

Анализ конкуренции и уровня доминирования на фармацевтическом рынке России

Научный руководитель – Вертоградов Владимир Александрович

Марков Николай Ильич

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Кафедра управления организацией, Москва, Россия

E-mail: marnickil@mail.ru

Введение

Участникам фармацевтического рынка и регулятору важно понимать состояние и тенденции развития отрасли из-за их высокого значения для системы здравоохранения.

Состояние конкуренции, доминирования и концентрации отрасли подвержены изменениям под действием COVID-19 и санкционного давления.

Внутренние процессы развития различаются для групп игроков фармацевтического рынка - производителей лекарственных препаратов (ЛП), оптовых дистрибьюторов и аптечных сетей [1].

Предшествующие исследования преимущественно используют экспертный метод при анализе развития частей российского фармацевтического рынка [2].

Научная новизна: в работе применяются современные инструменты анализа конкуренции и доминирования для исследования исторической динамики и текущих тенденций развития фармацевтической отрасли России

Гипотезы: на рынке производителей ЛП, рынке оптовых дистрибьюторов и на рынке аптечных сетей можно выявить доминирующую группу игроков.

Материалы и методы

Для анализа применялась матрица SV (strength/variety), по горизонтали которой откладывается концентрация выявленной доминирующей группы компаний (CRSV), по вертикали - дифференциация компаний внутри доминирующей группы (HTSV) [3-5].

Для расчетов применялись доли рынка крупнейших игроков из годовых отчетов отраслевого агентства DSM Group

Результаты исследования [6]:

На рынке производителей ЛП не выявлено доминирующей группы игроков, на нем жесткая конкуренция.

Конкуренцию ужесточают установка предельных отпускных цен на перечень жизненно необходимых и важных лекарственных препаратов (ЖНВЛП), политика импортозамещения и стимулирование производства дженериков (аналогов оригинальных зарубежных препаратов).

Росту иностранных компаний препятствуют предпочтение отечественных компаний зарубежным в системе госзакупок ЛП.

Существуют барьеры для экспансии крупных игроков в менее развитые регионы.

В силу вступило разрешение продавать безрецептурные ЛП в режиме онлайн: потребители могут легче выбирать товары на основе цен, на рынок могут входить новые онлайн-торговцы

Рынок оптовых дистрибьюторов перешел из состояния «естественной олигополии» в состояние «красного океана»: конкуренция на нем значительно усилилась

Одновременно с ослаблением выявленной доминирующей группы дистрибьюторов наблюдалось появление доминирующей группы на рынке аптечных сетей

Аптечные сети консолидировались вследствие многочисленных слияний и поглощений, появились партнерства крупных игроков и объединение независимых мелких игроков, которое заняло лидирующее положение и вошло в доминирующую группу

Выводы

Полученные на основе матрицы SV результаты подтверждают тренды, описанные в более ранних исследованиях, а также умозаключения, получаемые при анализе индекса Герфиндаля-Хиршмана на участках фармацевтического рынка России.

Гипотеза о наличии доминирования на рынке производителей ЛП отвергается, гипотезы о наличии доминирования на рынках дистрибьюторов и аптечных сетей - подтверждаются.

Перспективы для углубления анализа: результаты и методы данного исследования могут быть применены для оценки конкуренции и доминирования на рынках биологически активных добавок, в сегменте льготного лекарственного обеспечения, участков фармацевтического рынка на основе товарных групп лекарственных препаратов

Источники и литература

- 1) Климанов Д., Третьяк О., Горен У., Уайт Т. Трансформация ценности в инновационных бизнес-моделях: пример фармацевтической индустрии // Форсайт. National Research University, Higher School of Economics, 2021. Vol. 15, № 3. P. 52–65.
- 2) Долгопятова Т., Федюнина А., Назарова А. Фармацевтическое производство в России во время пандемии: старые проблемы, новые вызовы // Журнал «ЭКО». ECO Journal, 2021. Vol. 51, № 8. P. 38–63.
- 3) Bukvic R.M., Pavlovic R.Z., Gajic A.M. Possibilities of Application of the Index Concentration of Linda in Small Economy, Example of Serbian Food Industries // Ann. ORADEA Univ. Fascicle Manag. Technol. Eng. 2014. Vol. XXIII (XIII), № 3.
- 4) Linda R. Methodology of concentration analysis applied to the study of industries and markets. // Communautés européennes. Commission. 1976.
- 5) Щелокова С.В., Вертоградов В.А. Матрица SV: инструмент стратегического конкурентного анализа с учетом уровня доминирования // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2021. № 6. P. 137–162.
- 6) Марков Н.И., Якимова Е.А. Анализ конкуренции и уровня доминирования на фармацевтическом рынке России // Фармакоэкономика: теория и практика. 2022. Vol. 10, № 4. P. 22–33.