

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА

Максим Александрович ПОНОМАРЕВ ^{a*}, Кирилл Александрович ФИЛИМОНОВ ^b

^a кандидат экономических наук, доцент, декан факультета менеджмента,
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (РЭУ им. Г.В. Плеханова),
Москва, Российская Федерация
ponomarev.ma@rea.ru
<https://orcid.org/0000-0002-3214-6974>
SPIN-код: 3969-4349

^b магистр факультета менеджмента,
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (РЭУ им. Г.В. Плеханова),
Москва, Российская Федерация
management@rea.ru
<https://orcid.org/0000-0003-3025-8013>
SPIN-код: отсутствует

* Ответственный автор

История статьи:

Рег. № 725/2019
Получена 13.11.2019
Получена в доработанном
виде 21.11.2019
Одобрена 25.11.2019
Доступна онлайн
13.12.2019

УДК 338.45

JEL: L51, L65, L81

Ключевые слова: сегменты
фармацевтического рынка,
структура рынка,
конкурентоспособность
фармацевтической
компании, оценка
конкурентоспособности

Аннотация

Предмет. Состояние и тенденции развития фармацевтического рынка Российской Федерации.

Цели. Разработка рекомендаций по повышению объективности оценки конкурентоспособности фармацевтической компании и развитию предпринимательства в фармацевтическом секторе экономики.

Методология. Использованы методы анализа, синтеза и логического исследования на основе информационного подхода.

Результаты. Проанализированы современное состояние фармацевтического рынка, в том числе в Российской Федерации, пути повышения конкурентоспособности фармацевтической компании, требования к объективности ее оценки. Предложен алгоритм оценки конкурентоспособности фармацевтической компании.

Выводы. Современный рынок фармацевтической продукции характеризуется высокими, стабильными темпами роста производства и продаж, что обусловлено особенностями лекарственных средств, удовлетворяющих специфическим потребностям. Спрос на лекарственные средства увеличивается независимо от экономических, политических и других факторов. Фармацевтический сектор является одним из основных по капиталоемкости, наукоемкости и социальной значимости для экономики России.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2019

Для цитирования: Пономарев М.А., Филимонов К.А. Состояние и тенденции развития фармацевтического рынка // Региональная экономика: теория и практика. – 2019. – Т. 17, № 12. – С. 2286 – 2296.
<https://doi.org/10.24891/re.17.12.2286>

Развитие фармацевтической индустрии в направлении разработки и внедрения наиболее эффективных и безопасных лекарственных препаратов является приоритетным направлением для многих ведущих стран и фармакологических компаний. Это объясняется, прежде всего, социальной значимостью продукции отрасли, изменениями в демографической ситуации во многих странах, связанными со старением

населения, повышением уровня заболеваемости лиц пожилого возраста¹.

Современное состояние фармацевтического рынка требует от его участников формирования определенной стратегии

¹ Дубровская Т.В., Лихачев А.В. Основные проблемы и пути развития современного фармацевтического рынка России. В кн.: Экономика и управление в современных условиях. Материалы международной (заочной) научно-практической конференции. Красноярск: СИБУП, 2017. С. 34–38.

поведения, способной обеспечить стабильное развитие компаний, повышение уровня их конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности, расширение деятельности на открытых глобальных рынках [1]².

Фармацевтическая промышленность отличается высоким уровнем ответственности власти и бизнеса за качество изготовленной продукции; главная цель – сохранение здоровья населения, повышение производительности труда, качества и продолжительности жизни. В фармацевтике, кроме общепризнанных аспектов конкурентоспособности фирм, связанных с удовлетворением потребностей, адаптацией к изменениям рыночной среды и созданием условий для устойчивого социально-экономического развития, особую актуальность приобретает обеспечение более высокого уровня физической, маркетинговой и ценовой доступности для потребителей фармацевтической продукции и создание системы гарантии ее качества.

Существует множество методов оценки конкурентоспособности, различающихся как по способу проведения оценки (формализованные и неформализованные), так и по характеру интерпретации выходных результатов (на основе сравнительных преимуществ, матричные, интегральные).

Многообразие методов оценки конкурентоспособности компании обусловлено целями оценки, количеством конкурентов в отрасли, способом получения информации и ее доступностью. Основным конкурентным преимуществом фармацевтической компании является качество ее продукции, которое следует рассматривать как совокупность свойств, способствующих удовлетворению потребностей. Показателями потребительской ценности лекарственного средства выступают клиническая эффективность, безопасность, удобство применения, пролонгированность

(продолжительность) действия, цена, стоимость курса лечения.

Однако конкурентоспособность фармацевтической продукции является необходимым, но недостаточным условием конкурентоспособности фармацевтической компании: первая определяется по каждому ее виду, а конкурентоспособность компании охватывает, помимо всей номенклатуры ее продукции, производственную деятельность, а также управленческую, финансовую, маркетинговую и другие сферы [2, 3]. Конкурентоспособность требует объективного инструментария для ее оценки. Методы оценки конкурентоспособности фармацевтических компаний должны отвечать определенным требованиям, обусловленным отраслевой спецификой (табл. 1).

Существующие методы оценки конкурентоспособности фармацевтической компании в современных условиях имеют четкие границы эффективного применения и недостатки: статичность, неучет параметров доверия к соответствующей торговой марке, уровня социальной ответственности, интенсивности и эффективности рекламы. Таким образом, исследование методов оценки конкурентоспособности фармацевтической компании требует комплексного подхода, прозрачной методологии и четко определенных параметров оценки, отражающих особенности функционирования компаний фармацевтической отрасли. Оценка конкурентоспособности фармацевтической компании должна быть интегрированной и определяться многими взаимосвязанными и взаимозависимыми параметрами, а именно конкурентными преимуществами – в этом случае будет обеспечена объективность. Предлагаемый алгоритм оценки конкурентоспособности и конкурентных позиций фармацевтических компаний представлен на рис. 1.

Поддержание конкурентоспособности отрасли требует постоянных инвестиций в развитие инновационных процессов³. Фармацевтическая

² Великороссов В.В., Генкин Е.В., Балаханова Д.К., Максимов М.И. Инновационные подходы к использованию инструментов стратегического управления для развития организаций малого и среднего бизнеса. В кн.: *European Scientific Conference. Сборник статей XI Международной научно-практической конференции*. Пенза: Наука и просвещение, 2018. С. 96–99.

³ Филлин С.А. Стратегическое управление инвестиционной деятельностью при переходе экономики на инновационный тип развития // *Финансы и кредит*. 2003. № 4. С. 20–48. URL:

отрасль России – один из высокотехнологических секторов экономики с быстро обновляющейся продуктовой линейкой. При этом инвестиции в фармацевтический сектор способны обеспечить высокую прибыль, а отрасль является одной из технологических платформ российской инновационной системы и может стать одним из двигателей роста российской экономики [4].

Российский фармацевтический рынок по объему занимает 14 место в мире. Объем производства лекарственных средств в России в 2016 г. вырос на 23,8% (до 286 млрд руб.), медицинских изделий – на 15% (до 52,8 млрд руб.). Рост объема производства лекарственных препаратов в 2017 г. составил 8%, медицинских изделий – 4%.

Около 80% импорта в 2016 г. пришлось на страны Европы – в первую очередь на ФРГ и Францию. Основным внешним рынком для российских производителей лекарственных средств являются страны бывшего СССР (86% от общего объема экспорта в 2016 г.) [10]. Динамика объема рынка за период 2010–2017 гг. представлена на *рис. 2*.

В 2016 г. объем российского фармацевтического рынка вырос на 6,7%, или на 85 млрд руб. При этом объем производства фармацевтических препаратов в 2017 г. по сравнению с 2016 г. увеличился на 117 млрд руб., по сравнению с 2010 г. – на 726 млрд руб. Темп роста объема рынка за весь период увеличился на 3%, составив в 2017 г. 9%. Наибольший темп роста рынка зафиксирован в 2013 г. – 14% (1 046 млрд руб.). Анализ динамики объема рынка в денежном выражении за 2010–2017 гг. представлен на *рис. 3*.

В 2017 г. по сравнению с 2016 г. наблюдался рост как в государственном, так и в коммерческих секторах, хотя доля государственных закупок снизилась на 2% и составила 23%. За рассматриваемый период государственный сектор рынка вырос на 125 млрд руб., оба коммерческих сектора – на 488 млрд руб. Доля государственных закупок за

рассматриваемый период снизилась на 6% и составила 23%.

Необходимо отметить, что рост всего рынка в 2016–2017 гг. был обеспечен в основном ростом продаж в коммерческих сегментах. Долевая структура коммерческого сегмента фармацевтического рынка представлена на *рис. 4*.

На начало 2017 г. российские препараты занимали менее 50% рынка в натуральном выражении, однако импортные препараты оказались более дорогими, поэтому они заняли 72,7% рынка в денежном выражении. Безрецептурные препараты (продаваемые без рецепта врача) доминируют на рынке в натуральном и денежном выражении, так как их легче купить. Однако рецептурные препараты выше по цене, поэтому в денежном выражении рынок был поделен приблизительно поровну (47,8% и 52,2% соответственно).

Доля российских препаратов по сравнению с 2016 г. увеличилась на 1,2% в стоимостном и на 1% в натуральном выражении. Реализация российских препаратов выросла на 18%, импортных – на 6%. Средняя стоимость упаковки российского препарата составила 71 руб., импортного – 253 руб. Рост продаж безрецептурных препаратов составил в денежном и натуральном выражении соответственно 11% и 2%⁴.

Реализация рецептурных препаратов выросла на 7% в денежном выражении и на 5,5% – в натуральном. Более значительное удорожание безрецептурных препаратов напрямую связано с ростом цен на лекарства стоимостью до 50 руб., так как лекарства этого ценового сегмента на 80% представлены безрецептурными препаратами.

Основные направления государственной политики сводятся к следующим задачам: технологическое перевооружение фармацевтического производства; импортозамещение лекарственных средств по номенклатуре жизненно необходимых и

<https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskoe-upravlenie-investitsionnoy-deyatelnostyu-pri-perehode-ekonomiki-na-innovatsionnyy-tip-razvitiya/viewer>

⁴ Мехедова Н.Ю. Анализ структуры фармацевтического рынка Российской Федерации // Наука XXI века: актуальные направления развития. 2017. № 1-2. С. 224–226.

важнейших лекарственных препаратов; вывод на рынок российской инновационной продукции; увеличение экспортного потенциала фармацевтической промышленности; кадровое обеспечение отрасли в целях перехода на инновационную модель развития предпринимательства [5] в фармацевтической отрасли.

Одним из результатов проведения государственной политики [6] в фармацевтической отрасли стало увеличение доли продаж российских препаратов в стоимостном выражении с 2013 г. и в натуральном – с 2015 г. Более интенсивный рост доли продаж данных препаратов в стоимостном выражении связан с наращиванием доли российских инновационных лекарственных средств, имеющих более высокую цену. Так, средняя стоимость упаковки в 2016 г. в этом секторе составила 1 700 руб., когда в целом по рынку – 265 руб⁵.

Современными тенденциями и направлениями развития мирового фармацевтического рынка являются:

- рост фармацевтической глобализации; гармонизация законодательной базы и активизация реформ в системе здравоохранения; увеличение масштабов проведения НИОКР и объемов производства медицинских препаратов в КНР и Индии, а также в странах, где возможно сокращение расходов;
- выход фармацевтических компаний на рынки с лучшими перспективами развития и возможностями роста;
- распространение практики диверсификации деятельности крупнейшими фармацевтическими компаниями [7];
- увеличение количества поддельных и некачественных лекарств на рынке;

– концентрация производства посредством слияний и поглощений на мировом фармацевтическом рынке.

Развивать предпринимательство в фармацевтическом секторе экономики необходимо с учетом обозначенных тенденций. Конкурентоспособность фармацевтической компании включает конкурентоспособность фармацевтической продукции и оценку всех сфер ее деятельности – финансовой, маркетинговой, управленческой⁶. Для оценки конкурентоспособности фармацевтической компании необходим инструментарий, который должен соответствовать набору критериев (требований), призванных обеспечить его объективность.

Существующие методы оценки конкурентоспособности фармацевтической компании имеют недостатки, вызванные неучетом уровня доверия потребителей к торговой марке и социальной ответственности компании, влияния рекламы. Чем более полно охвачены факторы, влияющие на деятельность фармацевтической компании на рынке и на ее экономический потенциал, тем объективнее будет оценка ее конкурентоспособности. Для рынка фармацевтических препаратов это особенно критично⁷. Современные исследования показывают, что наличие прочной базы лояльных клиентов является одним из наиболее значимых факторов устойчивости и успешности бизнеса в рыночных реалиях. Часто эффективные продажи руководство связывает исключительно с навыками отдельных менеджеров по эффективному распространению продуктов и предоставлению услуг фармацевтической компании. Однако продажи включают также использование современных управленческих технологий: руководство фармацевтической компанией с ориентацией на клиента; эффективную организацию взаимоотношений с клиентами, деловыми партнерами и поставщиками;

⁵ Пятак Ю.А. Анализ тенденций и перспектив развития фармацевтического рынка России. В кн.: Предприятия, отрасли и регионы: генезис, формирование, развитие и прогнозирование. Сборник научных трудов по материалам III Международной научно-практической конференции, 2017. Пермь: Профессиональная наука, 2017. С. 170–177.

⁶ Измайлов А.М. Анализ существующих подходов к оценке конкурентоспособности фармацевтического промышленного предприятия // Вестник молодых ученых Самарского государственного экономического университета. 2015. № 1. С. 56–68.

⁷ Чучалина Л.А., Шишакова Ю.В. Практика анализа конкурентоспособности организации // Менеджмент: теория и практика. 2017. № 1-2. С. 165–171.

контроль процесса продаж и реализации программ лояльности клиентов.

Интегрировать клиента в фармацевтическую компанию, предоставить ему реальное индивидуальное обслуживание – задача каждой фармацевтической компании, поэтому в настоящее время акценты в корпоративной стратегии фармацевтических компаний стали смещаться в направлении повышения эффективности работы с клиентами, к приспособлению под наиболее удобные для клиента способы общения, что ведет к диверсификации каналов работы с ним. Клиент стал «фокусом» всех усилий фармацевтических компаний, а их удовлетворенность отношениями с поставщиком – ключевым фактором успеха компании. В подтверждение этого можно привести следующие факты:

- транзакционные издержки на привлечение нового клиента в среднем в 5 раз больше, чем на удержание действующего;
- большая часть компаний из списка «Fortune 500» (ежегодный список самых крупных отраслевых предприятий) теряет более 50% своих клиентов каждые 5 лет;
- удовлетворенный клиент делится информацией об удачной сделке в среднем 5 своим знакомым, неудовлетворенный – минимум 10;
- работа с большей частью клиентов приносит прибыль лишь через год (если клиент «уходит» ранее этого срока, то он приносит убытки);
- рост удержания клиентов на 5% способствует увеличению прибыли компании на 50–100%;
- около 50% существующих клиентов компании не приносят прибыли вследствие неэффективного взаимодействия с ними;
- компания в среднем контактирует с существующим клиентом 4 раза в год и 6 раз в год – с потенциальным.

Новые стратегии повышения качества обслуживания потребовали «цифровизации» и «информатизации» клиентских отношений, ориентации персонала на процесс взаимодействия с каждым конкретным покупателем посредством предоставления новых информационно-технологических возможностей. Все меньше клиентов готовы относить себя к общей массе, при этом разброс их ожиданий и требований существенно увеличивается.

Информатизация клиентских отношений необходима, чтобы сделки и операции с клиентом перешли в область прозрачных управляемых механизмов. Это предполагает наличие технологий, прежде всего информационно-коммуникационных, и бизнес-процессов, отчетности и регламента, которые гарантируют, что в отношениях с данной категорией клиентов будут поддерживаться заданные эффективность, удобство, экономия времени и частота контактов с ними.

Современный рынок фармацевтической продукции является сложным, многофункциональным и многоуровневым с высокими стабильными темпами роста производства и продаж. Причины такого роста – особенности лекарственных средств, удовлетворяющих специфическим потребностям (спрос на них увеличивается независимо от экономических, политических и других факторов) [8–10]⁸. Фармацевтический сектор экономики в настоящее время является одним из основных по капиталоемкости, наукоемкости и социальной значимости для экономики.

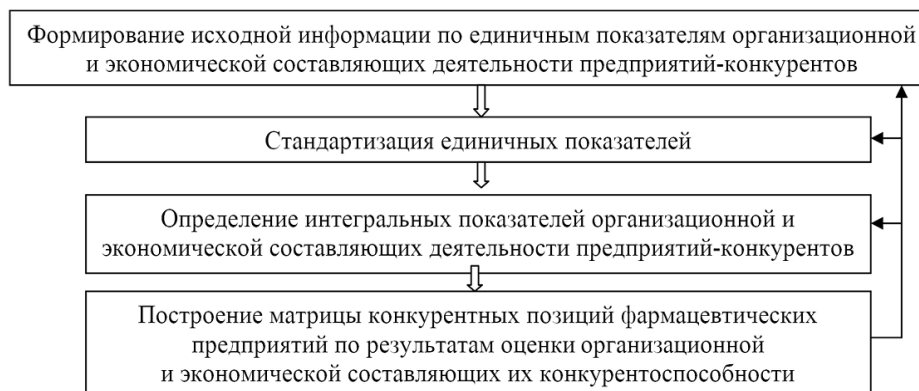
⁸ Ослина Е.Л., Подольский С.В. Современное состояние и проблемы фармацевтического рынка России // Горизонты экономики. 2017. № 4. С. 12–17.

Таблица 1**Требования к методу оценки конкурентоспособности фармацевтических компаний****Table 1****Pharma company competitive ability assessment method requirements**

Требование к методу	Содержание требования
Достаточность параметров оценки	Параметры не должны предусматривать дополнительные измерения и расчеты и требовать дополнительной корректировки
Доступность	Количественные показатели должны иметь смысловую нагрузку и быть понятными
Интегральность	Возможность объединения (обобщения) разных параметров, характеризующих фармацевтическую компанию, в один
Гибкость	Возможность оценки конкурентоспособности фармацевтической компании на всех этапах ее жизненного цикла
Оперативность получения результатов	Получение результатов оценки за короткий промежуток времени
Однозначность базы оценки	Все критерии оценки конкурентоспособности фармацевтической компании должны иметь ясную и понятную интерпретацию
Сопоставимость и однородность	Критерии оценки фармацевтических компаний, объединенных общими характеристиками и признаками оценки, должны быть одинаковы
Адекватность результатов оценки	Результаты, полученные на фармацевтической компании (или группе компаний) разными исследователями, должны быть одинаковыми
Точность и сопоставимость	Погрешность оценки должна быть сопоставимой с точностью проведения обычных технических расчетов при минимальных ошибках измерения
Учет параметров качества	Отражение соответствия условий деятельности фармацевтических компаний требованиям международных стандартов качества и правил GMP
Стратегичность	Создание условий для разработки эффективных управленческих решений, обеспечение возможности управлять состоянием фармацевтической компании с учетом долгосрочной перспективы развития
Практическая значимость	Обеспечение возможности моделирования конкурентоспособности при изменении условий внешней среды, получение практических рекомендаций по применению результатов оценки

Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Рисунок 1**Алгоритм оценки конкурентоспособности фармацевтической компании****Figure 1****A pharma company competitive ability assessment algorithm**

Источник: авторская разработка

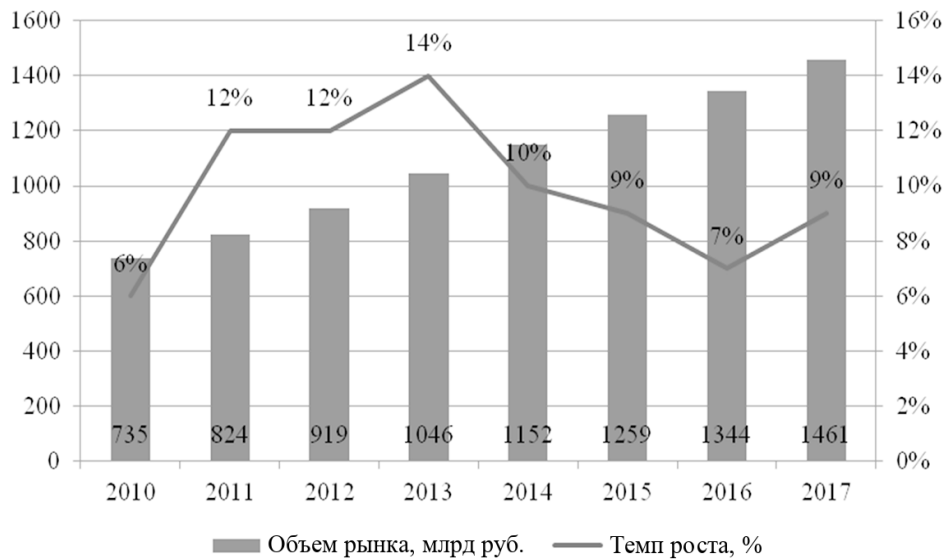
Source: Authoring

Рисунок 2

Динамика объема рынка за 2010–2017 гг., млрд руб.

Figure 2

Changes in the market size for 2010–2017, billion RUB



Источник: авторская разработка

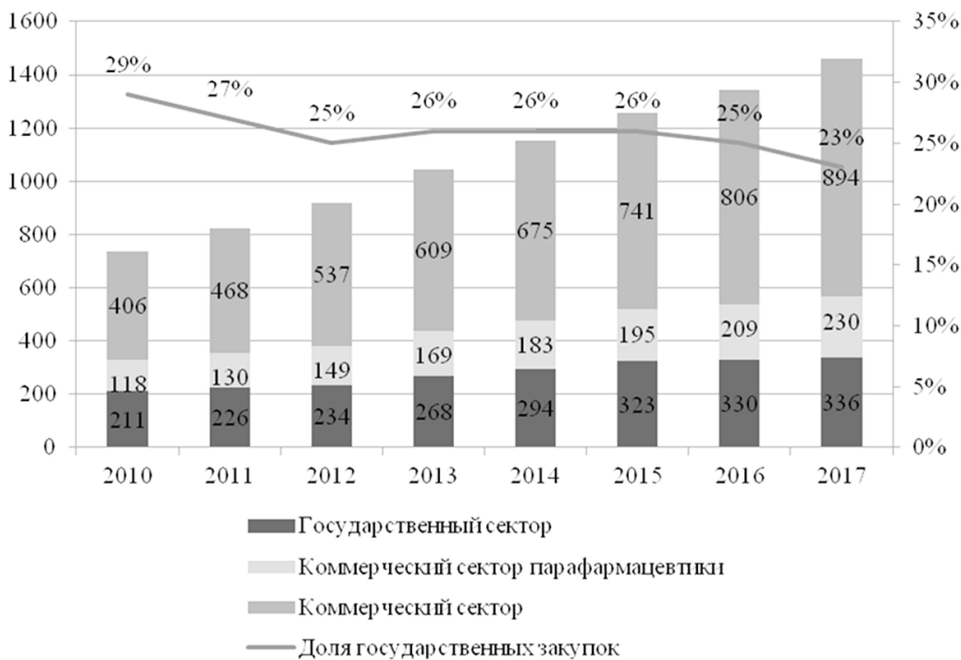
Source: Authoring

Рисунок 3

Динамика объема рынка в денежном выражении по секторам, млрд руб.

Figure 3

Changes in the market size in monetary terms by sector, billion RUB



Источник: авторская разработка

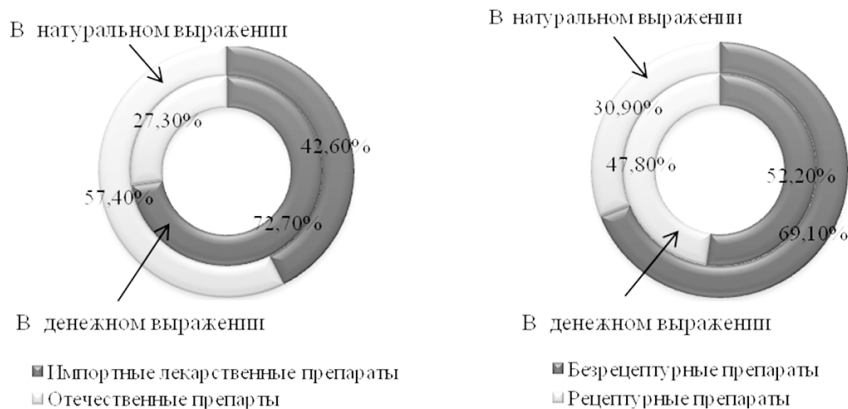
Source: Authoring

Рисунок 4

Долевая структура коммерческого сегмента фармацевтического рынка на начало 2017 г.

Figure 4

The share structure of the pharmaceutical market commercial segment at the beginning of 2017



Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. Измайлов А.М. Подход к повышению конкурентоспособности фармацевтического промышленного предприятия // Теория и практика общественного развития. 2015. № 12. С. 168–170. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhod-k-povysheniyu-konkurentosposobnosti-farmatsevticheskogo-promyshlennogo-predpriyatiya/viewer>
2. Назмутдинова Е.В., Андреева О.С. Конкурентоспособность компании на фармацевтическом рынке // Экономика и предпринимательство. 2015. № 11-1. С. 1097–1099.
3. Назмутдинова Е.В. Обоснование последовательности формирования стратегии развития отрасли // Экономика и предпринимательство. 2015. № 11-2. С. 474–476.
4. Филин С.А. Стратегические технологические платформы как основа технологической безопасности России в будущем // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2019. Т. 15. Вып. 1. С. 18–34. URL: <https://doi.org/10.24891/ni.15.1.18>
5. Пономарев М.А., Копылова Н.А. Предпринимательство: проблемы управления и перспективы развития // Экономика и управление: проблемы и решения. 2017. № 2. Т. 3. С. 23–34.
6. Великороссов В.В., Пономарев М.А., Старостин С.Ю., Лошков Б.Д. Исследование процессов государственного регулирования экономической концентрации: зарубежный опыт // Инновации и инвестиции. 2019. № 2. С. 40–46. URL: <http://www.innovazia.ru/upload/iblock/c9d/%E2%84%96202019%20%D0%98%D0%B8%D0%98.pdf>
7. Филин С.А., Чиликина Е.Б. Концепции инновационного стратегического управления инвестициями на дифференцированном предприятии // Экономический анализ: теория и практика. 2010. Т. 9. Вып. 38. С. 22–37. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsii-innovatsionnogo-strategicheskogo-upravleniya-investitsiyami-na-diversifitsirovannom-predpriyatii/viewer>

8. Федорова Ю.В., Федотова Л.С. Импортозамещение как фактор развития фармацевтического рынка России // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». 2015. Т. 25. Вып. 6. С. 55–58. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/importozameschenie-kak-faktor-razvitiya-farmatsevticheskogo-rynka-rossii/viewer>
9. Beloborodova A.L., Antonchenko N.G., Pavlova A.V. et al. Analysis of the General Development Trends and the Level of Digitization of the Pharmaceutical Market in the Russian Federation. In: Ashmarina S., Mesquita A., Vochozka M. (eds) Digital Transformation of the Economy: Challenges, Trends and New Opportunities. Advances in Intelligent Systems and Computing, 2019, vol. 908, pp. 280–290. Springer, Cham. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-11367-4_27
10. Тюкин А.Л., Чулаевская Н.А., Белых Р.В. Современное состояние фармацевтического рынка России // ПРО-Экономика. 2019. № 2. URL: <https://proeconomics.ru/catalog/2019/2/tyukin.pdf>

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

PHARMACEUTICAL MARKET DEVELOPMENT: THE STATE AND THE TRENDS

Maksim A.I. PONOMAREV^{a,*}, Kirill A.I. FILIMONOV^b

^a Plekhanov Russian University of Economics (PRUE), Moscow, Russian Federation
ponomarev.ma@rea.ru
<https://orcid.org/0000-0002-3214-6974>

^b Plekhanov Russian University of Economics (PRUE), Moscow, Russian Federation
management@rea.ru
<https://orcid.org/0000-0003-3025-8013>

* Corresponding author

Article history:

Article No. 725/2019
Received 13 November 2019
Received in revised form
21 November 2019
Accepted 25 November 2019
Available online
13 December 2019

JEL classification: L51, L65,
L81

Keywords: competitiveness,
pharma company, assessment,
pharmerging market, market
structure

Abstract

Subject This article analyzes the state of the pharmaceutical market of the Russian Federation and the trends in its development.

Objectives The article aims to develop recommendations to improve the objectivity of assessing the competitive ability of pharma companies and develop entrepreneurship in the industry of drugs and medicines.

Methods For the study, we used the methods of analysis and synthesis, and logical and information approaches.

Results The article presents an algorithm to assess the competitive ability of the drug company.

Conclusions The modern pharmaceuticals market is characterized by fast and stable growth rates of production and sales due to the peculiarities of medicines that meet the specific needs of consumers. The demand for medicines is increasing regardless of economic, political and other factors. The pharmaceutical industry is one of the major ones in terms of capital and research intensity, and social significance for the Russian economy.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2019

Please cite this article as: Ponomarev M.A.I., Filimonov K.A.I. Pharmaceutical Market Development: The State and the Trends. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2019, vol. 17, iss. 12, pp. 2286–2296.
<https://doi.org/10.24891/re.17.12.2286>

References

1. Izmaylov A.M. [An approach to competitiveness improvement of the pharmaceutical industrial enterprise]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya = Theory and Practice of Social Development*, 2015, no. 12, pp. 168–170. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhod-k-povysheniyu-konkurentosposobnosti-farmatsevticheskogo-promyshlennogo-predpriyatiya/viewer> (In Russ.)
2. Nazmutdinova E.V., Andreeva O.S. [The competitiveness of companies in the pharmaceutical market]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo = Journal of Economy and Entrepreneurship*, 2015, vol. 9, no. 11-1, pp. 1097–1099. (In Russ.)
3. Nazmutdinova E.V. [Substantiation algorithm of formation of strategy of development of the industry]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo = Journal of Economy and Entrepreneurship*, 2015, vol. 9, no. 11-2, pp. 474–476. (In Russ.)

4. Filin S.A. [Strategic technological platforms as the basis for technological security of Russia in the future]. *Natsional'nye interesy: priority i bezopasnost' = National Interests: Priorities and Security*, 2019, vol. 15, iss. 1, pp. 18–34. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.24891/ni.15.1.18>
5. Ponomarev M.A., Kopylova N.A. [Entrepreneurship: management problems and prospects of development]. *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya*, 2017, no. 2, vol. 3, pp. 23–34. (In Russ.)
6. Velikorossov V.V., Ponomarev M.A., Starostin S.Yu., Loshkov B.D. [Study of the processes of State regulation of economic concentration: international experience]. *Innovatsii i investitsii = Innovation and Investment*, 2019, no. 2, pp. 40–46. URL: <http://www.innovazia.ru/upload/iblock/c9d/%E2%84%962%202019%20%D0%98%D0%B8%D0%98.pdf> (In Russ.)
7. Filin S.A., Chilikina G.B. [Concepts of innovative strategic investment management at a specific enterprise]. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika = Economic Analysis: Theory and Practice*, 2010, vol. 9, iss. 38, pp. 22–37. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsii-innovatsionnogo-strategicheskogo-upravleniya-investitsiyami-na-diversifitsirovannom-predpriyatii/viewer> (In Russ.)
8. Fedorova Yu.V., Fedotova L.S. [Import substitution as a factor of Russian pharmaceutical market development]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya: Ekonomika i pravo = Bulletin of Udmurt University. Series: Economics and Law*, 2015, vol. 25, no. 6, pp. 55–58. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/importozameschenie-kak-faktor-razvitiya-farmatsevticheskogo-rynka-rossii/viewer> (In Russ.)
9. Beloborodova A.L., Antonchenko N.G., Pavlova A.V. et al. Analysis of the General Development Trends and the Level of Digitization of the Pharmaceutical Market in the Russian Federation. In: Ashmarina S., Mesquita A., Vochozka M. (eds) *Digital Transformation of the Economy: Challenges, Trends and New Opportunities. Advances in Intelligent Systems and Computing*, 2019, vol 908, pp. 280–290. Springer, Cham. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-11367-4_27
10. Tyukin A.L., Chulaevskaya N.A., Belykh R.V. [The current state of the Russian pharmaceutical market]. *PRO-Ekonomika*, 2019, no. 2. (In Russ.) URL: <https://proeconomics.ru/catalog/2019/2/tyukin.pdf>

Conflict-of-interest notification

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.