов с 2018 по 2023 год выросло на 127%, с 1,4 трлн до 5,2 трлн сумов.

Также наблюдается позитивная динамика локализации фармпродукции.

По плану в 2022 году локализация должна была составить 1,9 трлн сумов, в действительности цифры оказались выше – 2,1 трлн сумов. В этом году локализация должна достигнуть 3 трлн сумов, а в следующем – 3,6 трлн сумов.

ГДЕ УЗНАТЬ СПРАВЕДЛИВЫЕ ЦЕНЫ НА ЛЕКАРСТВА

Недавно узбекистанцы столкнулись с необоснованным повышением цен на некоторые лекарства, что вызвало споры в Telegram-канале «Потребитель.уз». Менеджер товарной группы «Лекарственные средства» системы цифровой маркировки «Asl Belgisi» **Диёр Расулев** рассказал, как формируется наценка в аптеках.

– Диёр, на сколько процентов в целом может осуществляться надбавка на лекарственные средства?

Согласно постановлению президента Узбекистана от 31.10.2016 № ПП–2647, предельная надбавка при продаже лекарств и медикаментов не может превышать 15% от покупной стоимости при продаже оптом и 20% от оптовой цены – при розничной реализации. Это касается как импортных лекарств, так и тех, что произведены в стране.

– То есть в стране действуют ограничения по наценкам на лекарства?

– Да, в Узбекистане цены на лекарства регулируются государством. Существует



ПРОВЕРИТЬ ЛЕКАРСТВО НА ПОДЛИННОСТЬ МОЖНО С ПОМОЩЬЮ БЕСПЛАТНОГО МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ «ASL BELGISI». ДОСТАТОЧНО УСТАНОВИТЬ ЕГО НА ТЕЛЕФОН И ПЕРЕД ПОКУПКОЙ НАВЕСТИ НА ЦИФРОВУЮ МАРКИРОВКУ ПРЕПАРАТА.

механизм референтных цен, когда предельная стоимость устанавливается на основе анализа отпускных цен на лекарства с таким же действующим веществом. При этом учитываются форма препарата, дозировка, концентрация, объем и упаковка. Анализируются цены как в стране производства препарата, так и в странах, наиболее близких Узбекистану по уровню социально-экономического развития. Кроме того, есть ограничения по наценке, которые могут устанавливать дистрибьюторы и аптеки.

– Где можно узнать о максимальной стоимости лекарственных препаратов, установленной государством?

– Об этом можно узнать в официальном реестре лекарственных средств. Его публикуют

на сайте Центра безопасности фармацевтической продукции при Минздраве Узбекистана.

– А если аптеки или оптовики нарушают порядок ценообразования лекарственных препаратов?

– Агентство по защите прав потребителей при Антимонопольном комитете и Департамент по борьбе с экономическими преступлениями при Генпрокуратуре РУз осуществляют профилактику и систематический контроль за соблюдением правил торговли.

Нарушение порядка ценообразования на лекарственные препараты и медицинские изделия, а также порядка отпуска рецептурных лекарств, розничной реализации лекарственных средств и медицинских изделий через электронную торговлю является грубым нарушением условий лицензии и влечет за собой приостановление действия.

В связи с этим производители, импортеры, оптовые и розничные точки продаж (аптеки) должны строго придерживаться порядка ценообразования, а также других условий и правил реализации лекарственных препаратов.

Благодаря системе цифровой маркировки «Asl Belgisi» у регулирующих органов имеется возможность прослеживания ценообразования по всей цепочке: импортеры – дистрибьюторы – розничные сети.

ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Проверить лекарство на подлинность можно с помощью бесплатного мобильного приложения «Asl Belgisi». Достаточно установить его на телефон и перед покупкой навести на цифровую маркировку препарата.

Если приложение считывает код, значит, препарат был произведен легально и завезен на территорию Республики Узбекистан.

Если же нет, то лучше воздержитесь от покупки. А еще лучше – сообщите о нарушении. Это можно сделать прямо из приложения «Asl Belgisi». Информация будет передана в соответствующие органы власти. Приложение доступно к скачиванию в Google Play и App Store.

Подробнее о правилах маркировки лекарственных средств и изделий медицинского назначения можно узнать на сайте crpt-turon.uz

ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ НА НАШИ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Instagram: @asl.belgisi

Telegram: @aslbelgisi

Facebook: @markirovka.uzb

Помогать людям жить здоровой жизнью

ПАВЕЛ НОСАЧЁВ

КАК SANTO ДОСТИГЛА ЛИДЕРСТВА НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

Компания SANTO занимает лидирующие позиции на фармацевтическом рынке Центральной Азии. SANTO уже более 10 лет входит в состав международной фармацевтической группы Polpharma и имеет собственный завод в Казахстане, а также представительства в Кыргызстане и Узбекистане. Сегодня у компании большие планы по расширению своего присутствия в регионе, а также продвижению социальных инициатив в Центральной Азии. Об этом и многом другом Kursiv Research поговорил с генеральным директором группы Polpharma Маркусом Зигером.



Фото: Герард Ставрианиди

НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА ЖИЗНЬ

– Маркус, группа Polpharma сегодня имеет большой опыт работы в разных странах. Расскажите, пожалуйста, об основных трендах в сфере защиты здоровья и как они влияют на развитие вашей компании?

– За последние годы мир сильно изменился, и сфера здравоохранения не стала исключением. В первую очередь это касается отношения граждан к своему здоровью. Если раньше люди вспоминали о своем самочувствии, когда заболели, то теперь заметный тренд общества – оставаться здоровыми и прожить дольше.

Такое изменение в сознании граждан диктует новый порядок работы и для фармацевтических компаний. Потому что мы должны работать не только над продуктами, которые помогают больным, но и создавать препараты, которые способствуют сохранению здоровья.

Именно поэтому в портфеле нашей компании большую часть сегодня занимают витамины и пищевые добавки, а также лекарства, которые помогают людям с проблемами сердца.

– Изменилась ли в связи с этим концепция деятельности вашей компании?

– Да, три года назад мы выбрали новую концепцию своей деятельности, которая заключается в нескольких словах – помогать людям жить здоровой жизнью в здоровом мире. Наш взгляд, в условиях глобального потепления это очень важно, и мы хотели бы нести ответственность за продукцию, которую производим, то есть за весь производственный процесс и цепочку поставок.

ВЫСОКИЕ СТАНДАРТЫ

– Все это очень созвучно со стандартами ESG, которые сегодня имплементируют многие компании. Как группа Polpharma внедряет нормы ESG? И какие стандарты должна соблюдать фармкомпания, чтобы добиться успеха в Центральной Азии?

– Я считаю, что ESG – очень важная концепция, хотя и не новая, поскольку раньше мы

работали по нормам КСО, и у нас были все экологические стандарты. Сегодня ESG – это стандартизированный набор правил, который все больше принимают не только в Европе, Центральной Азии, но и в США.

Очень важно, что в стандартах ESG большое внимание уделяется экологии. Но ESG – это нечто большее, чем экология. Это еще открытость и инклюзивность. И я очень горжусь тем, что в нашей группе 52% менеджеров – женщины. Мы считаем, что женщины в нашем регионе сильные, хорошо образованные и очень активные. Я думаю, что они могут управлять людьми лучше, и мы их в этом поддерживаем.

Стандарты ESG и лучшие мировые практики сегодня применяются нами не только в работе с коллективом, но и на производстве, а также в бизнесе. И здесь приходится порой проявлять жесткость и решительность в их имплементации. К примеру, нам пришлось уйти из некоторых стран и передать бизнес дистрибьюторам, поскольку там не соблюдаются стандарты, по которым мы привыкли работать.

Это касается и наших цепочек поставок. Мы сейчас всерьез задумались о том, как предприятия, которые производят для нас разные компо-

ненты, соответствуют стандартам ESG.

Около трех лет назад мы начали активное внедрение стандартов ESG на нашей крупнейшей фабрике в Польше. За это время нарабатан большой опыт в имплементации новых практик. В ближайшее время мы представим нашему наблюдательному совету концепцию ESG, которая будет применена на дочерних структурах группы.

ФОКУС НА ЦЕНТРАЛЬНУЮ АЗИЮ

– SANTO – крупнейшая фармацевтическая компания в Центральной Азии, в это связи не могу не спросить о тенденциях последних лет в плане продаж в регионе. Какую долю генерирует SANTO в общей выручке группы Polpharma?

– За 30 лет мне довелось поработать много где – в Центральной и Восточной Европе и примерно 10 последних лет – в Центральной Азии. На мой взгляд, ключевым фактором здесь являются люди, их мотивация и мечты. Вы ничего не сможете сделать в бизнесе, используя только инвестиции или продажи. И могу сказать с полной уверенностью, что у нас в SANTO отличная команда мотивированных сотрудников.

Также у нас есть перспективные рынки в Центральной Азии с высоким потенциалом роста. В связи с этим мы постоянно инвестируем в наш завод в Шымкенте. Сейчас строим крупнейший центр исследований и разработок, и подали заявку на получение сертификата GMP Европейского союза. Думаю, это будет первое производство в регионе, соответствующее таким высоким международным стандартам. Сертификат GMP Европейского союза открывает новые возможности. Прежде всего мы сможем экспортировать продукцию из Казахстана в Европу или другие страны.

Рынок Центральной Азии в структуре доходов компании составляет 17%, и сейчас есть тенденция к увеличению.

На мой взгляд, в ближайшие пять лет мы будем расти в трех направлениях. Первое – это Центральная Азия, где мы наблюдаем быстрый рост. Второе – на международных рынках, в основном в Центральной Европе. И третье – это B2B, когда мы продаем нашу продукцию другим компаниям.

БУДЕТ ПОТРЕБНОСТЬ – БУДЕТ ЗАВОД

– В связи с таким активным ростом в Центральной Азии планируете ли вы строительство завода в Узбекистане?

– Я хотел бы этого. Думаю, это было бы замечательно. Мы компания, которая инвестирует в заводы, и мы максимально открыты для этого, если в создании нового производства будет смысл.

Я считаю, что мы сможем добиться успеха только в том случае, если будем инвестировать в рынок. Инвестиции означают, что мы должны

иметь возможность охватить большую часть цепочки поставок. Мы не можем просто импортировать из Польши и продавать здесь. Мы хотим быть местными. Мы хотим создавать ноу-хау вместе с нашими людьми на заводах, в исследованиях и разработках. Действующий завод в Шымкенте, куда было инвестировано более \$108 млн, уже превращается в центр, откуда мы будем экспортировать продукцию во все страны региона. И мы будем продолжать инвестировать в это предприятие.

Что касается узбекского рынка, он имеет большой потенциал. Потому что экономика открывается, появляются новые правила регулирования, идут дискуссии об инвестициях и здоровье. Также мы активно развиваем и кыргызский рынок.

Под каждый из этих рынков нам прихо-



дится адаптироваться. И мы не можем просто скопировать то, что успешно работает в другой стране. Я считаю, что успех нашей группы не в том, чтобы делать одно и то же во всех странах, а развивать локальные рынки, отвечать на местные потребности и учитывать специфику.

– Ваше представительство в Узбекистане работает с 2021 года. Расскажите, какие препараты пользуются в республике большим спросом?

– Действительно, как SANTO мы работаем в Узбекистане с 2021 года, но представительство Polpharma действовало в республике уже с 2009 года. На узбекском рынке мы очень сильны во всем, что касается кашля, простуды и витаминов, особенно продукции для детей.

Сегодня у нас уже зарегистрировано 200 продуктов в Узбекистане. Всего в портфолио группы их около 700. И сейчас у нас гораздо больше возможностей для поставок новой продукции в Узбекистан. Я думаю, это показывает, насколько мы преданы РУз и хотим развивать данный рынок, особенно в кардиологии, неврологии, дерматологии и гастроэнтерологии, где у нас действительно много хороших препаратов.

ИНВЕСТИЦИИ ПО ПРАВИЛАМ

– Новые проекты требуют инвестиций. Расскажите, какие области вы хотите развивать и на чем сосредоточите свои инвестиционные усилия?

– Прежде всего мы продолжим инвестировать в наше производство в Шымкенте. Также будем продолжать работу по контролю качества продукции в наших лабораториях. В контроль исследований и разработок мы намерены инвестировать около \$30 млн. Как я уже говорил, мы хотим активно развивать отечественные разработки, и это тоже часть нашего инвестиционного плана.

Третье важное направление – кадры. Я считаю, что это самый важный ресурс, который у нас есть. Сейчас штат наших дочерних структур в Центральной Азии превышает 1300 человек, около 60% – сотрудники с высшим образованием.

Мы ожидаем качественные изменения в связи с получением заводом в Шымкенте сертификата GMP Европейского союза. Потому что предстоит большая работа по обучению штата новым практикам.

– Работа на разных рынках сопряжена с соблюдением местного законодательства. Регуляторика в фармацевтике всегда была довольно жесткой, из-за чего выйти на рынок зарубежному игроку не так уж и просто. Как вы оцениваете регуляторное законодательство в странах Центральной Азии? Есть ли позитивные изменения в этой непростой сфере?

– Могу сказать точно, регион Евразия за последние годы очень серьезно поработал над системой регулирования. Сейчас мы, по сути, пришли к единому общему стандарту GMP. Существует процесс взаимного признания, в результате которого на продукт выдается регистрационное удостоверение. Такой порядок был бы преимуществом для производителей. Однако на деле это работает не так, как мы думали. Потому что во всех странах это развивается по-разному – кто-то придерживается стандартов Европы, а кто-то США.

К примеру, в Узбекистане отдают предпочтение евростандарту GMP. В республике не поддерживают евразийские стандарты, по которым работают Россия, Казахстан, Армения, Кыргызстан и др. В январе этого года в РУз ввели новый процесс регистрации, по которому некоторые страны получают отказ, например, Польша.

В этой связи мы намерены работать с правительством, т. к. считаем, что в этот список должны быть включены все европейские страны, которые придерживаются евростандартов. Сейчас это может быть проблематично, но эти рынки только развиваются, и между властью и производителями должен быть диалог. А нам остается только найти лучшее решение для потребителей. Потому что мы никогда не должны забывать, что мы здесь не только для того, чтобы продавать лекарства. Мы здесь, чтобы помочь людям жить здоровой жизнью в здоровом мире.

ВАДИМ ЕРЗИКОВ

СМОГЛО ЛИ НАС ЭФФЕКТИВНО НАС

Ежегодное потребление фармацевтической продукции в Узбекистане оценивается примерно в \$1,6 млрд. Большую часть этого объема завозят из-за рубежа (75%), на местные заводы приходится четверть рынка. При этом список локальных поставщиков расширяется год от года. Но эффективность отрасли зависит не только от производителей, но и от качественной дистрибуции. Как развивается этот рынок, Kursiv Research рассказал генеральный директор Meros Pharm Хайём Шарапов.

КАК MEROS FARM СПОСОБСТВУЕТ
РАЗВИТИЮ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ
ОТРАСЛИ УЗБЕКИСТАНА

ОЩУЩЕНИЕ ПЕРЕМЕН

– Meros – лидирующий дистрибьютор на рынке Узбекистана с опытом работы более 10 лет. Как изменилась специфика вашей работы за это время?

– Как говорил Джон Толкин в книге «Властелин колец», «Мир изменился. Я чувствую это в воде, чувствую в земле, ощущаю в воздухе...». Так и на нашем рынке – за 10 лет это стал совершенно другой мир.

Компания Meros основана в 2007 году, мы росли и менялись вместе с нашим рынком, вместе со всей страной. Начнем с того, что существенно вырос сам объем фармацевтического сегмента с 2013 по 2023 год. Поменялась и структура его участников: если на заре этого роста мелкие дистрибьюторы и аптеки появлялись как грибы после дождя, то сейчас наш рынок требует высокого профессионализма и способности гибко реагировать на изменения. Поэтому мы наблюдаем картину консолидации и ухода со сцены мелких игроков. Набирают силу сетевые аптеки, на данный момент мы оцениваем их долю в 10% рынка. Этот тренд предъявляет все более высокие требования к дистрибьюторам, так что для Meros Farm быть лидером отрасли – не только отличный результат, но и ежедневный вызов самим себе.

Более высокие требования предъявляют и зарубежные поставщики, чей интерес к узбекскому рынку существенно растет. Прежде чем обсуждать коммерческий контракт, потенциальный поставщик придивичиво изучает бизнес-процессы и условия работы дистрибьютора, соответствие их GDP и соблюдение политики в области противодействия нарушению действующего законодательства. Сейчас дистрибуцию своих препаратов компании Meros Farm доверили такие широко известные бренды, как AstraZeneca, Novartis, KRKA, Sanofi и многие другие. Причем более 500 препаратов мы продвигаем эксклюзивно.

Надо отметить и существенный рост доли национального производителя: многолетние усилия государства по поддержке фармпроизводства в Узбекистане принесли свои плоды. На данный момент в республике насчитывается более 220 фармпредприятий, зарегистрировано почти четыре тысячи наименований отечественных лекарств и изделий медицинского назначения.

– Основа хорошего дистрибьюторского бизнеса – это инфраструктура. Расскажите о вашей модели.

– Наш ассортимент на данный момент составляет более семи тысяч позиций, а активная клиентская база насчитывает более шести тысяч аптек. Для эффективной работы в таких обстоятельствах требуется прилагать много усилий и, конечно, инфраструктура здесь важный помощник. На данный момент у нас 11 региональных филиалов, в которых работают в общей сложности более тысячи человек, в семи регионах построены складские помещения общей площадью 26 тысяч квадратных метров, включая таможенный склад в Самарканде. Все склады успешно прошли сертификацию GDP. Автопарк компании насчитывает 122 авто-

мобиля, что позволяет доставлять заказы от нескольких часов после размещения в крупных городах, а в самых отдаленных регионах – до 24 часов.

ТАБЛЕТКИ БЕЗ ПОШЛИНЫ

– Как вы оцениваете действующее таможенное законодательство в стране? Изменились ли правила, и как это сказывается на развитии вашего бизнеса?

– Таможенное законодательство существенно влияет на наш бизнес – значительная доля наших продаж зависит от импортной продукции. За последние годы регулирование заметно изменилось в лучшую сторону для предпринимателей. Упрощаются некоторые процедуры, отменяются пошлины и сборы, и, самое главное, сделаны большие шаги в направлении



КОМПАНИЯ MEROS FARM – ЭТО ЗАБОТА О ВАШЕМ ЗДОРОВЬЕ И БЛАГОПОЛУЧИИ: ЛЕКАРСТВЕННЫЕ ПРЕПАРАТЫ, ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ЛЕЧЕНИЯ, ИЗУЧЕНИЕ И ИССЛЕДОВАНИЕ ПАТОЛОГИЙ.

цифровой трансформации. На данный момент существуют некоторые сложности со скоростью получения агрегированных импортных кодов (АИК), которые необходимы для таможенного оформления. Но хочется верить, что и эта проблема в будущем будет решена. А самое ожидаемое нововведение – отмена таможенной пошлины на лекарства в 2025 году. Это позволит снизить цены для конечного потребителя и сделать необходимые препараты более доступными для пациентов.

– Как пандемия сказалась на развитии компании? Что пришлось изменить?

– Пандемия стала потрясением для всего мира, а от фармацевтической отрасли потре-

бовала концентрации всех сил и ресурсов. Пришлось в экстренном порядке искать еще поставщиков, чтобы обеспечить дополнительные объемы препаратов, изыскивать новые логистические маршруты, совершенствовать процессы ради увеличения скорости доставки лекарств в аптеки и больницы. Мы научились работать в перчатках и масках, да что говорить, теперь мы даже удаленно умеем работать!

Но были и отрицательные последствия. Единновременно на рынке появилось бесчисленное количество неопытных импортеров, завозивших препараты из списка без должной проверки и регистрации, что привело к несчастным случаям при употреблении некачественных или неэффективных лекарств. Неудивительно, что большие объемы задержались на складах таких поставщиков. Когда волна заболевания схлынула, эти ошибки обернулись демпингом и заметным ущербом для добросовестных дистрибьюторов.

ОТ СКЛАДА ДО ПАЦИЕНТА

– Одно из направлений вашей деятельности – развитие аптечного бизнеса и создание собственных медцентров. С чем связано такое расширение диапазона работы?

– На наш взгляд, развитие собственных розничных сетей – логичный шаг по диверсификации бизнеса, отражающий внутренние устремления компании – максимально обеспечивать граждан Узбекистана качественными и доступными лекарствами. Аптечные сети холдинга Meros Farm включают в себя Olam Pharm, City Pharm и аптечную сеть Meros. Это восемь лет работы на рынке фармретеяла, всего – 150 аптек во всех регионах Узбекистана.

В 2015 году на базе Meros Farm был открыт медицинский центр STD с широким спектром услуг с использованием новейших достижений медицинских технологий в сфере диагностики. Постоянный внутрилабораторный контроль качества и участие в международных программах внешнего контроля качества RIQAS и Biosystems позволяют добиться предельной точности проводимых исследований. Оборудование и реагенты поставляют ведущие мировые производители, а высокая квалификация специалистов позволяет выполнять более 500 разных исследований в день.

На подходе реализация еще одного масштабного проекта – Meros International Hospital. В новом медицинском центре будем не только диагностировать и лечить, но и предотвращать заболевания. В клинике будет установлена роботизированная хирургическая система Revo-i, которая станет основой для передовых медицинских инноваций. Она разработана в Южной Корее и призвана революционизировать опыт хирургов во всем мире.

Компания Meros Farm – это забота о вашем здоровье и благополучии: лекарственные препараты, инновационные методы лечения, изучение и исследование патологий. Надежность и качество услуг всегда будут в приоритете холдинга.

Арминас Мацевичус:

«Я люблю посещать аптеки и общаться с врачами»

ДЛЯ КАЧЕСТВЕННОЙ РАБОТЫ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ НУЖНЫ СОВМЕСТНЫЕ УСИЛИЯ ГОСУДАРСТВА, МЕДИЦИНСКОГО СООБЩЕСТВА И ИГРОКОВ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА, СЧИТАЕТ ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ STADA В РЕГИОНЕ ЕВРАЗИЯ.



ДАРЬЯ БАРАКИНА

ПОЯВИТСЯ ЛИ ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ ДЛЯ ФАРМОТРАСЛИ?

– Господин Мацевичус, насколько вам кажется актуальной перспектива развития стран Центральной Азии, прежде всего Узбекистана и Казахстана, как логистических хабов фармацевтической отрасли?

– Теоретически Центральная Азия – это мост между Китаем и Европой. Однако геополитические события последнего времени показали, что само по себе выгодное географическое положение не является залогом успеха. Любое крупное происшествие влияет на сроки переправки товаров в ту или иную часть мира, а это напрямую сказывается на затратах.

Транспортные компании зачастую готовы организовать доставку в одну сторону, а на обратный путь у них попросту нет заказов. Из-за этого логистические процессы сегодня превратились в настоящий челлендж.

Другой важный момент — нехватка складов. Наверное, это в том числе вызвано тем обстоятельством, о котором я только что говорил.

Мы сталкиваемся с нехваткой специальных складов, сертифицированных по стандартам GxP, для хранения фармацевтических товаров как в Казахстане, так и в Узбекистане.

Впрочем, ситуация постепенно меняется. Несколько компаний сейчас строят достаточно большие складские помещения. Определенные площади, скорее всего, выделят под эти цели и при новых заводах.

Но лично я не ожидаю прорыва в решении этого вопроса, поскольку страны Центральной Азии, по крайней мере в настоящее время, не являются транзитными.

ГРАНИЦЫ НЕ НА ЗАМКЕ

– Насколько осложнен доступ современных лекарств на рынок стран Евразии?

– Если мы говорим об инновационных препаратах, то ситуация в зависимости от страны существенно различается.

Есть правила Евразийского экономического союза (ЕАЭС), которым следуют пять стран: Россия, Казахстан, Беларусь, Кыргызстан и Армения.

Возьмем для примера Казахстан. Чтобы участвовать в тендерах, мы сначала должны пройти регистрацию по нормам ЕАЭС и включить препарат в так называемый Казахстанский национальный формуляр. А это довольно длительный и трудозатратный процесс, который может занять больше времени и, соответственно, затруднить доступ к новым прорывным терапиям.

В Узбекистане другая ситуация, здесь путь инновационных лекарств к пациенту короче благодаря наличию процедуры признания регистрации Европейского регулятора и национальных регистраций довольно большого ряда стран, включая, например, Германию и США. Схожий подход применяется в Молдове и Грузии.

– У STADA есть опыт выпуска лекарств на такие рынки?

– Да. В Молдове в 2022 году мы зарегистрировали достаточно много лекарств, которые ранее получили одобрение регуляторов Испании и Германии. Такую же практику мы применяем и в Узбекистане.

Опыт хороший, он позволяет быстрее выпускать на рынок новые препараты, получившие признание за рубежом. И у врачей, и у пациентов появляется больше возможностей для выбора лекарств. Это важно, потому что во многих евразийских странах конкуренция проявляется скорее в области цены, чем ассортимента.

– Развивается ли фармацевтический рынок региона с помощью программ возмещения и страхования?

– Из 11 государств Евразии, в которых STADA работает, эти инструменты, по большому счету, используются только в трех. Речь идет о Казахстане, Беларуси и Грузии. В первых двух есть система государственных закупок для определенных категорий пациентов, а в последней действует страховая медицина. В Грузии по рекомендации врача можно получить любое лекарство, которое дистрибьютор готов привезти. Вопрос только в том, кто за него будет платить. Это открытый, прозрачный и успешный рынок.

В других странах рынки преимущественно розничные. Программы обеспечения некоторых больных существуют, но они носят спорадический характер и существенно не влияют на ситуацию.

Большим стимулом для развития фармацевтики Евразии могла бы стать система компенсации. Шаг к ней сделал Казахстан. Сегодня там существуют госпитальные закупки лекарств для пациентов.

Было бы отлично, если бы появилась возможность приобретения по этому принципу не конкретных наименований, а препаратов с определенным молекулярным составом. Это откроет путь большему количеству лекарств.

Я слышал, что в Узбекистане планируется переход на систему компенсации. Это обеспечило бы прорыв на местном фармацевтическом рынке.

КАК БОРОТЬСЯ С ВРЕДНЫМИ ПРИВЫЧКАМИ

– У многих потребителей сформировалась привычка не заканчивать курс приема лекарств при улучшении состояния. Что можно сделать для соблюдения протоколов лечения?

– Прежде всего нужно заниматься просвещением, объясняя потребителю, что важно довести курс лечения до конца и не заниматься самолечением. А самостоятельный прием антибиотиков уже привел к общей проблеме – антибиотикорезистентности. Но в этом вопросе есть положительные сдвиги, в частности, в Казахстане довольно трудно купить антибиотик без рецепта, и мне как врачу и руководителю фармкомпании эта тенденция нравится.

При этом стоит учитывать, что на решение о сроке приема препарата влияют и финансовые возможности потребителя. Если у человека недостаточно средств, то при первых улучшениях его приоритеты меняются.

Мы видим эту картину наглядно. Я люблю посещать аптеки и общаться с врачами не только в столицах, но и в городах поменьше, и вижу, как разрезаются блистеры, а упаковка препарата делится, например, на пять таблеток вместо десяти, потому что люди не могут оплатить полный курс. А такой подход – это нарушение комплаенса лечения и требований надлежащей фармацевтической практики.

Проблема может решиться в случае улучшения общей экономической ситуации. Но роль и врачей, и фармкомпаний также важна: я считаю, что каждый врач должен стремиться к тому, чтобы его пациенты завершали полный курс, назначая в том числе доступное лечение. Фармкомпании в свою очередь могут способствовать разрешению проблемы, выпуская доступные для населения и при этом качественные препараты. А задача это непростая, поскольку себестоимость растет.

Другими словами, заниматься этим вопросом должны вместе государство, медицинское сообщество и игроки фармацевтического рынка.

С ЗАВОДА – В ДОМАШНЮЮ АПТЕЧКУ

– Как вы оцениваете фармацевтический рынок Центральной Азии с учетом влияния санкций?

– STADA оценивает рынок Центральной Азии и вообще всех стран, которые входят в наш кластер «Евразия», как достаточно интересный.

Чтобы быть готовыми к динамично меняющимся условиям бизнеса, мы зарегистрировали полноценные юридические лица в ряде государств: Казахстане, Узбекистане, Кыргызстане, а также Азербайджане, Грузии, Армении и Молдове. Насколько я знаю, STADA – единственная компания, которая имеет такую разветвленную сеть юрлиц.

Это уже выступает свидетельством того, насколько перспективным нам кажется развитие в этих странах.

В целом динамика рынков региона достаточно позитивная. Для сравнения, мировые рынки растут на 3-5%, и это вызывает радость, а у нас этот показатель равен двузначным цифрам.

Стоит ли локализовать процессы и строить заводы? Безусловно, это бы позволило не зависеть от внешних обстоятельств.

Но я бы сказал, что сложность здесь не в постройке стен и даже не в закупке оборудования. Важно грамотно перенести процессы выпуска продукции, обучить кадры. При этом речь идет о небольших рынках – общий объем евразийского мы оцениваем в \$6 млрд, а рядом Россия с \$30 млрд и Турция с большими возможностями.

Поэтому многие компании пока принимают решение о локализации производств в других странах.

В государствах Центральной Азии есть перспектива развития партнерства с существующими производителями, которые могут обеспечить первичную или вторичную упаковку продукции, находящуюся на определенной стадии завершения.

Такие проекты достаточно привлекательны, такие возможности для себя рассматривает ряд компаний, в том числе и STADA.

– Насколько, по вашей оценке, оправдано решение по маркировке лекарств, которое приняли в Узбекистане?

– Маркировка – хороший инструмент для отслеживания товаров для пресечения контрафакта и контрабанды. А еще маркировка позволяет государству быть в курсе, сколько препаратов пересекло границу, оценить объем в денежном выражении и отслеживать уплату налогов.

Если маркировка не будет ограничиваться производством и таможней, а дойдет до аптек, власти смогут отслеживать движение лекарств и внутри страны. Это позволит каждому пациенту оперативно узнать, кто производитель и дистрибьютор препарата, где его выпустили. Мы протестировали этот инструмент в Узбекистане, все работает!



– STADA
ОЦЕНИВАЕТ РЫНОК
ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ
И ВООБЩЕ ВСЕХ СТРАН,
КОТОРЫЕ ВХОДЯТ
В НАШ КЛАСТЕР
«ЕВРАЗИЯ», КАК
ДОСТАТОЧНО
ИНТЕРЕСНЫЙ.

Владислав Бессарабов:

«УНИФИКАЦИЯ ПРАВИЛ – ФАКТОР РОСТА ФАРМБИЗНЕСА»

С КАКИМИ ВЫЗОВАМИ
СТАЛКИВАЮТСЯ ЗАРУБЕЖНЫЕ КОМПАНИИ
НА ЦЕНТРАЛЬНОАЗИАТСКОМ РЫНКЕ

ЕЛЕНА КИМ

Фармацевтическая компания с боснийскими корнями Bosnalijek уже более 75 лет выпускает лекарства для перорального, парентерального и наружного применения. За эти годы перечень выпускаемой продукции разросся до 170 наименований и включает собственные разработки.

Политика компании направлена не только на расширение продуктовой линейки, но и на географическую экспансию — в последние годы производитель держит курс на страны Евразии, Ближнего Востока и Латинской Америки.

Kursiv Research поговорил с главой стратегического бизнес-подразделения Евразия, АО «Босналек» Владиславом Бессарабовым о том, насколько узбекистанский фармрынок интересен зарубежным инвесторам и что на нем необходимо улучшить.



ЗАЙТИ НА РЫНОК С КОЗЫРЕЙ

– Господин Бессарабов, как ваша компания позиционирует себя в странах Центральной Азии?

– «Босналек» присутствует на евразийском рынке уже достаточно давно: бурно развивающиеся фармацевтические рынки стран Центральной Азии для нас представляют особый интерес.

Первое представительство компании на постсоветском пространстве было открыто 20 лет

назад, с тех пор мы прочно заняли лидирующие позиции в ряде сегментов – безрецептурные препараты против простудной группы и средства для лечения заболеваний желудочно-кишечного тракта.

Вместе с этим недавняя пандемия продемонстрировала необходимость расширить ассортимент в рецептурном и госпитальном сегментах. Поэтому мы обновили стратегию и нацелились на расширение линейки именно этих препаратов. Однако этот сектор нам уже знаком — «Босналек» является крупнейшим поставщиком социально значимых лекарственных средств для Боснии и Герцеговины и ряда балканских стран. Кроме того, наше предприятие является

контрактной производственной площадкой для крупнейших международных компаний, таких как Roche, Eli Lilly и Servier.

– Сколько препаратов представлено в аптеках Узбекистана? Планируете ли вы расширять ассортимент?

– На сегодняшний день в нашем активе пять препаратов, зарегистрированных в Узбекистане. Само собой, мы начали с бестселлеров – «Лизобакт», «Энтерофурил» и «Стоматидин». Сейчас мы сосредоточены на развитии дистрибуции этих лекарственных средств, однако не за горами расширение линейки, в том



«БОСНАЛЕК» ПРИСУТСТВУЕТ НА ЕВРАЗИЙСКОМ РЫНКЕ УЖЕ ДОСТАТОЧНО ДАВНО: БУРНО РАЗВИВАЮЩИЕСЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕ- СКИЕ РЫНКИ СТРАН ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ ДЛЯ НАС ПРЕДСТАВ- ЛЯЮТ ОСОБЫЙ ИНТЕРЕС.

числе рецептурными препаратами. Для этого мы изучаем рынок, определяя его наиболее востребованные категории и перспективные ниши для нашей продукции.

ПРИЛИВ ПОДНИМАЕТ ВСЕ ЛОДКИ

– Чувствуете ли вы в последние годы ужесточение конкурентной среды благодаря местным игрокам в Узбекистане и выходу на рынок зарубежных коллег?

– Действительно, экономика страны в последнее время бурно развивается, стала явно заметна активность локальных игроков, в том числе местных производителей. Мы видим улучшение инвестиционного климата, в стране растет количество рабочих мест. Дальнейшее наше развитие на территории Узбекистана будет происходить не в условиях «голубого океана», а в жесткой конкурентной среде, где роль местных компаний будет все более заметной.

Однако мы приветствуем здоровую конкуренцию. Как говорится в китайской поговорке, «Прилив поднимает все лодки». Мы уверены, что «Босналек» станет частью этого развития в дальнейшем.

– Как вы оцениваете контроль качества препаратов и в целом регуляторику в Узбекистане?

– Мы высоко оцениваем усилия по повышению эффективности системы контроля качества и безопасности препаратов, которые предпринимает правительство республики в последние годы. Сейчас идет активная работа над выстраиванием системы обязательной сертификации фармкомпаний и системы здравоохранения на соответствие требованиям надлежащих практик (GxP), которую планируется запустить с 1 января 2024 года. Это является важным шагом к построению современной системы лекарственного обеспечения населения.

Однако требуется решить еще ряд важных вопросов, которые помогут перейти на эту систему. Например, вместе с практиками GMP необходимо внедрить практики GVP (фармаконадзор), обеспечить взаимодействие инспекторов и специалистов при регистрации лекарств для подтверждения соответствия процессов производства и контроля качества регистрационному досье на лекарственный препарат.

– На ваш взгляд, насколько фармацевтический рынок Узбекистана интересен потенциальным клиентам?

– Несомненно, рынок Узбекистана – один из приоритетных в Центрально-Азиатском регионе. Он оценивается, по данным IQVIA, более чем в \$1,5 млрд, и среди стран СНГ развивается наиболее динамично. За последние три года республика демонстрирует среднегодовой прирост в 26%.

Однако даже с такой впечатляющей динамикой развития рынок пока не является приоритетным для транснациональных гигантов, поскольку в масштабе глобальных R&L является крайне незначительным. Но для фармацевтических компаний, чей бизнес имеет, условно говоря, малый или средний размер, Узбекистан уже представляет большой интерес, в том числе в плане инвестиций в локализацию производства. Я говорю о производстве, направленном как на внутренний рынок, так и на экспорт продукции по всей Центральной Азии. А учитывая выгодное географическое расположение и высокую интегрированность Узбекистана в международную транспортно-логистическую систему, у страны есть все шансы стать заметным экспортером фармацевтической продукции в регионе.

ПОБОЧНЫЕ ЭФФЕКТЫ

– С какими главными сложностями вы сталкиваетесь в своей деятельности в Центральной Азии и, в частности, на рынке Узбекистана?

– Идея единого евразийского рынка, особенно в том виде, в каком она была изначально сформулирована, остается привлекательной для фармбизнеса. Важность единого таможенного и регуляторного пространства, которое даст возможность компаниям быстрее и менее затратно выводить свои продукты и обновлять портфель, трудно переоценить.

Тем не менее реальность складывается не только из успешных начинаний, но и из некоторых проблем. К сожалению, эффективно работающей модели пока нет. Необходимость вести параллельные процессы регистрации в странах региона распыляет силы и бюджет, а введение новых процедур, не имеющих межстрановой гармонизации, как, например, маркировка и отсутствие унификации требований к упаковке, влечет за собой увеличение затрат на подготовку вывода новой продукции и ее себестоимости.

Фармрынку Узбекистана явно требуется совершенствование системы госзакупок, которая бы позволила правильно оценивать объемы рынка, насыщать его требуемой продукцией и быстро реагировать на его запросы.

Мы видим нацеленность правительства республики на решение текущих проблем фармацевтической отрасли, а главное – понимание перспективности этой высокотехнологичной отрасли в развитии экономики государства и повышении благополучия ее граждан.

Поэтому мы готовы принимать самое активное участие в развитии фармрынка Узбекистана и повышении его стандартов, а главное, делать то, что мы умеем лучше всего — заботиться о здоровье населения, что является важнейшей миссией «Босналек».



ЗДОРОВОЕ ВИДЕНИЕ

КАК РАЗВИТЬ ФАРМРЫНОК УЗБЕКИСТАНА БЕЗ РИСКОВ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ

Большой потенциал фармацевтического рынка Узбекистана подтверждается интересом, который проявляют к стране международные производители лекарств. Один из них – компания «АстраЗенека», которая на протяжении последних лет выводит на рынок страны препараты для лечения онкологических, сердечно-сосудистых, редких и других заболеваний. Представители «АстраЗенека» в преддверии Евразийского фармацевтического саммита рассказали Kursiv Research, как развивается фармрынок Узбекистана, почему рост без регулирования может навредить пациентам и что нужно делать для организации продажи лекарств надлежащим образом.



НА ЗДОРОВЬЕ

Компания вышла на рынок Узбекистана в 2021 году. За несколько лет компания успела зарегистрировать в республике множество препаратов и планирует продолжать расширение портфеля, рассказала директор отдела регистрации препаратов «АстраЗенека» в России и Евразии **Светлана Никинен**.

«Узбекистан использует упрощенную модель регистрации для препаратов из Европы и США. Нам это кажется разумным. В стране существует большая неудовлетворенная потребность в лекарствах, которые, например, есть на рынках России и Казахстана, но еще не присутствуют в Узбекистане. Поэтому имеет смысл дать возможность производителям быстрее выходить на рынок. Мы пользуемся такой моделью регистрации: она упрощена с точки зрения организационных моментов, но не в плане качества, ведь речь идет о препаратах, которые изначально были зарегистрированы в странах с сильной регуляторикой. Можно рассчитывать, что подходы к оценке клинической эффективности и безопасности будут высокие», – подчеркнула Никинен.

Кроме того, «АстраЗенека» намерена взаимодействовать с медицинским сообществом республики: помогать врачам повышать квалификацию до уровня, который бы позволял им работать с инновационными методами терапии и быстро включать в практику новые поколения препаратов.

«Чтобы работать с инновационными препаратами и добиваться положительного эффекта терапии у пациентов, специалист должен быть хорошо подкован. Для этого ему необходимо оставаться в курсе последних научных достижений, быть интегрированным в глобальную медицинскую повестку и иметь доступ к обмену опытом с иностранными коллегами. Мы как международная компания ставим перед собой задачу содействовать повышению квалификации специалистов здравоохранения, предоставляя им передовые данные о диагностике и терапии социально значимых заболеваний. Надеемся, что это поспособствует грамотному применению наших препаратов на благо миллионов пациентов республики», – сказала директор направления фронтальных рынков «АстраЗенека» **Татьяна Кубасова**.

ДАРЬЯ БАРАКИНА



Светлана Никонен

РЕЦЕПТ НА РЕГУЛИРОВАНИЕ

По оценкам экспертов, среди стран СНГ наиболее динамично развивается узбекский фармацевтический рынок. Последние несколько лет он в среднем ежегодно растет на 26%. Это значительно больше, чем в России, Казахстане, Кыргызстане и Беларуси.

В «АстраЗенека» уверены, что Узбекистан – один из самых перспективных рынков на территории ЕАЭС. Однако в стране все еще не решены проблемы с регулированием, контрафактной продукцией и контролем качества препаратов. Эта ситуация крайне опасна для пациентов.

«В республике остается острой проблема контрафакта. Некоторые лекарства ввозятся в страну фактически в чемоданах, минуя таможенные процедуры. Из-за этого не соблюдается температурный режим хранения препаратов. Для Узбекистана с его жарким летом эта проблема особенно актуальна», – сказала Татьяна Кубасова.

Она добавила, что при ненадлежащем хранении лекарств могут распадаться с выделением токсичных веществ, в результате чего пациенты рискуют отравиться. «Такие препараты, в том числе поддельные, свободно продаются в аптеках страны», – подчеркнула собеседница. Истории отравлений лекарствами в Узбекистане известны. Так, после применения индийского сиропа от кашля в республике погибли 65 детей.

Чтобы защитить пациентов, необходимо усилить ответственность аптек за продажу контрафактной продукции вплоть до отзыва лицензии и возбуждения уголовных дел, считают в «АстраЗенека».

«Контрафактная продукция негативно влияет на экономику страны, поскольку лекарства попадают на рынок без уплаты таможенных пошлин и налогов. Если пациенты пострадают от использования таких препаратов, это увеличит нагрузку на систему здравоохранения. Производители и регуляторы заинтересованы в избавлении аптечной системы от недобросовестных игроков, продолжающих подпольные продажи. Особенно это важно для привлечения в страну международных производителей, которые готовы работать только на условиях соблюдения всех требований и стандартов», – подчеркнула Кубасова.

Президент Узбекистана **Шавкат Мирзиёев** поручил сформировать в стране зрелую

экономику, привлекательную для международных инвесторов. В «АстраЗенека» считают, что добиться этого без решения проблемы с контрафактом невозможно. На фармацевтическом рынке Узбекистана нужно усилить контроль за соблюдением правил надлежащей дистрибуторской практики (Good Distribution Practice, GDP).

«Это международный документ, который принят в разных странах. Нам важно, чтобы Узбекистан адаптировал его и другие международно принятые требования к фармацевтической индустрии. Фактически мы просим зарегулировать наш рынок. Именно это позволит обеспечить безопасность для пациентов», – объяснила Татьяна Кубасова.

ПУТЬ К ПОЛИСУ

«АстраЗенека» также готова развивать в Узбекистане проекты по улучшению диагностики заболеваний. Для этого необходима кооперация с государством, чтобы пациенты могли сразу же получать эффективную медпомощь.



Татьяна Кубасова

«Важно, чтобы эти проекты реализовывались совместно с Министерством здравоохранения. Ведь эффект от повышения уровня диагностики виден, только если правильно работает система оказания помощи: верно назначено лечение и вовремя предоставлены лекарства. В кооперации с ведомством необходимо выстроить маршрутную карту: от диагностики – к улучшению обеспечения препаратами и контролю за пациентами во время восстановительного периода», – сказал руководитель направления по работе с государственными органами «АстраЗенека» в России и Евразии **Олжас Сатыбалдин**.

Важным шагом для развития здравоохранения в Узбекистане «АстраЗенека» считает создание системы медицинского страхования. Она позволит обеспечить граждан республики бесплатными лекарствами и услугами и в итоге снизит экономическое бремя, которое несет государство из-за болезней населения.

«Когда пациент вынужден тратить свои деньги на терапию, всегда есть риск, что он не доведет ее до конца из-за финансовых проблем. Для государства это плохо, поскольку оно уже направило средства на выявление заболевания и назначение лечения, результат же не был достигнут. Так пациент может потерять тру-

доспособность или даже умереть», – пояснил Сатыбалдин.

По его словам, в Ташкенте тестируется система соплатежа. В ее рамках пациент может бесплатно получить лекарство, а если он желает приобрести более дорогой аналог препарата, то должен будет заплатить разницу от установленной цены. В «АстраЗенека» считают такую систему эффективной.

«Пациенты вовлекаются в процесс, ведь у них есть возможность выбора. Они знают, что могут доплатить и получить тот препарат, который им нравится, от того производителя, которому они доверяют», – подчеркнул Сатыбалдин. – Такая система расширяет ассортимент лекарств на рынке. Это значит, что пациентам будут доступны не только дешевые препараты, которые укладываются в ценовые рамки, но и более дорогие и инновационные».

УЧИТЬСЯ У КОЛЛЕГ

В компании надеются, что пилотный проект пройдет успешно и будет распространен на всю страну.

Чтобы помочь Узбекистану найти эффективные решения для системы бесплатной медпомощи, «АстраЗенека» при поддержке посольства Великобритании организовала общение представителей сфер здравоохранения двух государств. По словам Олжаса Сатыбалдина, обмен опытом между Ташкентом и Лондоном важен, ведь Великобритания стала одной из первых стран, кто запустил универсальную бесплатную медпомощь.

«Представители здравоохранения Великобритании накопили большой опыт и готовы им поделиться с коллегами из Ташкента. Нам это кажется важным для Узбекистана. Республика хочет трансформировать систему здравоохранения, в частности, в направлении медицинского страхования. Возможность пообщаться с регуляторами из Великобритании, которые уже успешно прошли этот путь, поможет Узбекистану применить лучшие мировые практики», – добавил руководитель направления по работе с госорганами.

Первый такой круглый стол состоялся в июне. Следующую встречу «АстраЗенека» планирует провести в конце года. В компании надеются, что подобные мероприятия станут регулярными и позволят преодолеть барьеры на пути к организации эффективной медпомощи в республике.



Олжас Сатыбалдин

Юрис Бундулис,

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРАВЛЕНИЯ «ОЛАЙНФАРМ»:



«В ЭТОТ РЫНОК СТОИТ ИНВЕСТИРОВАТЬ»

ЕЛЕНА КИМ

КАК ЛАТВИЙСКАЯ ФАРМКОМПАНИЯ ХОЧЕТ «ОЗДОРОВИТЬ» ВСЮ ЦЕНТРАЛЬНУЮ АЗИЮ И КАКИЕ ПЛАНЫ У ПРОИЗВОДИТЕЛЯ НА УЗБЕКИСТАН

Латвийская фармацевтическая компания «Олайнфарм» – ведущий производитель и поставщик медикаментов в странах Балтии. Сегодня продукция компании представлена более чем на 60 рынках мира. Одним из приоритетных направлений компании являются страны Центральной Азии.

О новых тенденциях в сфере фармацевтики, приватизации узбекистанских аптек и производственном секторе мы поговорили с председателем правления «Олайнфарм» Юрисом Бундулисом.

НЕ ТОЛЬКО ЛЕКАРСТВА

– Юрис Петрович, расскажите о вашей компании. Что сегодня представляет собой «Олайнфарм»?

– «Олайнфарм» – это одна из крупнейших компаний в странах Балтии с 50-летним опытом производства лекарственных средств и химико-фармацевтических продуктов. Наши лекарства знают в десятках стран, ассортимент продукции состоит из более 60 готовых лекарственных форм, 25 активных фармацевтических субстанций и более 20 полупродуктов, включая препараты для лечения нервной системы, сердечно-сосудистых заболеваний, а также противовирусные, антибактериальные и антигистаминные препараты. С 2011 года наши противотуберкулезные препараты прошли предварительную квалификацию для поставок Всемирной организации здравоохранения. Компания также имеет многолетний опыт в производстве и разработке таких фармацевти-

ческих продуктов, как адамантан, хинуклидины и нитрофураны.

Мы активно инвестируем в доклинические и клинические исследования лекарств и модернизацию производственных мощностей. Инвестиции АО «Олайнфарм» в исследования и разработки в 2022 году достигли 8,1 млн евро, что на 32% больше, чем в 2021-м. Доля вложений в 2022 году составила 7,1% от общего оборота компании. Также мы выделяем значительные средства на автоматизацию производства и упаковки, расширение ассортимента продукции и модернизацию лабораторий.

ОТ ОБЩЕГО К ЧАСТНОМУ

– Как вы планируете развивать продуктовую линейку, и какие инвестиции предусмотрены на эти цели?

– Акционеры компании утвердили инвестиционный пакет, и в ближайшие пять лет объем

вложений в развитие портфеля продуктов и модернизацию производства достигнет 100 млн евро. В течение этого времени мы планируем увеличить объемы экспорта не менее чем на 80%.

Сегодня «Олайнфарм» стремительно развивается не только в Европе, но и в Центральной Азии, ищет возможности выхода в страны Южной и Северной Америки и на другие рынки.

Как известно, сердечно-сосудистые заболевания являются самой распространенной причиной смерти в мире, создавая постоянно растущий спрос на продукцию в такой терапевтической группе, как кардиология. Также в контексте высокой заболеваемости раком предстательной железы и инфекциями мочевыводящих путей растет интерес к продукции для лечения урологических заболеваний. Разработка и регистрация новых продуктов на международных рынках в этих терапевтических областях является важным шагом для укрепления позиций компании как на рынках Центральной Азии, так и на рынках западных стран.

В целом наша стратегия предусматривает ежегодное увеличение портфеля продукции как минимум на десять новых препаратов.

– Какие цели и планы у компании сегодня в Центральной Азии и в частности в Узбекистане?

– Мы планируем увеличить свое географическое присутствие и территориальную доступность во всех странах Центральной Азии. Это, безусловно, один из наших целевых регионов, что также определено в стратегии развития компании наряду с более активной работой на европейских рынках.

Мы постоянно увеличиваем число сотрудников в Узбекистане — в этом году их число удвоилось. Также мы изменили юридическую форму присутствия с представительства на дочернюю компанию.

Мы отслеживаем тенденции рынка и рассматриваем возможность сотрудничества с местными производителями для локализации некоторых конечных стадий производства. Однако этот вопрос является очень сложным с точки зрения сертификации, согласования множества юридических документов для орга-

правило, это связано не с конкретным учебным заведением, а с потребностями определенного работника. Мы высоко оцениваем уровень образования медицинских сотрудников, подготовленных в вузах Узбекистана, и для работы в нашей компании новым кадрам достаточно проведения начального обучения.

– С какими логистическими и транспортными трудностями сталкивается компания при поставках в страны Центральной Азии и особенно в Узбекистан?

– До сих пор мы не сталкивались с какими-либо серьезными логистическими проблемами. Однако если говорить о том, что можно улучшить в существующей транспортной системе, то одной из возможностей, безусловно, является создание прямого грузового рейса между Ригой и Ташкентом. В настоящее время единственным вариантом является транзитный авиарейс через Стамбул. Это лишние километры, увеличивающие стоимость продукции и сроки логистики.

экономики и не провела процесс приватизации в большинстве отраслей одновременно с восстановлением независимости 30 лет назад. Хотя фармацевтика является очень строго регулируемой отраслью, именно конкуренция и возможность работать в условиях свободного рынка способствуют росту бизнеса и инновациям в исследованиях и выводу на рынок новых продуктов.

– Как вы оцениваете фармацевтический рынок Узбекистана, который некоторые эксперты называют монопольным?

– Узбекистан относится к числу тех стран, где с особой заботой относятся к местным фармкомпаниям — страна много инвестирует в развитие фармацевтической отрасли. В 2022 году государством утверждена целевая программа, которая предусматривает реализацию инвестиционных проектов в фармацевтической отрасли в регионах Узбекистана с 2022 по 2024 год. Одной из целей является расширение территории научно-производственного фармацевтического кластера ташкентского фармпарка. Господдержка отечественной фарминдустрии, безусловно, делает конкуренцию еще более жесткой. Для нас это вызов и одновременно

В БЛИЖАЙШИЕ ПЯТЬ ЛЕТ ПЛАНИРУЕМ УВЕЛИЧИТЬ ОБЪЕМЫ ЭКСПОРТА НЕ МЕНЕЕ ЧЕМ НА

80%

низации даже конечных стадий производства лекарственных средств по высоким международным стандартам.

Кроме этого, мы запустили в республике социальную программу «Космическое спокойствие», которая служит эффективным инструментом в цепочке взаимодействия «врач – пациент». Система представляет собой онлайн-платформу, где детский невролог может отслеживать течение заболевания и процесс лечения пациента, а родители могут вести дневник наблюдений. Для Узбекистана с его высокой рождаемостью это очень эффективный инструмент.

ЛЕКАРСТВА МОГУТ БЫТЬ ДЕШЕВЛЕ

– Есть ли планы по подготовке местных кадров в РУЗ?

– Мы всегда стремимся обучать наших сотрудников, повышая их квалификацию. Как

КУДА ДВИЖЕТСЯ УЗБЕКИСТАН

– Сейчас в Узбекистане идет процесс приватизации, на продажу выставлены в том числе и фармкомпания, и аптечные сети. На ваш взгляд, важно ли, чтобы фармацевтика была в руках бизнеса или государство лучше контролирует процесс выпуска и реализации медикаментов?

– В Латвии фармацевтическая промышленность превратилась в один из важнейших секторов национальной экономики с высокой добавленной стоимостью, поскольку сама промышленность имеет долгую историю. Однако важнее тот факт, что она представлена сильными компаниями частного сектора, которые экспортируют большую часть своей продукции в зарубежные страны.

На мой взгляд, фармацевтическая отрасль и ее крупнейшие предприятия, в том числе АО «Олайнфарм», не развивались бы так успешно, если бы Латвия не выбрала модель рыночной

возможности роста, поскольку только качественное и доступное здравоохранение имеет решающее значение для благополучия человека.

– Каковы основные тенденции в сфере фармацевтики сегодня?

– Ожидания общества от качества здравоохранения растут, и фармацевтическая промышленность во всем мире активно развивается. В будущем прогнозируется рост отрасли во всех регионах мира.

В Узбекистане, где сложилась положительная демографическая ситуация и численность населения постоянно растет, все больше внимания уделяется здоровью населения: правительство ставит в приоритет доступность лекарственных средств и медицинских услуг для населения как в ценовом вопросе, так и в географическом. Это сигнал для фармацевтических компаний, что в этот рынок стоит инвестировать, расширяя возможности населения в получении качественной медицинской помощи и терапии, улучшая общее состояние здоровья общества, качество жизни людей и в итоге благополучие населения.

СКОЛЬКО СТОИТ ЗОЖ

ПОДСЧИТАЛИ В KURSIV RESEARCH

По данным Глобального института здоровья, ежегодный оборот мировой индустрии здорового образа жизни превышает \$4,4 трлн. Kursiv Research выяснил, сколько стоит вести здоровый образ жизни в Ташкенте. Для этого мы подсчитали месячные и годовые расходы на правильное питание, БАДы, занятия фитнесом и чекапы здоровья. Спойлер: ЗОЖ не так дорог, как кажется.

ПИТАНИЕ

Универсального здорового меню, которое подходило бы всем людям независимо от возраста, пола, комплекции, врожденных и приобретенных болячек, повседневной активности, не существует. Есть наборы общих рекомендаций и рационы, рассчитанные на «среднего» человека.

Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) считает основой здорового питания овощи, фрукты, цельные злаки и бобовые. Овощей и фруктов рекомендуется есть по меньшей мере 400 г в день за исключением картофеля и других корнеплодов с большим содержанием крахмала. Сахара стоит употреблять не более 50 г или 12 чайных ложек в день.

Норма жиров устанавливается на уровне не более 30% от потребляемой энергии, что эквивалентно примерно 67 г. Нужно отдавать предпочтение ненасыщенным жирам, которые есть в рыбе, авокадо, подсолнечном и оливковом масле. Насыщенные жиры из мяса, сливочного и пальмового масла или сыра в дневном рационе не должны превышать 10% потребляемой энергии. Соли в дневном рационе должно быть не больше чайной ложки.

За основу возьмем дневную тарелку здорового питания, которую разработал Минздрав Украины. Эта тарелка включает:

- 300 г овощей (любые, но разного цвета) и столько же фруктов и ягод;
- 75 г бобов;
- до 100 г нежирного мяса

(лучше птицы) или рыбы (из расчета 2-3 рыбных блюда в неделю);

- 1-2 яйца;
- 70-90 г цельнозерновых злаков, например, нешлифованный рис или булгур;
- до 70 г оливкового или подсолнечного масла;
- 200 мл молока или 100 г твердого сыра.

Составим месячный рацион, который будет оптимальным с точки зрения затрат и при этом как можно более разнообразным. Он получится приблизительно таким:

9 кг овощей. Допустим, мы возьмем по 4,5 кг огурцов и помидоров,

9 кг фруктов и ягод. Самые доступные и по цене, и с учетом сезонности варианты: 2 кг яблок, 2 кг абрикосов, 2 кг персиков, 2 кг слив, 1 кг винограда.

Около 2 кг бобовых (фасоль). 2 кг курицы. Возьмем филе, чтобы не заморачиваться с подсчетом «живого» веса без костей. 30% потеряется при термической обработке. Значит, нужно взять $2 / (100\% - 30\%) = 2,85$ кг. Округлим до трех.

1 кг рыбы. Рыба на 50% состоит из костей, плавников и внутренностей. Соответственно, чтобы получить 1 кг «живого» веса, нужно взять рыбину весом вдвое больше, то есть 2 кг. Около 20% теряется при термической обработке (уварке), следовательно вес должен равняться $2 / (100\% - 20\%) = 2,5$ кг.

- Минимум три десятка яиц.
- Около 2 кг бурого риса.
- Около двух литров подсолнечного масла.
- 5 литров молока.

0,5 кг твердого сыра.

Теперь рассчитаем стоимость здоровой тарелки на месяц и год. Для огурцов, помидоров и яблок за основу возьмем среднемесячные цены за последний календарный

год в супермаркетах Ташкента, для сезонных фруктов — среднюю цену за сезон, для остальных продуктов — актуальные цены в тех же супермаркетах на момент написания статьи.

СКОЛЬКО СТОИТ ЗДОРОВАЯ ТАРЕЛКА НА МЕСЯЦ И ГОД

	Цена (тыс. сумов за единицу)	На месяц (тыс. сумов)	На год (тыс. сумов)
Помидоры круглые красные (4,5 кг)	14	63	756
Огурцы гладкие (4,5 кг)	6,5	29,25	351
Фрукты и ягоды			
Яблоки «симиренко» (2 кг)	8,5	17	204
Персики «лола» (2 кг)	14	28	336
Абрикосы (2 кг)	16	32	384
Слива черная (2 кг)	15	30	360
Виноград «хусайне белый» (1кг)	17	17	204
Нут (2 кг)	20	40	480
Курица филе (3 кг)	47	141	1692
Рыба толстолобик (2,5 кг)	40	100	1200
Яйца (30 шт.)	22	66	792
Бурый рис (2 кг)	26	52	624
Подсолнечное масло (2 литра)	15	30	360
Молоко 2% (5литров)	11,5	57,5	690
Сыр твердый Valio Forte Classico (0,5 кг)	160	80	960
ИТОГО		782,75	9393

Месячные расходы на здоровое питание в Ташкенте составляют примерно 783 тыс. сумов, в год получается около 9,4 млн сумов.

Взрослому человеку необходимо в среднем выпивать около 1,5-2 литров (8 больших кружек) воды в день. Бутыль емкостью 18,9 литра в Ташкенте можно заказать за 18 тыс. сумов. На месяц нужно примерно три такие бутылки, на год — 36. Получается 54 тыс. и 648 тыс. сумов соответственно.

Итого месячный рацион для «зожников» обойдется в 817 тыс. сумов, а годовой — приблизительно в 10 млн сумов.

817
ТЫС.
В МЕСЯЦ





СКОЛЬКО СТОЯТ БАДЫ НА МЕСЯЦ И ГОД

	Цена за упаковку (тыс. сумов)	На месяц	На год
Витамин А	5,5 (20 таблеток 33000 МЕ)	8,25	88
Витамин D	29 (60 таблеток 1000 МЕ)	14,5	174
Фолиевая кислота + B6 + B12 200 мг	20 (30 таблеток 200 мг)	20	240
Железо	43 (60 таблеток 25 мг)	21,5	258
Йодомарин	30 тыс. (100 таблеток 100 мкг)	10	120
Supra Vit Кальций + С	34 (20 таблеток)	51	612
ИТОГО		125,25	1503

ВИТАМИНЫ И БАДЫ

Биоактивные добавки давно стали неотъемлемой частью повседневной культуры ЗОЖ. Среди нутрициологов хватает и «БАДпозитивистов», настаивающих на включении добавок в рацион, и «БАДнегативистов», убежденных в том, что все необходимые витамины и минералы организм может получить из полезной и разнообразной пищи. Мы

пойдем опытным путем и выберем в наш минимум лишь те вещества, по которым зафиксирован дефицит у взрослых узбекистанцев.

По данным Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН, у всех возрастов в Центральной Азии наблюдается дефицит витамина А, витамина D, фолиевой кислоты, железа, йода и кальция.

Витамин А отвечает за остроту зрения, иммунную и репродуктивную системы, помогает нормально работать щитовидке, сердцу, почкам, легким и другим органам. Недополучая витамина А, мы становимся более беззащитными перед вирусами и инфекциями. В Узбекистане дефицит этого микроэлемента зафиксирован у 38,4 % взрослых.

Витамин D регулирует иммунную систему, предотвращает воспалительные процессы, участвует

в метаболизме кальция и формировании костей. Он синтезируется в коже под воздействием солнечных лучей и поступает из пищи. Казалось бы, в Узбекистане, где солнечных дней в году более чем достаточно, с этим витамином не должно быть проблем. Однако исследования говорят об обратном.

В больших городах пробиться ультрафиолету к нашей коже мешают пыль и смог. Кроме того, в сильную жару люди стараются не проводить много времени на улице.

Фолиевая кислота (B2) поддерживает сосудисто-иммунную систему, работу сердца и сосудов, обеспечивает образование эритроцитов при дефиците железа,

участвует в синтезе нуклеиновых и аминокислот, пуриновых и пиримидиновых оснований.

Железо играет огромную роль в организме, без него невозможен энергетический обмен и восстановление ДНК. Железо помогает бороться с инфекциями и участвует в росте тканей. Нехватка этого нутриента может спровоцировать железодефицитную анемию.

60 таблеток дозировкой 25 мг — 43 тыс. сумов, хватает на два месяца.

Йод необходим для синтеза гормонов щитовидной железы, которые отвечают за рост и развитие всех внутренних органов. Кальций участвует в строительстве костей и эмали, отвечает за состояние зубов и волос.

Стоимость витаминного минимума на месяц, по нашим расчетам, составит около 125,25 тыс. сумов, на год — примерно 1,5 млн сумов.

125
ТЫС.
В МЕСЯЦ

ФИТНЕС

Заниматься физкультурой и спортом для поддержания хорошей физической формы можно и бесплатно — дома или на улице. В малогабаритной столичной двушке не всегда найдется свободное пространство для тренировок. Пыль, смог и запаркованные тротуары сводят на нет положительный эффект уличных пробежек, да и на турниках в +40° долго не повиснешь. Оптимальным решением будет покупка абонемента в спортивную секцию или фитнес-клуб, которая сама по себе может стать хорошим мотиватором.

В Ташкенте есть множество залов на любой вкус и кошелек — от подвальных качалок до фитнес-центров премиум-класса. Самый дешевый из найденных нами абонементов стоит 300 тыс. сумов и дает право на посещение тренажерного зала с 7:00 до 23:00 через день. Бюджетные варианты на год с тем же режимом посещения начинаются от 3 млн сумов.

300
ТЫС.
В МЕСЯЦ

ЧЕКАПЫ

Хотя бы раз в год взрослым людям нужно проходить комплексное обследование организма (чекап), чтобы проверить, все ли в вашем организме работает как надо. Регулярные чекапы позволяют выявить симптомы скрытых болезней и предупредить развитие заболеваний. При желании обследование можно пройти и в своей поликлинике, ничего за это не платя. Составить список врачей и анализов, взять талончики — и вперед. Для тех, кто ценит время и нервы, в частных клиниках разработаны пакетные предложения. Набор конкретных процедур может варьировать от пола, возраста, рода занятий и личных предпочтений клиентов, однако есть «база», которую должны проходить все. Она включает консультацию терапевта, общие анализы мочи и крови, исследования уровня глюкозы и содержания липидов в крови, флюорографию, электрокардиограмму, исследование уровня витамина D. В таблице

827
ТЫС.
В ГОД

ниже приведен в качестве примера расчет стоимости базового чекапа в одной из ташкентской клиник,

все цены округлены до тысяч сумов. Общая стоимость составляет 827 тыс. сумов.

Описание исследования	Стоимость (тыс. сумов)
Обследование	
Осмотр терапевта	111
Медицинская радиология	
УЗД органов брюшной полости и органов таза	215
Флюорография легких	65
Электрокардиограмма	40
Лабораторная диагностика	
Общий анализ крови (24 показателя)	55
Глюкоза крови натощак	23
Общий холестерин	25
ЛПВП	40
ЛПНП	40
Триглицериды	25
Аланинаминотрансфераза (АЛТ)	25
Аспаратаминотрансфераза (АСТ)	25
Мочевина	25
Креатинин	25
Тиреотропный гормон (ТТГ)	65
Общий анализ мочи	23
Итого	827

Подведем итог. Месячные расходы на ЗОЖ равны 817 тыс. сумов (питание и вода) + 125 тыс. сумов (витамины и БАДы) + 300 тыс. сумов (абонемент на месяц в фитнес-клуб) + 827 тыс. сумов/12 (чекап здоровья) = 1 млн 242 тыс. сумов. Это примерно 20% от средней номинальной заработной платы по Ташкенту (6,3 млн).

В год выходит 9 млн 393 тыс сумов (питание и вода) + 1 млн 503 тыс. сумов (витамины и БАДы) + 3 млн сумов (абонемент в фитнес-клуб) + 827 тыс. сумов (чекап здоровья) = 14 млн 723 тыс. сумов.

Кадрю

КадрюМ за

ДАРЬЯ БАРАКИНА

КАК УЗБЕКИСТАН ГОТОВИТ СПЕЦИАЛИСТОВ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Один из жизненно важных факторов развития любой отрасли экономики — наличие квалифицированных специалистов. Сфера фармацевтики, конечно, не исключение. Kursiv Research вместе с экспертами постарался ответить на вопрос, какова в Узбекистане ситуация с подготовкой кадров для фармацевтических компаний, учреждений здравоохранения и производств лекарственных препаратов.

ЕМКОСТЬ РЫНКА

Насколько фармацевтическая отрасль важна для экономики современного Узбекистана? Это отнюдь не праздный вопрос, поскольку ответ на него определяет возможности трудоустройства выпускников-фармацевтов.

В Агентстве статистики при президенте Республики Узбекистан подсчитали, что в первой половине 2022 года производство основных фармацевтических продуктов и препаратов в структуре добавленной стоимости обрабатывающей промышленности страны занимало 1,7%. Для сравнения: на выпуск текстиля и одежды тогда приходилось 14,7%, продуктов питания, напитков и табака — 11,8%. Лидерами оставались металлургические и металлообрабатывающие предприятия (43,2%).

В то же время платформа немецкой компании Statista прогнозирует, что по итогам 2023 года выручка на фармацевтическом рынке страны достигнет \$543,1 млн. Наиболее емкой в финансовом отношении категорией будут, по ожиданиям, онкологические препараты.

Kursiv Research писал, что в Узбекистане ежегодно потребляют лекарств на \$1,6 млн. Номенклатура выпускаемых внутри страны препаратов выросла за последние несколько лет почти в шесть раз — до 3,5 тыс. наименований. Добиться такого показателя удалось за счет увеличения числа предприятий: с 48 в 2017-м до 226 на конец 2022 года.

Другими словами, фармацевтическая отрасль в стране развивается и задел для этого немалый.

ГДЕ УЧАТ ФАРМАЦЕВТИКЕ

В Узбекистане действует ряд учебных заведений, где можно получить востребованную на фармацевтическом рынке специальность.

Например, в Ташкенте действует профильный фармацевтический институт, а также Республиканский центр повышения квалификации и специализации средних медицинских и фармацевтических работников. В Самаркандском государственном медицинском университете создан специализированный фармацевтический факультет.

Однако количество студентов на направлениях фармацевтики в сравнении с другими медицинскими специальностями невелико. Так, по данным национального Агентства статистики, в 2020/2021 учебном году (информация о последующих периодах не приводится) из 38,2 тыс. обучающихся по профессиям, связанным со здравоохранением, фармацевтику постигали 3,9 тыс. человек. Сравним с лечебным делом: там число студентов составило 18,4 тыс.

ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ МЕРЫ

В Узбекистане приняли Концепцию развития фармацевтической отрасли страны до 2024 года. Помимо прочих мер, среди которых расширение экспорта, разработка новых видов продукции и создание специализированного кластера, документ предусматривает ряд действий, направленных на подготовку специалистов.

В частности, концепция подразумевает переориентацию образования в сфере фармацевтики с теории на практику, а также широкое использование передовых технологий. Власти намерены сотрудничать в этой сфере с зарубежными образовательными учреждениями и по возможности хотели бы открывать их филиалы внутри страны. Материально-отраслевую базу отечественных учебных заведений также обещано обновить.

Как минимум еще полтора года государственная политика будет развиваться с опорой на эти реперные точки.

СЛОВО РАБОТОДАТЕЛЯМ

Главный индикатор качества подготовки кадров — их востребованность на рынке. Чтобы узнать, как работодатели оценивают знания и навыки специалистов из Узбекистана, Kursiv Research поговорил с представителями нескольких фармацевтических компаний.

Так, руководитель направления по работе с государственными органами AstraZeneca по России и Евразии **Олжас Сатыбалдин** заявил, что уровень экспертности как руководителей учреждений здравоохранения, так и в целом медицинских работников в нашей стране высок.

«Будучи включенными в систему обмена опытом на глобальном уровне, они (специалисты сферы здравоохранения из Узбекистана. — Ред.) участвуют в международных конференциях. Владение иностранными языками позволяет из первоисточников узнавать об актуальных изменениях в медицинской науке и получать необходимую для применения в современной практике информацию о методах лечения», — пояснил Сатыбалдин.

При этом руководитель направления AstraZeneca обратил внимание на распространенную в отрасли проблему — высокую нагрузку на врачей. Это мешает медикам полноценно заниматься своим дополнительным образованием.

Другая трудность — повышенное внимание к республиканским центрам, которые становятся лидерами по внедрению медицинских инноваций в стране. До структур первичной помощи эти новшества доходят не сразу.

«Для решения этой задачи (применение новаций в первичном звене медпомощи. — Ред.) мы разрабатываем образовательные программы для врачей и считаем необходимым сотрудничество с Министерством здравоохранения Республики Узбекистан и профильными образовательными учреждениями в области медицины», — добавил собеседник Kursiv Research.

Кроме того, AstraZeneca нацелена на расширение подобных программ в регионах страны и на создание новых проектов, которые будут отвечать «растущим потребностям активно развивающейся медицины Узбекистана».

В фармацевтической компании STADA к ответу на вопрос о компетенции медицинских специалистов из Узбекистана подошли комплексно.

По мнению вице-президента STADA в регионе Евразия **Арминаса Мацевичуса**, в Узбекистане сложилась непростая ситуация с

сотрудниками, которые работают на производствах: химиками, технологами, инженерами и мастерами по оборудованию. Примерно так же дела обстоят и в других странах на постсоветском пространстве — например, в Казахстане и Беларуси.

«Нужно понимать, что в Узбекистане фармацевтическая отрасль только начинает развиваться. А кадры для нее готовятся долго. Взять и условно завтра открыть завод нельзя, потому что там просто некому будет работать», — сказал Kursiv Research представитель STADA.

Мацевичус выразил мнение, что ускорить решение этой проблемы поможет прямое и постоянное взаимодействие между владельцами фармацевтических предприятий и учебными заведениями.

Что касается таких категорий специалистов, как фармацевты, фармакотехники и врачи, то их подготовкой в Узбекистане уже занимаются. И делают это, по мнению STADA, достаточно хорошо.

Наконец, отдельно наш собеседник выделил тех медиков, кто устраивается работать непосредственно в фармацевтические компании.

«Для таких специалистов и STADA, и другие игроки рынка стали настоящими образовательными площадками. Мы уделяем повышенное внимание обучению наших сотрудников: финансовым вопросам, навыкам продаж, общения и коммуникации», — пояснил Мацевичус.

По его словам, в STADA регулярно проходят стажировки по разным программам. После последней из них в компанию трудоустроились два специалиста из Узбекистана.

Однако, отметил вице-президент STADA в регионе Евразия, важнее не сам факт трудоустройства медика после прохождения стажировки в целевую компанию, а накопленные им за это время знания, которые так или иначе принесут пользу национальному фармацевтическому рынку.

МЕСТНЫЕ ПРЕПАРАТЫ ДОЛЖНЫ ОТЛИЧАТЬСЯ ВЫСОКИМ КАЧЕСТВОМ.

«Чем больше компаний будут уделять внимание вопросу обучения специалистов, тем легче станет пациентам, рынку и стране в целом. Мы же с вами тоже иногда заболеваем и в этой ситуации хотим, чтобы и врач знал, как лечить, и фармацевт понимал, какое лекарство предложить», — сказал Мацевичус.

Он добавил, что не менее важным является вопрос доверия потребителей к препаратам местного производства, в том числе — к дженерикам (лекарствам, которые содержат химические вещества, идентичные тем, что запатентовал первоначальный разработчик).

«Местные препараты должны отличаться высоким качеством и реально помогать людям заботиться об их здоровье. Тогда население станет им доверять», — отметил представитель STADA.

ОДИН за ВСЕХ

ВАДИМ ЕРЗИКОВ

ГЛАВНЫЙ ПРЕТЕНДЕНТ

Продать госдолю в Узбекистане планируют и в ряде предприятий фармацевтического сегмента. Самая ожидаемая сделка — реализация контрольного пакета акций АО «Дори-Дармон». Агентство по управлению государственными активами (АУГА) в июне 2023 года сообщило, что активом заинтересовались три претендента. От потенциальных инвесторов (названия компаний не разглашаются) поступили необязывающие предложения, но кто из них в итоге станет владельцем 51% акций, пока неизвестно.

Аналитик инвестиционной компании Satori IB Group **Иван Орлов** в комментарии Kursiv Research отметил ряд плюсов и минусов приватизируемой организации. Среди преимуществ он назвал рыночную позицию.

«Дори-Дармон» — крупнейшая фармацевтическая компания и оператор аптечных сетей в Узбекистане. Население страны и потребление лекарств активно растут, что делает рынок привлекательным для стратегического инвестора», — отметил эксперт.

По его словам, вторым плюсом являются сопутствующие бизнесы АО (производство, логистика, исследования, страхование и прочее). Инвестор из смежной отрасли может получить дополнительную выгоду от использования активов «Дори-Дармон» в рамках объединенной организации. Третье преимущество — финансовое состояние. Компания не имеет высокой долговой нагрузки и серьезных финансовых проблем, а в 2020 году преодолела убыточный период.

Инвестиционный аналитик компании Freedom Broker **Зевара**

Матмуродова добавила: «2018 и 2019 года компания закрыла с чистым убытком в размере 56,3 млрд и 48,3 млрд сумов соответственно. После двух убыточных лет в 2020 году во время пандемии выручка выросла в 4,5 раза, до 316,6 млрд сумов, что позволило получить прибыль на 53,8 млрд сумов по итогам года».

Эксперт пояснила, что 2021 год для компании вообще выдался рекордным. Выручка достигла 402,1 млрд сумов (+27% год к году). Но после стремительного роста во время пандемии в 2022 году показатель снизился на 46%, до 218,7 млрд

В УЗБЕКИСТАНЕ ИЩУТ ИНВЕСТОРОВ ДЛЯ ПРИВАТИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ФАРМРЫНКА

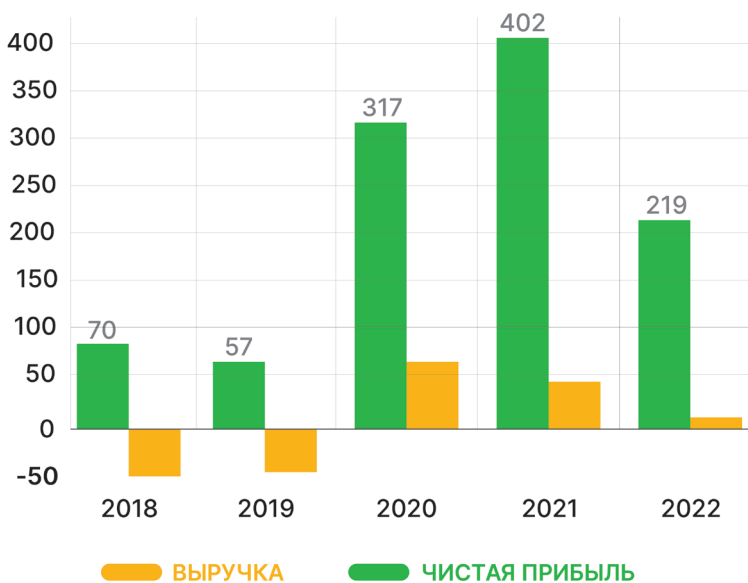
До конца 2023 года в Узбекистане планируют приватизировать государственное имущество на \$1,5 млрд. Это в 1,5 раза больше, чем в прошлом году. В списке реализуемых объектов есть компании, которыми интересуются не только местные, но и зарубежные инвесторы. Например, недавно прошла сделка по реализации одного из крупнейших банков страны — «Ипотека-банка» — венгерской финансовой группе OTP. Приватизация не обошла и фармацевтическую отрасль. Kursiv Research обсудил с экспертами, какие компании могут заинтересовать инвесторов.

СОЦИАЛЬНЫЙ ВОПРОС

В списке рисков для инвесторов предприятия Иван Орлов назвал три ключевых. Во-первых, бизнес компании сильно зависит от лицензирования и рецептурного регулирования. Кроме этого, организация имеет обязательства по обеспечению максимально широких слоев населения (в том числе в труднодоступной местности) лекарствами первой необходимости по установленным государством ценам. Во-вторых, «Дори-Дармон»

Зевара Матмуродова высказала похожую позицию о рисках для инвесторов от покупки «Дори-Дармон». По ее словам, за последние несколько лет было создано более 1,7 тыс. социальных аптек, большая часть из которых находится в отдаленной местности. Такие проекты реализуются с целью поддержки социально уязвимых слоев населения, но это негативно отражается на прибыльности и рентабельности компании. Связано это с тем, что лекарства в таких аптеках продаются по сниженным ценам, а в некоторых случаях раздаются бесплатно, отметила Зевара Матмуродова.

ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ АО «ДОРИ-ДАРМОН»



сумов. Прибыль сократилась до 8,1 млрд (-75% год к году). Выручка организации за первое полугодие 2023-го составила 110,5 млрд сумов. Такие результаты, считает аналитик, позволяют предполагать, что выручка в 2023 году либо останется на уровне прошлого года, либо может незначительно вырасти.

является крупным поставщиком по государственным контрактам Минздрава Узбекистана. Потенциальный инвестор должен учитывать специфику работы в B2G-секторе. В-третьих, Узбекистан сильно зависит от импорта и большую часть фармакологической продукции завозит из-за рубежа.

ВНЕ КОНКУРЕНЦИИ

Помимо «Дори-Дармон», в списке приватизируемых объектов есть и другие компании фармацевтической отрасли. Например, планируется продать ООО «Ортомедфармсервис» (госдоля 86,9%), которое производит ортопедические изделия, работает в отрасли с 2006 года и имеет до 50 человек в штате. В списке также есть ГУП «Узмедимпекс» (выполняет госзаказы Минздрава по закупке медикаментов и медтехники) и производитель лекарственных напитков на основе трав ООО «Ферула шифобахш» (госдоля 30%).

Иван Орлов полагает, что для крупных инвесторов среди этих предприятий нет примечательных. Поэтому «Дори-Дармон» является основным претендентом. Зевара Матмуродова считает, что заинтересоваться этим объектом могут стратегические инвесторы из смежных отраслей или конкуренты сети. Таким образом потенциальные новые владельцы фармкомпаний могут укрепить свои позиции и расширить долю на рынке.



AIR MARAKANDA
SAMARKAND INTERNATIONAL AIRPORT

Leave your heart with Marakanda

Международный аэропорт Самарканда - туристические ворота Нового Узбекистана

Air Marakanda - первая в истории узбекской авиации частная компания, управляющая новым современным высокотехнологичным терминалом международного аэропорта Самарканда.

Воспользуйтесь премиальными сервисами VIP и SIP залов для комфортного путешествия по 17 международным направлениям из самого динамично развивающегося аэропорта Центральной Азии.



EURASIAN PHARMA AWARDS

2024

— Воплощая трансформацию
— Вдохновляя инновации
— Достигая совершенства

Поделитесь историями успеха своих компаний с коллегами по отрасли!

К участию приглашаются международные и локальные фармацевтические компании-производители, дистрибьюторы и аптечные сети.

За сроками подачи заявок следите на сайте:
eurasianpharmasummit.com

