

УДК 338.246.832:661.12

Студ. Д.В. Сокоревская

Науч. рук. доц. Л.Ю. Пшебельская

(кафедра организации производства и экономики недвижимости, БГТУ)

## **НАПРАВЛЕНИЯ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ**

Развитие фармацевтического рынка является одной из наиболее перспективных сфер деятельности. По состоянию на 2017 год фармацевтическая отрасль в структуре обрабатывающей промышленности Республики Беларусь занимала 1,4%.

25 июля 2017 года Президентом Республики Беларусь был подписан указ №258 о ликвидации Департамента фармацевтической промышленности и создании холдинга («Белфармпром»), по производству фармацевтической продукции с целью усовершенствования управления фармацевтической отраслью. В состав холдинга по состоянию на 01.02.2019 г. входит 40 организаций, в т. ч. 8 организаций участников холдинга, 32 ассоциированных организаций, из них: 26 фармпроизводителей, 5 производителей изделий медназначения и одна организация-производитель ветеринарных препаратов [1].

В настоящее время в рамках Государственной программы развития фармацевтической промышленности Республики Беларусь на 2016-2020 годы реализуются мероприятия по развитию импортозамещающих и экспортно-ориентированных производств готовых лекарственных средств (ЛС) и фармацевтических субстанций для полного удовлетворения потребностей организаций здравоохранения и населения в эффективных, безопасных и качественных отечественных лекарственных средствах [2]. Планируется, что суммарный экономический эффект от импортозамещения в отрасли составит около 30 млн дол. США. Поставлена цель обеспечить белорусскими ЛС не менее половины внутреннего фармацевтического рынка.

Основными направлениями импортозамещения в фармотрасли являются:

– расширение выпуска ЛС (преимущественно дженериков – аналогов оригинальных ЛС, которые имеют одинаковые действующие вещества, доказанную биологическую и терапевтическую эффективность с оригиналом) для лечения широко встречающихся заболеваний, что будет способствовать дальнейшему росту доли отечественных лекарств на внутреннем рынке (вплоть до 60%);

– развитие импортозамещающих производств и проведение реконструкции фармацевтических производств с переходом на использование международных стандартов GMP («надлежащая производст-

венная практика»);

– ориентация науки на перспективные фармацевтические направления – биотехнологические препараты, противоопухолевые препараты, лекарства от диабета, астмы, аутоиммунных заболеваний, препараты, регулирующие липидный обмен, препараты для ветеринарии;

– поиск, разработка и освоение производства новых для республики ЛС и фармацевтических субстанций из местного растительного и эндокринно-ферментного сырья, специального сырья животного происхождения.

По итогам реализации Государственной программы в 2017 году достигнуты следующие показатели:

– доля белорусских ЛС на внутреннем рынке в стоимостном выражении составила 53,7%, при плане в 52,0%. Из 10 крупнейших поставщиков ЛС на белорусский рынок 5 являются иностранными компаниями (Германия, Франция, Венгрия, Швейцария, Литва);

– доля экспорта в общем объеме производства составила 28% при плане в 29%;

– зарегистрировано 123 наименования новых белорусских ЛС;

– внедрено в производство 13 импортозамещающих ЛС, которые являются дженериками;

– финансирование подпрограммы 1 «Разработка и производство новых лекарственных средств» – 4,684 млн. руб., что составляет 109,6% от плана (4,274 млн. руб.).

В рамках импортозамещения в 2017 году предприятие ОАО «Экзон» первым в Беларуси выпустило комплексный препарат для лечения вирусного гепатита С «Софослед», который является дженериком и аналогом оригинального препарата «Харвони». Цена отечественного препарата составляет около 340 дол США, в то время как импортный препарат стоит около 20 000 дол США, что позволило в 2018 году начать лечение против гепатита С за счет средств бюджета [4].

Создание высокорентабельных производств, соответствующих международным стандартам GMP, выпускающих востребованные высокоэффективные лекарственные средства, существенно сократит импорт лекарственных препаратов и увеличит экспорт белорусской продукции на внешние рынки. В перспективе, преодоление зависимости от импорта позволит нашей стране встать на путь устойчивого экономического развития.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Медицина и фармацевтика Беларуси. Новости медицины / Структура холдинга. [Электронный ресурс] – Минск, 2019. – Режим

доступа: <https://medicine.by/structure/> – Дата доступа 05.04.2019.

2. Об утверждении Государственной программы развития фармацевтической промышленности Республики Беларусь на 2016-2020 годы: Постановление Совета Министров Республики Беларусь, 28 декабря 2015 г., № 1096//Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] – Минск, 2018. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21501096>. – Дата доступа: 05.04.2019.

3. Щетко, В. А. Тенденции развития мирового рынка фармацевтической продукции // Журнал международного права и международных отношений. 2014. 2-й выпуск [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.evolutio.info/content/view/2259/235/> - Дата доступа 05.04.2019.

4. «Экзон» выпустил лекарство от гепатита [Электронный ресурс]. – Дрогичин, 2019. – Режим доступа: <http://www.drogichin.by/realnyj-sektor/ekzon-vypustil-lekarstvo-ot-gepatita/>. – Дата доступа: 13.04.2019.

УДК 339.138

Студ. К.А. Сасновская

Науч. рук. доц. Л.Ю. Пшебельская

(кафедра организации производства и экономики недвижимости, БГТУ)

### **МАРКА ИЛИ БРЕНД?**

В современном мире бренд по праву можно назвать одним из главных активов компании, ведь бренд – это восприятие и средство коммуникации с потребителем. Чем известнее бренд и безупречнее его репутация, тем выше доход компании.

Цель исследования: определить степень значимости бренда при покупке декоративной косметики и выявить марку декоративной косметики, которая является брендом в Беларуси. Задачи:

- изучить литературу по данному вопросу;
- провести опрос покупателей декоративной косметики с целью определения значимости бренда при покупке и определения основных критериев выбора покупателей;
- определить какие торговые марки Республики Беларусь в области декоративной косметики можно считать брендами.

В сети Интернет на базе Google-форм был проведен опрос покупателей декоративной косметики (девушки в возрасте 16- 35 лет). Целью опроса было определить значимость разных критериев, которыми руководствуются покупатели при выборе декоративной косметики. В опросе приняло участие 200 человек [1].

Результаты опроса: