

**МИНИСТЕРСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ  
УЗБЕКИСТАН**

**ТАШКЕНТСКИЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ**

*На правах рукописи*

УДК 615.036.2.615.224

**ХАСАНОВ ДИЛМУРОД ДЖАЛАЛДИНОВИЧ**

**Мониторинг конкурентной среды на отечественном  
фармацевтическом рынке**

**5A230201-Менеджмент (Фармация)**

**ДИССЕРТАЦИЯ**

**на соискание академической степени магистра**

Научный руководитель:  
к.фарм.н., доц. Саипова Д.Т

Ташкент-2014

МИНИСТЕРСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН  
ТАШКЕНТСКИЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Факультет Фармация  
Кафедра организации  
фармацевтического дела  
Учебный год 2012-2014 гг.

Магистр Д.Д. Хасанов  
Научный руководитель  
Д.Т. Саипова  
Специальность 5A230201 –  
Менеджмент (Фармация)

АННОТАЦИЯ К МАГИСТЕРСКОЙ ДИССЕРТАЦИИ

**Актуальность темы.** В условиях глобализации экономических процессов, интеграции экономики Узбекистана в мировую экономическую систему обеспечение конкурентоспособности отечественных фармацевтических производителей является важным направлением деятельности по снижению импортной зависимости национальной фармацевтической отрасли.

**Цели и задачи работы.** Целью исследования является разработка направлений маркетинговой деятельности по обеспечению конкурентоспособности фармацевтических предприятий и предложение комплекса мероприятий по их реализации путем проведения комплекса маркетинговых исследований, факторов конкурентной среды фармацевтического рынка.

**Объект и предмет исследования.** Объектом исследования являются совокупность показателей конкурентной среды на фармацевтическом рынке Республики Узбекистан. Предметом исследования является совокупность теоретических, методических и практических вопросов обеспечения конкурентоспособности фармацевтических предприятий.

**Методология и методика исследования** основывалась на методах системного и экономического анализа, комплексе социологических и статистических методов (анкетирование, интервьюирование, коллективной экспертной оценки, наблюдения, сравнения, графический).

**Степень научной новизны результатов исследования.** С позиции системного анализа разработаны основные методологические подходы к анализу конкурентной среды отечественного фармацевтического рынка, с научным обоснованием путей ее совершенствования и определения приоритетных направлений развития.

**Практическая значимость результатов исследования.** На основе результатов исследования предусматривается разработка направлений по повышению конкурентоспособности отечественных фармацевтических производителей.

**Структура работы и его содержание.** Магистерская диссертация состоит из 85 страниц компьютерного текста, включающих введение, 3 главы, общие выводы, список использованной литературы. Результаты исследования проиллюстрированы 20 таблицами, 11 рисунками и 4 приложений. Список использованной литературы включает 114 источника.

**Основные результаты выполненной работы.** Проведен маркетинговый анализ факторов, определяющих конкурентоспособность отечественной фармацевтической промышленности.

**Выводы и краткие обобщенные рекомендации.** Предложена модель по усовершенствованию конкурентоспособности отечественных фармацевтических производителей.

Научный руководитель \_\_\_\_\_

(подпись)

Магистр \_\_\_\_\_

(подпись)

MINISTRY OF HEALTH OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN  
TASHKENT PHARMACEUTICAL INSTITUTE

Faculty of Pharmacy  
Chair of organization  
pharmaceutical business  
The academic year 2011-2013

Master D.D. Khasanov  
Scientific chief  
D.T. Saipova  
Specialty 5A230201 -  
Management (Pharmacy)

SUMMARY TO MASTER'S THESIS

**Background.** In the context of globalization of economic processes, integration of Uzbekistan's economy into the global economic system to ensure the competitiveness of domestic pharmaceutical manufacturers is an important activity for reducing the import dependence of the national pharmaceutical industry.

**The goals and objectives of the work.** The purpose of this study is to develop areas of marketing activities to ensure the competitiveness of pharmaceutical companies and offer a set of measures to implement them through complex marketing research, competitive environment factors of the pharmaceutical market.

**Object and subject of study.** The research object is a set of indicators of the competitive environment in the pharmaceutical market of the Republic of Uzbekistan. The subject of the study is a set of theoretical, methodological and practical issues to ensure the competitiveness of pharmaceutical companies.

**Methodology and methods of the study.** Based on the method and system of economic analysis, complex sociological and statistical methods (questionnaires, interviews, collective expert assessment, observation, comparison, graphical). Mathematical processing was carried out using the program Microsoft Excel 2010 for Windows 8 Professional.

**The degree of novelty of the results of scientific research.** From the perspective of system analysis developed basic methodological approaches to the analysis of the competitive environment of the domestic pharmaceutical market, with the scientific substantiation of ways to improve it and to determine priority areas for development.

**The practical significance of the study results.** Based on the results of research includes the development of areas to improve the competitiveness of domestic pharmaceutical manufacturers.

**Work structure and its contents.** Master's thesis consists of 85 pages of computer text, including the introduction, three chapters, general conclusions, list of references. Results of the study are illustrated in Tables 20 and 11 drawings and applications. List of references includes 114 source.

**The main results of the work performed.** Conducted a marketing analysis of the factors determining the competitiveness of the domestic pharmaceutical industry.

**The findings and recommendations of a brief summary.** A model is proposed to improve the competitiveness of domestic pharmaceutical manufacturers.

---

Scientific chief \_\_\_\_\_

Magistr  (signed)  
(signed)

## Содержание

	Введение.....	3
<b>Глава I.</b>	<b>Современные подходы к анализу конкурентной среды фармацевтического рынка.....</b>	<b>9</b>
1.	Конкурентная среда фармацевтического рынка, понятие конкуренции и ее роль на современном этапе.....	9
2.	Конкурентоспособность фармацевтического предприятия и конкурентные преимущества предприятия.....	11
3.	Методологические подходы к оценке конкурентной среды и конкурентоспособности.....	18
4.	Пути обеспечения устойчивого конкурентного преимущества.....	21
	Вывод по главе 1	24
<b>Глава II</b>	<b>Анализ современного состояния развития фармацевтической промышленности Республики Узбекистан</b>	<b>25</b>
1.	Исследование тенденций развития фармацевтической промышленности в Республики Узбекистан .....	25
2.	Основные направления государственного регулирования производства лекарственных препаратов.....	34
3.	Влияние мероприятий по государственной поддержке отечественных товаропроизводителей на конкурентную среду фармацевтического рынка .....	40
	Вывод по главе 2	45
<b>Глава III</b>	<b>Критерии оценки конкурентной среды на отечественном фармацевтическом рынке.....</b>	<b>46</b>
1.	Анализ ассортимента отечественных производителей.....	46
2.	Анализ конкурентных цен на отечественном фармацевтическом рынке.....	53
3.	Анализ конкурентоспособности отечественных фармацевтических производителей.....	57
4.	Разработка направлений развития по обеспечению конкурентоспособности отечественной фармацевтической промышленности .....	68
	Вывод по главе 3.....	71
	Общие выводы.....	72
	Список литературы.....	74
	Приложения.....	86

Обоснование и актуальность темы исследования. Высшим национальным приоритетом Республики Узбекистан является создание эффективной экономики, способной обеспечить высокий уровень жизни населения. В решении этой проблемы важное место отводится интеграции экономики страны в мировое экономическое пространство на основе обеспечения конкурентоспособности национальной продукции.

Внедрение рыночных механизмов в фармацевтическую отрасль способствовало насыщению рынка широким ассортиментом лекарственных средств, главным образом, за счет импорта. Выход из создавшейся ситуации может быть найден путем формирования системы государственной поддержки фармацевтической отрасли Узбекистана, важнейшей составной частью которой выступает государственное регулирование конкурентоспособности отечественных производителей фармацевтической продукции.

Динамичное развитие фармацевтического рынка, высокая организационная динамика его субъектов и усиление конкуренции предъявляют новые требования к организации управления фармацевтическими предприятиями. В этих условиях стратегически важным является определение основных направлений повышения конкурентоспособности, исходя из особенностей конкретного производства лекарственных средств (ЛС).

Конкурентоспособность фармацевтического предприятия во многом определяется эффективностью организации производственных процессов, использования ограниченных ресурсов, оперативностью реагирования на рыночную конъюнктуру и гибкостью управления производством.

Конкурентоспособность отечественного товаропроизводителя является важным направлением обеспечения экономической безопасности страны, так как, с одной стороны, позволяет формировать экспорт отечественной фармацевтической продукции и на этой основе

обеспечивать поступление иностранной валюты, а, с другой стороны, способствует снижению импортной зависимости национальной фармацевтической отрасли. Кроме того, интеграция экономики Узбекистана в мировую экономическую систему невозможна без обеспечения конкурентоспособности отечественных отраслей и предприятий.

**Объект и предмет исследования.** Объектом исследования являются совокупность показателей конкурентной среды на фармацевтическом рынке Республики Узбекистан. Предметом исследования является совокупность теоретических, методических и практических вопросов обеспечения конкурентоспособности фармацевтических предприятий.

**Цель и задачи исследования.** Целью исследования является разработка направлений маркетинговой деятельности по обеспечению конкурентоспособности фармацевтических предприятий и предложение комплекса мероприятий по их реализации в условиях глобализации экономических процессов.

Для достижения поставленной цели определены этапы исследования, сформулированные в виде следующих задач:

- изучить современные методические подходы к определению конкурентоспособности фармацевтических предприятий, анализ факторов, воздействующих на конкурентную среду фармацевтического рынка;
- исследование тенденций развития фармацевтической промышленности в Республики Узбекистан
- анализ основных направлений государственного регулирования в обеспечении конкурентоспособности отечественных фармпроизводителей
- оценка влияния мероприятий по государственной поддержке отечественных товаропроизводителей на конкурентную среду фармацевтического рынка
- анализ ассортиментной политики отечественных фармацевтических производителей;

- анализ конкурентных цен на фармацевтическом рынке;
- анализ конкурентоспособности отечественных фармпроизводителей, с оценкой конкурентоспособности выпускаемых ими лекарственных средств;
- разработка направлений развития по обеспечению конкурентоспособности отечественной фармацевтической промышленности.

**Основные задачи гипотеза исследования.** Разработка направлений по совершенствованию конкурентной среды фармацевтического рынка, предложение мер по развитию основных направлений развития конкурентной среды отечественного фармацевтического рынка, путем достижения конкурентных преимуществ отечественными фармацевтическими производителями.

**Краткий литературный обзор по теме.** Теоретические практические основы функционирования и развития фармацевтической промышленности и соответствующих рынков рассматриваются зарубежными исследователями, такими как В.Л.Багирова, С.Виттер, А.И.Вилков, М.Гетьман, Т.Енсор, Ю.В.Косова, А.Ю.Малый, Д.В.Рейхарт, В.А.Сухинина, А.А.Теодорович, Ю.В.Шиленко, А.Ю.Юданов. Изучению конкурентоспособности ЛС с позиции потребительских, экономических, а также фармакоэкономических характеристик посвящены работы Лоскутовой Е.Е., Лопатина П.В., Максимкиной Е.А. и др. Исследования, направленные на разработку и совершенствование различных аспектов управления предприятиями фармацевтической отрасли, в разное время предпринимались Скулковой Р.С., Сбоевой С.Г., Лозовой Г.Ф., Комиссинской И.Г., Малаховской М.В., Музырой Ю.А., Морозовой Э.Г., Шараховой Е.Ф., Третьяковой Е.А., Орловой Е.В., Петровым А.Ю., Фотеевой В.Г., Слепневым Д.М., Смирновой А.И., Быстрицким Л.Д., Курашовым М.М., Кумышевой Л.А., Буйлиным А.В., Интизари А.А. и др. В Республике Узбекистан рассмотрены аспекты проведения маркетинговых исследований при изучении деятельности

совместных фармацевтических предприятий (Юлдашева Д.Т.), предложена методология оценки конкурентоспособности различных групп лекарственных средств (Саипова Д.Т.).

Проведенные авторами исследования внесли значительный вклад в развитие теории и практики управления предприятиями фармацевтической отрасли. Однако новые условия, структура и объем выполняемых фармацевтическими предприятиями функций требуют более тщательного изучения для оптимизации маркетинговой деятельности, моделирования механизмов управления фармацевтическими предприятиями, гибко реагирующими на изменения внутренней и внешней среды, обеспечивающих их конкурентоспособность.

При этом выявлено, что вопросам анализа конкурентной среды на отечественном фармацевтическом рынке, с целью выявления направлений усовершенствования данного рынка уделялось недостаточное внимание. С учетом всего вышесказанного возникает необходимость проведения исследования посвященного анализу конкурентной среды на отечественном фармацевтическом рынке

**Краткая характеристика методов исследования.** основывалась на методах системного и экономического анализа, комплексе социологических и статистических методов (анкетирование, интервьюирование, коллективной экспертной оценки, наблюдения, сравнения, графический). Математическая обработка проводилась с использованием программы Microsoft Excel 2010 в среде Windows 8 Professional.

**Теоретическая и практическая значимость результатов исследования.** На основе результатов исследования предусматривается разработка направлений по обеспечению конкурентоспособности отечественных фармацевтических производителей.

Теоретико-практические результаты исследования могут быть использованы при разработке маркетинговой стратегии развития

отечественных фармацевтических производителей. Внедрение в систему управления фармацевтической промышленности разработанной «Модели повышения конкурентоспособности отечественных фармпредприятий» позволит оптимизировать их маркетинговую политику и повысить показатель конкурентоспособности.

**Научная новизна исследования.** С позиции системного анализа разработаны основные методологические подходы к анализу конкурентной среды отечественного фармацевтического рынка, с научным обоснованием путей ее совершенствования и определения приоритетных направлений развития. Проведено сопоставление маркетинговых показателей, в качестве факторов, влияющих на конкурентоспособность отечественных фармацевтических производителей.

**Апробация работы.** Основные положения диссертации обсуждались на научно-практической конференции «Интеграция образования, науки и производства в фармации» (Ташкент 2013), заседании кафедры Организации фармацевтического дела Ташкентского фармацевтического института (протокол №19 от 12.05.2014г.)

**Объем и структура диссертационной работы.** Магистерская диссертация состоит из 75 страниц компьютерного текста, включающих введение, 3 главы, общие выводы, список использованной литературы и приложений. Результаты исследования представлены в виде 20 таблиц и 11 рисунков. Список использованной литературы включает 112 источника.

Во введении обоснованы актуальность темы, определены: объект и предмет, цель, задачи и методология исследования, научная новизна, теоретическая и практическая значимость результатов исследования, объем и структура диссертационной работы.

В первой главе, магистрантом определены основные критерии, воздействующие на конкурентную среду, изучены теоретико-методологические подходы на основе анализа литературных источников, для формирования методологии собственного исследования.

Во второй главе, проведен анализ по исследованию тенденций развития фармацевтической промышленности в Республики Узбекистан, изучены основные направления государственного регулирования производства лекарственных препаратов, а также влияние мероприятий по государственной поддержке отечественных товаропроизводителей на конкурентную среду фармацевтического рынка.

В третьей главе диссертации был изучен ассортимент отечественных производителей, проведен анализ конкурентных цен на отечественном фармацевтическом рынке, на основе предложенной методологии проведена интегральная оценка конкурентоспособности отечественных производителей. Разработаны и предложены направления развития по обеспечению конкурентоспособности отечественной фармацевтической промышленности. С учетом основных факторов, влияющих на конкурентоспособность фармацевтических предприятий Разработана и предложена «Модель повышения конкурентоспособности отечественных фармпредприятий»

## Глава I. СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА

### 1. Конкурентная среда фармацевтического рынка, понятие конкуренции и ее роль на современном этапе

Понятие «конкурентная среда» связано с определенным государственным или региональным образованием, т. е. основывается на географически определенной территории, имеющей развитую инфраструктуру, более или менее унифицированные инструменты бюджетно-налоговой, кредитно-денежной политики и соответствующие институты. Создание институциональных условий позволит субъектам рыночных отношений добиваться конкурентоспособности. Формирование конкурентной среды представляет собой один из элементов конкурентной политики государства [36]. Значимость и необходимость развития здоровой конкуренции и благоприятной конкурентной среды Республики Узбекистан не однократно подчеркивалось президентом И.А. Каримов [35].

В формировании конкурентной среды в период становления рыночных отношений в стране существенную роль играет приватизация. Одним из важнейших направлений этого процесса является разгосударствление предприятий, превращение их в частные. Определяющим фактором обеспечения потенциальной конкурентоспособности фирм являются методы и формы приватизации. Менее всего эффективна «приватизация», сводящаяся к простой смене вывесок – вместо государственного предприятия появляется формальное «акционерное общество», контрольный пакет акций которого принадлежит тому же государству [39].

Сформировать конкурентную среду, следовательно, повлиять на все детерминанты национального «ромба», могут только те частные фирмы, которые в результате приватизации сумеют получить истинных инвесторов, способных существенно усилить факторы производства за

счет вложения в производство реальных средств. Если же большая часть акций находится в руках «трудового коллектива» предприятия, получившего их на льготных условиях, то есть практически бесплатно, потока инвестиций не образуется, следовательно, предпосылок конкурентного преимущества не будет создано [92].

Каждый детерминант формируется особым образом, отражающим влияние других детерминантов. Это означает, например, что создание факторов обеспечения конкурентного преимущества во многом зависит от национальных проблем.

Инфраструктура страны во многом обусловлена:

- характером местного спроса, стимулирующего создание взаимозаменяемых факторов;
- сообществами (кластерами) местных конкурентов;
- родственными и поддерживающими отраслями, стимулирующими создание продуктов-заменителей [49].

Конкуренция — состязательность хозяйствующих субъектов (конкурентов), при которой их самостоятельные действия исключают или ограничивают возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товара на товарном или финансовом рынке [6].

Также Понятие конкуренции можно определить, как экономическую борьбу между товаропроизводителями за более выгодные условия производства и сбыта товаров. Под «выгодными» в сложившихся условиях подразумевается более качественное и менее затратное доведение товара до покупателя, хозяйствование с более эффективным использованием имеющихся ресурсов [37].

В современных условиях формирования фармацевтического рынка особую значимость приобретает проблема развития конструктивной конкуренции[50]. Конкуренция, целью которой является - достижение с одной стороны преимуществ потребителя лекарственных средств, с другой

стороны получение экономических выгод, предприятием, обеспечившим потребителей наиболее эффективными и оптимальными по цене лекарственными средствами является конструктивной конкуренцией [48].

Вместе с тем, необходимо принимать в расчет, что особенностью фармацевтического рынка является то, что на него возложены еще и социальные функции, следовательно, от уровня развития конкурентной среды на этом рынке в значительной степени во многом зависит эффективность лекарственной помощи населению. Наиболее приемлема в сфере фармацевтического рынка «продуктивная конкуренция», нацеленная на конкурентное взаимодействие, когда оно приводит к обогащению среды и росту собственного потенциала у значительной части участников конкурентной среды [72].

В своей деятельности все предприятия сталкиваются с множеством разнообразных конкурентов. Являясь наиболее чувствительным индикатором активности предприятия, конкурентная среда стимулирует инновационные изменения многих маркетинговых характеристик: ассортимент, объем и условия продаж, цены, методы рекламы, стимулирование сбыта и т.д [61,2].

Таким образом, сама конкуренция не является статической моделью, а представляет собой динамический процесс, который постоянно изменяется и развивается под воздействием нововведений, привносимых в производственный процесс.

## **2. Конкурентоспособность фармацевтического предприятия и конкурентные преимущества предприятия.**

Конкурентоспособность - это совокупность необходимых и достаточных характеристик фармацевтического производства, обеспечивающая способность ее конкурировать с другими предприятиями на конкретном рынке в определенный период времени [58].

Конкурентоспособность товара - это такой уровень его экономических, технических и эксплуатационных параметров, который

позволяет выдержать соперничество (конкуренцию) с другими аналогичными товарами на рынке. Кроме того, конкурентоспособность - сравнительная характеристика товара, содержащая комплексную оценку всей совокупности производственных, коммерческих, организационных и экономических показателей относительно она определяется совокупностью потребительских свойств данного товара-конкурента по степени соответствия общественным потребностям с учетом затрат на их удовлетворение, цен, условий поставки и эксплуатации в процессе производительного и (или) личного потребления. Рассмотрим отдельно все составляющие показатели конкурентоспособности товара [40,104].

Для эффективного планирования и дальнейшего применения конкурентных стратегий, компании необходимо выяснить о своих конкурентах все, что возможно. Компания должна постоянно сравнивать свои товары, цены, каналы сбыта и методы стимулирование сбыта с теми, которые использует ее конкуренты, анализировать свои преимущества и недостатки. Проанализировав текущую ситуацию, она может ответить-пустив в ход более эффективные маркетинговые кампании, в ответ на действия своих конкурентов [61].

На силу конкурентной борьбы в сфере коммерции влияет множество факторов. Конкурентная борьба усиливается, когда число конкурирующих фирм увеличивается и когда они становятся относительно сравнимы с точки зрения размеров и возможностей, а также тогда, когда спрос на продукт растет медленно. В быстро расширяющемся рынке соперничество ослабляется тем, что здесь всем хватает места [103]. Когда рост рынка замедляется, предприятия начинают борьбу за рыночную долю. Соперничество возрастает в соответствии с размером отдачи от успешных стратегических маневров. Чем больше отдача от стратегии, тем больше вероятность, что другие фирмы будут склонны принимать тот же стратегический маневр [51]. Борьба имеет тенденцию к усилению, когда уход из отрасли становится дороже, чем продолжение конкуренции. Чем

выше барьеры для выхода (т.е. уход с рынка более дорогой), тем сильнее фирмы расположены остаться на рынке и конкурировать на пределе своих возможностей, даже если они могут заработать меньшую прибыль. Конкуренция принимает острый и непредсказуемый характер при увеличении различий между фирмами в смысле их стратегий, кадрового состава, общих приоритетов, ресурсов [65].

Конкурентное преимущество – это совокупность свойств, которые делают фирму/товар более привлекательными для покупателя [73].

Факторы конкурентного преимущества могут быть: внешними и внутренними; материальными или виртуальными; базисными или второстепенными; стратегическими или тактическими; техническими, экономическими, организационными, психологическими, природно-климатическими; наследственными или искусственными (приобретенными); реализуемыми на одной стадии жизненного цикла объекта или на нескольких [107,38].

Главной особенностью конкурентного преимущества является то, что оно проявляется только в сопоставлении. Для покупателя наиболее важными при выборе товара являются следующие критерии: цена; новый или улучшенный продукт, расширение ряда продуктов; технические новшества; новые более дешевые методы производства; сервис; стили; гарантии; стимулирование покупателя; экономия покупательских затрат; удобства. Эту совокупность критериев часто называют центральным фокусом конкуренции [100].

Суверенитет покупателя, позволяющий сделать произвольный выбор, проявляет конкурентное преимущество одного товара перед другим по каким-либо из обозначенных выше критериев. Поэтому можно сделать вывод, что конкурентное преимущество не есть качество внутренне присущее какому-либо продукту, оно не является следствием самой природы этого явления [95,99].

Важно отметить, что конкурентное преимущество всегда связано с конкретными условиями и причинами. Один и тот же продукт в различных географических районах обладает различной ценностью для покупателей. Изменение таможенной политики государства может повлиять на конкурентные преимущества отечественной продукции.

В проявленном конкурентном преимуществе продукта можно выделить две стороны: внутреннюю и внешнюю. Внешнее конкурентное преимущество образует ценность для покупателя. Ценность продукта на рынке для покупателя обусловлена его экономическими интересами: выгодой, удовлетворением потребностей покупателя, легкостью эксплуатации, изменением положения покупателя в случае приобретения данного товара, партнерством с престижной фирмой, возможно участием в клубной работе фирмы, престижем [105].

Удовлетворение насущных потребностей – самый главный стимул при приобретении товаров [43]. Покупатели, удовлетворяя свои потребности, могут не останавливаться перед самыми высокими ценами. При этом для покупателя важна уникальность товара. Его возможности для удовлетворения потребностей именно этого покупателя. Удобство эксплуатации товара – важнейшая составляющая мотивов покупки. Покупатель заинтересован и в послепродажном обслуживании [84].

Внутреннее конкурентное преимущество базируется на достоинствах изготовителя. К ним относятся: качество; издержки; сервис; насыщенность рынка этим товаром; положение фирмы на рынке; потенциал готовности к изменениям, новшествам; партнерство; имидж.

Внутренние издержки на производство продукции определяют уровень цен. А цена становится одним из важнейших конкурентных преимуществ. Аналогичные товары отрасли конкурируют между собой, прежде всего по цене. Каждый участник рынка имеет свои деловые интересы, каждый заинтересован купить товар дешевле, получить выгоду.

Каждая фирма стремится иметь свою выгоду, улучшить свою позицию на рынке. Поэтому ей важно искать неудовлетворенный спрос покупателей и способы его удовлетворения. Если рынок не насыщен – она стремится восполнить этот пробел. Разрабатывает новые товары, которые позволили бы еще полнее удовлетворить имеющиеся потребности. Формирует новые потребности покупателей и создает под них новые товары. При этом фирма обладает преимуществами, если восприимчива к изменениям на рынке, готова быстро адаптироваться к новой ситуации [64].

Репутация фирмы играет большую роль для предпочтения покупателя. Фирма, имеющая признание общества пользуется доверием, которое распространяется и на ее товары. Поэтому имидж фирмы является важнейшей составляющей успеха [95].

Особое место во внутреннем конкурентном преимуществе занимает партнерство. Партнерские отношения фирмы, обеспечивающие конкурентные преимущества – это не только доверительные отношения с покупателем. В качестве партнеров выступают и поставщики сырья, материалов для производства продукции [58]. Те, с кем взаимодействует фирма в процессе создания товаров и услуг. Большую роль играет среда, в которой происходит взаимодействие всех участников деловых отношений, она оказывает существенное влияние на конкурентное преимущество фирмы [77,78].

М. Портер выделяет три типа конкурентного преимущества в зависимости от источника его возникновения:

- за счет снижения издержек производства;
- за счет дифференциации товара;
- за счет фокусирования (сосредоточения или концентрации).

Фирма с низкими издержками получает большую прибыль, главным образом за счет эффектов массовости при изготовлении стандартных товаров. Фирма с дифференцированной продукцией получает большую,

чем конкуренты, прибыль за счет возможности продиктовать более высокие цены на уникальную, отличающуюся лучшими потребительскими свойствами продукцию. Фирма, выбравшая стратегию сосредоточения или фокусирования (стратегию ниши), достигает конкурентного преимущества путем предоставления на рынок продукции, разработанной специально для этой ниши. Эта стратегия может применяться в совокупности со стратегиями дифференциации или снижения затрат [94].

По Портеру, каждая компания должна взять на вооружение одну из этих стратегий с тем, чтобы конкурировать на рынке и получить устойчивое конкурентное преимущество. Каждая из этих трех стратегий представляет собой область, которая может использоваться любым предприятием и многими некоммерческими организациями [63,67].

Конкурентное преимущество любого типа дает более высокую эффективность использования ресурсов фирмы, чем у конкурентов. Дифференциация товара предполагает способность обеспечить покупателей большей ценностью [75].

В последнее время развитие информационных технологий рождает новые виды конкурентных преимуществ в бизнесе. Покупатель на рынке приобретает ценность, за которую он готов заплатить. Эта ценность может быть в виде нового качества товара, особых потребительских свойств или послепродажного обслуживания [93].

М. Портер рассматривает бизнес как создание ценности. Конкурентное преимущество отражает большую ценность для покупателя. Портер ввел понятие цепочки ценности, которая охватывает: создание продукта, его продажу, и послепродажное обслуживание. Всю деятельность по созданию ценности он разделил на две группы: основную и поддерживающую [63].

Основная деятельность включает: снабжение, производство, хранение, продвижение продукции на рынок, продажа, маркетинг, поддержка дилеров, послепродажное обслуживание.

Среди этих групп факторов можно выделить общие, то есть определяющие конкурентное преимущество при наличии одинаковых условий для всех параметров, и узкоспециализированные, определяющие конкурентное преимущество при наличии конкретных условий для каждого параметра.

К общим условиям можно отнести наличие мощной научно-исследовательской базы, опытно-экспериментальное производство; наличие квалифицированных кадров, способных обеспечить точное соблюдение требований технологии производства; наличие системы подготовки и повышения квалификации кадров, способной оперативно обновлять устаревающие под воздействием научно-технического прогресса знания; наличие транспортной инфраструктуры в стране [70].

После того, как определены факторы, обеспечивающие конкурентное преимущество, необходимо выяснить влияние на них других детерминантов.

Добиваясь конкурентного преимущества, фирма должна быть обеспечена качественными материалами, комплектующими изделиями, необходимыми информационными средствами. Это является неременным условием создания и поддержания конкурентного преимущества каждой отдельной фирмы в стране по сравнению с фирмами других стран. Родственные отрасли могут сами выступать в качестве мощных конкурентов, выводя на рынок товары заменители. Поэтому их можно считать стимуляторами научно-технического прогресса в отраслях и фирмах, которые они обслуживают [96].

Случайные события и государственное регулирование могут либо усиливать, либо ослаблять конкурентное преимущество страны [56].

Роль государственного регулирования в формировании национальных преимуществ заключается в оказании влияния на все четыре детерминанта. Государство может влиять и подвергаться влиянию – как позитивному, так и негативному, всех четырёх детерминантов. Влияние государства может

быть положительным и отрицательным, с точки зрения влияния на конкурентные преимущества отраслей национальной экономики.

Качество удовлетворения потребностей – понятие весьма широкое. К нему можно отнести следующие показатели:

- широта, глубина и гармоничность товарного ассортимента, предоставляемая всем кластером фирм потенциальным покупателям;
- сроки, оперативность, степень актуальности удовлетворяемых потребностей;
- соответствие уровня цен на товары и уровня доходов покупателей в обслуживаемых сегментах рынка;
- уровень предпродажной подготовки и послепродажного обслуживания технических средств, выступающих в качестве товаров [44,74].

Таким образом, конкурентоспособность не является абсолютной величиной. Она складывается из комплекса параметров, каждый из которых берется в сравнении с аналогичными параметрами конкурентов. Высокая конкурентоспособность обеспечивается постоянным опережением конкурентов: в выводе на рынок новых товаров, в уровне обслуживания потребителей, снижении издержек производства, во внедрении новых маркетинговых приемов и т. п.

### **3 Методологические подходы к оценке конкурентной среды и конкурентоспособности**

Оценка конкурентной среды осуществляется на основе информационных источников [55,74]. Сбор информации о конкурентной среде обычно проводится с целью получения исходных данных по следующим вопросам: определение конкурирующих организаций, действующих на рынке; доля их рынка; маркетинговые программы конкурентов и их эффективность, стадия жизненного цикла товаров конкурентов, финансовое состояние конкурентов, их организационная структура и

уровень менеджмента, стратегия конкурентов и какие методы они используют в борьбе за рынок [45,53].

В маркетинговых исследованиях используются два метода создания модели оценки конкурентной среды. Первый метод основан на расчетных значениях - коэффициентах, подлежащих сравнению. Модель, созданная таким методом, была условно названа математической. Второй - базируется на субъективных суждениях, объединенных в объективную оценку. Как правило, базируется на выставлении неких баллов тому или иному критерию [65,76].

При условии использования математической модели необходимо установить оценку рассчитанного коэффициента для определения диапазона значения. Для этого следует определить круг показателей, участвующих в выборке, рассчитать значение определенного коэффициента для всей выборки, что даст возможность отсеять величины, выпадающие из общего ряда значений. Построение графика распределения выборки в зависимости от значений коэффициента и расчет его среднего значения помогут установить границы диапазонов на основании построенного распределения [46,68].

Надо отметить, что для любой балльной системы оценки характерен высокий уровень субъективности. Для того чтобы минимизировать субъективность, целесообразно как можно более подробно расписать все возможные варианты информационного наполнения того или иного критерия оценки. После чего присвоить каждой информационной составляющей критерия определенную сумму баллов.

Балльные оценки приведенным критериям присваивались в соответствии со шкалой от -10 до +10 с шагом в 5 баллов. Описание каждого критерия сопровождалось наглядным практическим примером, что делало информацию более доступной. Первый критерий оценки конкурентной среды «Число и мощность продуктов, конкурирующих на рынке», оценивается для того, чтобы определить, с какими

противодействиями придется столкнуться в данной нише. На эту оценку могут влиять следующие факторы: монополизация — уровень вероятности противодействия со стороны состоятельных игроков рынка в данной конкретной среде; плотность промоактивности — «порог входа» в данный сегмент, определение уровня необходимых ресурсов; противодействие доминантов и рецессивов — реакция мощных брэндов на агрессивность «новичков» ниши. Оценка особенностей продвижения исследуемого продукта, что является вторым критерием, направлена на определение уровня конкурентоспособности продукта в данной нише.

Перспективность самой ниши как третий критерий оценивается по таким факторам, как динамика развития ниши в фармацевтическом рынке; особенности конкурентов в сегменте путем определения возможной многовекторности противодействия со стороны различных конкурентов; ценовая структура сегмента — уровень эластичности спроса, насколько успешность препарата зависит от цены [41,91].

Четвертый критерий — схожесть с товарами-конкурентами или их взаимозаменяемость, оценивается с позиций влияния форм выпуска, брэнда и терапевтического действия исследуемого препарата на объем его продаж. Задача в этом случае — выявление преимуществ перед конкурентами.

Пятый критерий — наличие агрессоров в группе, включает оценку факторов поведения лидеров в данной нише, проявляется ли их агрессивность в значительном усилении промоционной активности; появления новых препаратов, которые могут повлиять на будущую расстановку сил среди конкурентов; наличия возможности возникновения нерыночного противодействия со стороны конкурентов.

Задача оценки критерия «Влияние потребителей» — определить уровень сложности доступа препарата к целевой аудитории и формирования к нему лояльности конечного потребителя [47,97]. На присвоение оценки критерию влияют статус и характеристики целевой

аудитории, а также уровень зависимости пациента от продуктов исследуемой ниши.

Для подведения итогов была рассчитана сумма всех присвоенных баллов по каждому критерию. После чего согласно 5-балльной шкале были даны оценки каждому критерию. Итоговая оценка конкурентной среды рассчитывалась путем умножения оценки каждого критерия на его удельный вес и суммирования полученных результатов [52].

Для использования полученных результатов в виде итоговой оценки необходимо сформировать бюджет для каждого продукта путем: определения цели для продукта (например, быть лидером; занять 10% сегмента; быть лидером в определенных регионах; занять особую нишу (особые пациенты) и т.п.) [106]; определения суммы бюджета для продукта с учетом затрат конкурентов, находящихся на позициях, определенных как цель для продукта, и финансовых возможностей компании; корректировки бюджета в зависимости от оценки агрессивности конкурентной среды [62].

Таким образом, несмотря на наличие научных исследований в области конкурентной среды, теория данной категории еще несовершенна и требует дальнейшей разработки.

#### **4. Пути обеспечения устойчивого конкурентного преимущества**

По мнению отечественных исследований к важным конкурентным преимуществам относятся: рентабельность производства; характер инновационной деятельности; уровень производительности труда; - эффективность стратегического планирования и управления фирмой; - адаптивность (способность быстрого реагирования на меняющиеся требования и условия рынка) и др [42,59].

Эффективное использование перечисленных изменений с учётом комплексных механизмов взаимодействия многих других факторов, несомненно, приведёт к повышению конкурентоспособности производителей ЛС. Выполненный анализ состояния исследуемой отрасли показал, что основные факторы определявшие конкурентоспособность

фармацевтических предприятий можно отнести к следующим основным группам: качество продукции; состояние маркетинга и менеджмента; ценообразование и платёжеспособный спрос, государственное регулирование, инновации, инвестиции [36,69].

Учитывая важность фактора правильного выбора стратегии развития фармацевтического предприятия, является целесообразным рассмотрение вариантов возможных стратегий начать с анализа тех моделей развития, которыми уже следуют предприятия отрасли [54,71]. Выполнение данных исследований позволило установить, что всех производителей ЛС можно разделить на две категории или группы:

1. Предприятия, разрабатывающие и выпускающие оригинальные ЛС, монополия которых защищена патентами. Этим достигается конкурентное преимущество. Тем не менее, такие предприятия не проводят политику «чисто оригинальных ЛС». Затраты на получение этих препаратов уравниваются прибылью от продаже генериков.

2. Предприятия, ориентирующиеся на производстве генериков. Эти производители основываются на стратегии специализации, подразумевающей способность удовлетворять требования потребителей в рамках социального заказа. Для обеспечения такого типа конкурентного преимущества необходимо, чтобы выпускаемые ЛС были дифференцированы по отношению к конкурентам за счёт высокого качества [31].

Отсюда напрашивается вывод, что выбор стратегической цели деятельности зависит от того, какое из этих направлений развитие будет приоритетным. При отсутствии объективных возможностей для разработок оригинальных ЛС, в ближайшем будущем у отечественных производителей единственной, цивилизованной стратегией развития является выпуск генериков.

Другой путь, повышения конкурентоспособности отечественных промышленных предприятий заключается в наличии новой концепции

управления предприятия, которая должна основываться, прежде всего, на определяющей роли личности руководителя, обеспечивающая продвижение предприятия к конкурентоспособности на различных уровнях. С этой точки зрения целесообразно рассмотреть и такой определяющий фактор конкурентоспособности фармацевтического предприятия, как «фактор личности» [57,46].

Таким образом, для повышения конкурентоспособности фармацевтического предприятия необходимо не только технико-экономические мероприятия, но и целенаправленно разработка научно-методических подходов повышения конкурентных преимуществ, в том числе связанных с управлением. В конечном итоге всю эту комплексную систему на фоне государственного регулирования должен замкнуть фактор личности. Кроме того, обеспечение устойчивого конкурентного преимущества фармацевтического предприятия тесно связано с повышением эффективности системы управления издержками.

### **Выводы по главе 1**

В результате изучения и обобщения литературных данных выявлено, что конкурентная среда стимулирует инновационные изменения многих маркетинговых характеристик: ассортимент, объем и условия продаж, цены, методы рекламы, стимулирование сбыта и т.д. Сравнительный анализ современных методических подходов к оценке конкурентоспособности выявил роль товара как основного фактора конкурентоспособности предприятия. Для формирования конкурентоспособности товара относительно аналогов необходимо, чтобы товар обладал комплексом потребительских и экономических параметров, которые были бы способны удовлетворять потребности и запросы потребителей, а также соответствовать своему назначению и предъявляемым требованиям на рынке.

Изучение методологии оценки конкурентоспособности выявило наиболее приемлемый комплекс исследований, включающий качественный, количественный, ассортиментный, документальный анализы, а также некоторые методы маркетинговых исследований.

Несмотря на наличие научных исследований в области конкурентной среды, теория данной категории еще несовершенна и требует дальнейшей разработки. Конкурентоспособность не является абсолютной величиной. Она складывается из комплекса параметров, каждый из которых берется в сравнении с аналогичными параметрами конкурентов. Высокая конкурентоспособность обеспечивается постоянным опережением конкурентов: в выводе на рынок новых товаров, в уровне обслуживания потребителей, снижении издержек производства, во внедрении новых маркетинговых приемов и т. п.

## **ГЛАВА II. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РУЗ**

### **1. Исследование тенденций развития фармацевтической промышленности в РУз**

Создание государством благоприятной деловой среды для предпринимателей служит важным фактором формирования и развития отечественной фармацевтической промышленности и насыщения рынка качественной продукцией [108].

Нами проведен анализ по изучению этапов развития отечественной фармацевтической промышленности с целью изучения тенденций и перспектив дальнейшего развития. В качестве предмета исследования изучались события по формированию системы фармацевтической промышленности, включающие в себя как систему управления, так и его отдельных элементов. Также в процесс исследования характеристика процессов формирования изучались по претворению в действие нормативно правовой документации, регулирующей фармацевтическую промышленность.

В ходе проведения исследования период исследования, который охватил 1991-2014 гг. условно разбит на следующие пять этапов:

- 1 этап – 1991-1995 гг;
- 2 этап – 1996-2000 гг;
- 3 этап – 2001-2005 гг;
- 4 этап – 2006-2010 гг;
- 5 этап – 2011-2014 гг;

Первый этап характеризуется предварительными и основополагающими мерами по созданию отечественной фармацевтической промышленности. На этот этап в Узбекистане функционировало одно единственное предприятие по производству лекарственных средств.

В Узбекистане с целью стимулирования развития конкурентной среды, малого бизнеса и частного предпринимательства, создания предприятий, выпускающих экспортоориентированную продукцию с первых лет независимости реализуется политика по сокращению доли государства в экономике, разгосударствлению и приватизации государственного имущества.

В целях обеспечения координации деятельности фармацевтических предприятий, дальнейшего развития фармацевтической промышленности в 1993 году Указом Президента Республики Узбекистан был создан Государственный акционерный концерн (ГАК) "Узфармсаноат" [ П.1]. На тот период в его структуру вошли всего 2 предприятия (фармацевтический завод "Узхимфарм" и научно-производственное объединение "Вакцина", в составе которого функционировал Ташкентский научно-исследовательский институт вакцин и сывороток с предприятием по производству бактериальных и вирусных препаратов), а также Узбекский научно-исследовательский институт химии, физики и катализа (ныне Научно-исследовательский химико-фармацевтический институт (УзКФИТИ) и филиал восточной медицины в г. Самарканде.

Правительством республики перед концерном были поставлены следующие задачи:

- организация разработок и производство лекарств, осуществление мер по удовлетворению потребностей населения, лечебно-профилактических учреждений в лекарственных средствах, биопрепаратах, другой продукции медицинского и санитарно-гигиенического назначения;
- взаимодействие с республиканскими и местными органами государственной власти и управления по вопросам комплексного развития фармацевтической промышленности, совершенствования территориального размещения предприятий этой отрасли, проведения природоохранной политики;

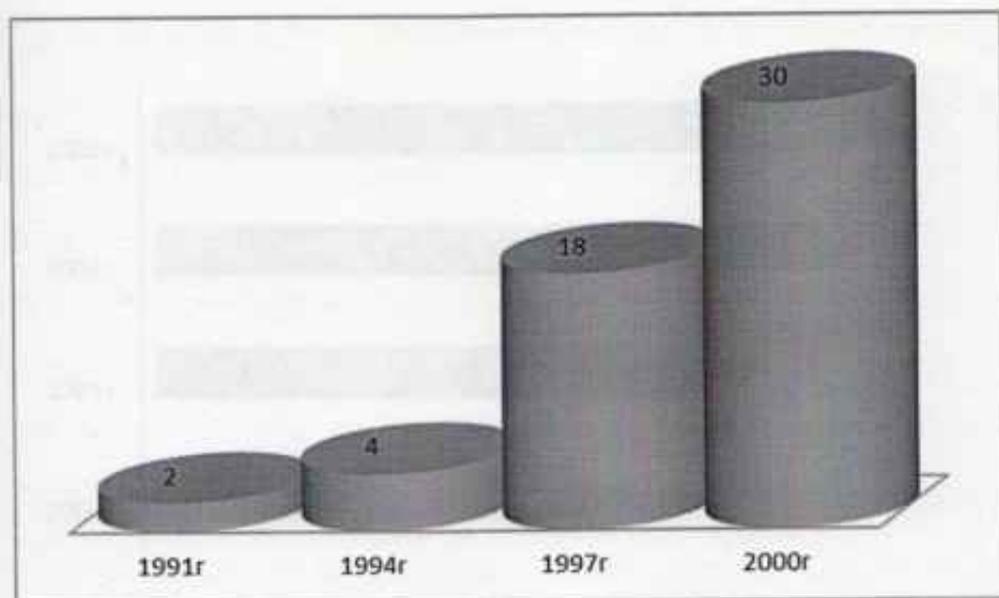
- осуществление совместно с Министерством здравоохранения, другими министерствами и ведомствами единой научно-технической политики в области создания лекарственных средств и технологий их производства;

- разработка и последовательная реализация программы сокращения импорта лекарственных препаратов за счет увеличения их собственного производства, совершенствования и расширения научно-технического и экономического сотрудничества с зарубежными партнерами.

Второй этап характеризуется интенсивным развитием инфраструктуры фармацевтической промышленности на основе технического и технологического переоснащения существующих и создания новых фармацевтических предприятий путём активного привлечения иностранных инвестиций.

Один из способов для достижения этих целей — привлечение иностранного опыта, инвестиций и технологий, которые не только позволяют за короткие сроки освоить производство новых товаров, но и в дальнейшем становятся базой для развития уже отечественных мощностей. Эти мероприятия стали основой формирования отечественной фармацевтической промышленности. Всего за эти годы в развитие отрасли было привлечено более 300 миллионов долларов, из которых свыше 100 миллионов — иностранные инвестиции. В результате реализации этих мер объем производства лекарственной продукции только за последние годы увеличился с 46,9 миллиона сумов до 265,7 миллиарда сумов [114].

С целью анализа показателей этого этапа нами изучены данные по созданию фармацевтических предприятий за период 1991-2000гг. результаты приведены на рис 1. Как видно по данным рис. 1 на втором этапе наблюдается значительный рост количества фармацевтических предприятий, получивших лицензию на фармацевтическую деятельность.



**Рис.1. Динамика изменения количества фармацевтических предприятий**

Третий этап (2001-2005гг.) характеризуется дальнейшим развитием как количественных, так и качественных показателей инфраструктуры фармацевтического рынка Узбекистана, а также интенсивным развитием отечественного ассортимента.

При этом выявлено, что с возрастанием количеств отечественных фармпроизводителей увеличивается один из важнейших факторов конкурентоспособности ассортимент выпускаемых продукции. Сегодня фармацевтические предприятия выпускают около 40 видов продукции, основными из них являются: инъекции, инфузии, таблетки, капсулы, мази, изделия медицинского назначения, фармацевтическая посуда и другие.

Динамика развития ассортимента за данный период изучена на основе данных изданий Государственного реестра, и полученные результаты представлены на рис.2. Как видно по данным рис.2 за этот период ассортимент увеличился на 169,7%.

Отечественными предприятиями выпускаются 120 наименований препарата из утвержденного Министерством здравоохранения Списка основных лекарственных средств (379 наименований препаратов или 31,6%).

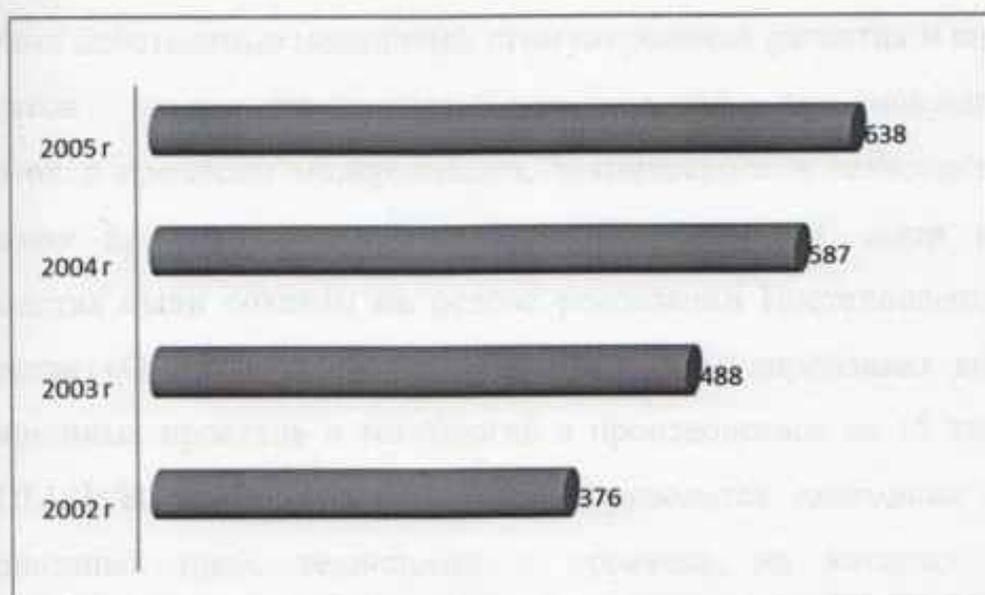


Рис. 2. Динамика изменения количества отечественных ассортиментных позиций.

Четвертый этап (2006-2010) определен нами как этап модернизации системы фармацевтической промышленности с целью дальнейшего перехода на международные стандарты качества. Мощным импульсом данного этапа явилось Постановление Президента Ислама Каримова «О программе модернизации, технического и технологического перевооружения предприятий фармацевтической отрасли на период до 2011 года», которое служит программным документом в расширении масштабов работы в этом направлении, производстве качественных лекарственных препаратов и повышении экспортного потенциала [17].

Модернизация основывается на широком применении достижений науки и технологии в фармацевтической промышленности и является важным условием ее развития. Важное значение в этом процессе имеет сотрудничество между производственными предприятиями и научными учреждениями. В последние годы отечественными учеными создано и внедрено в производство более тридцати новых лекарственных средств, таких, как «Целагрипп», «Лагоден», «Фенасол», «Галантамин». Специалистами высоко оцениваются качество и эффективность этой продукции, выпускаемой на основе местного сырья и благодаря созданным в нашей стране современным технологиям [85].

Новые действенные механизмы стимулирования развития и внедрения результатов научно-прикладных исследований и инновационных разработок в процессы модернизации, технического и технологического обновления производства, обеспечения более тесной связи науки и производства были созданы на основе реализации Постановления главы государства «О дополнительных мерах по стимулированию внедрения инновационных проектов и технологий в производство» от 15 июля 2008 года [П.12]. В рамках его выполнения проводятся ежегодные ярмарки инновационных идей, технологий и проектов, на которых активно участвуют и предприятия фармацевтической отрасли. На регулярно проводимых ярмарках и выставках между предприятиями системы «Узфармсаноат» и рядом научных и производственных предприятий подписываются договоры о сотрудничестве, ведется активная работа по их выполнению.

Мероприятия, предусмотренные программой реализации инвестиционных проектов в фармацевтической сфере на период до 2015 года, способствуют решению приоритетных задач в этом направлении. Согласно этой программе планируется реализация более шестидесяти проектов стоимостью более 500 миллионов долларов США. Все это способствует дальнейшему развитию фармацевтической промышленности и повышению качества отечественной продукции, росту экспорта, созданию новых рабочих мест, экономии валюты и усилению экономического потенциала страны.

Пятый этап (2011-2014 гг.) охарактеризован нами как период интенсивного перехода к международным стандартам качества

Особое внимание отечественные фармацевтические производители уделяют качеству продукции. На сегодняшний день 26 фармацевтических предприятий, имеет сертификаты качества ИСО 9001: СП "Novopharma Plus", ДХО "Nika Pharm", НПП "Radiks", ЧП "NASA", СП "Jurabek Laboratories", ЧП "DentaFillPlus", ЧП "Zamona Rano", СП "Remedy", СП

"Remedy group", СП "Uzgermed Pharm", СП "Samsun-Tashkent-Pharm LTD", СП "Gufik-Avicenna", СП ООО "Asia Trade", СП ООО "Reka-Med Farm", МП "SAMO", ООО "Elastikum", СП ООО «MerryMed Farm, ООО "Galenika", ООО "Makrofarm-Optima", ИП "Nobel Pharmsanoat" и ЧП "Immunomed".

Международные сертификаты GMP имеют 3 предприятия концерна: СП "Novopharma Plus", СП "Jurabek Laboratories и национальный сертификат GMP - ДХО "Nika Pharm".

В настоящее время ведется активная деятельность по внедрению стандартов менеджмента качества ИСО 9001, а также подготовительные работы по переходу производства к требованиям международных стандартов GMP.

В целях дальнейшего углубления локализации современной конкурентоспособной готовой продукции и комплектующих изделий на базе местного сырья, расширения межотраслевой промышленной кооперации, в том числе между субъектами малого бизнеса и крупными предприятиями республики, создания новых рабочих мест и обеспечения занятости населения принято постановление Президента Республики Узбекистан № ПП-2120 «О программе локализации производства готовой продукции, комплектующих изделий и материалов на 2014-2016 годы» [П.5]. Предприятия, попадающие в Программу локализации, получают ряд налоговых и таможенных льгот, что дает им возможность увеличить конкурентоспособность выпускаемой продукции, за счет значительного снижения себестоимости производства.

В Программу локализации включены 15 предприятий ГАК «Узфармсаноат» с 29 наименованиями проектов. В ходе реализации Программы локализации производства готовой продукции, комплектующих изделий и материалов на основе промышленной кооперации по ГАК «Узфармсаноат» в отчетном периоде выпущено продукции на сумму 181,8 млрд. сум (темп роста 114,1%) [113].

Таким образом, нами проведен поэтапный анализ периодов формирования и развития отечественной фармацевтической промышленности с целью выявления основных тенденций, характеризующих вышеуказанные периоды развития. На основе систематизации полученных результатов исследования сформирована табл.1, в которой отражены основные тенденции, характеризующие каждый период развития.

**Таблица 1**

**Основные этапы развития отечественной фармацевтической промышленности Республики Узбекистан**

Период	Годы	Основные тенденции
I	1991-1995 гг	Создание системы отечественного фармацевтической промышленности
II	1996-2000 гг	Развитие инфраструктуры фармацевтической промышленности
III	2001-2005 гг	Развитие отечественного ассортимента
IV	2006-2010 гг	Модернизация системы фармацевтической промышленности
V	2011-2014 гг	Интенсивный переход к международным стандартам качества и обеспечение конкурентоспособности

Перед фармацевтической отраслью Республики Узбекистан на ближайшие годы поставлена основная цель – обеспечение населения и лечебных заведений республики современными высокоэффективными лекарственными препаратами, которая должна быть реализована принятой стратегией развития отрасли:

1. Осуществление технологического перевооружения фармацевтической отрасли Республики Узбекистан за счет организации

производства препаратов-генериков и инновационных лекарственных средств;

2. Защита внутреннего рынка от недобросовестной конкуренции и выравнивание условий доступа на рынок для отечественных и зарубежных производителей;

3. Совершенствование системы подтверждения соответствия качества лекарственных средств, включая меры по устранению избыточных административных барьеров по регистрации отечественных лекарств;

4. Подготовка специалистов для разработки и производства фармацевтической продукции в соответствии с международными стандартами.

Для достижения поставленных целей системе фармацевтической промышленности Республики Узбекистан необходим высокопрофессиональный кадровый потенциал, способный осуществить запланированные реформы. Для этого разработана Программа по созданию новых рабочих мест ГАК «Узфармсаноат», при этом установлен прогноз на 2013 г. в 900 мест. По итогам 9 месяцев 2013 года предприятиями концерна создано 491 новых рабочих мест (130,7% к прогнозу). В том числе в рамках реализации инвестиционной программы - 257, Программы локализации – 63, Программы развития отрасли – 171 рабочих мест [113].

За время становления фармацевтической отрасли число наименований выпускаемых лекарственных средств увеличилось почти в 16 раз (с 81 до 1265). На сегодняшний день освоено 1265 позиций лекарственных средств и 113 – изделий медицинского назначения.

Наряду с изучением показателей характеризующим увеличение количества отечественных фармацевтических предприятий, представляет интерес изучения их дислокации по регионам республики на настоящий момент [IV.74]. Результаты этого анализа представлены в табл.2.

Как видно по данным табл. 2. основная доля дислокации отечественных фармацевтических предприятий приходится на г.Ташкент

(47,45%), Ташкентскую области (17,52%). Также выявлено, что в Андижанской, Бухарской и Джизакской областях расположены значительные доли фармацевтических предприятий.

**Таблица 2**

**Региональная дислокация отечественных фармацевтических предприятий**

Регион дислокации	Количество фармацевтических предприятий	
	количество	доля (%)
г. Ташкент	65	47,45
области:		
Андижанская	9	6,57
Бухарская	9	6,57
Джизакская	8	5,84
Навоийская	2	1,46
Наманганская	4	2,92
Самаркандская	4	2,92
Сурхандарьинская	1	0,73
Сырдарьинская	6	4,38
Ташкентская	24	17,52
Ферганская	5	3,65
Всего	137	100

Таким образом, на основе изучения процессов создания и формирования отечественной фармацевтической промышленности выявлено, что за короткий срок налажено производство лекарственных средств широкой номенклатуры и внутренний рынок обеспечен качественными и доступными препаратами.

**2 Основные направления государственного регулирования производства лекарственных препаратов**

Регулирование - форма целенаправленного управляющего воздействия, ориентированного на поддержание равновесия в управляемом объекте и на его развитие посредством введения в него регуляторов (норм, правил, целей, связей). Правовое регулирование — процесс целенаправ-

ленного воздействия государства на общественные отношения при помощи специальных юридических средств и методов, которые направлены на их стабилизацию и упорядочивание. Методы образуют совокупность способов, приёмов и средств, используемых в процессе правового регулирования, и свойственных какому-либо институту, отрасли права или иному элементу системы права [43].

Необходимо отметить, что для регулирования используются следующие методы воздействия - императивный (субординации), диспозитивный (координация), поощрительный, рекомендательный.

Императивный (субординации) — воздействие на общественные отношения, когда субъекту предписывается строго заданный вариант поведения, и он не имеет возможности уклониться от его осуществления под угрозой применения мер принуждения. Присуще отраслям публичного права, где имеют место отношения власти и подчинения.

Диспозитивный (координации) — при регулировании отношений между субъектами предусматриваются лишь общие рамки возможного поведения, при этом внутри них субъекты вправе самостоятельно предусмотреть иной вариант поведения по своему усмотрению, в том случае, если таким правом они не воспользовались, их отношения будут регулироваться согласно общим предписаниям. Классический метод всех отраслей частного права, основанных на равенстве сторон.

Поощрительный — субъекту предписывается определённый вариант поведения, при этом за качественно совершённое исполнение предполагается мера дополнительного благоприятного воздействия (поощрение).

Рекомендательный — субъекту определяется возможный вариант поведения, но он не обязан его придерживаться, и может свободно уклониться от исполнения [114].

Спецификой фармацевтического производства является выпуск продукта, направленного на улучшение или сохранение здоровья человека.

Это обуславливает стратегическую роль фармацевтической промышленности для страны и важность государственного регулирования процесса производства лекарственных средств.

Одной из отличительных особенностей фармпроизводств, является широкое разнообразие используемых технических и технологических решений, что влечет за собой расширение масштабов госрегулирования. Деятельность фармацевтических производств регулируется государством и нормативно-правовыми документами [72].

Нами проведен анализ нормативно-правовой документации регулирующей фармацевтическую промышленность в Республике Узбекистан. На основе систематизации полученных данных сформирована табл.3, в которой массив нормативно-правовой документации сгруппирован по различным сферам деятельности - развитие фармпромышленности, льготы и меры поддержки отечественных производителей, организационная, обеспечение качества, реализация готовой продукции, формирование цены и экономия затрат.

**Таблица 3**

**Систематизация нормативно-правовой документации, регулирующей фармацевтическую промышленность Республики Узбекистан**

Сфера регулирования	Нормативно – правовая документация
Организационная	Закон РУз «О лекарственных средствах и фармацевтической деятельности» 415-1 от 25.04.1997 г. Постановление КМ РУз № 91 от 13.05.2010 г.
Развитие фармпромышленности	УП-609 от 02.06.1993 г. ПП-1442 от 15.12.2010 г. ПП-1590 от 29.07.2011 г. ПП-1623 от 04.10.2011 г. ПП-1961 от 30.04.2013 г. ПП-731 от 19.11.2007 г. Постановление КМ РУз № 290 от 17.06.1993 г.
Льготы и меры поддержки отечественных производителей	ПП-416 от 14.07.2006 г. Постановление КМ РУз № 283 от 14.08.1996 г. Постановление КМ РУз № 49 от 25.02.2011 г. Постановление КМ РУз № 132 от 11.05.2011 г.

	Постановление МЗ РУз № 01 от 13.01.2012 г. Постановление КМ РУз №14 от 16.01.2009 г.
Обеспечение качества	Закон РУз «О метрологии» № 1004-ХII от 28.12.1993 г. Закон РУз «О сертификации продукции и услуг» № 1006-ХII от 28.12.1993 г. Закон РУз «О стандартизации» № 1002-ХII от 28.12.1993 г. Постановление КМ РУз № 181 от 25.05.1995 г.
Реализация готовой продукции	УП-916 от 14.07.1994 г. УП-985 от 08.11.1994 г. Постановление КМ РУз № 538 от 21.12.1999 г. Закон РУз «О рекламе» № 724-I от 25.12.1998 г.
Формирование цены и экономия затрат	Постановление КМ РУз №19 от 14.01.99г. Постановление КМ РУз № 307 от 05.08.2000 г. Постановление КМ РУз № 26 от 29.01.2009 г. Постановление КМ РУз № 333 от 28.11.2012 г.

На предварительном этапе исследования нами изучено регуляторное воздействие нормативно-правовых документов на сферу организации фармацевтической промышленности. При этом основополагающим документом явился закон Республики Узбекистан «О лекарственных средствах и фармацевтической деятельности» от 25.04.1997г. с изменениями и дополнениями, внесенными в 1999г, 2006 и 2009г [1].

В этом законе дано определение понятия «производство лекарственных средств», под которым понимается серийное получение лекарственных средств в соответствии с правилами организации производства и контроля качества лекарственных средств, включающее производство по полному технологическому циклу или по отдельным его стадиям: синтез (биосинтез), экстракцию, очистку, обработку, фасовку, упаковку и маркировку лекарственных средств.

Производство ЛС осуществляется организациями-производителями ЛС, имеющими лицензии на производство ЛС. Это требование закреплено Постановлением Кабинета Министров Республики Узбекистан от 13.05.2010 г., № 91 «О мерах по дальнейшему совершенствованию порядка лицензирования фармацевтической деятельности» [29]

Развитие отечественной фармпромышленности регулируется нижеследующими нормативно-правовыми актами. Это документы в соответствии с которыми образован Узбекский государственно-акционерный концерн фармацевтической промышленности ("Узфармпром") [7,19], определены приоритеты развития промышленности Республики Узбекистан в 2011-2015 гг. [12], определены меры по дальнейшему углублению локализации производства готовой продукции, комплектующих изделий и материалов на основе промышленной кооперации на 2011-2013 годы [13], сформулирована программа первоочередных мер по расширению объемов производства и освоению выпуска новых видов конкурентоспособной продукции [14], предложены дополнительные меры по увеличению производства и расширению ассортимента отечественных потребительских товаров [16], а также программа модернизации, технического и технологического перевооружения предприятий фармацевтической отрасли на период до 2011 года [17].

Льготы и меры поддержки отечественных производителей представлены в нижеследующих нормативно-правовых документах. Это документы определяющие меры государственной поддержки развития медицинской и фармацевтической промышленности [22], по регулированию импорта готовых лекарственных средств [28], по регулированию перечня лекарственных средств, при импорте которых не распространяется льгота по налогу на добавленную стоимость [29], Также определен Перечень сырья, предназначенного для производства лекарственных средств и изделий медицинского назначения, освобождаемого при импорте от уплаты налога на добавленную стоимость [32], и меры по дальнейшему развитию производственной кооперации и увеличению экспортного потенциала [25]

Вопросы обеспечения качества регулируются нижеследующими нормативно-правовыми актами, в которых установлены правовые основы

обеспечения единства измерений [2], сертификации продукции [3], стандартизации [4], а также по обеспечению государственного контроля качества лекарственных средств, изделий медицинского назначения и продуктов лечебно-профилактического питания [23].

Сфера реализации готовой продукции регулируется нижеследующими нормативно-правовыми документами, в которых установлены правовые основы упорядочения реализации лекарственных средств [8], дополнительные меры по насыщению внутреннего рынка лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения [9], по дальнейшему расширению ассортимента и объемов производства лекарственных средств и изделий медицинского назначения [23], а также рекламы лекарственных средств [5].

Государственное регулирование цен на лекарственные препараты неразрывно связано, прежде всего экономически, с льготами по налогообложению фармацевтических и аптечных предприятий, финансовой поддержкой. Формирование цены и экономия затрат регулируется нижеследующими нормативно-правовыми документами, с целью установления ограничений размера наценок при оптовой реализации медикаментов и изделий медицинского назначения не выше 20%, при розничной – не выше 25% [26,24], а также установлены дополнительные меры по сокращению производственных затрат и снижению себестоимости продукции в промышленности [30].

Таким образом, нами изучены основные направления государственного регулирования системы производства лекарственных препаратов на основе анализа и систематизации нормативно-правовых документов, координирующих различные сферы изучаемой системы.

### **3. Влияние мероприятий по государственной поддержке отечественных товаропроизводителей на конкурентную среду фармацевтического рынка**

Последнее десятилетие, проходящее под знаком глобализации, еще более обострило проблемы конкурентоспособности экономик на мировом уровне. При этом первостепенной становится задача повышения конкурентоспособности страны с опорой на рост эффективности деятельности отечественных производителей и усиление государственного регулирования. Антикризисная программа Узбекистана предусматривает модернизацию системы производства, поддержку предприятий-экспортеров, содействие малым и средним предприятиям посредством выделения кредитов и предоставления льгот, повышение конкурентоспособности предприятий за счет введения жесткого режима экономии, реализацию мер по модернизации электроэнергетики, поддержку отечественных производителей путем стимулирования спроса на внутреннем рынке и т.д.

Как было отмечено выше на основе императивного воздействия государственного регулирования с целью дальнейшего развития фармацевтической промышленности республики и насыщения внутреннего рынка отечественными лекарственными средствами Кабинетом Министров РУз было принято Постановление № 49 от 25 февраля 2011 г., в котором утвержден Перечень лекарственных средств, при импорте которых не распространяется льгота по налогу на добавленную стоимость, предусмотренная пунктом налоговым законодательством Республики Узбекистан.

До принятия этого постановления импортные препараты, ввозимые республики не облагались налогом на добавленную стоимость. При этом сырье, вспомогательные материалы, техника и технологическая оборудования ввозимые в республику облагались НДС, что приводило к не равному конкурентному положению отечественных фармпроизводителей.

После принятия постановления №49 цены на импортные препараты, имеющиеся в ассортименте отечественных фармпроизводителей, поднялись, вследствие чего обеспечилась ценовая доступность отечественных препаратов. Этот фактор способствовал улучшению конкурентной среды на отечественном фармрынке и создал возможность для дальнейшей инновационной деятельности по импортозамещению.

С учетом вышесказанного нами проведено исследование по изучению влияния мероприятий системы государственной поддержки отечественных товаропроизводителей на конкурентную среду фармацевтического рынка.

С этой целью нами изучена динамика изменения ценовых показателей отечественных препаратов по сравнению с зарубежными аналогами до и после принятия Постановления КМ РУз от 25 февраля 2011 года № 49. При этом в качестве предмета исследования изучены данные Сводного прайса лекарственных средств и изделий медицинского назначения за 2011-2013гг.

Исследование проведено путем изучения цен различных торговых наименований на основе действующего вещества азитромицин, производимых на отечественных фармпредприятиях и завозимых из-за рубежа. В качестве конкурентных позиций отобран оригинальный препарат, производимый в дальнем зарубежье - Сумамед (Хорватия), а также брендированный генерик Азимак, производимый в СНГ (Грузия). Объектом исследования явились цены на изучаемые препараты за 2011г. до введения в действия вышеуказанного постановления, а также цены изучались последующего периода - 2012 и 2013. При этом отдельно проведены расчеты по двум дозировкам препаратов. Результаты расчетов по дозировке 250 мг приведены в табл.4.

Как видно по данным табл. 4 в 2011г. Выявлено, что средняя цена отечественных позиций азитромицина 250мг на 23885 дешевле сумов чем

отношению к оригинальный препарат, при этом выявлена относительная дороговизна отечественных позиций по отношению к брендированному генерику на 228 сум.

В 2012 г. наблюдается изменение ситуации – разница средней цены отечественных позиций азитромицина и оригинального препарата составила 26596 сум, а также 1841 сум по отношению к брендированному генерику.

**Таблица 4**

**Соотношение цен импортных и отечественных лекарственных средств до и после принятия Постановления №49 (в суммах)**  
МНН азитромицин в капс 250 мг №6

Годы	Ценовые показатели зарубежных препаратов		Ценовые показатели отечественных препаратов					Разница средней цены отечественных препаратов по отношению	
	Сумамед Pliva Хорватия	Азимак GM Pharm. Грузия	Зитроцин (Азитродед) Pharmedsanoat ЧП	Зитран Remedy СП	Азитромицин NGR Neogalenpharm	Азиминцин Nika pharm	Средняя цена отечественных препаратов	к зарубежному оригинальному препарату	к зарубежному генерику
2011	33200	9088	11800	10500	5900	9063	9316	23884,25	-227,75
2012	36172	11416	11800	11538	5900	9063	9575,25	26596,75	1840,75
2013	37180	11430	11950	14236	5933	9450	10392,25	26787,75	1037,75

В 2013 г. разница средней цены отечественных позиций азитромицина и оригинального препарата составила 26788 сумов, а также 1038 сум по отношению к брендированному генерику.

Результаты расчетов по дозировке 500 мг приведены в табл.5. По данным табл.5 за 2011 году средняя цена отечественных препаратов азитромицина 500 мг на 31132 дешевле сум чем оригинальный препарат, но дороже на 2012 сум по отношению к брендированному генерику на 2012. Средняя цена отечественных производителей азитромицина дешевле

на 32835 сум чем оригинальный препарат, но дороже на 491 сум по отношению к брендированному генерику.

В 2013г. выявлено, что средняя цена отечественных препаратов азитромицина дешевле на 32458 сум чем оригинальный препарат, а также дороже на 640 сум по отношению к брендированному генерику.

**Таблица 5**  
**Соотношение цен импортных и отечественных лекарственных средств до и после действия Постановления**

МНН азитромицин в капсул 500 мг №3

Годы	Ценовые показатели зарубежных препаратов		Ценовые показатели отечественных препаратов				разница средней цены отечественных препаратов по отношению	
	Сумамед Pliva Хорватия	Азимак GM Pharm. Грузия	Зитроцин (Азитродел) Pharmedsanoat ЧП	Зитран Remedy СП	Зитмак Nobel Pharmsanoat	средняя цена отечественных препаратов	к зарубежному оригинальному препарату	к зарубежному генерику
2011	42232	9088	11800	10500	11000	11100	31132	-2012
2012	44781	11455	11800	11807	12230	11946	32835	-491
2013	45638	11524	12500	14500	12540	13180	32458	-1656

Затем было изучена динамика изменения ценовых показателей за исследуемый период в % к предыдущему году. При этом получены результаты, представленные в табл.6 (МНН азитромицин в капсул 500 мг №3) и табл 7(МНН азитромицин в капсул 250 мг №6). Как видно по данным таблиц 6 и 7 наблюдается значительное повышение цен на препарат азимак (Грузия) и относительно невысокое повышение цены на оригинальный препарат Сумамед (Хорватия).

Таблица 6

**Изменение разницы цен отечественных и зарубежных позиций  
лекарственных средств (в %)**

МНН азитромицин в капс 500 мг №3

Годы	Зарубежные препараты		Отечественные препараты		
	Сумамед капс. Pliva Хорватия	Азимак капс. GM Pharm. Грузия	Зитмак таб Nobel Pharmsanoat ИП Узбекистан	Зитран капс. Remedy СП Узбекистан	Зитроцин (Азитродел) таб Pharmedsanoat ЧП Узбекистан
2011	-	-	-	-	-
2012	6,04	26,05	11,18	12,45	0,00
2013	1,91	0,60	2,53	22,81	5,93

Таблица 7

**Изменение разницы цен отечественных и зарубежных позиций  
лекарственных средств (в %)**

МНН азитромицин в капс 250 мг №6

Годы	Зарубежные препараты		Отечественные препараты			
	Сумамед Pliva Хорватия	Азимак GM Pharm. Грузия	Зитроцин (Азитродел) Pharmedsanoat ЧП Узбекистан	Зитран Remedy СП Узбекистан	Азитромицин NGP Neogalenpharm Узбекистан	Азимицин Nika pharm Узбекистан
2011	-	-	-	-	-	-
2012	8,95	25,62	0,00	9,89	1,20	2,23
2013	2,79	0,12	1,27	23,38	0,56	4,27

Таким образом, нами изучена степень воздействия механизма государственной поддержки отечественных фармацевтических производителей на ценовую политику, путем анализа динамики изменения ценовых показателей отечественных препаратов по сравнению с зарубежными аналогами до и после принятия Постановления КМ РУз от 25 февраля 2011 года № 49.

Проведен поэтапный анализ периодов формирования и развития отечественной фармацевтической промышленности с целью выявления основных тенденций, характеризующих вышеуказанные периоды развития. На основе изучения процессов создания и формирования отечественной фармацевтической промышленности выявлено, что за короткий срок налажено производство лекарственных средств широкой номенклатуры и внутренний рынок обеспечен качественными и недорогими препаратами.

Изучены основные направления государственного регулирования системы производства лекарственных препаратов на основе анализа и систематизации нормативно-правовых документов, координирующих различные сферы изучаемой системы. А также проведен анализ степени воздействия механизма государственной поддержки отечественных фармацевтических производителей на ценовую политику, путем анализа динамики изменения ценовых показателей отечественных препаратов по сравнению с зарубежными аналогами до и после принятия Постановления КМ РУз от 25 февраля 2011 года № 49.

## Глава III. Критерии оценки конкурентной среды на отечественном фармацевтическом рынке

### 1. Анализ ассортимента отечественных производителей

Успех фармацевтической компании на рынке зависит от правильной организации эффективного процесса формирования товарного ассортимента. Процесс формирования товарного ассортимента фармацевтических компаний должен соответствовать следующим принципам:

- ассортимент фармацевтической компании должен полностью удовлетворять спрос потребителей в рамках каждого сегмента рынка;
- обеспечение устойчивости ассортимента;
- ассортимент должен иметь достаточную глубину и ширину, чтобы удовлетворить индивидуальные потребности покупателей;
- при формировании ассортимента необходимо направлять усилия на повышение его рентабельности.

При эффективном формировании товарного ассортимента фармацевтическая компания получает следующие преимущества:

- снижение излишнего товара на складе;
- ускорение товарооборачиваемости медикаментов;
- снижение затрат связанных с утилизацией товара с истекшим сроком годности;
- снижение затрат связанных с хранением товара на складах [90].

Основными задачами формирования ассортимента товаров фармацевтических компаний являются удовлетворение текущего спроса на медикаменты, привлечение потенциальных потребителей, обеспечение конкурентного преимущества на отечественном фармацевтическом рынке. Следовательно, проведение маркетингового анализа ассортимента фармацевтических производителей Республики Узбекистан является актуальным направлением исследования. В соответствии с этим нами проведен сравнительный анализ количественных и качественных

характеристик ассортимента отечественных фармацевтических производителей с целью выявления направлений совершенствования ассортиментной политики на фармацевтическом рынке Узбекистана.

Исследование проведено методом контент анализа данных Государственного реестра лекарственных средств и изделий медицинского назначения №17 (2013г).

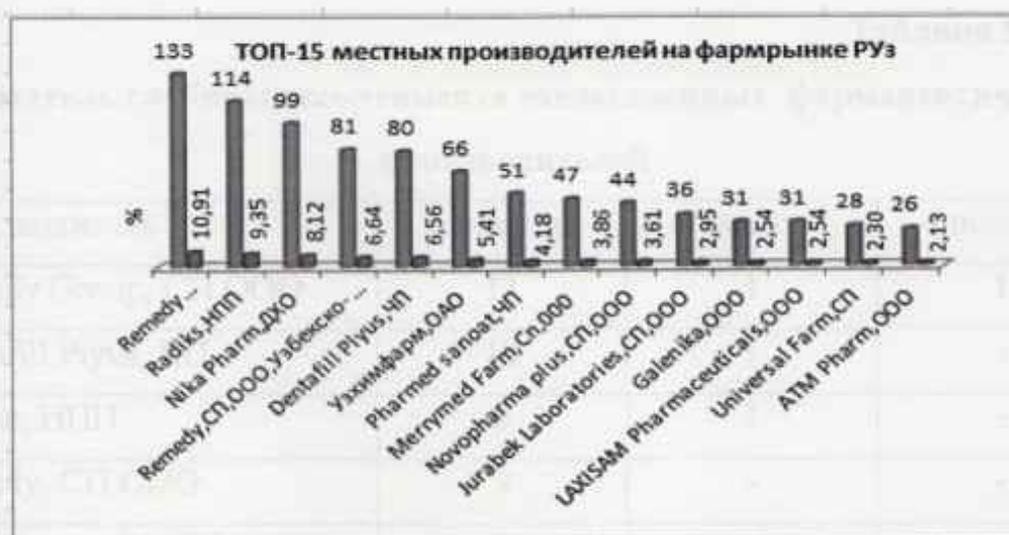
Количественные и качественные характеристики ассортимента отечественных фармацевтических производителей изучались на основе апробированного ранее алгоритма проведения исследования [90]. При этом в качестве количественных показателей ассортимента изучались широта (количество позиций в ассортиментном портфеле производителя), глубина (количество ассортиментных позиций в пределах одного товарного наименования) и индекс обновления ассортимента. При анализе качественных показателей изучены:

- происхождение препаратов;
- представленность фармакологических групп;
- представленность лекарственных форм.

На первом этапе исследования выявлено, что общее количество фармацевтических производителей, зарегистрировавших свою продукцию в Республике Узбекистан, составило 79 предприятий, расположенных в различных регионах республики. Широта общего производственного ассортимента, зарегистрированного отечественными производителями, составила 1282 позиций.

С целью сопоставимого анализа с разбивкой по отдельно взятым предприятиям нами изучены показатели широты ассортимента всех производителей, зарегистрировавших свою продукцию, и выстроен рейтинг по убыванию данного показателя. Затем из данного перечня отобрано 15 фармацевтических производителей для последующего анализа. Показатели широты ассортимента фармацевтических производителей этой группы приведены на рис.3, где представлены

количества зарегистрированных позиций и доля от общего отечественного ассортимента. Как видно на рис.1. наибольшее количество зарегистрированных препаратов определено у таких ведущих отечественных производителей как Remedy Group,СП,ООО; Radiks,НПП; Nika Pharm,ДХО.



**Рис.3. Рейтинг ведущих отечественных производителей, зарегистрировавших наибольшее количество препаратов**

Важным маркетинговым показателем ассортиментной политики является глубина ассортимента фармацевтических товаров, которая характеризуется количеством разновидностей каждого товарного наименования. Под разновидностью фармацевтических товаров понимается их конечная форма выпуска, с учетом таких показателей, как лекарственная форма, дозировка, объем, масса и др. Выпуская препарат в разных ассортиментных разновидностях (в различных лекарственных формах, с различными дозировками) для различных сегментов потребителей, предприятие добивается конкурентного преимущества за счет диверсификации ассортимента. С учетом этого нами определен показатель глубины ассортимента для отобранной выше группы производителей. Результаты анализа приведены в табл.8.

Наибольший показатель глубины как видно по данным таблицы ассортимента выявлен у предприятия как Remedy Group в ассортименте которого имеются 13 препаратов выпускаемых в двух лекарственных формах и по одному препарату выпускаемого в трех и четырёх ассортиментных разновидностях. Также высокие показатели глубины ассортимента выявлено у предприятий Dentafill Plyus, ЧП, Radiks, НПП;

**Таблица 8**

**Показатель глубины ассортимента отечественных фармацевтических производителей**

Производитель	2 позиции	3 позиции	4 позиции
Remedy Group, СП,ООО	13	1	1
Dentafill Plyus, ЧП	12	1	-
Radiks, НПП	8	1	-
Remedy, СП,ООО	9	-	-
Nika Pharm, ДХО	7	-	-
Узхимфарм, ОАО им.С.К.Исламбекова	6	-	-
Merrymed Farm, СП,ООО	4	1	-
Jurabek Laboratories, СП,ООО	4	-	-
Pharmed sanoat, ЧП	3	-	-
Universal Farm, СП	1	-	-

Маркетинговые исследования по изучению характеристики ассортимента предусматривают определение индекса обновления группового ассортимента. Он представляет собой отношение числа новых препаратов за определенный срок, к общему числу препаратов данного ассортимента.

При оценке индекса обновления выявлено, что общее количество препаратов на момент исследования составляет 1282 позиций. Число

новых препаратов, впервые зарегистрированных за последние пять лет, составило 827 позиций.

Расчет проводили по формуле

$$\text{Иобн} = Q_{\text{н}} / Q_{\text{общ}} = 827 / 1282 * 100\% = 64,5\%$$

Иобн - индекс обновления ассортимента.

Q<sub>н</sub> - количество новых препаратов, зарегистрированных за исследуемый период.

Q<sub>общ</sub> - общее количество препаратов данного ассортимента.

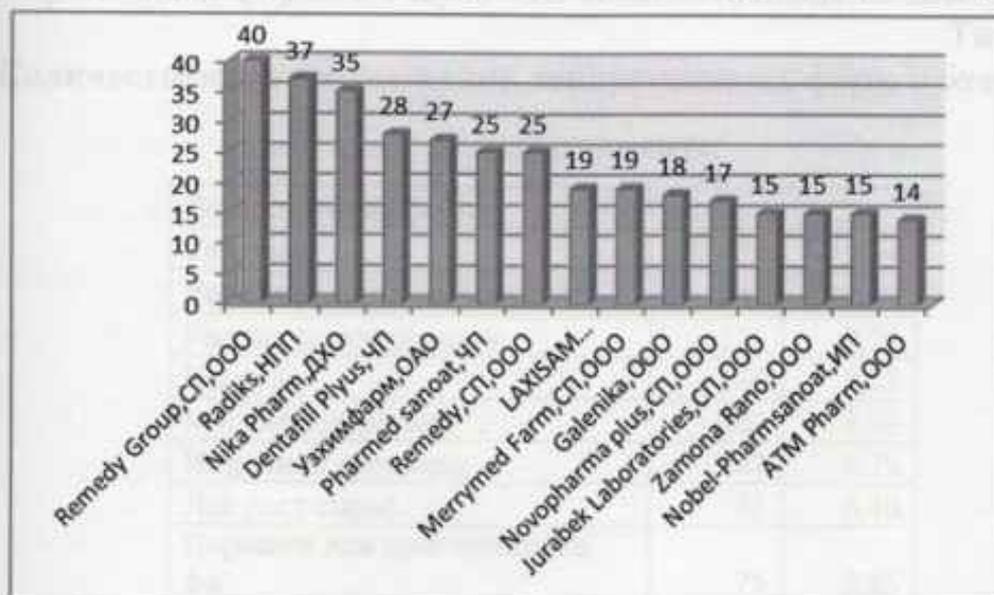
Этот показатель свидетельствует о существенном обновлении ассортимента за последние 5 лет (64,5%).

Далее ассортимент отечественных фармпроизводителей был изучен по представленным фармакологическим группам (приложение 1). При этом выявлено, что в соответствии с анатомо-терапевтическо-химической (АТХ) классификацией в отечественном ассортименте представлено 83 группы. Изучение отечественного ассортимента с разбивкой на фармакологические группы, нами проведено по данным 15 отечественных производителей отобранных в ходе изучения широты ассортимента.

Наиболее представленными фармакологическими группами явились следующие: антибиотики, антисептические и дезинфицирующие средства, нестероидные противовоспалительные средства, антигипертензивные и витамины. Также в ходе анализа выявлено, что в отечественном ассортименте не представлены такие важные группы как: онкологические, препараты инсулина, наркотические и психотропные средства, антиретровирусные средства, миорелоксанты, препараты для лечения бронхиальной астмы, ганглиоблокаторы, снотворные средства, средства стимулирующих лейкопозз, препараты для лечения алкоголизма, наркомании и никотиновой зависимости, гериатрических средств, контрацептивных препаратов [IV.55], пользующиеся большим спросом.

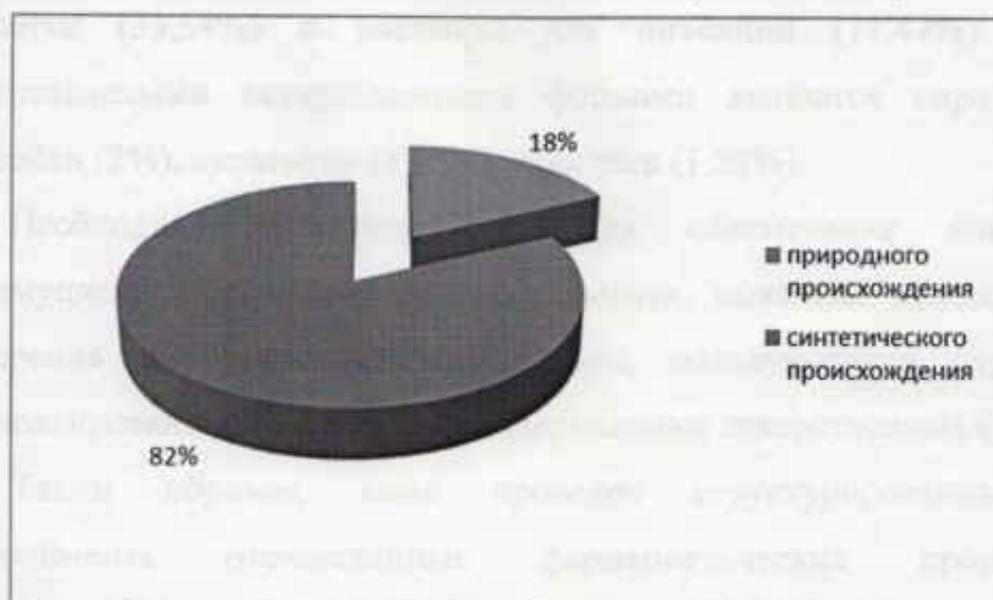
На последующем анализа определено общее количество фармакологических групп представленных в ассортименте местных производителей. Как видно, по данным рис. 2 наибольшее количество

фармакологических групп выявлено у таких фармпроизводителей, как Remedy Group, Dentafill Plyus, Radiks , Remedy, Nika Pharm (рис. 4.)



**Рис. 4. Количество фармакологических групп отечественных фармацевтических производителей**

Важным показателем анализа качественных показателей ассортимента является изучение происхождения лекарственных средств. Как видно на рис.5 82% отечественного ассортимента приходится на средства синтетического происхождения (1054 позиций), лекарственные средства природного происхождения составляют 18% (228 позиций).



**Рис.5. Производимые лекарственные средства по происхождению**

На следующем этапе изучен качественных показателей отечественного ассортимента проведен анализ по представленным лекарственным формам. Результаты анализа приведены табл 9.

**Таблица 9**

**Количественное соотношение лекарственных форм в отечественном ассортименте**

Лекарственная форма	кол-во	%
Таблетки	430	33,54
Растворы для инъекций	147	11,47
Растворы внутр/наруж	125	9,75
Капсулы	106	8,27
Мягкие лек формы	103	8,03
Инфузион растворы	87	6,79
Лек раст сырьё	82	6,40
Порошки для приг.инъекции фл	75	5,85
Сиропы	32	2,50
Другие	31	2,42
Настойки	25	2,03
Суспензии	16	1,25
Порошки	16	1,25
Экстракты	6	0,47
Всего	1265	100

Анализ ассортимента по лекарственным формам, выявил, что наиболее представленными являются такие лекарственные формы, как таблетки (33,54%) и растворы для инъекций (11,47%). Наименее представленными лекарственными формами являются сиропы (2,5%), настойки (2%), суспензии (1,25%), порошки (1,25%).

Необходимо отметить, что для обеспечения конкурентных преимуществ отечественного ассортимента, выявлена целесообразность внедрения таких лекарственных форм, пользующихся спросом, как пролонгированные таблетки, трансдермальные лекарственные формы.

Таким образом, нами проведен структурированный анализ ассортимента отечественных фармацевтических производителей Республики Узбекистан, на основе изучения данных по их регистрации. Определено современное состояние и тенденции развития данного ассортимента. Результаты исследования будут использованы в

последующих исследованиях при разработке маркетинговой стратегии развития отечественного фармацевтического рынка.

## **2. Анализ конкурентных цен на отечественном фармацевтическом рынке**

Цена становится одним из важнейших конкурентных преимуществ. Аналогичные товары отрасли конкурируют между собой, прежде всего по цене [88]. Цена является одним из основных факторов, влияющих на размер получаемой прибыли, а также на ряд других количественных и качественных показателей работы предприятия: рентабельность, оборот, конкурентоспособность, доля рынка и т.д. [105].

Более того, устанавливая тот или иной уровень цены, предприятие может достичь различных целей в зависимости от сложившейся ситуации на рынке: выживаемость фирмы, максимизация темпов роста, увеличение объемов продаж, стабилизация или рост рыночной доли и т.д. Это особенно актуально в нынешних условиях, когда вследствие увеличивающейся конкуренции на рынке для успешной деятельности предприятия наибольшее значение приобретает выбор эффективного метода ценообразования.

С учетом вышесказанного анализ конкурентных цен на отечественном фармацевтическом рынке проводился по следующим направлениям:

- анализ дублируемых позиций в ассортименте отечественных производителей
- составление конкурентного листа
- анализ диапазона цен с разбивкой по ценовым сегментам

На предварительном этапе исследования составлен перечень препаратов одновременно производимых на двух и более фармацевтических предприятиях (Приложение 2). Затем проведены расчеты и определено, что 93 наименования (65.5%) производится двумя производителями, 36 наименования препаратов (25.4%)

зарегистрированы тремя производителями, 10 (7%) четырьмя производителями и три (2.1%) наименования производятся на пяти предприятиях (табл.10)

Таблица 10

**Состояние дублирования лекарственных средств отечественными производителями**

Дублируемые препараты		Количество выпускающих предприятий
количество	доля (%)	
93	65,5	2 предприятия
36	25,4	3 предприятия
10	7,0	4 предприятия
3	2,1	5 предприятия
142	100,0	

Необходимо отметить, что к часто встречаемым, дублируемым отечественным препаратам относятся антибиотики, противовирусные, противогрибковые, витамины, анальгетики.

На следующем этапе нами составлен Конкурентный лист лекарственных средств, производимых отечественными фармпредприятиями (Приложение 4). На основе этих данных далее проведены расчеты, результаты которых приведены в табл.12. При этом по каждой позиции препаратов определены количество дублирования, максимальные и минимальные цены, рассчитаны средние цены. Затем была рассчитана доля отклонения максимальной цены от средней, и выстроен рейтинг по убыванию вышеуказанного показателя. При этом выявлено, что наибольшая доля отклонения определена у таких препаратов, как цефтриаксон, диклофенак натрия, мелоксикам, метронидазол и другие.

Также необходимо отметить, что высокие цены формируются у брендированных генериков, торговое название которых запатентовано. На примере цефтриаксона это препарат Баксон (Remedy, СП) и Витаксон (Jurabek lab), так как мероприятия по стимулированию спроса в форме

директ маркетинг, PR акции брендированных генериков с целью повышению узнаваемости препарата и увеличения продаж вызывает повышение стоимости препаратов.

**Таблица 11**  
**Расчет отклонений цен на производимую продукцию от средних цен**

МНН	SAMO	Radiks	Узкимфарм	Dentalill Plus	Remedy Group CJ	Nisa pharm	Remedy CJ	Laxitam Pharmас	Pharmedsanoat Ч	ATM Pharm	Jurabek Labor.	Novopharma Plus	Galenika MCH	Макс	Мин	Среднее	Мед-мин	Доля откл макс от	
Аспиринсон фл 1г				1785	14000	2500					2000	1900		14000	1785	7892,5	5	12215	77,4
Аспиринсон натрия амл 2,5% 3мл №5					1400		8300							8300	1400	4850	2	6900	71,1
Аспиринсон таб 7,5мг №20						7000				1395				7000	1395	4197,5	2	5625	66,8
Аспиринсоназол д/инф. фл 500мг/100мл		1550			5625						1490			5625	1490	3557,5	3	4135	58,1
Аспиринд калс. 2мг №20					1000	1000				3500				3500	1000	2250	3	2500	55,6
Аспиринзол калс. 150мг №1						3800	10000		3000	8400				10000	3000	6500	4	7000	53,8
Аспириндин д/инф. фл 0,2% 100мл					11250			3531						11250	3531	7390,5	2	7719	52,2
Аспиринсол таб 0,03г №20				1530		1750	4635			3500				4635	1530	3082,5	4	3105	50,4
Аспиринта таб 5мг №20		650			700	970			1950					1950	650	1300	4	1300	50,0
Аспиринсон амл 50% 2мл №5			3381									1215		3381	1215	2298	2	2166	47,1
Аспиринсон таб 200мг №50					4750	5000	13000							13000	4750	8875	3	8250	46,5
Аспиринфоксадин таб 500мг №20					3000		8000							8000	3000	5500	2	5000	45,5
Аспиринсон д/инф. фл 0,2% 100мл		6650			17300									17300	6650	11975	2	10650	44,5
Аспиринфоксадин таб 250мг №20					2400		6000							6000	2400	4200	2	3600	42,9
Аспиринта таб 10мг №20		1100			1100	1050			2500					2500	1050	1775	4	1450	40,8
Аспиринсоназол таб 400мг №1					5600			2400	2500					5600	2400	4000	3	3200	40,0
Аспиринсон н/с фл 0,5г											1200	515		1200	515	857,5	2	685	39,9
Аспиринсон таб 10мг №20				4000	9000					5400				9000	4000	6500	3	5000	38,5
Аспириндин таб 0,1г №20					4500	2060								4500	2060	3280	2	2440	37,2
Аспириндин таб 10мг №30					14000			8450	18000	16800				18000	8450	13225	4	9550	36,1
Аспириндин таб 150мг №20					1600	765								1600	765	1182,5	2	835	35,3
Аспиринсоназол в-та амл 5% 2мл №10		736	1500							1260				1500	736	1118	3	764	34,2
Аспиринсон таб 0,02г №10	500		250											500	250	375	2	250	33,3
Аспиринсонфл таб 100мг №4							12000	6000	7230					12000	6000	9000	3	6000	33,3
Аспиринтазидин таб 20мг №50					30000	15000								30000	15000	22500	2	15000	33,3
Аспиринсон таб 5мг №30								5650	9550	11040				11040	5650	8345	3	5390	32,3
Аспиринсон 50мг, Парацетамол 500мг №10					1164	2200								2200	1164	1682	2	1036	30,8
Аспиринсон калс. 20мг №30					3000	2400	4500	3400						4500	2400	3450	4	2100	30,4
Аспиринсон сируп фл 90мл		930	1400			750								1400	750	1075	3	650	30,2
Аспиринсон т/х амл 10% 2мл №10		3040	5500								5500			5500	3040	4270	3	2460	28,8
Аспиринсонное масло фл 10% 25мл		665		650									1155	1155	650	902,5	3	505	28,0
Аспиринта таб 2,5мг №20						800			1400					1400	800	1100	2	600	27,3
Аспиринсонетоксазол, триметоприм				1400		2400			1800					2400	1400	1900	3	1000	26,3

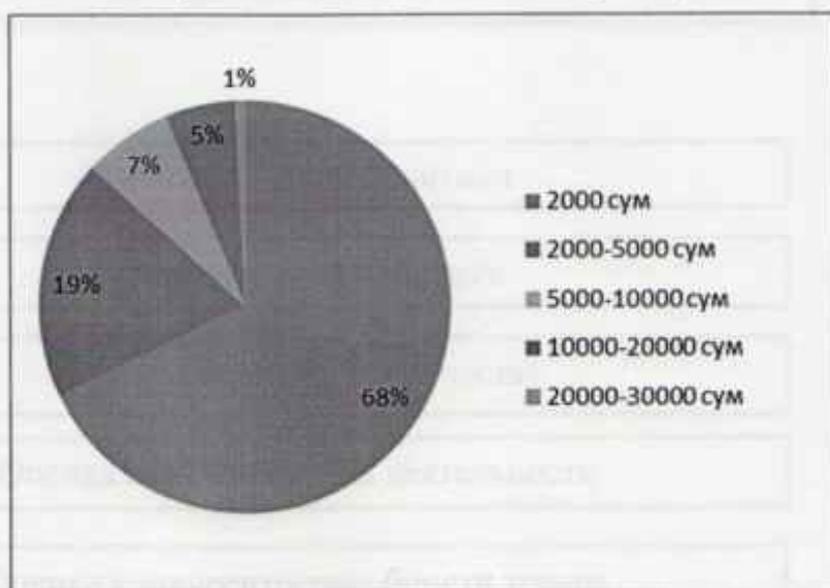
С учетом вышесказанного представляет интерес анализ ценовой политики отечественных фармацевтических производителей, с целью

выявления направлений развития фармацевтического рынка Узбекистана. Данный анализ проведен на основе данных Сводного прайса за 2013 год.

В ходе проведения исследования изучены цены по отечественную фармацевтическую продукцию за 2013 год.

На основе изучения оптовых цен отечественных фармацевтических производителей, были определены их ценовые сегменты по следующим диапазонам до 2000 сум, 2000-5000 сум, 5000-10000 сум, 10000-20000 сум, 20000-30000 сум.

Путем последовательной разбивки номенклатуры отечественных фармпрепаратов, по вышеуказанным диапазонам цен определены доли, приходящиеся на соответствующий ценовой сегмент (рис 6).



**Рис.6. Ценовые сегменты отечественных дублируемых лекарственных препаратов**

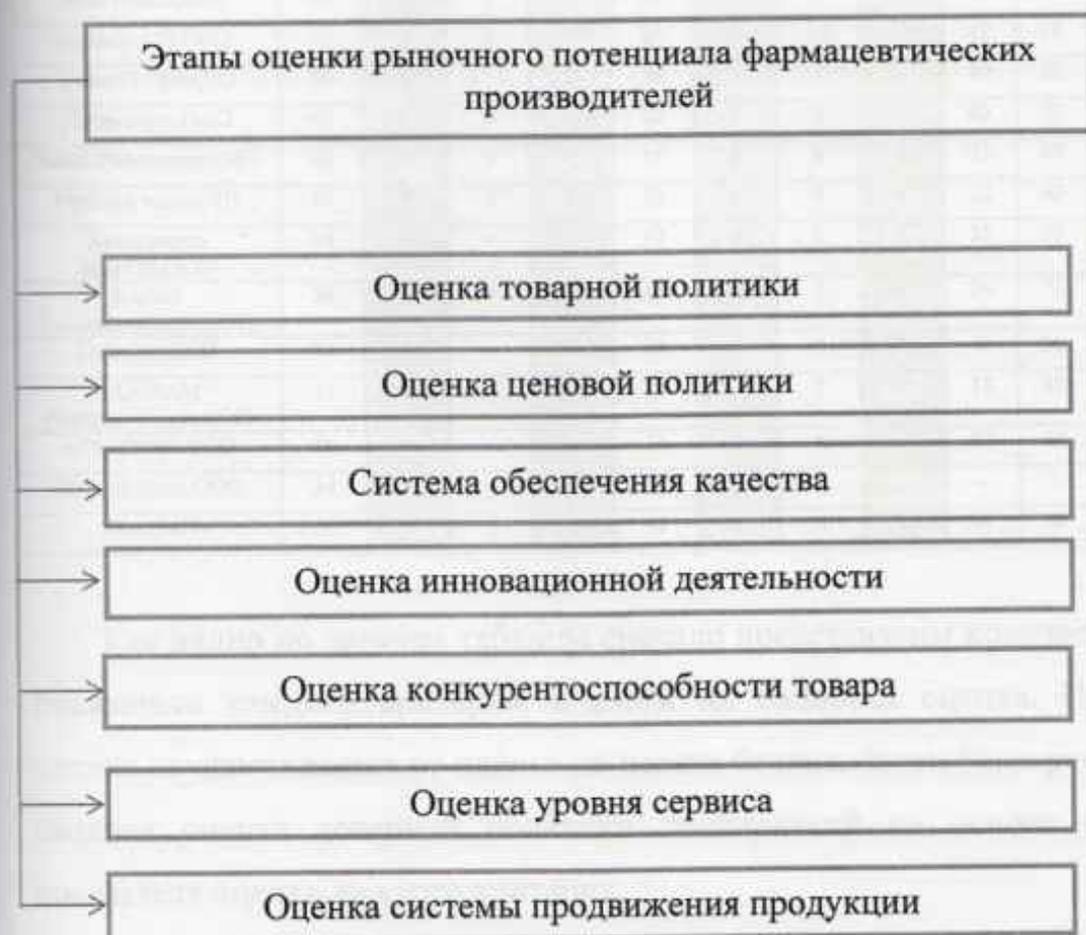
При этом выявлено, что основная доля дублируемых отечественных препаратов приходится на препараты ценового сегмента до 2000 сум, что свидетельствует об общедоступности для населения республики.

Таким образом, нами проведен анализ конкурентных цен на отечественном фармацевтическом рынке, путем анализ дублируемых позиций в ассортименте отечественных производителей, составлен конкурентный лист, проведен анализ диапазона цен с разбивкой по ценовым сегментам.

### 3. Анализ конкурентоспособности отечественных производителей

Конкурентоспособность - это совокупность необходимых и достаточных характеристик фармацевтического производства, обеспечивающая способность ее конкурировать с другими предприятиями на конкретном рынке в определенный период времени [58].

В соответствии с этим нами проведен анализ конкурентоспособности отечественных фармпроизводителей с целью выявления направлений их совершенствования. Анализ проведен по нижеследующему алгоритму, представленным на рис. 7.



**Рис.7.Алгоритм проведения оценки конкурентоспособности отечественных фармпроизводителей**

Предварительным этапом исследования явилась оценка товарной политики по показателям ассортиментного анализа. В качестве этих показателей изучена широта, глубина, количество представленных

лекарственных форм и фармакологических групп, а также доля препаратов вошедших в СОЛС (Список основных лекарственных средств). Результат оценки товарной политики представлены в табл. 12

Таблица 12

**Оценка товарной политики отечественных фармпроизводителей**

Название предприятий	Широта ассортимента		Глубина ассортимента		Количество фармакол. групп		Количество лек. форм		Доля препаратов входящее в СОЛС			Сводная оценка
	кол	балл	кол	балл	кол	балл	кол	балл	кол.	%	балл	
Remedy Group, СП, ООО	133	10	13,1	10	40	10	13	10	82	62	6	9,2
Radiks, НПП	114	10	8,1	8	37	10	12	10	60	60	6	8,8
Nika Pharm, ДХО	99	9	7	7	35	8	7	7	55	56	5,5	7,3
Remedy, СП, ООО	81	8	9	8	25	6	10	10	47	58	5,8	7,6
Dentafill Plyus, ЧП	80	8	12,1	9	28	6	7	7	40	50	5	7,5
Узхимфарм, ОАО	66	7	6	6	27	6	7	7	46	70	7	6,6
Nobel-Pharmsanoat, ИП	63	7	9	8	15	2	8	8	31	49	4,9	5
Pharmed sanoat, ЧП	51	5	3	3	25	6	4	4	22	43	4,3	4,5
Novopharma plus, СП, ООО	44	4	-	-	17	2	8	8	35	35	3,5	3,5
Jurabek Laboratories, СП, ООО	36	3	4	4	15	2	5	5	26	72	7,2	4,9
Galenika, ООО	31	3	-	-	18	2	7	7	8	26	2,6	3,0
LAXISAM Pharmaceuticals, ООО	31	3	-	-	19	2	2	2	18	58	5,8	2,6
ATM Pharm, ООО	26	2	-	-	14	1	4	4	21	81	8,1	3
Zamona Rano, ООО	24	2	-	-	15	2	1	1	-	-	-	1,3
Samo, МП	19	2	-	-	12	1	2	2	11	58	5,8	2,2

Как видно по данным таблицы сначала представлены количественные показатели каждого критерия, а затем их балловая оценка. При этом оценка осуществлялась от одного до десяти баллов. Затем была рассчитана сводная оценка товарной политики предприятий на основе среднего показателя оценки каждого критерия.

На следующем этапе исследования нами проведен анализ показателей конкурентоспособности по цене их продукции. При этом проведены расчеты по анализу ценовой политики путем сопоставления со средними ценами и расчета отклонений по следующей формуле:

$$\beta = \frac{P_i \cdot 100}{\bar{P}} - 100$$

$\bar{P}$  - показатель конкурентоспособности по цене

$P_i$  - цена препарата выпускаемого на конкретном предприятии

$\bar{P}$  - средняя цена препарата

Данные по расчету этого показателя приведены в табл 13 на основе которых составлен рейтинг фармацевтических предприятий по ценовому показателю конкурентоспособности (рис 8).

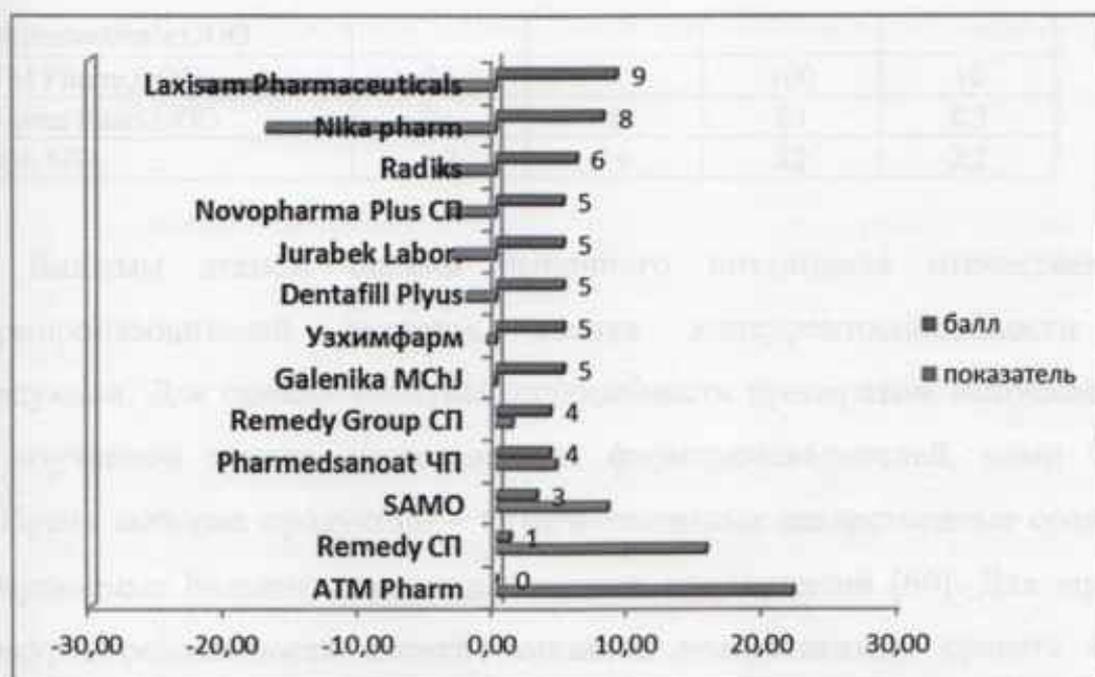
**Таблица 13**

**Расчеты ценового показателя конкурентоспособности отечественных фармацевтических предприятиях.**

№	Производитель	Показатель	Балл
1	ATM Pharm	21,92	0
2	Remedy СП	15,53	1
3	SAMO	8,27	3
4	Pharmedsanoat ЧП	4,43	4
5	Remedy Group СП	1,16	4
6	Galenika MChJ	-0,22	5
7	Узхимфарм	-0,68	5
8	Nobel-Pharmsanoat,ИП	-1,55	5
9	Dentafill Plyus	-2,25	5
10	Jurabek Labor.	-3,25	5
11	Novopharma Plus СП	-3,46	5
12	Radiks	-4,42	6
13	Nika pharm	-17,02	8
14	Laxisam Pharmaceuticals	-21,75	9

Как видно по данным таблицы наибольшее отклонение от средней цены определяет высокую цену этого препарата, и следовательно низкий балл конкурентоспособности по цене. Наименший показатель с минусовым значением указывает на относительно низкую цену препарата и соответственно высокий балл конкурентоспособности по цене.

Как видно по рис.8 наибольший балл определен у производителей Laxisam Pharmaceuticals и Nika pharm, выпускающих не брендируемые генерики.



**Рис. 8. Оценка показателя конкурентоспособности по цене**

Следующим этапом явилась оценка инновационной деятельности предприятий, которая была проведена на основе расчета индекса обновления ассортимента [86]. Результаты анализа представлены в табл. 14.

**Таблица 14.**

**Оценка инновационной деятельности отечественных  
фармпроизводителей**

Название предприятий	Широта ассортимента	Вновь зарегистр. препараты	Индекс %	Балл
Remedy Group, СП, ООО	133	16	88	8,8
Radiks, ИП	114	69	40	4
Nika Pharm, ДХО	99	6	94	9,4
Remedy, СП, ООО	81	60	22	2,2
Dentafill Plyus, ЧП	80	4	95	9,5
Узхимфарм, ОАО	66	55	17	1,7
Nobel-Pharmsanoat, ИП	63	31	50	5
Pharmed sanoat, ЧП	51	25	51	5,1
Novopharma plus, СП, ООО	44	19	57	5,7
Jurabek Laboratories, СП, ООО	36	15	58	5,8
Galenika, ООО	31	16	48	4,8
LAXISAM	31	-	100	10

Pharmaceuticals,ООО				
ATM Pharm,ООО	26	-	100	10
Zamona Rano,ООО	24	4	83	8,3
Samo,МП	19	14	22	2,2

Важным этапом оценки рыночного потенциала отечественных фармпроизводителей является оценка конкурентоспособности их продукции. Для оценки конкурентоспособности препаратов, выпускаемых на изучаемой группе отечественных фармпроизводителей, нами была отобрана выборка продукции – антигистаминные лекарственные средства выпускаемые большинством оцениваемых предприятий [60]. Для оценки конкурентоспособности антигистаминных лекарственных средств была составлена анкета (Приложение 3).

Таблица 15

**Оценка продукции отечественных фармпроизводителей по клиническим критериям конкурентоспособности (в баллах)**

Наименование производителя	Продукция отечественных фармпроизводителей										Продукция зарубежных фармпроизводителей					
	Димедрол 0,05г №10	Дипольин 0,1г №10	Кетотифен 0,001 г№10	Лоратадин 0,01 г№10	Лоратад 0,01 г№10	Аллегра 10 мг №10	Алер-С 10 мг №20	Аллерциган 5 мг №10	Деслодин 5мг №10	Лордес 5 мг №10	Димедрол – Диринил 0,05мг №10	Дипольин 0,1г №10 Фармак	Кетотифен 0,01 г №10 Борисов	Ломилан 0,01г №10 LEK	Зодак 10мг №10 Zentiva	1-ЦЕТ 5мг №10
Remedy Group	-	-	-	-	-	7	-	-	-	-	-	-	-	10	-	-
Remedy,СП,ООО	7	-	7	-	-	-	-	-	-	-	8	-	9	-	-	-
Dentafill Plyus,ЧП	-	-	-	5	-	-	-	-	-	-	-	-	9	-	-	-
Nobel-Pharmsanoat,ИП	-	-	-	-	9	-	-	-	-	7	-	-	-	9	-	10
LAXISAM Pharm.	-	-	-	-	-	-	-	-	7	-	-	-	-	-	-	10
ATM Pharm,ООО	-	-	-	-	-	-	8	6	-	-	-	-	-	10	8	-
Samo,МП	-	5	-	-	-	-	-	-	-	-	10	-	-	-	-	-

На основе этой анкеты проведена экспертная оценка клинических показателей конкурентоспособности антигистаминных препаратов. В качестве экспертов препарат оценивали 10 специалиста - аллерголога

семейных поликлиник и частных клиник. На основе показателей каждого эксперта составлены сводные таблицы по результатам, которых рассчитан средний показатель каждого клинического параметра (табл.15).

В качестве экономического параметра конкурентоспособности препаратов изучены розничные цены препаратов и проведен сопоставимый анализ с ценами зарубежных аналогов- конкурентов (табл.16).

Таблица 16

**Оценка продукции отечественных фармпроизводителей по экономическим критериям конкурентоспособности (в суммах)**

Наименование производителя	Продукция отечественных фармпроизводителей									Продукция зарубежных фармпроизводителей						
	Димедрол 0,05г №10	Диазолин 0,1г №10	Кетотифен 0,001 г№10	Лоратадин 0,01 г№10	Лоратадин 0,01 г№10	Алер-С 10 мг №20	Аллерцилин 5 мг №10	Аллегра 10 мг №10	Дезодин 5мг №10	Лорлес 5 мг №10	Димедрол – Диприна 0,05мг №10	Диазолин 0,1г №10 Фармак	Кетотифен 0,01 г №10 Борисов	Лемлиан 0,01г №10 ЦЕК	Зодак 10мг №10 Zeniva	L-ЦЕТ 5мг №10
Remedy Group,СП,ООО	-	-	-	-	-	-	-	10000	-	-	-	-	-	5300	-	-
Remedy,СП,ООО	450	-	550	-	-	-	-	-	-	1050	-	1500	-	-	-	-
Dentafill Plus, ЧП	-	-	-	2800	-	-	-	-	-	-	-	-	14600	-	-	-
Nobel-Pharmsancoat,ИП	-	-	-	-	7900	-	-	-	-	18000	-	-	14800	-	-	30000
LAXISAM Pharmaceuticals,ООО	-	-	-	-	-	-	-	17900	-	-	-	-	-	-	-	30000
ATM Pharm,ООО	-	-	-	-	-	6000	9200	-	-	-	-	-	-	5300	2500	-
Samo,МП	-	1100	-	-	-	-	-	-	-	-	1400	-	-	-	-	-

Также важным показателем конкурентоспособности продукции является эстетический параметр который характеризуется внешним видом лекарственных форм (таблетки, капсулы, драже), покрытием глянцевой оболочкой, рациональность лекарственной формы, информационная выразительность и дизайн как первичной, так и вторичной упаковки. Эти параметры является важными для пациента, определяя внешнее восприятие препарата, также характеризуют критерии выбора его среди аналогов конкурентов [87]. С учетом этого нами проведен сравнительный

анализ конкурентоспособности по эстетическим параметрам, результаты приведены в табл.18.

Таблица 17

Оценка продукции отечественных фармпроизводителей по эстетическим критериям конкурентоспособности (в баллах)

Наименование производителя	Продукция отечественных фармпроизводителей										Продукция зарубежных фармпроизводителей					
	Димедрол 0,05г №10	Дюлолин 0,1г №10	Кетотифен 0,001 г№10	Лоратадин 0,01 г№10	Лоратадин 0,01 г№10	Аллегра 10 мг №10	Алер-С 10 мг №20	Алакристин 5 мг №10	Деслодин 5мг №10	Лорас 5 мг №10	Димедрол – Даринин 0,05мг №10	Дюлолин 0,1г №10 Фармак	Кетотифен 0,01 г №10 Борисов	Ломилан 0,01г №10 LEX	Зодак 10мг №10 Zeniva	L-ЦЕТ 5мг №10
Remedy Group,СП,ООО	-	-	-	-	-	8	-	-	-	-	-	-	-	10	-	-
Remedy,СП,ООО	3	-	4	-	-	-	-	-	-	-	5	-	7	-	-	-
Dentafill Plus,ЧП	-	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	9	-	-	-
Nobel-Pharmsanont,ИП	-	-	-	-	7	-	-	-	-	7	-	-	9	-	-	10
LAXISAM Pharmaceuticals,ООО	-	-	-	-	-	-	-	6	-	-	-	-	-	-	-	10
ATM Pharm,ООО	-	-	-	-	-	-	6	6	-	-	-	-	-	10	8	-
Samo,МП	-	4	-	-	-	-	-	-	-	-	8	-	-	-	-	-

Затем на основе вышеуказанных параметров (клинический, экономический, эстетический) нами рассчитан интегральный показатель конкурентоспособности по следующей формуле:

$$\varphi = \frac{\left( \frac{\alpha_1}{\alpha_2} + \frac{\beta_1}{\beta_2} \right) \cdot \gamma_1}{\gamma_2}$$

$\varphi$  -показатель конкурентоспособности отечественного фармпроизводителя

$\alpha_1$  - оценка клинического показателя отечественного фармпроизводителя

$\alpha_2$  - оценка клинического показателя зарубежного фармпроизводителя

$\beta_2$  - оценка эстетического показателя зарубежного фармпроизводителя

$\beta_1$  - оценка эстетического показателя отечественного фармпроизводителя

$\gamma_1$  - оценка экономического показателя отечественного фармпроизводителя

$\gamma_2$  - оценка экономического показателя зарубежного фармпроизводителя

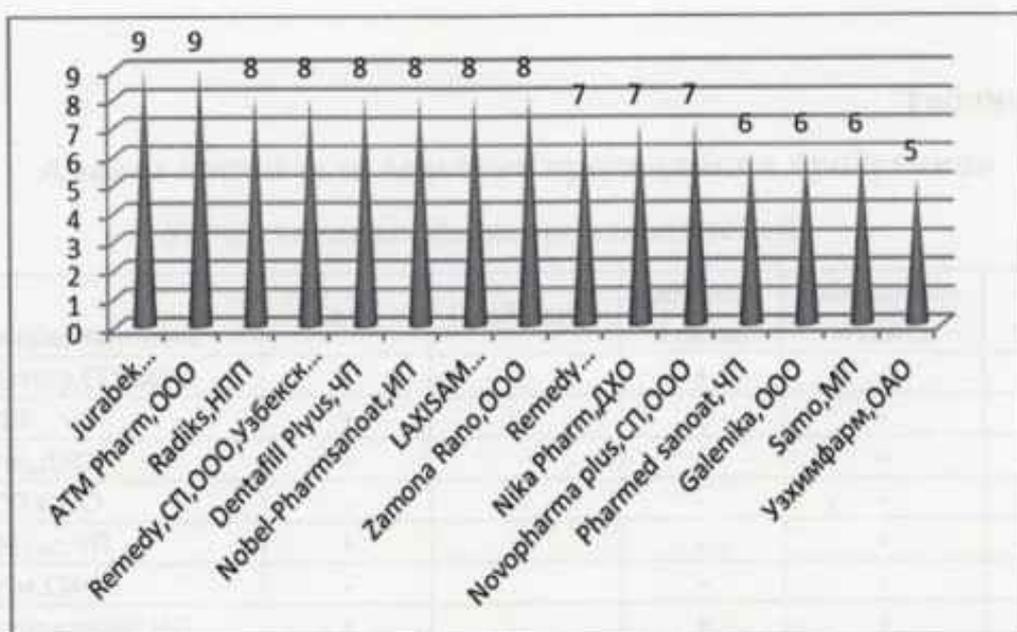
Рассчитанные интегральные показатели по каждому производителю представлены в табл.19.

Таблица 18

**Интегральный показатель конкурентоспособности отечественной фармпродукции**

Наименование производителя	Наименование препарата	Конкурентоспособность препарата	Балл
Remedy, СП, ООО	Димедрол 0,05г №10	0,63	5,5
	Кетотифен 0,001 г№10	0,53	
Samo, ИП	Диазолин 0,1г №10	0,78	8
Dentafill Plyus, ЧП	Лоратадин 0,01 г№10	0,2	2
Nobel-Pharmsanoat, ИП	Лораталь 0,01 г№10	0,96	9,25
	Лордес 5 мг №10	0,84	
ATM Pharm, ООО	Алер-Г 10 мг №20	0,68	8
	Аллерцетин 5 мг №10	0,9	
LAXISAM	Деслодин 5мг №10	0,77	8
Remedy Group, СП, ООО	Аллегра 10 мг №10	0,76	8

Следующим этапом исследования явилась оценка уровня сервиса отечественных фармпроизводителей который проводился путем изучения мнения ответственных сотрудников по закупу и маркетингу дистрибьютерских фирм методом интервьюирования. При этом изучались вопросы взаимоотношений производителей с оптовиками, возможность возврата продукции, замена при бое, порче, до поставка при не достачи, работа с рекламациями. Результаты данного анализа представлены на рис.9.



**Рис.9. Показатель уровня сервиса отечественных фармпроизводителей**

Значимым показателем конкурентоспособности отечественных фармпроизводителей является уровень развития системы продвижения их продукции. Современным методом продвижения продукции является метод размещения информации на фирменном сайте производителя, с помощью которого создается возможность распространения информации о продукции (ассортимент, цена, условия поставки и оплаты) а также о самом производителе в глобальной сети Интернет. С целью изучения данного показателя нами проведен анализ сайтов отечественных фармпроизводителей по следующим критерием:

- наличие сайта;
- размещения прайс-листа на сайте;
- обратная связь;
- обновления сайта.

Результаты анализа проведены в табл.19.

Наименование фармпроизводителя	ISO 9001-2008	GMP	Балл
Remedy Zamano, CJ, CJTO	+	+	
Radiks, JIPI	+	+	
Nika Pharm, DXO	+	+	
Remedy, CJ, OOO	+	+	

**Анализ показателя «система продвижения продукции»  
отечественных фармпроизводителей**

Название предприятий	Сайт	Прайс лист	Обратная связь	Обновления сайта	Балл
Remedy Group, СП, ООО	+	+	+	+	10
Radiks, НПП	+	+	+	-	7,5
Nika Pharm, ДХО	+	-	+	+	7,5
Remedy, СП, ООО	-	-	-	-	0
Dentafill Plyus, ЧП	+	+	-	+	7,5
Узхимфарм, ОАО	-	-	-	-	0
Nobel-Pharmsanoat, ИП	+	-	+	+	7,5
Pharmed sanoat, ЧП	-	-	-	-	0
Novopharma plus, СП, ООО	+	+	+	+	10
Jurabek Laboratories, СП, ООО	+	+	+	+	10
Galenika, ООО	-	-	-	-	0
LAXISAM Pharmaceuticals, ООО	+	+	+	+	10
ATM Pharm, ООО	+	+	+	+	10
Zamona Rano, ООО	+	-	+	+	7,5
Samo, МП	-	-	-	-	0

Заключительным этапом исследования явился анализ системы обеспечения качества продукции на отечественных фармпредприятиях. При этом учитывалась тенденция перехода предприятий на международные стандарты качества ISO 9001-2008 и GMP. С учетом этих данных определен показатель конкурентоспособности отечественных фармпроизводителей по данному параметру (табл.21).

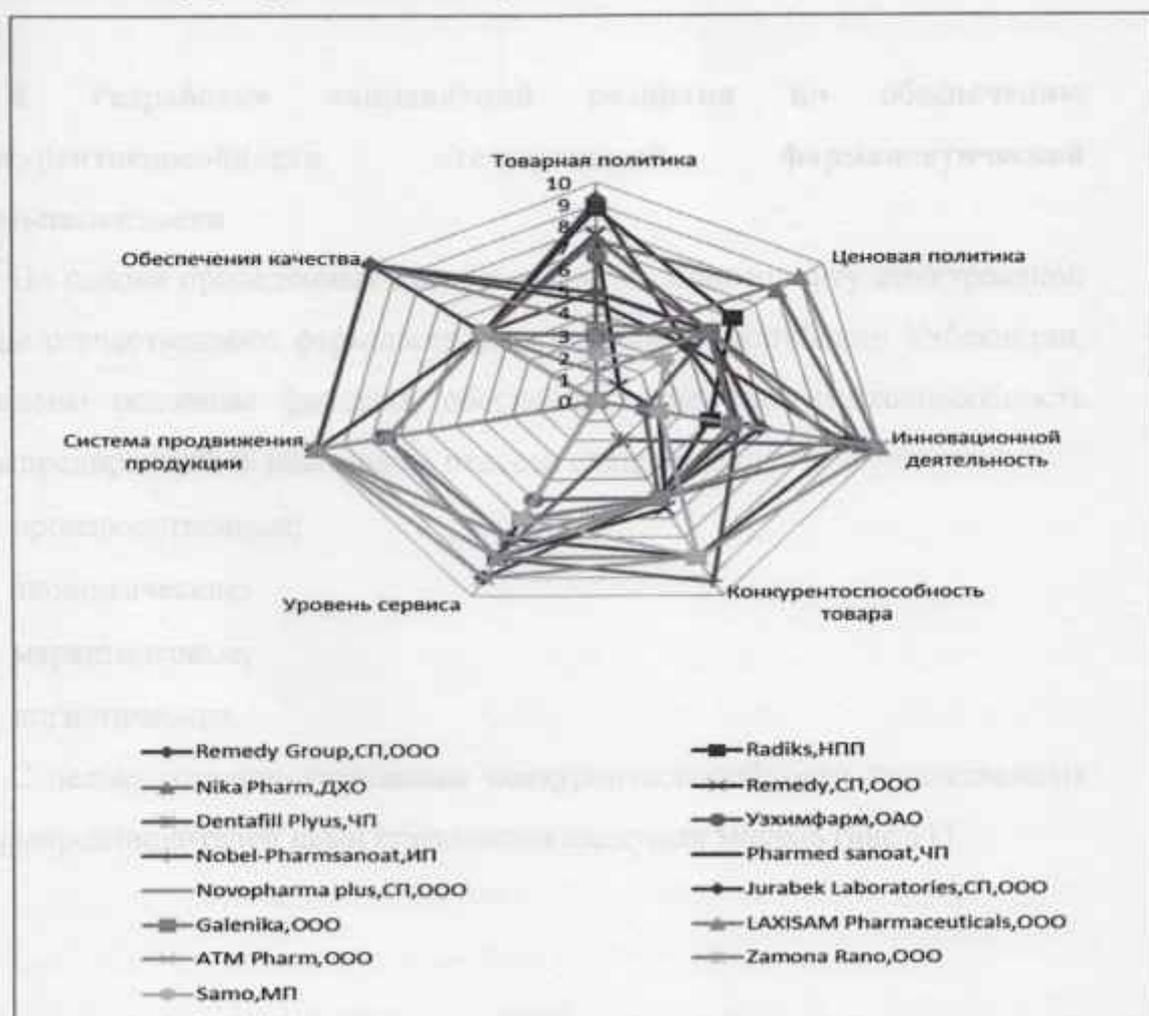
Таблица 20

**Оценка показателей конкурентоспособности по системе  
обеспечения качества**

Название предприятий	ISO 9001-2008	GMP	Балл
Remedy Group, СП, ООО	+		5
Radiks, НПП	+		5
Nika Pharm, ДХО	+		5
Remedy, СП, ООО	+		5

Dentafill Plyus, ЧП	+		5
Узхимфарм, ОАО			0
Nobel-Pharmsanoat, ИП	+		5
Pharmed sanoat, ЧП	+	+	10
Novopharma plus, СП, ООО	+	+	10
Jurabek Laboratories, СП, ООО	+	+	10
Galenika, ООО	+		5
LAXISAM Pharmaceuticals, ООО			0
ATM Pharm, ООО			0
Zamona Rano, ООО	+		5
Samo, МП	+		5

Путем обобщения полученных данных конкурентоспособности по различным критериям нами составлена матрица конкурентоспособности отечественных фармпроизводителей(рис.10)



**Рис.10. Матрица конкурентоспособности отечественных фармпроизводителей**

При этом выявлено, что наибольшие показатели по критериям выявлено у предприятия Remedy Group, по следующие позиции занимают Jurabek Laboratories и Nika Pharm. Нужно отметить, что по мнениям экспертам дистрибуторских компаний по критериям сервиса наибольшие предпочтения получили такие предприятия как Jurabek Laboratories и ATM Pharm. В области товарной политики лидирует Remedy Group и Radiks.

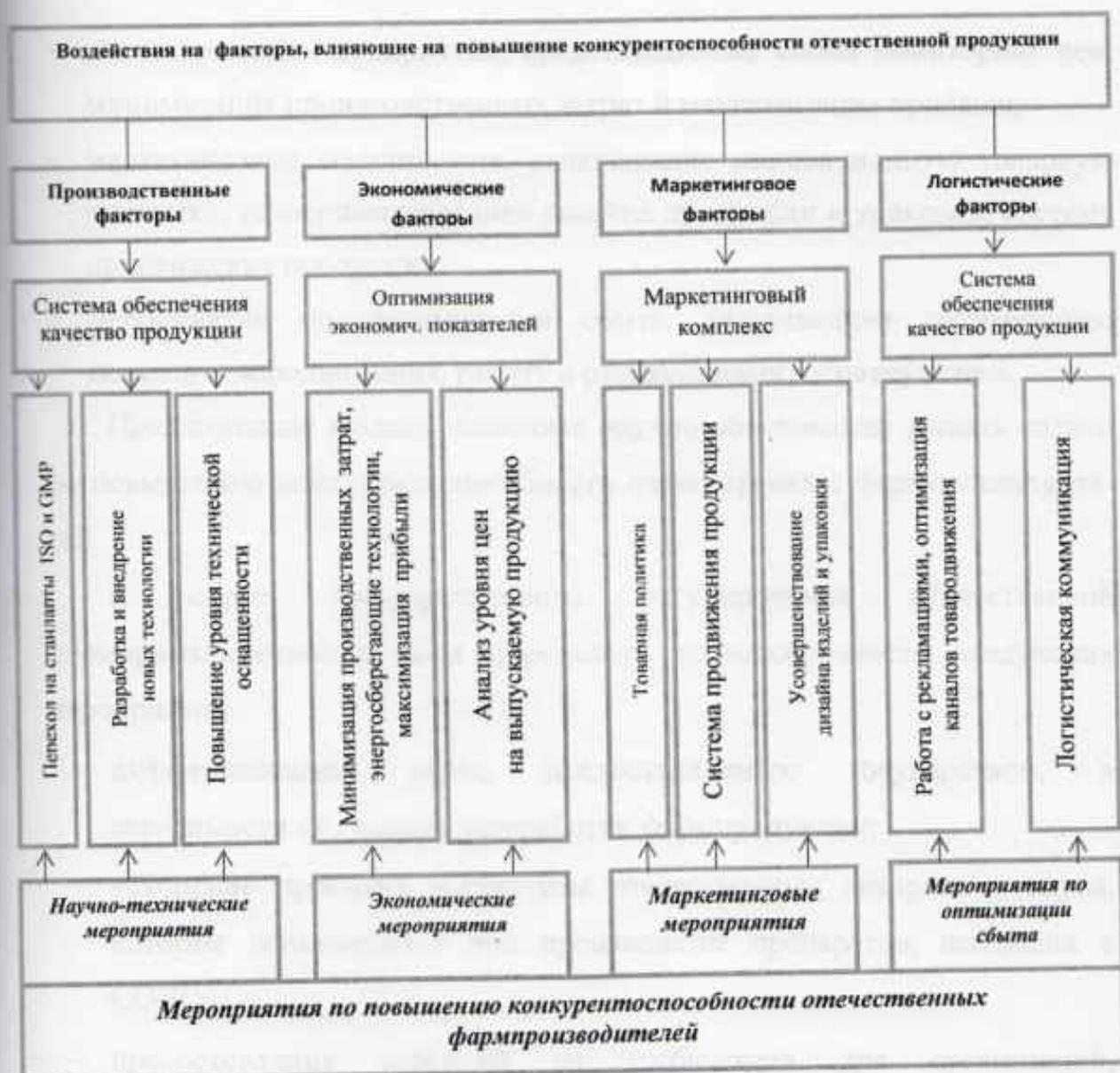
Таким образом, нами проведен анализ по оценке рыночного потенциала фармацевтических производителей, обеспечивающего их конкурентоспособность на фармацевтическом рынке Республики Узбекистан. Выявлены критерии по которым целесообразно повышение рыночного потенциала и конкурентоспособности.

#### **4. Разработка направлений развития по обеспечению конкурентоспособности отечественной фармацевтической промышленности**

На основе проведенных исследований по мониторингу конкурентной среды отечественного фармацевтического рынка Республики Узбекистан, выявлены основные факторы, обеспечивающие конкурентоспособность фармпредприятий. К ним можно отнести следующее:

- производственные;
- экономические;
- маркетинговые;
- логистические.

С целью усовершенствования конкурентоспособности отечественных фармпроизводителей нами предложена следующая модель (рис.11).



**Рис. 11. Модель повышения конкурентоспособности отечественных фармпредприятий**

Разработанная модель представляет собой ряд мероприятий, отобранных с учетом взаимообусловленных факторов. Согласно модели, разработанной нами на основе проведенных исследований, установлена необходимость проведения ряда мероприятий, которые классифицированы нами в зависимости от определяющих факторов:

- научно-технические мероприятия, включающие повышение качества продукции, повышение уровня технической оснащенности предприятия, разработку и внедрение новых технологий;

- экономические мероприятия, представляющие собой мониторинг цен, минимизация производственных затрат и максимизация прибыли;
- маркетинговые мероприятия, включающие инновационную товарную политики, усовершенствование дизайна продукции и упаковки, систему продвижения продукции;
- мероприятия по оптимизации сбыта, включающие оптимизацию каналов товародвижения, работу с рекламациями, обратная связь.

Предложенная модель позволяет научно-обоснованно решать задачи по повышению конкурентоспособности отечественных фармпроизводителей

В сфере государственного регулирования отечественной фармпромышленности нами определена целесообразность следующих мероприятий:

- дифференциация льгот, предоставляемых государством, в зависимости от степени переработки фармпродукции;
- ускорение процедур экспертизы отечественных лекарств и сырья, которые используются при производстве препаратов, входящих в СОЛС;
- предоставление субсидий из госбюджета для организаций, занимающихся разработкой лекарственных препаратов. Без поддержки государства разработка инновационных препаратов и сырья, позволяющих исключить импорт лекарств, невозможна;
- введение дальнейшего регулирования качества и ввоза импортируемых лекарственных препаратов.

Таким образом, нами предложена модель в которой научно-обоснованы направления развития по обеспечению конкурентоспособности отечественной фармацевтической промышленности.

### Выводы по главе 3

Проведен структурированный анализ ассортимента отечественных фармацевтических производителей Республики Узбекистан, на основе изучения данных по их регистрации. Определено современное состояние и тенденции развития данного ассортимента. Проведен анализ конкурентных цен на отечественном фармацевтическом рынке, путем анализ дублируемых позиций в ассортименте отечественных производителей, составление конкурентного листа, анализ диапазона цен с разбивкой по ценовым сегментам. Предложена модель, в которой научно-обоснованы направления развития по обеспечению конкурентоспособности отечественной фармацевтической промышленности.

## Общие выводы

1. В результате изучения и обобщения литературных данных выявлено, что конкурентная среда стимулирует инновационные изменения многих маркетинговых характеристик: ассортимент, объем и условия продаж, цены, методы рекламы, стимулирование сбыта и т.д. Сравнительный анализ современных методических подходов к оценке конкурентоспособности выявил роль товара как основного фактора конкурентоспособности предприятия. Для формирования конкурентоспособности товара относительно аналогов необходимо, чтобы товар обладал комплексом потребительских и экономических параметров, которые были бы способны удовлетворять потребности и запросы потребителей, а также соответствовать своему назначению и предъявляемым требованиям на рынке.
2. На основе изучения процессов создания и формирования выявлены основные этапы развития отечественной фармацевтической промышленности, определена динамика изменения показателей, и установлено, что за короткий срок налажено производство лекарственных средств широкой номенклатуры и внутренний рынок обеспечен качественными и доступными препаратами.
3. Изучены основные направления государственного регулирования системы производства лекарственных препаратов на основе анализа и систематизации нормативно-правовых документов, координирующих различные сферы изучаемой системы.
4. Проведен анализ степени воздействия механизма государственной поддержки отечественных фармацевтических производителей на ценовую политику, путем анализа динамики изменения ценовых показателей отечественных препаратов по сравнению с

зарубежными аналогами до и после принятия Постановления КМ РУз от 25 февраля 2011 года № 49.

5. Проведен структурированный анализ ассортимента отечественных фармацевтических производителей Республики Узбекистан, на основе изучения данных по их регистрации. Определено современное состояние и тенденции развития данного ассортимента.
6. Проведен анализ конкурентных цен на отечественном фармацевтическом рынке, путем анализа дублируемых позиций в ассортименте отечественных производителей, составлен конкурентный лист, проведен анализ диапазона цен с разбивкой по ценовым сегментам.
7. Проведен анализ по оценке рыночного потенциала фармацевтических производителей, обеспечивающего их конкурентоспособность на фармацевтическом рынке Республики Узбекистан. Выявлены критерии, по которым целесообразно повышение рыночного потенциала и конкурентоспособности.
8. Предложена модель, в которой научно обоснованы направления развития по обеспечению конкурентоспособности отечественной фармацевтической промышленности.

## Список литературы

### I. Законы Республики Узбекистан

1. Закон Республики Узбекистан О конкуренции от 6 января 2012 г., № ЗРУ-319
2. Закон Республики Узбекистан "О рекламе"(от 25 декабря 1998 года, № 724-I;
3. Закон Республики Узбекистан от 25.04.1997 г. N 415-I "О лекарственных средствах и фармацевтической деятельности"
4. Закон Республики Узбекистан О метрологии 28.12.1993 г. N 1004-XII
5. Закон Республики Узбекистан О сертификации продукции и услуг 28.12.1993 г. N 1006-XII
6. Закон Республики Узбекистан О стандартизации от 28.12.1993 г N 1002-XII

### II. Указы и Постановления Президента и Кабинета Министров Республики Узбекистан

7. Указ Президента Республики Узбекистан от 02 июня 1993 г. N УП-609 "Об образовании Узбекского государственно-акционерного концерна фармацевтической промышленности ("Узфармпром")".
8. Указ Президента Республики Узбекистан от 14.07.1994 г. N УП-916 "Об упорядочении реализации лекарственных средств в республике"
9. Указ Президента Республики Узбекистан от 08.11.1994 г. N УП-985 "О дополнительных мерах по насыщению внутреннего рынка лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения"
10. Постановление Президента Республики Узбекистан от 14.07.2006 г. N ПП-416 "О мерах по поддержке отечественных производителей лекарственных средств и изделий медицинского назначения".
11. Постановление Президента Республики Узбекистан 27 января 2009 г., № ПП-1048. «О программе локализации производства готовой

- продукции, комплектующих изделий и материалов на основе промышленной кооперации на 2009 год»
12. Постановление Президента Республики Узбекистан от 15.12.2010 г. N ПП-1442 «О приоритетах развития промышленности Республики Узбекистан в 2011-2015 годах».
  13. Постановление Президента Республики Узбекистан от 29.07.2011 г. N ПП-1590 "О мерах по дальнейшему углублению локализации производства готовой продукции, комплектующих изделий и материалов на основе промышленной кооперации на 2011-2013 годы"
  14. Постановление Президента Республики Узбекистан от 04.10.2011 г. N ПП-1623 "О Программе первоочередных мер по расширению объемов производства и освоению выпуска новых видов конкурентоспособной продукции"
  15. Постановление Президента Республики Узбекистан от 21.11.2012 г. N ПП-1855 "Об Инвестиционной программе Республики Узбекистан на 2013 год"
  16. Постановление Президента Республики Узбекистан от 30.04.2013 г. N ПП-1961 "О дополнительных мерах по увеличению производства и расширению ассортимента отечественных потребительских товаров"
  17. Постановление Президента Республики Узбекистан 19.11.2007 г. N ПП-731. «О программе модернизации, технического и технологического перевооружения предприятий фармацевтической отрасли на период до 2011 года»
  18. Постановление Президента Республики Узбекистан 15.07.2008 г. № ПП-916 «О дополнительных мерах по стимулированию внедрения инновационных проектов и технологий в производство»
  19. Постановление Президента Республики Узбекистан 4.02.2014г. № ПП-2120 «О программе локализации производства готовой

- продукции, комплектующих изделий и материалов на 2014-2016 годы»
20. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 08.01.1993 г. N 15 "О дополнительных мерах по лекарственному обеспечению населения"
  21. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 17.06.1993 г. N 290 "О вопросах организации и деятельности Узбекского государственного концерна фармацевтической промышленности "Узфармпром"
  22. Постановление Кабинета Министров Республики от 06.08.1994 г. N 404 "О неотложных мерах по улучшению снабжения и распределения лекарственных средств и изделий медицинского назначения в республике".
  23. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 25.05.1995г. N181 "О государственном контроле качества лекарственных средств, изделий медицинского назначения и продуктов лечебно-профилактического питания"
  24. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 14.08.1996 г. N 283 "О мерах государственной поддержки развития медицинской и фармацевтической промышленности в Республике Узбекистан".
  25. Постановление Кабинета Министров от 21.12.1999 г. N 538 "О мерах по дальнейшему расширению ассортимента и объемов производства лекарственных средств и изделий медицинского назначения в республике".
  26. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 05.08.2000 г. N307 "О дополнительных мерах по обеспечению внутреннего рынка лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения"

27. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 16.01.2009г. N14 "О мерах по дальнейшему развитию производственной кооперации и увеличению экспортного потенциала"
28. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 29.01.2009г. N26 "О дополнительных мерах по повышению конкурентоспособности продукции отечественных производителей"
29. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 13.05.2010г. N91 "О мерах по дальнейшему совершенствованию порядка лицензирования фармацевтической деятельности"
30. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 25.02.2011 г. N49 «О регулировании импорта готовых лекарственных средств».
31. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 11.05.2011 г. N 132 "Об утверждении Положения о порядке внесения изменений и дополнений в перечень лекарственных средств, при импорте которых не распространяется льгота по налогу на добавленную стоимость, предусмотренная пунктом 6 статьи 211 Налогового кодекса Республики Узбекистан"
32. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 28.11.2012г. N333 "О дополнительных мерах по сокращению производственных затрат и снижению себестоимости продукции в промышленности"
33. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 22.05.2013 г. N 139 "Об утверждении Положения о порядке подтверждения таможенной стоимости товаров, ввозимых импортерами - субъектами предпринимательства на таможенную территорию Республики Узбекистан с применением льгот по таможенным платежам"
34. Постановление Министерства здравоохранения Республики Узбекистан N 01 13.01.2012 г. О внесении изменений и дополнений в

Перечень сырья, предназначенного для производства лекарственных средств и изделий медицинского назначения, освобождаемого при импорте от уплаты налога на добавленную стоимость

### **III Произведения Президента Республики Узбекистан И.А.Каримова.**

35. Каримов И.А «Узбекистан на пороге достижения независимости» Т.: Узбекистан, 2011 г.

### **IV. Основная литература**

36. Ансофф И. «Стратегическое управление» – М.: Экономика, 1995. - С. 54-56.
37. Афонин, А. Некоторые аспекты формирования ассортиментно-сбытовых стратегий российскими фармпроизводителями // Ремедиум. 2003. - № 1-2. - С. 38 - 44. Производственная ассортимент тугрисида
38. Афонин, А.Ю. Наиболее перспективные стратегии отечественных предприятий // Экономический вестник фармации. 2002. - Т.48, № 2. - С. 67-70.
39. Ахматова М., Попов Е. Теоретические модели конкурентоспособности // Маркетинг. №4, 2007
40. Багиев Г.Л. и др. Маркетинг: Учебник для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн; Под общей редакцией Г.Л. Багиева. - М.: ОАО «Изд-во «Экономика», 2009. - С. 67-71.
41. Батуров А.В., Мошкова Л.В., Степанова Э.Ф. Конкурентоспособность фармацевтических производств на региональном лекарственном рынке Текст. / // Фармация. 2003. - № 4. - С. 15-19.
42. Береговых В.В. Мешковский А.П. Нормирование фармацевтического производства. Обеспечение качества продукции М.: ЗАО «Информационно-издательское агентство «Ремедиум», 2001.-527 с.
43. Буйлин А.В., Интизари А.А. Основные направления государственного регулирования процесса производства галеновых

- лекарственных средств // Ремедиум. – 2007. - № 2. – С. 53-57.
- 44.Быковченко И. Проблемы и перспективы фармотрасли Текст. / И. Быковченко // Ремедиум. 2004 - № 3. - С. 78-79.
- 45.Быстрицкий Л.Д., Гришин А.В., Перегудова Л.Н. Конкурентная среда как фактор совершенствования деятельности фармацевтического предприятия // Успехи современного естествознания. 2003. - № 6. - С. 40-41.
- 46.Быстрицкий Л.Д., Гришин А.В., Перегудова Л.Н. Современные подходы к оценке эффективности деятельности фармацевтического предприятия // Успехи современного естествознания. 2003. - № 3. - С. 62-63.
- 47.Быстрицкий Л.Д., Ильченко Т.Э., Гришин А.В. Фармакоэкономическая основа ассортиментной политики производителей фармацевтической продукции // Успехи современного естествознания. -2003.-№ 7.-С. 39-41.
- 48.Быстрицкий Л.Д., Перегудова Л.Н., Гришин А.В. Конкурентная среда как фактор совершенствования деятельности фармацевтического предприятия // Успехи современного естествознания. – 2003. – № 6 – стр. 40-41
- 49.Васильев Г., Осипова Л. О развитии макромаркетинга в России // Маркетинг. -2001. -Т.60, № 5. С. 10-15.
- 50.Вдовенко З.И. Управление конкурентоспособностью химико-фармацевтических предприятий: Автореф. дис.. канд. экон. наук. Кемерово, 2000. - 27 с.
- 51.Веришгора Е.Е. Менеджмент. – М.: Инфра, 2008. – 196 с.
- 52.Волков О.И. Экономика предприятия. – М.: Инфра, 2007. – 175 с.
- 53.Воронов, А. Конкуренция в XXI веке // Маркетинг. 2001 - № 5. - С. 16-24.
- 54.Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М.: Инфра, 2003. – 224 с.

55. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. - 2-е издание, переработанное и дополненное. - М: Издательство «Финпресс», 2009. - 464 с.
56. Гречков В.Ю. еще раз про маркетинг-микс, или не оставить ли наконец в покое концепцию 4P? // «Маркетинг в России и за рубежом», №3(41), 2006, - с.121-130 .
57. Гурков И.Б. Стратегический менеджмент организации. Учебное пособие. М.: ТЕИС, 2004. - С. 15-17.
58. Захарова, В. Романова С. Фармацевтическая промышленность за семь лет // Ремедиум. 2004. - № 5. - С. 62-71. Анализ производственного ассортимента
59. Ильясова К.А., Саипова Д.Т. Ўзбекистон Республикасида антигистамин дори воситаларини ишлаб чиқариш ҳолати // Материалы научно-практической конф. "Актуальные вопросы образования, науки и производства в фармации".- Ташкент, 2008.- С.196 - 197.
60. Каплан Р., Нортон Д. Ориентация ориентированная на стратегию. - М.: ЗАО Олимп-Бизнес, 2004.
61. Ковени М. Стратегический разрыв: Технологии воплощения корпоративной стратегии в жизнь/ Майкл Ковени, Денис Гэнстэр, Брайан Хартлен, Дейв Кинг; Пер.с англ. –М.: Альпина Бизнес Букс, 2004
62. Портер Майкл Э Конкуренция., / Пер. с англ.- М.: Изд. Дом Вильямс, 2003.
63. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок. - М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. - 272 с.
64. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. 11-е изд. / Ф. Котлер. - СПб.: Питер, 2006
65. Крючкова О.Н., Попов Е.В. Классификация методов ценообразования // Фармацевтический менеджмент. – 2007. - №6.

66. Кузубова, Ж.Л. Конкуренция как экономическая категория мышления руководителей фармацевтической организации // Новая аптека: Аптека и рынок. 2002. - № 8. - С. 41-45.
67. Кузубова, Ж.Л. Стратегия поведения фармацевтических организаций в условиях конкуренции // Новая аптека. Аптека и рынок. 2003. - № 2. - С. 36-43.
68. Максимкина Е.А., Турянская И.Г. Выбор стратегии поведения на фармацевтическом рынке отечественных производителей (все еще только начинается) // Новая аптека. 2002 - № 1. -С. 20-28.
69. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент. – М.: Инфра, 2005. – 98 с.
70. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2006. – 288 с.
71. Дремова Н.Б., Соломка С.В., Безденежных П.И. Возможности маркетингового планирования в продвижении новых изделий медицинского назначения // Экономический вестник фармации. — 2001.-№3.-С. 47-61.
72. Насритдинова М.А., Саипова Д.Т. Проблемы привлечения инвестиций в фармацевтическую промышленность Республики Узбекистан. "Фармацияда таълим, фан ва ишлаб чиқаришнинг долзарб масалалари" мавзусидаги илмий-амалий анжуман материаллари. Тошкент, 2010.- 72 б.
73. Орехов Н.А., Лаврухина Н.В. Оценка конкурентоспособности промышленной продукции. – М.: Инфра, 2007. – 226 с.
74. Парашук К.Ю. Правовые проблемы ограничения монополистической деятельности на товарных рынках. – М.: Инфра, 2006. – 164 с.
75. Пилчер Т. Бенчмаркинг как средство повышения конкурентоспособности компании // Европейское качество. Дайджест. №1, 2008

76. Питер Дойль. Маркетинг – менеджмент и стратегии. – СПб.: Питер, 2002. – 764 с.
77. Покропывный С.Ф. Экономика предприятия. – М.: Инфра, 2005. – 226 с.
78. Попов С.А. Стратегический менеджмент: Видение важнее чем знания. М.: Дело, 2003.
79. Портер М. Конкуренция. - М., Издательство «Вильямс», 2005, с. 11
80. Рубин Ю. Конкуренция: 10 правил успешного дебюта. // Управление компанией. №5, 2009
81. Рубин Ю.Б. Теория и практика конкуренции Москва, 2002
82. Руденко А.И. Стратегическое планирование на предприятии. – М.: Инфра, 2007. – 130 с.
83. Рыжкова М.В., Дукельская Н.А. Практический опыт применения интегрированного показателя конкурентноспособности в аптеке // Ремедиум 2012/-№2
84. Савицкая Т.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. – М.: Инфра, 2003. – 112 с.
85. Саипова Д.Т. Значимость маркетинговых исследований при создании новых лекарственных препаратов. "Фармацияда таълим, фан ва ишлаб чиқаришнинг долзарб масалалари" мавзусидаги илмий-амалий анжуман материаллари. Тошкент, 2009.- 135-136
86. Саипова Д.Т. Обоснование и разработка направлений инновационного развития фармацевтического рынка Республики Узбекистан// "Фармацияда таълим, фан ва ишлаб чиқариш интеграцияси" мавзусидаги илмий-амалий анжуман материаллари. Тошкент, 2012.- 125-127 б.
87. Саипова Д.Т. Оценка конкурентоспособности противоанемических лекарственных препаратов // Фармацевтический журнал.- 2004.-№3.- С.6-9.

88. Саипова Д.Т., Мадраимова Р.А. Контент - анализ номенклатуры железосодержащих лекарственных средств Фармацевтический журнал.- 2010.-№4.- С.4-9.
89. Саипова Д.Т., Пайзиев Д.И. Анализ ценовой политики на рынке противоанемических лекарственных препаратов Узбекистана в условиях мирового финансово-экономического кризиса // Фармацевтический журнал.- 2009.-№2.- С.13-18.
90. Саипова Д.Т., Хасанов Д.Д., Рахимов А.А. Ассортиментная политика отечественных фармацевтических производителей. Республики Узбекистан Материалы научно-практической конференции "Актуальные вопросы науки, образования и производства". - Ташкент, 2013.- С.299-300.
91. Светульников С.Г. Методы маркетинговых исследований. Учебное пособие. - СПб.: Издательство ДНК, 2005 - С. 123-124.
92. Светульников С.Г., Литвинов А.А. Конкуренция и предпринимательские решения. - Ульяновск: Издательство «Корпорация технологий продвижения», 2007
93. Седов В.В. Маркетинг предприятия. – М.: Инфра, 2002. – 26 с.
94. Сидорович А.В. Курс экономической теории. – М.: Инфра, 2006. – 274 с.
95. Тейлор Ф. Основы научного менеджмента. – М.: Инфра, 2002.–158с.
96. Терещенко В.М. Маркетинг: новые технологии в России. - СПб: Питер, 2010. - 416 с.
97. Томилов В.В., Бабкина Л.Н., Песоцкая Е.В. и др. Менеджмент. Учебник / Под ред. В.В. Томилова. - М.: Юрайт-Издат, 2006
98. Усик Н.И. Формирование конкурентной среды и конкурентная политика // Журнал «Теоретическая экономика» №4, 2012
99. Фасхиев Х.А., Попова Е.В. Как измерить конкурентоспособность предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. №4, 2005

100. Фатхудинов Р.А. Стратегический менеджмент. – М.: Инфра, 2001. – 164 с.
101. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент: Учебник .-6-изд., испр. И доп. М.: дело, 2004, с.7
102. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. - М.: ИНФРА-М. – 2008,с. 15
103. Филипп Котлер. Маркетинг. Менеджмент. – СПб.: Питер, 2004. – 886 с.
104. Хруцкий В.Е. Современный маркетинг. – М.: Инфра, 2007. – 268 с.
105. Черкасов В.А. Теоретические основы конкурентоспособности: Препринт. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2008
106. Шонесси Дж. О Конкурентный маркетинг: стратегический подход /пепр.с англ под ред. Ямпольского-СпБ:Питер,2002г. С.266
107. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. – М.: Инфра, 2008. – 276 с.
108. Юлдашева Д. Т. Анализ ассортиментной политики фармацевтических предприятий республики Узбекистан «Актуальные проблемы образования науки и производства в фармации»: Материалы научно-практической конференции. – Ташкентский фармацевтический институт, – 2005. – С. 107.
109. Юлдашева Д.Т., Саипова Д.Т. Развитие фармацевтической промышленности // Текст лекции. - Тошкент, 2006.- 36с.
110. Kevan Scholes, Gerry Johnson, Richard Whittington, “Exploring Corporate Strategy: Text and Cases”, FT Prentice Hall, 2004. - С. 105-
- V. Периодические издания, статические сборники**
111. Государственный Реестр лекарственных средств и изделий медицинского назначения №17 2013
112. Сводный прайс лекарственных средств и изделий медицинского назначения 2011-2013 гг.

## **VI. Интернет сайты**

113. <http://uzpharmsanoat.uz/>

114. Правовое регулирование <http://ru.wikipedia.org/wiki/>

Приложения



## Приложение 1

### Анализ ассортимента отечественных фармацевтических производителей по фармакологическим группам

№		ATM Pharm, ООО	Dentafill Plus, ЧП	Galenika, ООО	Jurabek СП, ООО	LAXISAM ООО	MerryMed Farm, СП, ООО	Nika Pharm, ДХО	Novopharma plus, СП, ООО	Pharmed sanoat, ЧП	Radiks, НПП	Zamona Rano, ООО	Remedy Group, СП, ООО	Remedy, СП, ООО	Nobel-Pharmsanoat, ИП	Узхимфарм, ОАО
1	Аналептик										1					1
2	Анальгетик-антипиретик	1	2	1		2	3	2	1	7	5		1	3	2	5
3	Антиагрегант							1					1			
4	Антиаллергическое средство	2	4		2	3	1	1					2	2	3	3
5	Антиангинальное средство		1								3					1
6	Антиаритмическое средство		1					1			2					1
7	Антибиотик	7	15	1	12	6	18	29	19		15		26	20	18	5
8	Антигельминтное средство		2			1				2	2	1	3		1	1
9	Антигипертензивное средство	3			1	3	1	6	2	5	4	1	4	2	8	5
10	Антидепрессант							2							3	
11	Антикоагулянт		1	1				1								
12	Антисептическое и дезинфицирующее средство		8	9			1				15		8	13		5
13	Антихолинэстеразное средство										2					
14	Биогенный стимулятор										1					1
15	Бронхолитическое средство					1		2			1				1	2
16	Витамины	3	3	2	2	1	2	1		1	6	1	6	1		10
17	Вспомогательное средство		2	2							2		2	2		1
18	Вяжущее средство											3				
19	Гемостатик								1							1
20	Гепатопротектор					1				1						
21	Гиполипидемическое средство							2		1			1	1	4	
22	Глюкокортикоид							1	1				3			
23	Гормон щитовидной железы и его аналог												1			
24	Диуретическое средство					1		2		3	1	2	1			1
25	Желчегонное средство		1	1				1		1						
26	Иммуномодулирующее средство									1						
27	Иммуномодулирующее средство											2				
28	Кардиотоник			1							1	1				
29	Местноанестезирующее средство		1	1	3		3		3		4		3	1		2
30	Местнораздражающее средство		2	2			1				6		2	3		1
31	Минеральный препарат				2		3	1	4	1	2		2	1		2

32	Нейролептик																2	
33	Нестероидное противовоспалительное средство	3	5	1	1	2	2	5	2	5	1		15	6	4	1	5	
34	Ноотроп							1	1		2			1		1		
35	Отхаркивающее средство	1	5	1	1	1	1	3		3	3	2	4	5	1	6	3	
36	Плазмозаменитель										1							
37	Препарат для парентерального питания, аминокислота									1			1					
38	Препарат йода							2									2	
39	Противовирусное средство		3	1	1	1		2		2	3		4		2	1	2	
40	Противовоспалительное средство местного действия		2								2	3	4					1
41	Противоглаукоматозное средство				1													
42	Противогрибковое средство	1	5	1	1	1		2		1	1		11	4	4		3	
43	Противодиабетическое средство (пероральное)												1		2	1		
44	Противоклимактерическое средство									1								
45	Противопаркинсоническое средство												1					
46	Противопедикулёзное средство													1		1		
47	Противоподагрическое средство					1												
48	Противопротозойное средство		1			2	1	2		2	1		4					1
49	Противорвотное средство						1				2							
50	Противосудорожное средство							2					3	1				
51	Противочесоточное средство		2								1			1				
52	Противоязвенное средство		2			1	1	3		3			5	1	2		1	
53	Растворитель				1					1			1					
54	Седативное средство			2				2		1	2	1	2		2	1	1	
55	Сердечный гликозид							1										
56	Слабительное средство		3				1	1			3	1		2		1	1	
57	Солевой раствор	1			7		3		1		4							1
58	Спазмолитическое средство	2	2	2		1			2				1				3	1
59	Средство для коррекции метаболических процессов	1	1		1		1	2	1		4		1					1
60	Средство для коррекции потенции					1			2	1			1		1			
61	Средство для лечения нарушений мозгового кровообращения и мигрени							1	1	2	3		1	1	1			1
62	Средство для лечения хронической венозной недостаточности				1													
63	Средство для профилактики приступов стенокардии							1					1					
64	Средство для устранения симптомов ОРЗ	2	2	1				8		3	2	1	3	2	2			2
65	Средство преимущественно применяемое в акушерстве и гинекологии									1								



## Приложение 2

### Перечень дублируемых препаратов отечественных фармпроизводителей (данные 2013 г)

№	МНН	Торговые названия	Производитель
1	Ацетилсалициловая к-та таб 0,25г №10	Ацетилсалициловая к-та таб 0,25г №10 Ацетилсалициловая к-та таб 0,25г №10	SAMO Radiks
2	Ацетилсалициловая к-та таб 0,5г №10	Ацетилсалициловая к-та таб 0,5г №10 Ацетилсалициловая к-та таб 0,5г №10	SAMO Узхимфарм
3	Цитрамон П таб №6	Цитрамон П таб №6 Цитрамон П таб №6	Узхимфарм Radiks
4	Ацикловир мазь 5% 10г	Ацикловир мазь 5% 10г Ацикловир RG мазь 5% 10г	Dentafill Plyus Remedy Group СИ
5	Ацикловир таб 0,2г №20	Ацикловир таб 0,2г №20 Ацикловир таб 0,2г №20	Nika pharm Dentafill Plyus
6	Спирт этиловый фл 70% 25мл	Спирт этиловый фл 70% 25мл Спирт этиловый фл 70% 25мл Спирт этиловый фл 70% 25мл Спирт этиловый фл 70% 25мл	Remedy СИ Remedy Group СИ Dentafill Plyus Radiks
7	Спирт этиловый фл 70% 50мл	Спирт этиловый фл 70% 50мл Спирт этиловый фл 70% 50мл Спирт этиловый фл 70% 50мл Спирт этиловый фл 70% 50мл Спирт этиловый фл 70% 50мл	Galenika MChJ Radiks Remedy Group СИ Dentafill Plyus Узхимфарм
8	Альбендазол таб 200мг №4	Альбендазол таб 200мг №4 Альбендазол DF таб 200мг №4	Laxisam Pharmaceuticals Dentafill Plyus
9	Альбендазол таб 400мг №1	Кюраворм таб 400мг №1 Альбендазол таб 400мг №1 Вермин таб 400мг №1	Pharmedsanoat ЧП Laxisam Pharmaceuticals Remedy Group СИ
10	Амброксол сироп фл 90мл	Бронхосол сироп фл 90мл Амброксол RG сироп фл 90мл	Remedy СИ Remedy Group СИ
11	Амброксол таб 0,03г №20	Амброксол таб 0,03г №20 Амброксол таб 0,03г №20 Амбростат таб 30мг №20 Бронхосол таб 30мг №20	Dentafill Plyus Nika pharm ATM Pharm Remedy СИ
12	Амиодарон таб 200мг №30	Амиодарон DF таб 200мг №30 Никадарон таб 200мг №30	Dentafill Plyus Nika pharm
13	Амлодипин таб 10мг №30	Адилин таб 10мг №30 Амлодипин таб 10мг №30 Нормадед таб 10мг №30 Теизал таб 10мг №30	ATM Pharm Laxisam Pharmaceuticals Pharmedsanoat ЧП Remedy Group СИ
14	Амлодипин таб 5мг №30	Адилин таб 5мг №30 Амлодипин таб 5мг №30 Нормадед таб 5мг №30	ATM Pharm Laxisam Pharmaceuticals Pharmedsanoat ЧП
15	Амоксициллин таб 250мг №10	Амоксициллин таб 250мг №10 Амоксициллин таб 250мг №10	Dentafill Plyus Radiks
16	Амоксициллин таб 500мг №10	Амоксициллин таб 500мг №10 Амоксициллин таб 500мг №10	Dentafill Plyus Radiks
17	Амоксициллин капс. 250мг №20	Реамокс RG капс. 250мг №20 Моксин Remedy капс. 250мг №20	Remedy Group СИ Remedy СИ
18	Амоксициллин капс. 500мг №20	Реамокс RG капс. 500мг №20 Моксин Remedy капс. 500мг №20	Remedy Group СИ Remedy СИ
19	Ампициллин капс. 250мг №10	Ампициллин Remedy капс. 250мг №10 Ампициллин Remedy капс. 250мг №10 Ампициллин капс. 250мг №10	Remedy Group СИ Remedy СИ Radiks
20	Ампициллина т/г таб 0,25г №10	Ампициллина т/г таб 0,25г №10 Ампициллина т/г таб 0,25г №10 Ампициллина т/г таб 0,25г №10	Radiks Dentafill Plyus Узхимфарм
21	Ампициллина т/г таб 0,5г №10	Ампициллина т/г таб 0,5г №10 Ампициллина т/г таб 0,5г №10	Radiks Dentafill Plyus

22	Ампициллина н/с фл 0,5г	Ампициллина н/с фл 0,5г Ампициллина н/с фл 0,5г	Jurabek Labor. Novopharma Plus СП
23	Ампициллина н/с фл 1г	Ампициллина н/с фл 1г Ампициллина н/с фл 1г	Jurabek Labor. Novopharma Plus СП
24	Ампиокс н/с фл 0,5г	Ампиокс н/с фл 0,5г Ампиокс н/с фл 0,5г	Jurabek Labor. Novopharma Plus СП
25	Вода для инъекций амп 10мл №10	Вода для инъекций амп 10мл №10 Вода для инъекций амп 10мл №10	Jurabek Labor. Novopharma Plus СП
26	Вода для инъекций амп 5мл №10	Вода для инъекций амп 5мл №10 Вода для инъекций амп 5мл №10	Jurabek Labor. Novopharma Plus СП
27	Арбидол капсул. 100мг №10	Зеродол капсул. 100мг №10 Вируснет таб 100мг №10	Remedy Group СП Pharmedsanoat ЧП
28	Аскорбиновая к-та амп 5% 2мл №10	Аскорбиновая к-та амп 5% 2мл №10 Аскорбиновая к-та амп 5% 2мл №10 Аскорбиновая к-та амп 5% 2мл №10	ATM Pharm Radiks Узхимфарм
29	Аскорбиновая к-та амп 5% 2мл №5	Аскорбиновая к-та амп 5% 2мл №5 Аскорбиновая к-та амп 5% 2мл №5	Remedy Group СП Radiks
30	Аскорбиновая к-та с глюкоз. таб 0,1г №10	Аскорбиновая к-та с глюкоз. таб 0,1г №10 Аскорбиновая к-та с глюкоз. таб 0,1г №10	SAMO Узхимфарм
31	Аскорутин таб №10	Аскорутин таб №10 Аскорутин таб №10 Аскорутин таб №10	Radiks Dentafill Plyus Узхимфарм
32	Атенолол таб 50мг №30	Атенолол таб 50мг №30 Атенолол таб 50мг №30	Radiks Nika pharm
33	Азитромицин капсул. 250мг №6	Азимицин капсул. 250мг №6 Азирем капсул. 250мг №6 Зитран капсул. 250мг №6	Nika pharm Remedy Group СП Remedy СП
34	Азитромицин капсул. 500мг №6	Азирем капсул. 500мг №6 Зитран капсул. 500мг №6	Remedy Group СП Remedy СП
35	Дибазол таб 0,02г №10	Дибазол таб 0,02г №10 Дибазол таб 0,02г №10	SAMO Узхимфарм
36	Борная мазь 5% 25г	Борная мазь 5% 25г Борная мазь 5% 25г	Radiks Galenika MChJ
37	Борной к-ты спирт. р-р фл 3% 10мл	Борной к-ты спирт. р-р фл 3% 10мл Борной к-ты спирт. р-р фл 3% 10мл	Radiks Galenika MChJ
38	Борной к-ты спирт. р-р фл 3% 25мл	Борной к-ты спирт. р-р фл 3% 25мл Борной к-ты спирт. р-р фл 3% 25мл	Radiks Galenika MChJ
39	Бромгексин сироп фл 90мл	Бромгексин сироп фл 90мл Бромгексин сироп фл 90мл Бромгексин сироп фл 90мл	Radiks Dentafill Plyus Remedy СП
40	Кальция хлорид амп 10% 10мл №10	Кальция хлорид амп 10% 10мл №10 Кальция хлорид амп 10% 10мл №10	Jurabek Labor. Novopharma Plus СП
41	Кальция хлорид амп 10% 10мл №5	Кальция хлорид RG амп 10% 10мл №5 Кальция хлорид амп 10% 10мл №5	Remedy Group СП Novopharma Plus СП
42	Кальция хлорид амп 10% 5мл №5	Кальция хлорид RG амп 10% 5мл №5 Кальция хлорид амп 10% 5мл №5	Remedy Group СП Novopharma Plus СП
43	Кальция хлорид амп 10% 5мл №10	Кальция хлорид амп 10% 5мл №10 Кальция хлорид амп 10% 5мл №10	Jurabek Labor. Novopharma Plus СП
44	Кальция глюконат амп 10% 10мл №10	Кальция глюконат амп 10% 10мл №10 Кальция глюконат амп 10% 10мл №10	Radiks Novopharma Plus СП
45	Кальция глюконат амп 10% 5мл №10	Кальция глюконат амп 10% 5мл №10 Кальция глюконат амп 10% 5мл №10	Radiks Novopharma Plus СП
46	Кальция глюконат амп 10% 5мл №5	Кальция глюконат амп 10% 5мл №10 Кальция глюконат амп 10% 5мл №10	Radiks Novopharma Plus СП
47	Кальция глюконат таб 0,5г №10	Кальция глюконат таб 0,5г №10 Кальция глюконат таб 0,5г №10	SAMO Узхимфарм
48	Календулы настойка фл 25мл	Календулы настойка фл 25мл Календулы настойка фл 25мл Календулы настойка фл 25мл	Radiks Galenika MChJ Remedy Group СП
49	Камфорное масло фл 10% 25мл	Камфорное масло фл 10% 25мл Камфорное масло фл 10% 25мл Камфорное масло фл 10% 25мл	Radiks Galenika MChJ Dentafill Plyus
50	Камфорный спирт фл 10% 25мл	Камфорный спирт фл 10% 25мл Камфорный спирт фл 10% 25мл Камфорный спирт фл 10% 25мл	Radiks Dentafill Plyus Remedy СП
51	Камфорный спирт фл 10% 50мл	Камфорный спирт фл 10% 50мл Камфорный спирт фл 10% 50мл Камфорный спирт фл 10% 50мл	Remedy СП Remedy Group СП Galenika MChJ

52	Карбамазепин таб 200мг №50	Карбамазепин RG таб 200мг №50 Карбамазепин таб 200мг №50 Карбарем таб 200мг №50	Remedy Group CП Nika pharm Remedy CП
53	Цефразолин фл 1г	Интралин фл 1г Цефразолин фл 1г Цефразолин фл 1г	Jurabek Labor. Novopharma Plus CП Radiks
54	Цефотаксим фл 1г	Цефотаксим фл 1г Цеффаг фл 1г Цефротаксим фл 1г Новоклаф н/с фл 1г	Nika pharm Jurabek Labor. Radiks Novopharma Plus CП
55	Цефтазидим фл 1г	Журазидим фл 1г Цефтазидим фл 1г Базид фл 1г	Jurabek Labor Nika pharm Remedy CП
56	Цефтриаксон фл 1г	Баксон фл 1г Цефтриаксон фл 1г Цефтриаксон фл 1г Витаксон фл 1г Цефтриаксон фл 1г	Remedy CП Nika pharm Dentafill Plyus Jurabek Labor. Novopharma Plus CП
57	Цетиризин таб 10мг №20	Алергид таб №20 Алер-G таб 10мг №20 Аллегра таб 10мг №20	Dentafill Plyus ATM Pharm Remedy Group CП
58	Хлорамфеникол таб 0,5г №10	Левомицетин таб 0,5г №10 Левомицетин таб 0,5г №10 Левомицетин таб 0,5г №10	Узхимфарм Radiks Dentafill Plyus
59	Ципрофлоксацин таб 250мг №20	Оксилор таб 250мг №20 Ципрофлоксацин RG таб 250мг №20	Remedy CП Remedy Group CП
60	Ципрофлоксацин таб 500мг №20	Оксилор таб 500мг №20 Ципрофлоксацин RG таб 500мг №20	Remedy CП Remedy Group CП
61	Ципрофлоксацин таб 250мг №10	Ципрадед таб 250мг №10 Ципрофлоксацин таб 250мг №10 Ципрофлоксацин таб 250мг №10	Pharmedsanoat ЧП Dentafill Plyus Nika pharm
62	Ципрофлоксацин таб 500мг №10	Ципрадед таб 500мг №10 Ципрофлоксацин таб 500мг №10 Ципрофлоксацин таб 500мг №10	Pharmedsanoat ЧП Dentafill Plyus Nika pharm
63	Боярышника настойка фл 25мл	Боярышника настойка фл 25мл Боярышника настойка фл 25мл	Radiks Galenika MChJ
64	Цианокобаламин амп 500мкг 1мл №5	Цианокобаламин амп 500мкг 1мл №5 Цианокобаламин RG амп 500мкг 1мл №5	Radiks Remedy Group CП
65	Глюкоза амп 40% 10мл №5	Глюкоза RG амп 40% 10мл №5 Глюкоза амп 40% 10мл №5	Remedy Group CП Novopharma Plus CП
66	Диклофенак натрия амп 2,5% 3мл №5	Ремитекс амп 25мг/мл 3мл №5 Диклофенак натрия RG амп 2,5% 3мл №5	Remedy CП Remedy Group CП
67	Диклофенак 50мг, Парацетамол 500мг №10	Бол-ран таб №10 Вовенак-П таб 500мг №10	Nika pharm Pharmedsanoat ЧП
68	Дифенгидрамин таб 0,05г №10	Димедрол Remedy таб 0,05г №10 Димедрол таб 0,05г №10	Remedy CП Узхимфарм
69	Дротаверин таб 0,04г №50	Дротаверин таб 0,04г №50 Дро-шта таб 40мг №50 Нош-Само таб 0,04г №50	Laxisam Pharmaceuticals Dentafill Plyus SAMO
70	Эналаприл таб 5мг №20	Эналаприл таб 5мг №20 Эналаприл таб 5мг №20 Энарил таб 5мг №20 Эналаприл RG таб 5мг №20	Radiks Nika pharm Pharmedsanoat ЧП Remedy Group CП
71	Эналаприл таб 2,5мг №20	Эналаприл таб 2,5мг №20 Энарил таб 2,5мг №20	Nika pharm Pharmedsanoat ЧП
72	Эналаприл таб 10мг №20	Эналаприл RG таб 10мг №20 Эналаприл таб 10мг №20 Энарил таб 10мг №20 Эналаприл таб 10мг №20	Remedy Group CП Radiks Pharmedsanoat ЧП Nika pharm
73	Эритромицин таб 0,1г №20	Эритромицин RG таб 100мг №20 Эритромицин таб 0,1г №20	Remedy Group CП Nika pharm
74	Флуконазол капсул. 150мг №1	Микофло капсул. 0,15г №1 Фунгикейр капсул. 150мг №1 Флюкорем капсул. 150мг №1 Флуконазол капсул. 150мг №1	ATM Pharm Pharmedsanoat ЧП Remedy CП Nika pharm
75	Флуконазол капсул. 50мг №7	Кандифлю RG капсул. 50мг №7 Флюкорем капсул. 50мг №7	Remedy Group CП Remedy CП
76	Флуконазол капсул. 50мг №4	Фунгикейр капсул. 50мг №4 Флуконазол капсул. 50мг №4	Pharmedsanoat ЧП Nika pharm

77	Флуконазол д/инф. фл 0,2% 100мл	Флуконазол д/инф. фл 0,2% 100мл Кандифлю д/инф. фл 0,2% 100мл	Radiks Remedy Group CП
78	Синафлановая мазь 0,025% 15г	Синафлановая мазь 0,025% 15г Синафлановая мазь RG 0,025% 15г	Dentafill Plyus Remedy Group CП
79	Глицерин медицинский фл 90мл	Глицерин медицинский фл 90мл Глицерин медицинский фл 90мл	Radiks Dentafill Plyus
80	Глицерин космет. фл 50мл	Глицерин космет. фл 50мл Глицерин космет. фл 50мл	Radiks Dentafill Plyus
81	Глицин таб 0,1г №50	Глицин таб 0,1г №50 Глицин таб 0,1г №50	Radiks Dentafill Plyus
82	Солодкового корня сироп фл 90мл	Солодкового корня сироп фл 90мл Солодкового корня сироп фл 90мл	Radiks Dentafill Plyus
83	Солодкового корня сироп фл 50мл	Солодкового корня сироп фл 90мл Солодкового корня сироп фл 90мл	Radiks Dentafill Plyus
84	Перекись водорода фл 3% 50мл	Перекись водорода фл 3% 50мл Перекись водорода фл 3% 50мл Перекись водорода фл 3% 50мл	Radiks Dentafill Plyus Galenika MChJ
85	Ихтиоловая мазь 10% 20г	Ихтиоловая мазь 10% 20г Ихтиоловая мазь 10% 20г	Radiks Dentafill Plyus
86	Ихтиоловая мазь 10% 25г	Ихтиоловая мазь 10% 25г Ихтиоловая мазь 10% 25г Ихтиоловая мазь 10% 25г	Dentafill Plyus Galenika MChJ Remedy Group CП
87	Рибоксин амп 2% 10мл №5	Рибоксин RG амп 2% 10мл №5 Рибоксин амп 2% 10мл №5	Remedy Group CП Novopharma Plus CП
88	Рибоксин амп 2% 5мл №5	Рибоксин RG амп 2% 5мл №5 Рибоксин амп 2% 5мл №5	Remedy Group CП Novopharma Plus CП
89	Рибоксин амп 2% 10мл №10	Рибоксин амп 2% 10мл №10 Рибоксин амп 2% 10мл №10	Jurabek Labor. Novopharma Plus CП
90	Рибоксин амп 2% 5мл №10	Рибоксин амп 2% 10мл №10 Рибоксин амп 2% 10мл №10	Jurabek Labor. Novopharma Plus CП
91	Йод спирт.р-р фл 5% 25мл	Йод спирт.р-р фл 5% 25мл Йод спирт.р-р фл 5% 25мл Йод спирт.р-р фл 5% 25мл	Radiks Dentafill Plyus Remedy CП
92	Люголь с глицерином фл 20мл	Люголь с глицерином фл 20мл Люголь с глицерином фл 20мл	Radiks Dentafill Plyus
93	Лактулоза сироп фл 200мл	Лактулоза сироп фл 200мл Лактулоза сироп фл 200мл	Radiks Dentafill Plyus
94	Пустырника настойка фл 25мл	Пустырника настойка фл 25мл Пустырника настойка фл 25мл Пустырника настойка фл 25мл	Radiks Galenika MChJ Remedy Group CП
95	Лидокаин г/х амп 1% 5мл №5	Лидокаин г/х амп 1% 5мл №5 Лидокаин г/х амп 1% 5мл №5	Novopharma Plus CП Radiks
96	Лидокаин г/х амп 10% 2мл №10	Лидокаин г/х амп 10% 2мл №10 Лидокаин г/х амп 10% 2мл №10 Лидокаин г/х амп 10% 2мл №10	Radiks Jurabek Labor Узхимфарм
97	Лидокаин г/х амп 2% 2мл №10	Лидокаин г/х амп 2% 2мл №10 Лидокаин г/х амп 2% 2мл №10 Лидокаин г/х амп 2% 2мл №10 Лидокаин г/х амп 2% 2мл №10	Radiks Jurabek Labor Узхимфарм Novopharma Plus CП
98	Лоперамид капс. 2мг №20	Лоперамид капс. 2мг №20 Лоперамид капс. 2мг №20 Лоперамид RG таб 2мг №20	ATM Pharm Nika pharm Remedy Group CП
99	Магния сульфат амп 25% 5мл №10	Магния сульфат амп 25% 5мл №10 Магния сульфат амп 25% 5мл №10	Jurabek Labor Novopharma Plus CП
100	Брилли.зелени спирт. р-р фл 1% 10мл	Брилли.зелени спирт. р-р фл 1% 10мл Брилли.зелени спирт. р-р фл 1% 10мл Брилли.зелени спирт. р-р фл 1% 10мл	Radiks Galenika MChJ Dentafill Plyus
101	Брилли.зелени спирт. р-р фл 1% 20мл	Брилли.зелени спирт. р-р фл 1% 20мл Брилли.зелени спирт. р-р фл 1% 20мл	Radiks Galenika MChJ Dentafill Plyus Remedy CП Remedy Group CП
102	Мекгидролин таб 0,1г №10	Диазолин таб 0,1г №10 Диазолин таб 0,1г №10	Dentafill Plyus SAMO
103	Мелоксикам таб 7,5мг №20	Меларт таб 7,5мг №20 Мелоксам таб 7,5мг №20	Nika pharm Jurabek Labor
104	Меновазин спирт.р-р фл 40мл	Меновазин спирт.р-р фл 40мл Меновазин спирт.р-р фл 40мл	Radiks Dentafill Plyus

105	Метамизол натрия амп 50% 2мл №10	Анальгин амп 50% 2мл №10 Анальгин амп 50% 2мл №10	Novopharma Plus СП Узхимфарм
106	Метамизол натрия амп 50% 2мл №5	Анальгин амп 50% 2мл №5 Анальгин амп 50% 2мл №5	Novopharma Plus СП Узхимфарм
107	Метамизол натрия амп таб 0,5г №10	Анальгин таб 0,5г №10 Анальгин таб 0,5г №10	Узхимфарм Radiks
108	Метронидазол д/инф. фл 500мг/100мл	Метралин д/инф. фл 0,5% 100мл Метронидазол д/инф. фл 500мг/100мл Метромед д/инф. фл 500мг/100мл	Jurabek Labor Radiks Remedy Group СП
109	Метронидазол таб 250мг №20	Метронидазол RG таб 250мг №20 Метронидазол таб 250мг №20	Remedy Group СП Dentafill Plyus
110	Никотиновая к-та амп 1% 1мл №10	Никотиновая к-та амп 1% 1мл №10 Никотиновая к-та амп 1% 1мл №10	Узхимфарм Jurabek Labor
111	Фурациллин таб 0,02г №10	Фурациллин таб 0,02г №10 Фурациллин таб 0,02г №10	Узхимфарм SAMO
112	Нистатин таб 500тыс.ед. №20	Нистатин таб 500тыс.ед. №20 Нистатин RG таб 500тыс.ед. №20	Dentafill Plyus Remedy Group СП
113	Нистатиновая мазь 100тыс.ед. 15г	Нистатиновая мазь 100тыс.ед. 15г Нистатиновая мазь RG 100тыс.ед. 15г	Dentafill Plyus Remedy Group СП
114	Офлоксацин таб 200мг №10	Офлоксацин таб 200мг №10 Офлодед таб 200мг №10	Nika pharm Pharmedsanoat ЧП
115	Омепразол капсул. 20мг №30	Омепразол капсул. 20мг №30 Омизол капсул. 20мг №30 Омакс капсул. 20мг №30 Омепразол RG капсул. 20мг №30	Nika pharm Remedy СП Pharmedsanoat ЧП Remedy Group СП
116	Оксалиновая мазь 0,25% 10г	Оксалиновая мазь 0,25% 10г Оксалиновая мазь 0,25% 10г	Dentafill Plyus Radiks
117	Парацетамол сироп фл 2,4% 40мл	Парацетамол сироп фл 2,4% 40мл Парацетамол сироп фл 2,4% 40мл	Dentafill Plyus Radiks
118	Парацетамол сироп фл 2,4% 90мл	Парацетамол сироп фл 2,4% 90мл Парацетамол сироп фл 2,4% 90мл Парацетамол сироп фл 2,4% 90мл	Dentafill Plyus Radiks Remedy СП
119	Парацетамол таб 0,2г №10	Парацетамол таб 0,2г №10 Парацетамол таб 0,2г №10	Узхимфарм Radiks
120	Парацетамол таб 0,5г №10	Парацетамол таб 0,5г №10 Парацетамол таб 0,5г №10	Узхимфарм SAMO
121	Пирацетам амп 20% 5мл №10	Пирацетам амп 20% 5мл №10 Пирацетам амп 20% 5мл №10	Radiks Novopharma Plus СП
122	Пирацетам амп 20% 5мл №5	Пирацетам амп 20% 5мл №5 Пирацетам амп 20% 5мл №5	Radiks Novopharma Plus СП
123	Калия йодид таб 100мкг №50	Йодид S таб 100мкг №50 Микройодид таб 100мкг №50	SAMO Узхимфарм
124	Новокаин амп 0,5% 5мл №10	Прокаин амп 0,5% 5мл №10 Прокаин амп 0,5% 5мл №10 Прокаин амп 0,5% 5мл №10 Прокаин амп 0,5% 5мл №10	Узхимфарм Jurabek Labor Novopharma Plus СП Laxisam Pharmaceuticals
125	Новокаин амп 0,5% 2мл №5	Прокаин амп 0,5% 2мл №5 Прокаин амп 0,5% 2мл №5	Remedy Group СП Radiks
126	Новокаин амп 0,5% 5мл №5	Прокаин амп 0,5% 5мл №5 Прокаин амп 0,5% 5мл №5 Прокаин амп 0,5% 5мл №5 Прокаин амп 0,5% 5мл №5	Remedy Group СП Radiks Узхимфарм Novopharma Plus СП
127	Анаприлин таб 0,04г №10	Пропранолол таб 0,04г №10 Пропранолол таб 0,04г №10	Laxisam Pharmaceuticals Radiks
128	Ранитидин таб 150мг №20	Ранитидин таб 150мг №20 Ранитидин таб 150мг №20	Nika pharm Remedy Group СП
129	Салициловой к-ты сп.р-р фл 1% 25мл	Салициловой к-ты сп.р-р фл 1% 25мл Салициловой к-ты сп.р-р фл 1% 25мл	Radiks Galenika MChJ
130	Сенадексин таб №10	Сенадексин таб №10 Сенадексин таб №10	Dentafill Plyus Radiks
131	Сildenafil таб 100мг №4	Ремагра таб 100мг №4 Силамакс таб 100мг №4 Лиагра таб 100мг №4	Remedy СП Pharmedsanoat ЧП Laxisam Pharmaceuticals
132	Сildenafil таб 50мг №4	Ремагра таб 50мг №4 Силамакс таб 50мг №4 Лиагра таб 50мг №4	Remedy СП Pharmedsanoat ЧП Laxisam Pharmaceuticals

133	Натрия хлорид амп 0,9% 5мл №5	Натрия хлорид амп 0,9% 5мл №5 Натрия хлорид амп 0,9% 5мл №5 Натрия хлорид амп 0,9% 5мл №5	Radiks Узхимфарм Novopharma Plus СП
134	Натрия хлорид амп 0,9% 5мл №10	Натрия хлорид амп 0,9% 5мл №10 Натрия хлорид амп 0,9% 5мл №10 Натрия хлорид амп 0,9% 5мл №10	Jurabek Labor Узхимфарм Novopharma Plus СП
135	Сульфаметоксазол, триметоприм	Де-синтол таб 480мг №20 Дисепт таб 480мг №20 Онтиприм таб 480мг №20	Dentafill Plyus Nika pharm Pharmedsanoat ЧП
136	Стрептоцид таб 0,3г №10	Стрептоцид таб 0,3г №10 Стрептоцид таб 0,3г №10	Radiks Узхимфарм
137	Стрептоцид таб 0,5г №10	Стрептоцид таб 0,5г №10 Стрептоцид таб 0,5г №10	SAMO Узхимфарм
138	Стрептоцидовая мазь 10% 25г	Стрептоцидовая мазь 10% 25г Стрептоцидовая мазь 10% 25г	Galenika MChJ Remedy СП
139	Серная мазь простая 25г	Серная мазь простая 25г Серная мазь простая 25г	Dentafill Plyus Radiks
140	Пертуссин сироп фл 50мл	Пертуссин сироп фл 50мл Пертуссин сироп фл 50мл Пертуссин сироп фл 50мл	Dentafill Plyus Radiks Galenika MChJ
141	Триметазидин таб 20мг №60	Ангиозид таб 20мг №60 Кордал таб 20мг №60	Remedy Group СП Nika pharm
143	Валерианы настойка фл 25мл	Валерианы настойка фл 25мл Валерианы настойка фл 25мл Валерианы настойка фл 25мл	Remedy Group СП Radiks Galenika MChJ



Конкурентный лист лекарственных средств, производимых на отечественных фармпредприятиях за 2013 г (в суммах)

МНН	SAMO	Radiks	Узхинфарм	Dertafill Plus	Remedy Group CP	Nika pharm	Remedy CP	Laxisam Pharmaceuticals	Pharmedisoal. ЧП	ATM Pharm	Jurabek Labor.	Novopharma Plus CP	Galenika MCHJ	Макс	Мин	Среднее
Ацетилсалициловая к-та таб 0,25г №10	113	102												113	102	107,5
Ацетилсалициловая к-та таб 0,5г №10	350	295												350	295	322,5
Цитрамон П таб №6		150	180											180	150	165
Ацикловир мазь 5% 10г				1300	1300									1300	1300	1300
Ацикловир таб 0,2г №20				1300		1300								1300	1300	1300
Спирт этиловый фл 70% 25мл		430		450	350		400							450	350	400
Спирт этиловый фл 70% 50мл		675	585	600	600								600	675	585	630
Альбендазол таб 200мг №4				1350				1450						1450	1350	1400
Альбендазол таб 400мг №1					5600			2400	2500					5600	2400	4000
Амброксол сироп фл 90мл					3950		5660							5660	3950	4805
Амброксол таб 0,03г №20				1530		1750	4635			3500				4635	1530	3083
Амиодарон таб 200мг №30				7500		9500								9500	7500	8500
Амлодипин таб 10мг №30					14000			8450	18000	16800				18000	8450	13225
Амлодипин таб 5мг №30								5650	9550	11040				11040	5650	8345
Амоксициллин таб 250мг №10		555		540										555	540	547,5
Амоксициллин таб 500мг №10		1100		1100										1100	1100	1100
Амоксициллин капс. 250мг №20					5000		4500							5000	4500	4750
Амоксициллин капс. 500мг №20					6700		6000							6700	6000	6350
Ампициллин капс. 250мг №10		650			618		900							900	618	759
Ампициллина т/г таб 0,25г №10		520	550	550										550	520	535
Ампициллина т/г таб 0,5г №10		995		1050										1050	995	1023
Ампициллина н/с фл 0,5г											590	480		590	480	535
Ампициллина н/с фл 1г											850	820		850	820	835
Ампиокс н/с фл 0,5г											1200	515		1200	515	857,5
Вода для инъекций амп 10мл №10											1500	1500		1500	1500	1500
Вода для инъекций амп 5мл №10											1320	1300		1320	1300	1310
Арбидол капс. 100мг №10					11250			9000						11250	9000	10125
Аскорбиновая к-та амп 5% 2мл №10		736	1500							1260				1500	736	1118
Аскорбиновая к-та амп 5% 2мл №5		700			750									750	700	725
Аскорбиновая к-та с глюк. таб 0,1г №10	350		350											350	350	350
Аскорутин таб №10		305	300	350										350	300	325
Атенолол таб 50мг №30		1000				900								1000	900	950
Азитромицин капс. 250мг №6					12348	9000	13000							13000	9000	11000

Азитромицин капсул. 500мг №6				12348	13000					13000	12348	12674
Дибазол таб 0,02г №10	185		250							250	185	217,5
Борная мазь 5% 25г		467								467	467	467
Борной к-ты спирт. р-р фл 3% 10мл		309								300	309	300
Борной к-ты спирт. р-р фл 3% 25мл		350								350	350	350
Бромгексин сироп фл 90мл		930		1400		750				1400	750	1075
Кальция хлорид амл 10% 10мл №10								2800	2200	2800	2200	2500
Кальция хлорид амл 10% 10мл №5				1000					1100	1100	1000	1050
Кальция хлорид амл 10% 5мл №5				800					900	900	800	850
Кальция хлорид амл 10% 5мл №10								1800	1802	1802	1800	1801
Кальция глюконат амл 10% 10мл №10		5115							4700	5115	4700	4908
Кальция глюконат амл 10% 5мл №10		2660							2700	2700	2660	2680
Кальция глюконат амл 10% 5мл №5		1115							1350	1350	1115	1233
Кальция глюконат таб 0,5г №10	200		145							200	145	172,5
Календулы настойка фл 25мл		370		400						400	400	370
Камфорное масло фл 10% 25мл		665		650						1155	1155	650
Камфорный спирт фл 10% 25мл		370		480	430					480	370	425
Камфорный спирт фл 10% 50мл				750	800					800	800	750
Карбамазепин таб 200мг №50				4750	5000	13000				13000	4750	8875
Цефразолин фл 1г		1110						1490	1260	1490	1110	1300
Цефотаксим фл 1г		2000		2150				2500	3105	3105	2000	2553
Цефтазидим фл 1г				7900	5500			5500		7900	5500	6700
Цефтриаксон фл 1г				1785	14000	2600		2000	1900	14000	1785	7893
Цетиризин таб 10мг №20				4000	9000			5400		9000	4000	6500
Хлорамфеникол таб 0,5г №10		1210	1010	1300						1300	1010	1155
Ципрофлоксацин таб 250мг №20				2400	6000					6000	2400	4200
Ципрофлоксацин таб 500мг №20				3000	8000					8000	3000	5500
Ципрофлоксацин таб 250мг №10				1100	1200	1500				1500	1100	1300
Ципрофлоксацин таб 500мг №10				1600	1800	2375				2375	1600	1988
Боярышника настойка фл 25мл		465								390	465	390
Цианокобаламин амл 500мкг 1мл №5		650		700						700	650	675
Глюкоза амл 40% 10мл №5				1150					1200	1200	1150	1175
Диклофенак натрия амл 2,5% 3мл №5				1400	8300					8300	1400	4850
Диклофенак 50мг, Парацетамол 500мг №10				1164	2200					2200	1164	1682
Димедрол таб 0,05г №10			450		500					500	450	475
Дротаверин таб 0,04г №50	3600		3150			2200				3600	2200	2900
Эналаприл таб 5мг №20		650		700	970	1950				1950	650	1300
Эналаприл таб 2,5мг №20				800		1400				1400	800	1100

Эналаприл таб 10мг №20		1100			1100	1050				2500					2500	1050	1775
Эритромицин таб 0,1г №20					4500	2060									4500	2060	3280
Флуконазол капсул. 150мг №1						3800	10000			3000	8400				10000	3000	6500
Флуконазол капсул. 50мг №7					13440		13440								13440	13440	13440
Флуконазол капсул. 50мг №4						4500				3635					4500	3635	4068
Флуконазол д/инф. фл 0,2% 100мл		6650				17300									17300	6650	11975
Синафлановая мазь 0,025% 15г					1000	1200									1200	1000	1100
Глицерин медицинский фл 90мл		2700				3500									3500	2700	3100
Глицерин космет. фл 50мл		800				800									800	800	800
Глицин таб 0,1г №50		950				900									950	900	925
Солодкового корня сироп фл 90мл		1140				1500									1500	1140	1320
Солодкового корня сироп фл 50мл		760				700									760	700	730
Перекись водорода фл 3% 50мл		335				380							390		380	335	357,5
Ихтиоловая мазь 10% 20г		672				850									850	672	761
Ихтиоловая мазь 10% 25г						950							750		950	750	850
Рибоксин амп 2% 10мл №5						1500								1250	1500	1250	1375
Рибоксин амп 2% 5мл №5						1050								900	1050	900	975
Рибоксин амп 2% 10мл №10												3100	3250		3250	3100	3175
Рибоксин амп 2% 5мл №10												2100	1700		2100	1700	1900
Йод спирт.р-р фл 5% 25мл		1200				1200									1210	1200	1205
Люголь с глицерином фл 20мл		650				630									650	630	640
Лактулоза сироп фл 200мл		9500				12600									12600	9500	11050
Пустырника настойка фл 25мл		380				400							390		400	380	390
Лидокаина г/х амп 1% 5мл №5		1000											978		1000	978	989
Лидокаина г/х амп 10% 2мл №10		3040		5500								5500			5500	3040	4270
Лидокаина г/х амп 2% 2мл №10		1580		1850								1650	2000		2000	1580	1790
Лоперамид капсул. 2мг №20						1000	1000				3500				3500	1000	2250
Магния сульфат амп 25% 5мл №10												2950	2200		2950	2200	2575
Бриллиантовый зеленый спирт. р-р фл 1% 10мл		276				276								276	276	276	276
Бриллиантовый зеленый спирт. р-р фл 1% 20мл		418				390	400							340	418	340	379
Мелгидролин таб 0,1г №10		825				765									825	765	795
Мелоксикам таб 7,5мг №20							7000					1395			7000	1395	4198
Меновазин спирт.р-р фл 40мл		695				800									800	695	747,5
Анальгин амп 50% 2мл №10						2200							2200		2200	2200	2200
Анальгин амп 50% 2мл №5						3381							1215		3381	1215	2298
Анальгин таб 0,5г №10		300				240									300	240	270
Метронидазол д/инф. фл 500мг/100мл		1550					5625						1490		5625	1490	3558
Метронидазол таб 250мг №20						810	1225								1225	810	1018
Никотиновая к-та амп 1% 1мл №10						1600							1875		1875	1600	1738
Фурациллин таб 0,02г №10		500				250									500	250	375

Нистатин таб 500тыс.ед. №20			2400	2287						2400	2287	2344
Нистатиновая мазь 100тыс.ед. 15г			1900	1900						1900	1900	1900
Офлоксацин таб 200нг №10					2500			3500		3500	2500	3000
Офлоксацин д/инф. фл 0,2% 100мл				11250			3531			11250	3531	7391
Омепразол капс. 20мг №30				3000	2400	4500		3400		4500	2400	3450
Оксолиновая мазь 0,25% 10г	1208		1500							1500	1208	1354
Парацетамол сироп фл 2,4% 40мл	560		600							600	560	580
Парацетамол сироп фл 2,4% 90мл	950		1400			1000				1400	950	1175
Парацетамол таб 0,2г №10	185	180								185	180	182,5
Парацетамол таб 0,5г №10	375	400								400	375	387,5
Пирацетам амл 20% 5мл №10	2232								2828	2828	2232	2530
Пирацетам амл 20% 5мл №5	1115								1450	1450	1115	1283
Калия йодид таб 100мкг №50	3200	2208								3200	2208	2704
Новокаин амл 0,5% 5мл №10		1599				1944			2190	2365	1599	1982
Новокаин амл 0,5% 2мл №5	400		450							450	400	425
Новокаин амл 0,5% 5мл №5	900	900	700						1050	1050	700	875
Анаприлин таб 0,04г №10	230					315				315	230	272,5
Ранитидин таб 150мг №20			1600	765						1600	765	1183
Салициловой к-ты сп.р-р фл 1% 25мл	380									340	380	340
Сенадексин таб №10	201	201								201	201	201
Силденафил таб 100мг №4					12000	6000	7230			12000	6000	9000
Силденафил таб 50мг №4					7000	5000	5409			7000	5000	6000
Натрия хлорид амл 0,9% 5мл №5	1000	750							900	1000	750	875
Натрия хлорид амл 0,9% 5мл №10		1800							2190	1900	2190	1800
Сульфаметоксазол, триметоприм			1400	2400			1800			2400	1400	1900
Стрептоцид таб 0,3г №10	230	230								230	230	230
Стрептоцид таб 0,5г №10	400	400								400	400	400
Стрептоцидовая мазь 10% 25г					530					600	600	530
Серная мазь простая 25г	651	750								750	651	700,5
Пертуссин сироп фл 50мл	609	610								610	610	609
Триметазидин таб 20мг №60			30000	15000						30000	15000	22500
Валерианы настойка фл 25мл	415		415							457	457	415

## РЕЦЕНЗИЯ

*к магистерской диссертации выпускника специальности  
магистратуры «Менеджмент (фармация) Ташкентского  
фармацевтического института Хасанов Дилмурод Джалалдиновича  
на тему: «Мониторинг конкурентной среды на отечественном  
фармацевтическом рынке» на соискание академической степени  
магистра фармации*

Конкурентоспособность отечественного товаропроизводителя является важным направлением обеспечения экономической стабильности на фармацевтическом рынке, так как, с одной стороны, позволяет формировать экспорт отечественной фармацевтической продукции и на этой основе обеспечивать поступление иностранной валюты, а, с другой стороны, способствует снижению импортной зависимости национальной фармацевтической отрасли. Анализ конкурентной среды на фармацевтическом рынке с целью выявления основных направлений его совершенствования является актуальным направлением маркетинговых исследований на современном этапе. С учетом вышесказанного магистрантом Хасановым Д.Д. выбрана вышеуказанная тема магистерской диссертации, с целью разработки направлений маркетинговой деятельности по обеспечению конкурентоспособности фармацевтических предприятий и предложение комплекса мероприятий по их реализации.

Для достижения поставленной цели магистрантом определены этапы исследования, сформулированные в виде следующих задач:

- изучить современные методические подходы к определению конкурентоспособности фармацевтических предприятий, анализ факторов, воздействующих на конкурентную среду фармацевтического рынка;
- исследование тенденций развития фармацевтической промышленности в Республики Узбекистан
- анализ основных направлений государственного регулирования в обеспечении конкурентоспособности отечественных фармпроизводителей
- оценка влияния мероприятий по государственной поддержке отечественных товаропроизводителей на конкурентную среду фармацевтического рынка
- анализ ассортиментной политики отечественных фармацевтических производителей;
- анализ конкурентных цен на фармацевтическом рынке;

- анализ конкурентоспособности отечественных фармпроизводителей, с оценкой конкурентоспособности выпускаемых ими лекарственных средств;
- разработка направлений развития по обеспечению конкурентоспособности отечественной фармацевтической промышленности.

Магистерская диссертация состоит из 75 страниц компьютерного текста, введения, 3 глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Результаты исследования представлены в виде 20 таблиц и 11 рисунков. Список использованной литературы включает 112 источника.

В первой главе, магистрантом определены основные критерии, воздействующие на конкурентную среду, изучены теоретико-методологические подходы на основе анализа литературных источников, для формирования методологии собственного исследования.

Во второй главе, было проведен анализ современного состояния развития фармацевтической промышленности в Республике Узбекистан, тенденции развития фармацевтической промышленности, основные направления государственной поддержки.

В третьей главе диссертации был изучен ассортимент отечественных производителей, проведен анализ конкурентных цен и анализ конкурентоспособности лекарственных средств отечественных производителей.

В ходе проведения исследования магистрантом проведена переработка достаточно большое количество научного и практического материала. На основании полученных результатов магистерской диссертационной работы были опубликованы 2 научные статьи «Ассортиментная политика отечественных фармацевтических производителей Республики Узбекистан» «Маркетинговое исследование потребительского понимания качества, лекарственной продукции», также результаты исследования докладывались на научно-практической конференции «Интеграция образования, науки и производства в фармации» (Ташкент, 2013).

Структура и логика исследования соответствуют содержанию поставленных задач, результаты исследования получены на основе достоверных расчетов, проведенных с использованием компьютерной программы Microsoft Excell.

В целом магистрантом Хасановом Д.Д. достигнуты все цели и задачи, поставленные в ходе исследования. Вместе с тем по диссертационной работе имеются следующие пожелания и замечания:

1. В тексте диссертации приводится непоследовательная ссылка на приложения, сначала идет ссылка на четвертое, затем на пятое приложение.
2. В работе имеются орфографические и стилистические погрешности.

Приведенные выше замечания и пожелания легко устранимы и не снижают достоинств представленной магистерской диссертации.

Исходя из вышеизложенного, можно заключить, что магистерская работа Хасанова Дилмурода Джалалдиновича по актуальности, объему и значимости результатов исследования вполне отвечает требованиям, предъявляемым к магистерской диссертационной работе, и автор достоин присвоения ему академической степени магистра.

Главный специалист  
отдела научного прогнозирования  
ГАК «Узфармсаноат», к.фарм.н.



Д.Т.Ахмедова

Подпись Д.Т. Ахмедовой  
подтверждено

Нач. ОК ГАК

«Узфармсаноат»

Д.Т. Дамиева



**ХАРАКТЕРИСТИКА**  
**на выпускника специальности магистратуры «Менеджмент (Фармация)»**  
**Ташкентского фармацевтического института**  
**Хасанова Дилмурода Джалалдиновича**

Хасанов Д.Д. окончил бакалавриат Ташкентского фармацевтического института в 2012г. После окончания института в этом же году успешно сдал вступительные экзамены он был зачислен на специальность магистратуры «Менеджмент (Фармация)». С целью выполнения научно-исследовательской деятельности совместно с руководителем была выбрана актуальная тема «Мониторинг конкурентной среды на отечественном фармацевтическом рынке» с целью разработка направлений маркетинговой деятельности по обеспечению конкурентоспособности отечественных фармацевтических предприятий и предложения комплекса мероприятий по их реализации в условиях глобализации экономических процессов Республики Узбекистан.

В ходе выполнения исследований Хасанов Д.Д. провел маркетинговый анализ отечественного ассортимента фармацевтических производителей, изучив качественные и количественные показатели ассортимента, провел анализ ценовой политики на данном рынке, а также изучено конкурентоспособность отечественных фармпроизводителей. Основные результаты научных исследований Хасанова Д.Д. отражены в статье «Ассортиментная политика отечественных фармацевтических производителей Республики Узбекистан», опубликованной в сборнике «Материалы научно-практической конференции «Актуальные вопросы науки, образования и производства» (Ташкент, 2013), а также в статье «Маркетинговое исследование потребительского понимания качества, лекарственной продукции», опубликованной в журнале «Фармацевтический журнал» 2013г.

В период обучения в магистратуре наряду с научно-исследовательской деятельностью Хасанов Д. посещал лекционные и практические занятия ведущих преподавателей кафедры – доц. Умаровой Ш.З., Хидоятовой З.Ш., Саиповой Д.Т. и др. Хасанов Д. владеет прикладным программным обеспечением MS Office, Word, Excel, Power Point.

На протяжении всего периода выполнения исследовательской деятельности Хасанов Д.Д. проявил ответственность, активность, целеустремленность, исполнительность, самостоятельность и большое стремление к овладению знаний и навыков. Он показал себя как магистрант с хорошей практической подготовкой, который отлично владеет навыками работы на компьютере. Он в достаточной мере освоил методологические аспекты ассортиментного анализа, анализа ценовой политики, изучения конъюнктуры фармацевтического рынка.

Научный руководитель,  
к.фарм.н., доцент



Саипова Д.Т.

на диссертационную работу Хасанова Дилмурода Джалалдиновича на соискание академической степени магистра по специальности магистратуры «Менеджмент (фармация)» на тему «Мониторинг конкурентной среды на отечественном фармацевтическом рынке»

Обеспечение конкурентоспособности отечественного фармацевтического производителя является важным направлением обеспечения экономической безопасности страны, так как, с одной стороны, позволяет формировать экспорт отечественной фармацевтической продукции и этим обеспечивает поступление иностранной валюты, с другой стороны способствует снижению импортной зависимости фармацевтической отрасли. Вместе с тем, необходимо принимать в расчет, что особенностью фармацевтического рынка является то, что на него возложены ещё и социальные функции.

Вышесказанное, безусловно, предопределило актуальность данной темы магистерской диссертации.

Магистерская диссертация состоит из введения, трех глав, выводов, приложений и списка литературы. Она изложена на 72 страницах машинописи (без учета титульного листа, содержания, списка литературы и приложений) и иллюстрирована 21 таблицами, 11 рисунками. Список использованной литературы содержит 118 источников, из них 6 Законы Республики Узбекистан, 28 Указы и постановления Президента Республики Узбекистан и Постановления Кабинета Министров Республики Узбекистан, 1 Произведение Президента Республики Узбекистан, 75 основные литературы, 4 интернет сайта.

Во введении диссертационной работы обоснована актуальность темы, сформулированы цель и задачи, определены объект, предмет и гипотеза исследования, приведены краткий литературный обзор и краткая характеристика методологии исследования, обоснованы теоретическая и практическая значимость исследования, сформулирована научная новизна, в конце имеется данные об объеме и структуре диссертационной работы.

В первой главе автором представлен подробный анализ отечественной и зарубежной литературы, характеризующих теоретические аспекты изучения рынка лекарственных препаратов, проанализированы и обобщены данные отечественной и зарубежной литературы по анализу конкурентной среды фармацевтического рынка, определены факторы, влияющие на конкурентную среду и особенности конкуренции на фармацевтическом рынке. Сгруппированы факторы, влияющие на конкурентоспособность, на внутреннее и внешнее конкурентное преимущество производителя, определена роль государственного регулирования. Изучены пути обеспечения устойчивого конкурентного преимущества в рыночных условиях. Изучены методологические подходы к оценке конкурентной среды и конкурентоспособности.

Вторая глава посвящена исследованию тенденций развития фармацевтической промышленности в Республике Узбекистан, определению основных направлений государственного регулирования производства лекарственных средств, изучению влияния мероприятий по государственной поддержке отечественных товаропроизводителей на конкурентную среду фармацевтического рынка.

В третьей главе представлены результаты анализа оценки конкурентной среды на отечественном фармацевтическом рынке, анализа ассортимента отечественных производителей, анализа конкурентных цен на отечественном фармацевтическом рынке. Разработаны направления по развитию конкурентоспособности отечественной фармацевтической промышленности.

Выводы диссертационной работы логично вытекают из поставленных задач. В заключении диссертационной работы представлены основные выводы и предложения.

В приложениях вынесены документы, подтверждающие практическую значимость работы.

Однако к работе имеются некоторые замечания:

1. Названия нормативно-правовых актов должен быть приведен в соответствии с государственным стандартом.
2. В таблице 4 нужно привести все зарубежные и отечественные генерики азитромицина и на основе средней цены вычислить разницу. Анализ будет точным.
3. При анализе показателей конкурентоспособности по цене отечественных фармпредприятий, неизвестно по какому препарату проведены расчеты (60 стр.).
4. В диссертации отсутствует обоснование таблицы 14, 15, 16, 17, 18, 19 и 20, также рисунки 9 и 10.
5. В диссертации встречаются орфографические и стилистические ошибки.

Приведенные выше замечания и пожелания легко устранимы и не снижают достоинств представленной магистерской диссертации.

Исходя из вышеизложенного, можно заключить, что магистерская работа Хасанова Дилмурода Джалалдиновича по актуальности, объему и значимости результатов исследования вполне отвечает требованиям, предъявляемым к магистерской диссертационной работе, и автор достоин присвоения ему академической степени магистра.

Старший научный сотрудник,  
исследователь, к.фарм.н.

С.У.Алиев



*Алиев* ning imzosini tasdiqlayman  
ToshFarmi XB boshligi