

ADVENTURE



ПУТЕВЫЕ
ЗАМЕТКИ
ПЕТРОВАКСА





Главный редактор:
Антон Муравьев
Заместитель главного редактора:
Нина Рыжкина

Тексты: Ксения Веретенникова
Корректор: Светлана Гайденко
Дизайн, верстка: Тимур Юсупов
Фотографии: фотоархив
«НПО Петровакс Фарм»,
фотобанк Depositphotos
Иллюстрации: Катерина
Воронина
За содействие в подготовке
номера благодарим Департамент
по связям с общественностью
и госструктурами
«НПО Петровакс Фарм» и лично
Ольгу Маденко и Анну Емцову.

Отпечатано
в ООО ПГ «АРС-ПРЕСС».
Тираж 999 экз.

Распространяется бесплатно.
© Группа Интеррос, 2019



16 **Иран**



ПУТЕВЫЕ ЗАМЕТКИ ПЕТРОВАКСА

6 **Бизнес с прицелом в вечность**

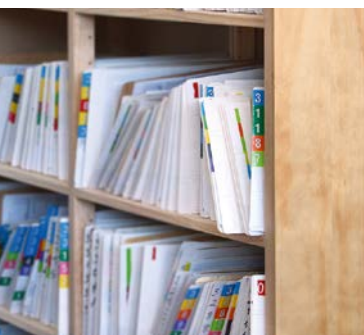
Российский продукт вполне способен завоевать всемирное признание. Каждый прорыв на зарубежные рынки — знаковое событие.

10 **Квадривалент покоряет мир**

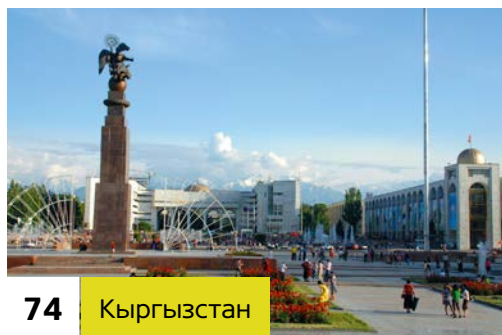
До недавнего времени одна разновидность гриппа оставалась неподвластна вакцинации. Но ученые всего мира взялись за дело, чтобы поставить штамм под контроль. Россия стала седьмой страной, где появилась четырехвалентная вакцина.

14 **Что в аптечке**

«НПО Петровакс Фарм» обладает уникальным портфелем препаратов, которые экспортируются в 12 стран мира.



76 **Египет**



74 **Кыргызстан**





Беларусь 30



Казахстан 36



Словакия 54

24 **Операция «Регистрация»**

Первый этап, который необходимо пройти компании, чтобы начать поставки своего лекарства — его регистрация в стране предполагаемого экспорта. Какие трудности приходится преодолевать на этом пути фармацевтическим компаниям?

28 **Точки роста**

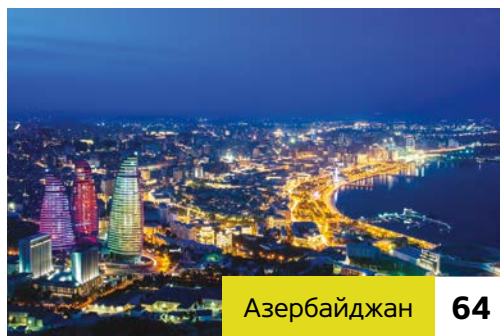
42 **Михаил Цыферов: «Сила Петровакса — в гибкости»**

48 **Елена Архангельская: «Учиться интереснее, чем учить»**

58 **Философия экспорта**



62 Грузия



Азербайджан 64



66 Армения



Узбекистан 72



Молдова 70



Украина 68

Отбросим ложную скромность и признаем — такими компаниями как «НПО Петровакс Фарм» страна вправе гордиться. Ведь они убедительно доказывают: Россия может успешно экспортировать не только сырье и вооружения. Тем более, при всем уважении к ВПК, стоит отметить, что фармацевтика — едва ли не самая высокотехнологичная из всех отраслей экономики.

Компания была основана в 1996 году. Эту дату в Петроваксе считают точкой отсчета, потому что именно тогда был зарегистрирован уникальный лекарственный препарат Полиоксидоний® — первый в мире иммуномодулятор комплексного действия, созданный группой российских ученых под руководством Аркадия Некрасова. Медицина остро нуждалась в этом лекарственном средстве.

Прошло еще четыре года, и компания Петровакс получила официальную регистрацию.

В 2008 году был открыт современный высокотехнологичный производственный комплекс в Московской области. Его построили всего за три года — рекордные сроки для биофармацевтического предприятия, работающего по международным стандартам GMP. Препараты, созданные на основе молекулы Полиоксидония®, нашли путь к сердцу российского пациента. По итогам 2012 года оборот компании составлял более \$100 млн.

В 2013 году контрольную долю «НПО Петровакс Фарм» приобрела Группа Интеррос. Продавцом выступил Европейский банк реконструкции и развития, которому на тот момент принадлежало 25,01% акций. Также свои доли продали основатели компании Аркадий Некрасов и Наталья Пучкова.

С новым владельцем Петровакс организовал масштабную экспансию своей продукции на зарубежные рынки. Сейчас компания поставляет свои лекарства в 12 государств, а в планах — расширение экспорта. В этом номере Interros Adventure специалисты Петровакса рассказали о своих поездках, поделились впечатлениями о странах и людях, с которыми довелось вести бизнес, объяснили, как они видят философию экспорта. Чтобы прорваться на зарубежные рынки, компании пришлось преодолеть много трудностей — от расхождений в системах здравоохранения государств до разницы менталитетов. Этот опыт крайне интересен и полезен. Кроме того, многие страны предстали сотрудникам Петровакса с неожиданной стороны.

Редакция журнала Interros Adventure







БИЗНЕС С ПРИЦЕЛОМ В ВЕЧНОСТЬ

Сегодня в России фармацевтический сегмент считается одним из наиболее динамично развивающихся. За последние пять лет темпы его роста составляли в среднем 10%. В 2017 году объем рынка лекарственных средств в России превысил 1,6 трлн рублей. Это на 8% больше, чем годом раньше.

ПРИ ЭТОМ ДОЛЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ РАСХОДОВ НА ФАРМАЦЕВТИКУ У НАС В ЦЕЛОМ ГОРАЗДО НИЖЕ, ЧЕМ В ВЕДУЩИХ СТРАНАХ ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ*

И в то же время есть куда расти. Нельзя сказать, что лекарственные средства занимают большое место в структуре российского экспорта, где 70% приходится на продукцию топливно-энергетического комплекса. Да и о мировом лидерстве России в инновационных разработках в области фармацевтики пока говорить рано. Хотя в некоторых сферах мы сильны. Например, в сегменте вакцин, где российский продукт вполне способен завоевать всемирное признание.

КАЖДЫЙ ПРОРЫВ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ — ЗНАКОВОЕ СОБЫТИЕ, КОТОРОЕ СВИДЕТЕЛЬСТВУЕТ О ТОМ, ЧТО ПЕРЕДОВЫЕ РАЗРАБОТКИ В ТАКОЙ СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМОЙ ОТРАСЛИ, КАК ФАРМАЦЕВТИКА, У НАС ЕСТЬ

Хорошая новость: страны Евразийского экономического союза (ЕАЭС) формируют общий рынок фармацевтических препаратов. Это значит, что лекарство, зарегистрированное в одной из стран ЕАЭС, одновременно получит одобрение и во всех остальных. Процедура регистрации станет единой. И, соответственно, получив регистрационное свидетельство в одной стране, компания-экспортер будет иметь право продавать свой продукт на всей территории

ЕАЭС. Кроме того, препараты из стран — членов Союза получают преференции при госзакупках. Это существенно облегчит жизнь экспортерам лекарств. Ведь сейчас на страны ЕАЭС в целом приходится 40% российского экспорта (для сравнения: на Евросоюз — всего 9%). При этом Россия импортирует 74% лекарственных средств из европейских стран, главным образом, из Германии и Франции.

ХОРОШО БЫЛО БЫ ЕЩЕ УСТАНОВИТЬ В РАМКАХ ЕАЭС ЕДИНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ИСПЫТАТЕЛЬНЫХ ЛАБОРАТОРИЙ И ОРГАНОВ СЕРТИФИКАЦИИ

В ЕАЭС входят Армения, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан и Россия. В статусе кандидатов вступления ждут Молдова, Узбекистан, Таджикистан, Туркменистан, Иран, Монголия, Сирия, Тунис и Турция .

Традиционно партнерские отношения в области экспорта лекарств лучше складываются со странами СНГ. С чем это связано? Во-первых, с особенностями регуляторики. У нас она сильно отличается от западного мира, где требования намного жестче. Войти на развитые рынки — в Европу, Австралию, США — крайне сложно. Поэтому российские фармацевтические компании начинают с рынков с более низкими входными барьерами. К ним относятся страны Ближнего Востока, балканские государства, страны Юго-Восточной Азии и Латинской Америки. Но речь идет лишь о первых шагах. За ними должно последовать покорение европейских и американских рынков.

Вторая причина — схожесть врачебных школ в странах СНГ и их отличия от западных. Подходы к лечению одних и тех же заболеваний могут

* DSM GROUP, Фармацевтический рынок России 2017 г.

существенно отличаться. А если врачи не привыкли выписывать определенный препарат, переубедить их — задача непростая.

Страны СНГ характеризуются высоким уровнем связей и, как уже упоминалось, сходством учебных школ. Поэтому экспорт в эти страны складывается успешно. Есть и сугубо бытовые плюсы. Для экспорта в страны СНГ не нужно переводить на английский язык досье препарата — а это 3-100 тысяч страниц! Если одна компания уже прошла весь нелегкий путь регистрации в СНГ, а ее конкурент находится только в начале этого пути, то он еще сто раз подумает, стоит ли ввязываться в столь нелегкий проект.

На продажи за рубеж влияет и политическая конъюнктура. Если на самом высшем уровне декларируются хорошие отношения между странами, то и чиновники от здравоохранения будут благоприятствовать вхождению на свой рынок российских препаратов. Или вот яркий пример: если весь западный мир вводит санкции против Ирана, то иранцы будут мечтать слезть с «фармацевтической иглы» Запада.

А что наше государство? Помогает ли оно экспортерам? В настоящее время Российский экспортный центр (РЭЦ) реализует специальные программы по поддержке экспорта. В РЭЦ предусмотрены комплексные услуги и инструменты для каждого отдельного этапа жизненного цикла проекта, например, анализ внешних рынков, международная сертификация, компенсационные выплаты экспортерам. Задачу по увеличению экспорта фармпродукции Минпромторг заложил в программу развития фармацевтической отрасли до 2030 года. Дальнейший прирост данного показателя возможен, в первую очередь, за счет развития сегмента инновационных лекарственных препаратов в узких терапевтических нишах. При государственной поддержке с 2009 года зарегистрировано 70 российских конкурентоспособных лекарственных препаратов. Ряд препаратов проходит регистрацию более чем в 60 странах мира, не только на рынке Евразийского экономического союза, но и в странах Юго-Восточной Азии, Африки и Латинской Америки, что должно обеспечить кратный прирост объемов экспорта российской фармацевтической продукции к 2030 году.

ДРУГАЯ ЗАДАЧА — ГАРМОНИЗАЦИЯ РОССИЙСКИХ РЕГУЛЯТОРНЫХ ТРЕБОВАНИЙ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ

Возможно, государство будет софинансировать проекты по экспорту. Например, обеспечит страховое покрытие. Ведь когда экспортеры работают с развивающимися странами, возникают риски неплатежеспособности. Неустойчивость политического режима страны-импортера тоже не добавляет уверенности в том, что партнерские обязательства будут выполнены.

Экспорт — чрезвычайно непростая сфера деятельности. И, тем не менее, компания, которая хочет заниматься глобальными разработками, не может ориентироваться только на внутренний рынок. Поэтому при всей сложности задач отечественные игроки фармацевтического рынка стремятся к покорению ближнего и дальнего зарубежья.

У «НПО Петровакс Фарм» есть конкурентные преимущества на мировом рынке: портфель оригинальных продуктов, современное высокотехнологичное производство по международным стандартам GMP, инвестирование в постклинические исследования препаратов и разработку новых продуктов.

**ОБЩАЯ ДОЛЯ ЭКСПОРТА
В ОБЪЕМАХ ПРОДАЖ
«НПО ПЕТРОВАКС
ФАРМ»**

11,8%**

Атлантический океан

** По данным компании «НПО Петровакс Фарм» по итогам 2018 г.

**«НПО ПЕТРОВАКС ФАРМ» ПОСТАВЛЯЕТ
СВОЮ ПРОДУКЦИЮ В 12 СТРАН:**

СЛОВАКИЮ

АЗЕРБАЙДЖАН

АРМЕНИЮ

БЕЛАРУСЬ

КАЗАХСТАН

КЫРГЫЗСТАН

МОЛДОВУ

УЗБЕКИСТАН

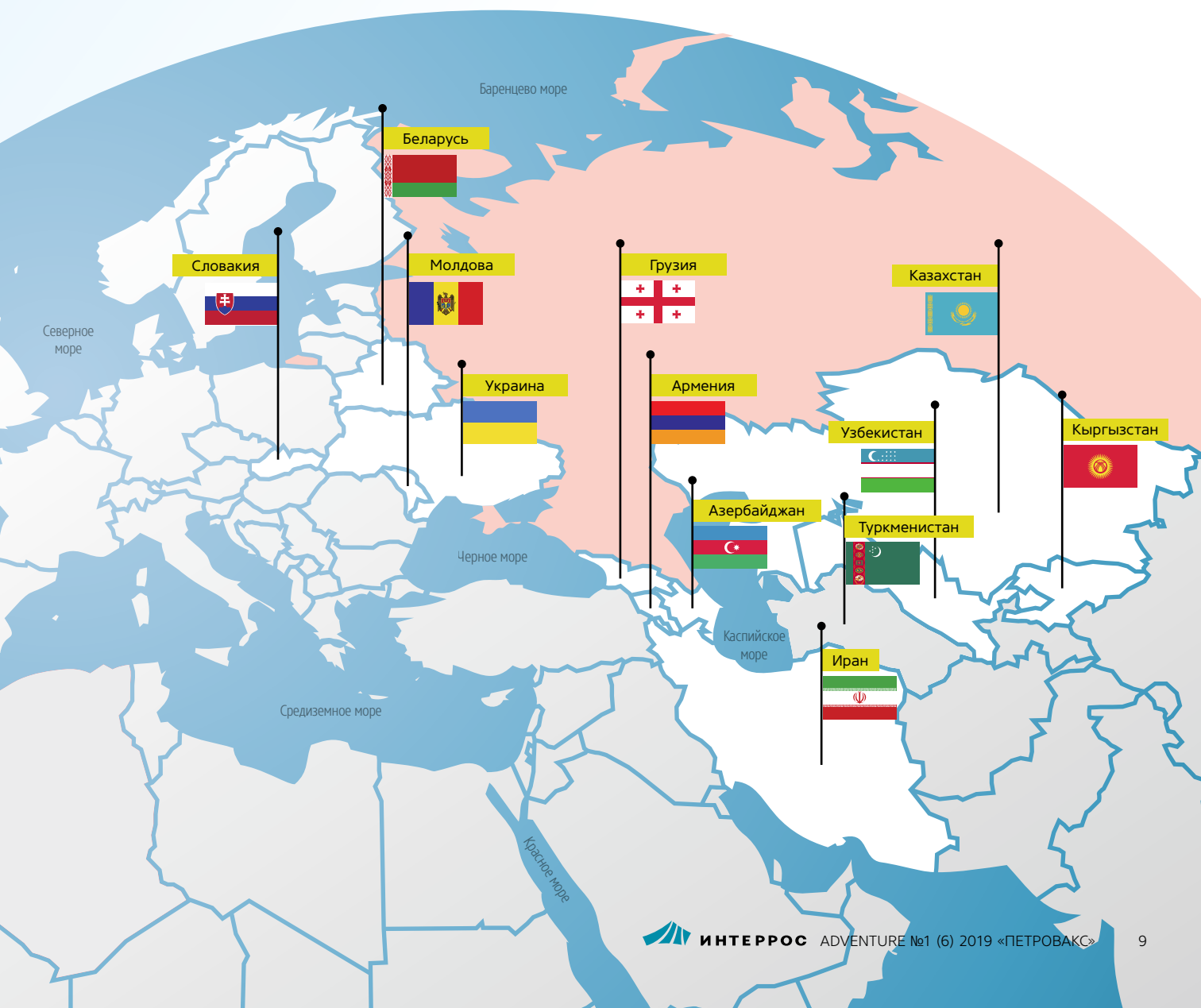
ГРУЗИЮ

УКРАИНУ

ИРАН

ТУРКМЕНИСТАН

Каждый случай — это отдельная история, включающая в себя изучение особенностей страны (и не только в части государственного подхода к здравоохранению), знакомство с менталитетом местных жителей, с культурными традициями, даже с кухней. **INTERROS ADVENTURE ПРЕДЛАГАЕТ ПОЗНАКОМИТЬСЯ С ЭТИМИ ИСТОРИЯМИ ПОДРОБНЕЕ.**





КВАДРИВАЛЕНТ ПОКОРЯЕТ МИР

Египет должен стать для «НПО Петровакс Фарм» точкой входа на рынки Ближнего Востока, Северной и Центральной Африки. У компании уже есть партнер в Пакистане, и в ближайшее время она начнет поставлять в эту страну свои препараты. Еще одно перспективное направление — Юго-Восточная Азия. Как и в случае с Египтом, Петровакс планирует начать сотрудничество сначала с одной страной, а затем расширить свое присутствие в регионе. Компания собирается зайти и в Латинскую Америку, тем более, что ее продукция уже зарегистрирована на Кубе.

В планах также укрепление позиций в Европе. Наиболее вероятные партнеры в регионе — Польша и Чехия.

Штурмовать новые бастионы «НПО Петровакс Фарм» будет уже с четырехвалентной вакциной, которая имеет высокий экспортный потенциал.

В 2012 году Всемирная организация здравоохранения рекомендовала при проведении вакцинации использовать не только трехвалентные вакцины, защищающие человека от трех разновидностей вируса гриппа, но и четырехвалентные. Такие препараты защищали бы организм от четырех штаммов вируса: двух подтипов А (H1N1 и H3N2) и двух линий В (Виктория и Ямагата).

«Долгое время считалось, что вирус гриппа В менее вирулентен и неспособен вызывать обширные эпидемии и тяжелые заболевания, — отмечает Альберт Остерхаус, председатель Европейской научной рабочей группы по гриппу (ESWI), директор Научно-исследовательского центра опасных и зоонозных инфекций (Нидерланды). — Однако опыт последних лет показывает, что география гриппа В расширяется, и его вклад в сезонные эпидемии возрастает.

На основании результатов многолетнего мониторинга в 2012 году ВОЗ признала потенциальные преимущества от включения второго штамма В в состав трехвалентных вакцин и уже в 2013 году в Европе была зарегистрирована первая четырехвалентная гриппозная вакцина».

Сейчас такой препарат производится в шести странах мира. Россия стала седьмой. Гриппол® Квадривалент производства «НПО Петровакс Фарм» — первая российская четырехвалентная вакцина против гриппа.

Компания начала разработку препарата в 2015 году. Результаты клинических исследований показали высокую эффективность и безопасность вакцины. Это позволило уже в 2017 году подать досье на регистрацию в Минздрав России. «Наш проект по созданию полностью отечественной противогриппозной четырехвалентной адъювантной вакцины — это логическое развитие тех разработок, которые позволили нам добиться успехов с вакцинами семейства Гриппол», — отметила Ольга Орехова, вице-президент по исследованиям и регистрации лекарственных препаратов в РФ и за рубежом «НПО Петровакс Фарм».

Четырехвалентная вакцина — это полностью российская разработка из отечественных субстанций и сырья. «Разумеется, Петровакс осуществляет множество других новых разработок, но создание четырехвалентной вакцины является одним из наиболее актуальных направлений, призванных максимально эффективно защищать население от крайне контагиозного и опасного вирусного заболевания — гриппа», — сказала Ольга Орехова.

Результаты клинических исследований первой российской четырехвалентной вакцины для профилактики гриппа были представлены



на международной конференции Sixth ESWI Influenza Conference в сентябре 2017 года. Тогда же «НПО Петровакс Фарм» презентовало свою новейшую разработку на международной конференции «Тенденции в исследовании гриппа 2017» в Санкт-Петербурге. В 2017 и 2018 Гриппол® Квадривалент был представлен на крупнейшей в мире специализированной выставке фармацевтической промышленности CPhI Worldwide 2018, которая проходила во Франкфурте-на-Майне (Германия) и Мадриде (Испания).

«Результаты клинических исследований первой отечественной четырехвалентной вакцины показывают, что она хорошо переносится, является низкоректогенной, обладает благоприятным профилем безопасности,— говорит Дмитрий

Лиознов, д.м.н., заместитель директора по научной работе НИИ гриппа им. А.А. Смородинцева Минздрава РФ. — Оценка иммуногенности продемонстрировала, что четырехвалентная вакцина, содержащая по 5 мкг антигенов двух вирусов типа А и двух вирусов типа В, не уступает трехвалентным референс-вакцинам по трем совпадающим штаммам и превосходит их в отношении четвертого штамма — вируса гриппа В, не включенного в трехвалентные аналоги».

По оценкам экспертов, Гриппол® Квадривалент обладает не только максимально возможным на сегодняшний день профилем эффективности и безопасности, но и безусловными фармакоэкономическими преимуществами. В России применение четырехвалентной вакцины позволит предотвратить до 265,8 тыс. случаев заболевания гриппом за сезон. С такими показа-

телями Гриппол® Квадривалент просто обречен на успех во многих странах мира.

Это — настоящий прорыв в истории вакцинации. Здесь уместно вспомнить, что само по себе появление вакцин стало переломным этапом в развитии цивилизации. Ученые считают, что во многом благодаря изобретению прививок в прошлом веке продолжительность жизни увеличилась на 30 лет.

«Вакцинопрофилактика помогла победить многие смертельные инфекции, — отмечает Николай Брико, д.м.н., профессор, заведующий кафедрой эпидемиологии и доказательной медицины Первого МГМУ им. И.М. Сеченова, главный внештатный специалист-эпидемиолог Минздрава России, академик РАН. — Хотя вирус гриппа и считается контролируемой инфекцией, но остается уникальным: способность постоянно меняться с появлением штаммов с принципиально новыми свойствами делает грипп непредсказуемым и опасным. Пандемии гриппа сопровождают человечество на протяжении многих столетий. И сегодня, несмотря на накопленные знания и современные достижения в вирусологии, генетике, молекулярной биологии, химии и наличие высокотехнологичных производств, противостояние с вирусом гриппа не ослабевают, переходя на новый этап».

На протяжении века вирус гриппа являлся человечеству в разных обликах. Ровно 100 лет назад по миру прокатились три волны «испанки». Это была самая суровая пандемия века, буквально «выкосившая» от 40 до 100 млн человек. В середине XX столетия пришли «азиатский» и «гонконгский» грипп. По разным оценкам, каждый из них унес от 1 до 4 млн жизней. А в начале XXI века на нашу голову свалились хорошо известные нам «птичий» и «свиной» грипп. По данным ВОЗ, ежегодно от эпидемий сезонного гриппа умирают 290-650 тыс. человек во всем мире. Особому риску подвергаются дети, пожилые люди и беременные женщины. Вакцинация снижает риск заболеваемости гриппом до 90%, уменьшает уровень смертности среди пожилых людей до 70%. Согласно статистике, в период с 1996 по 2017 год охват вакцинацией в России увеличился с 0,2% до 46,5%, что позволило снизить заболеваемость гриппом в 85,5 раза

Эволюция вакцин шла по пути повышения не только их эффективности, но и безопасно-

**Долгое время считалось,
что вирус гриппа В менее
вирулентен и неспособен
вызывать обширные
эпидемии и тяжелые
заболевания**

сти. Препараты первого поколения содержали ослабленный «живой» вирус гриппа, поэтому им сопутствовали такие неприятные побочные явления, как аллергические реакции, фактически — вакцинированный переболел гриппом в легкой форме. Затем появились инактивированные вакцины, содержащие частицы разрушенного вируса. Но и они могли вызвать побочные явления — повышение температуры, аллергические реакции, отеки и т.д.

Третьим этапом в борьбе с гриппом стала разработка расщепленных инактивированных вакцин, содержащих фрагменты оболочки и внутренние белки. Затем появились субъединичные вакцины, содержащие только высокоочищенные поверхностные антигены вируса. Но и этого было недостаточно. Ученые всего мира искали безопасный адъювант, способный усилить иммунный ответ. Это позволило бы снизить количество антигенов в вакцинирующей дозе. Российские специалисты решили эту задачу. Уникальный иммуноадъювант Полиоксидоний, созданный «НПО Петровакс Фарм», позволил создать четвертое поколение вакцин.

В 2017 году компания Петровакс получила независимую экспертную оценку европейской компании FluConsult об эффективности и безопасности использования молекулы Полиоксидония® в качестве адъюванта для гриппозных вакцин.

Вывод на рынок новой вакцины для профилактики гриппа Гриппол® Квадривалент открывает новые возможности в развитии экспортной деятельности компании. На всех зарубежных рынках, где присутствует Петровакс, трехвалентная вакцина постепенно будет замещаться на более современную четырехвалентную.

ЧТО В АПТЕЧКЕ?



Фармацевтические препараты

ПОЛИОКСИДОНИЙ®

(Азоксимера бромид)

Оригинальный препарат комплексного действия: иммуномодулятор, детоксикант, антиоксидант. Препарат показан при острых и хронических инфекционных заболеваниях бактериальной, вирусной или грибковой этиологии. Применяется в терапии, педиатрии, гинекологии, урологии. Формы выпуска: лиофилизат, таблетки, суппозитории.



ЛОНГИДАЗА®

(Бовгиалуронидаза азоксимер)

Современный ферментный препарат комплексного действия для лечения заболеваний, сопровождающихся гиперплазией соединительной ткани (простатит, сальпингит, эндометрит, склеродермия и др.). Препарат обладает противовоспалительной и противofiброзной активностью, микроциркуляторным и проводниковым действием. Применяется в гинекологии, урологии, дерматовенерологии, пульмонологии, ортопедии, хирургии, косметологии и отоларингологии. Формы выпуска: лиофилизат и суппозитории.

Вакцины

ГРИППОЛ® ПЛЮС

(Вакцина для профилактики гриппа [инактивированная] + Азоксимера бромид)

Российская гриппозная тривалентная инактивированная субъединичная вакцина, не содержащая консервантов. Широко применяется для всех категорий населения, в том числе групп риска: детей с 6 месяцев, беременных женщин, пожилых людей, лиц с хроническими соматическими заболеваниями, аллергозаболеваниями и иммунодефицитными состояниями. Формы выпуска: индивидуальные шприцы и ампулы.



ГРИППОЛ® КВАДРИВАЛЕНТ

(Вакцина для профилактики гриппа [инактивированная] + Азоксимера бромид)

Первая российская гриппозная четырехвалентная инактивированная субъединичная вакцина для защиты от 4-х штаммов гриппа: 2-х вирусов гриппа А (А/Н1N1+ А/Н3N2) и вирусов гриппа В 2-х линий (В/Ямагата + В/Виктория), не содержащая консервантов, в индивидуальных шприцах.



Косметические средства

ИМОФЕРАЗА®

Косметический крем для специализированного ухода за шрамами, рубцами, в состав которого входит иммобилизованная гиалуронидаза. Крем рекомендован к использованию после травм, ожогов, угревой сыпи (постакне), косметологических процедур для снижения рисков образования грубых рубцов, шрамов или улучшения внешнего вида уже существующих.



Ветеринарные препараты



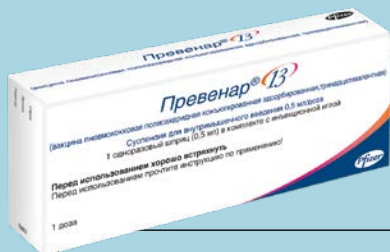
АЗОКСИВЕТ®

(Азоксимера бромид)

Иммуномодулятор комплексного действия, показан для профилактики и лечения острых и хронических инфекционных заболеваний, интоксикаций различного генеза, повышения резистентности к неблагоприятным факторам внешней среды у домашних и сельскохозяйственных животных. Форма выпуска: раствор для инъекций.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРОЕКТЫ

Локализованные препараты



ПРЕВЕНАР® 13

(Вакцина пневмококковая полисахаридная адсорбированная, тринадцативалентная).

Вакцина для профилактики пневмококковых инфекций, вызываемых бактерией *Streptococcus pneumoniae* серотипов 1, 3, 4, 5, 6A, 6B, 7F, 9V, 14, 18C, 19A, 19F, 23F, таких как сепсис, бактериемия, менингит, пневмония и острый средний отит. Рекомендована с 2-х месяцев жизни и далее без ограничения по возрасту. Выпускается «НПО Петровакс Фарм» по полному циклу производства готовой лекарственной формы в рамках сотрудничества с компанией Pfizer.



МЕТАЛИЗЕ®

(Тенектеплаза)

Иновационный тромболитик для лечения инфаркта миокарда. Это – единственный рекомендованный к применению во всем мире тромболитик с однократным болюсным введением (за 5-10 секунд), что позволяет немедленно оказать медицинскую помощь пациентам с острым инфарктом миокарда в самые ранние сроки в рамках оказания неотложной медицинской помощи. В настоящее время тенектеплаза является одним из самых изученных тромболитических препаратов. Выпускается «НПО Петровакс Фарм» в рамках сотрудничества с компанией Boehringer Ingelheim.

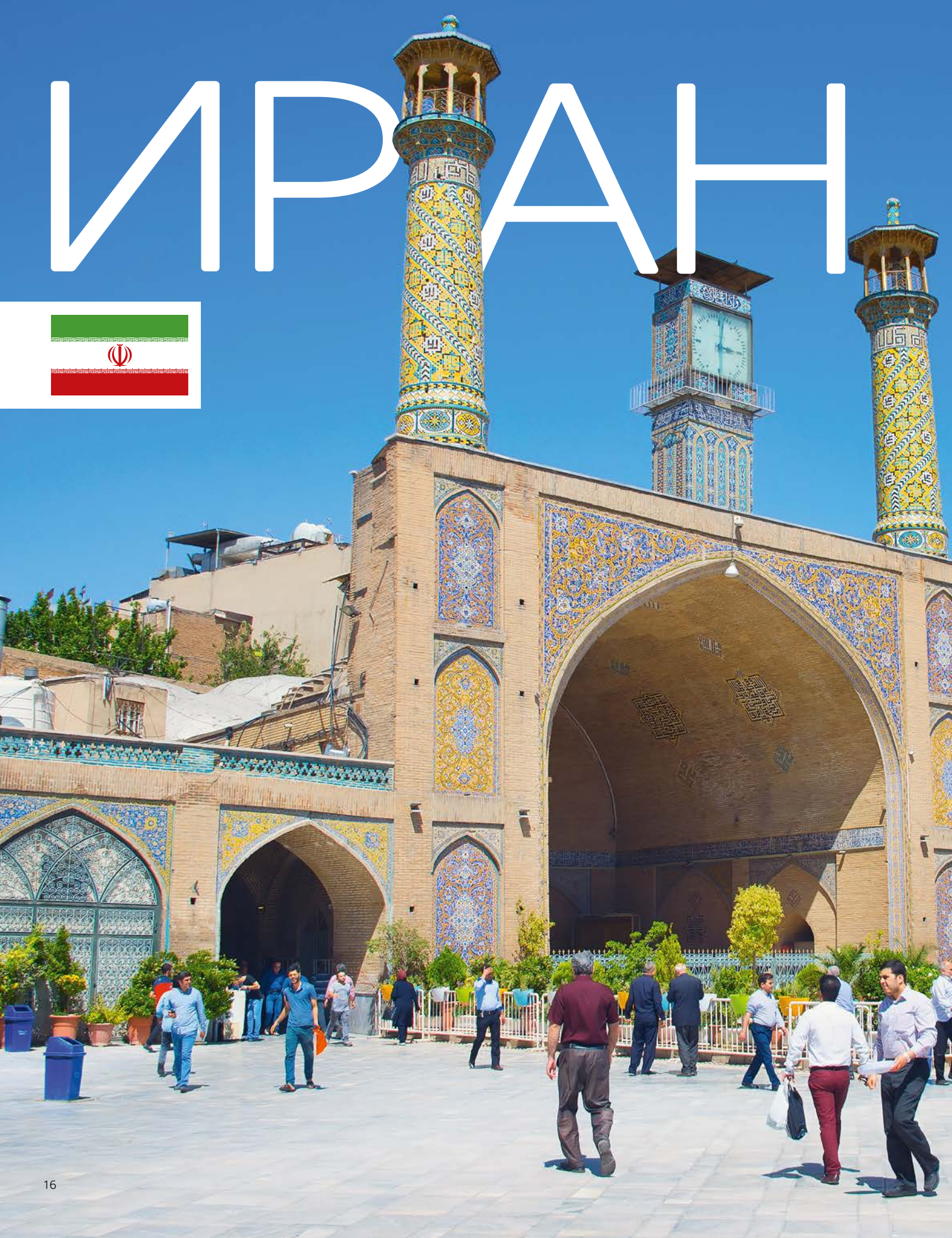


АКТИЛИЗЕ®

(Алтеплаза)

Биотехнологический тромболитический препарат, который используется не только при инфаркте миокарда, но и при ишемическом инсульте (это – главное преимущество и уникальное показание, которое доказано клинически). Алтеплаза является единственным тромболитическим средством, показанным для лечения пациентов с ишемическим инсультом в течение 4,5 часов после начала проявления симптомов. Выпускается «НПО Петровакс Фарм» в рамках сотрудничества с компанией Boehringer Ingelheim.

ИРАН

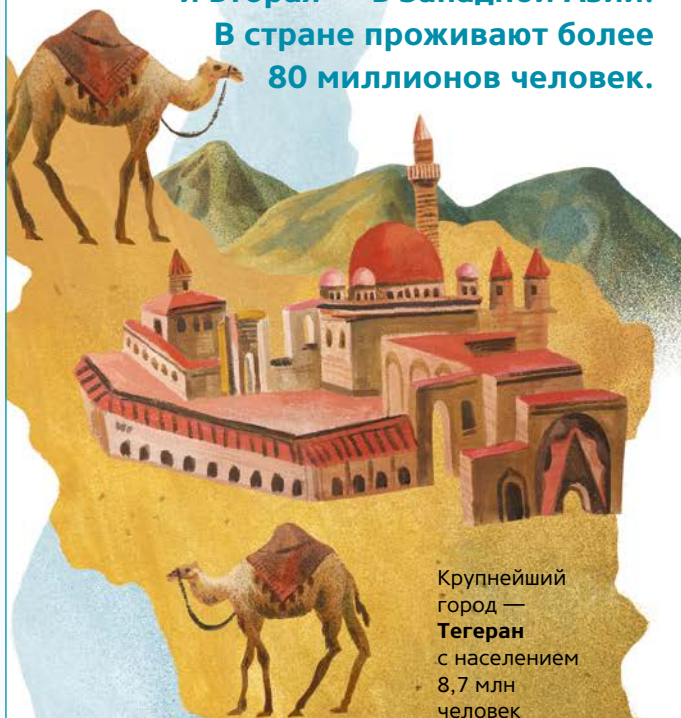


Одна из наиболее закрытых, загадочных, экзотических и легендарных стран мира, чья история насчитывает почти пять тысяч лет, весьма привлекательна не только для туристов, но и для бизнеса.

Многие компании, и не только российские, мечтают покорить страну аятолл. А уж если речь идет о производителях вакцин, то для них столь емкие рынки представляют особый интерес. Тем более, что в Иране, несмотря на высокий уровень развития фармацевтической отрасли, нет собственного вакцинного производства.



Современный Иран — это четвертая по размеру ВВП экономика в исламском мире и вторая — в Западной Азии. В стране проживают более 80 миллионов человек.



Крупнейший город — **Тегеран** с населением 8,7 млн человек

67,5%

населения Ирана живёт в городах



В Исламской Республике Иран (ИРИ) давно пытаются создать собственную противогриппозную вакцину, ведь эпидемиологическая обстановка здесь весьма непростая. В 2009 году заместитель директора Центра по мониторингу заболеваний Министерства здравоохранения ИРИ Махмуд Набави заявил о 259 заболевших гриппом, из которых больше половины вернулись в страну из-за границы после совершения хаджа. В связи с возникшими случаями заболевания гриппом, поездки паломников были приостановлены. Но не отменять же хадж вовсе?

После этого подъема заболеваемости Министерство здравоохранения Ирана рапортовало о начале разработки противогриппозной вакцины. Но уже через год чиновники объявили отнюдь не о создании лекарства, а о новой волне гриппа, уже мутировавшего. В качестве причины роста заболеваемости называли увеличение числа туристов, пожалевших прикоснуться к персидским древностям. 2011 год принес смертельные случаи. Министр здравоохранения Исламской Республики Иран Марзия Вахид Дастджерди сообщила, что в стране скончались 13 человек, заразившиеся новым вирусом гриппа. В 2013 году

↓ Работа на экспортном направлении требует знания не только основ бизнеса, но и психологии, и этнографии. И, уж конечно, такая деятельность требует недюжинного терпения.

В 2014 году вспышка гриппа в Иране унесла жизни 90 человек. Рост числа случаев со смертельным исходом продолжился и в следующем году

представители Минздрава констатировали, что заболеваемость значительно увеличилась как в столице, так и в провинциях. Особенно большое число заболевших наблюдалось в Тегеране, Гиляне, Мазандаране, Курдистане и Иламе.

В 2014 году вспышка гриппа в Иране унесла жизни 90 человек. Рост числа случаев со смертельным исходом продолжился и в следующем году. Больницы оказались переполненными. Только в одной провинции Керман были госпитализированы почти 600 человек.

И вот наступил март 2016 года. Российские разработчики вакцины против гриппа Гриппол® плюс из компании «НПО Петровакс Фарм» договорились о партнерстве с иранскими коллегами, которые приняли решение о локали-



зации производства препарата у себя в стране. После всесторонних исследований в Исламской Республике местные врачи решили, что вакцина станет полезным дополнением к их медицинскому арсеналу, и иранские производители фармацевтических препаратов запросили у Петровакса право производить вакцину в Иране. Компания поставляла вакцину в Иран еще с 2015 года. Препарат получил положительные отзывы от Министерства здравоохранения страны. Затем последовало предложение от иранской компании Sobhan Recombinant Protein передать технологию производства Гриппол® плюс.

ПРЕОДОЛЕНИЕ ТРУДНОСТЕЙ

Контракт с Ираном — безусловно, бриллиант в короне «НПО Петровакс Фарм», хотя бы потому, что Гриппол® плюс — первый российский препарат, зарегистрированный в этой стране. Это стратегическое направление укрепило экспортный потенциал компании. А Ирану было важно начать локальное производство противогриппозной вакцины.

Для Петровакса иранский проект стал настоящим вызовом. С одной стороны, переговоры с крайне сложным партнером, соприкосновение с иным менталитетом, настороженность иранских коллег по отношению к новому для них препарату. С другой, — перспективный рынок и возможность существенного расширения экспортных продаж.

Петровакс был первой российской компанией, которая зарегистрировала препарат в Иране, более того, стала его поставлять. Появление ее препаратов на рынке вызвало жесткую реакцию конкурентов. В руководстве Петровакса рассказывают, что иранские партнеры получали письма от «доброжелателей», которые отговаривали их иметь дело с российской компанией. Проводилась и деструктивная работа с пациентами. Поэтому Петровакс приглашал в Россию иранских врачей, устраивал большую конференцию, организовывал экскурсию на завод. Представители научного сообщества, врачи-иммунологи рассказывали иранцам и о принципах вакцинации в России, и о календаре вакцинации, который есть в нашем государстве. И, конечно, рассказывали непосредственно о препарате, о его преимуществах, о десятилетнем опыте клинического применения. То есть, компания проводила отдельную работу, которая впрочем, помогла год от года увеличивать продажи. В силу разницы менталитета





понадобилась определенная притирка, чтобы с иранскими партнерами возникла необходимая для сотрудничества степень доверия. Нужно помнить, что Иран долгое время находился под санкциями. Это очень закрытое общество, где многие друг друга знают, где уже сложились определенные родственные связи. Поэтому иностранной компании так трудно прорваться на этот рынок. Потребовалось преодолеть множество национальных особенностей.

Все сотрудники Петровакса, работавшие с иранцами, отмечают их медлительность, несуетливость. Впрочем, это характерно для всех восточных

стран. Да и вообще по сравнению с Москвой большая часть мира кажется нерасторопной.

Директор по стратегическому развитию бизнеса Артур Юмаев рассказывает о сложностях ведения бизнеса с иранцами: «Вязкий в переговорах партнер. Эти люди очень любят торговаться. Даже если о чем-то договорились, то они считают, что можно на следующей встрече поставить это под вопрос. Так старые темы, которые, казалось бы, уже обсудили, часто вновь поднимаются. Плюс люди не настолько прямолинейны, как в российском бизнесе. Иранцы достаточно уклончивы, начинают издалека, что также замедляет ход переговоров.



По словам иранских партнеров «НПО Петровакс Фарм», у проекта большая государственная поддержка на самом высоком уровне.

Работа в экспортном направлении требует знания не только основ бизнеса, но и психологии, и этнографии. И уж, конечно, такая деятельность требует недюжинного терпения».

ГЛУБОКАЯ СТЕПЕНЬ ЛОКАЛИЗАЦИИ

По условиям соглашения с Ираном, в течение следующих трех лет предполагалась постепенная передача технологии цикла производства вакцины. Процесс идет, хотя и медленно.

«В Иране задумана более глубокая степень локализации, — рассказывает вице-президент

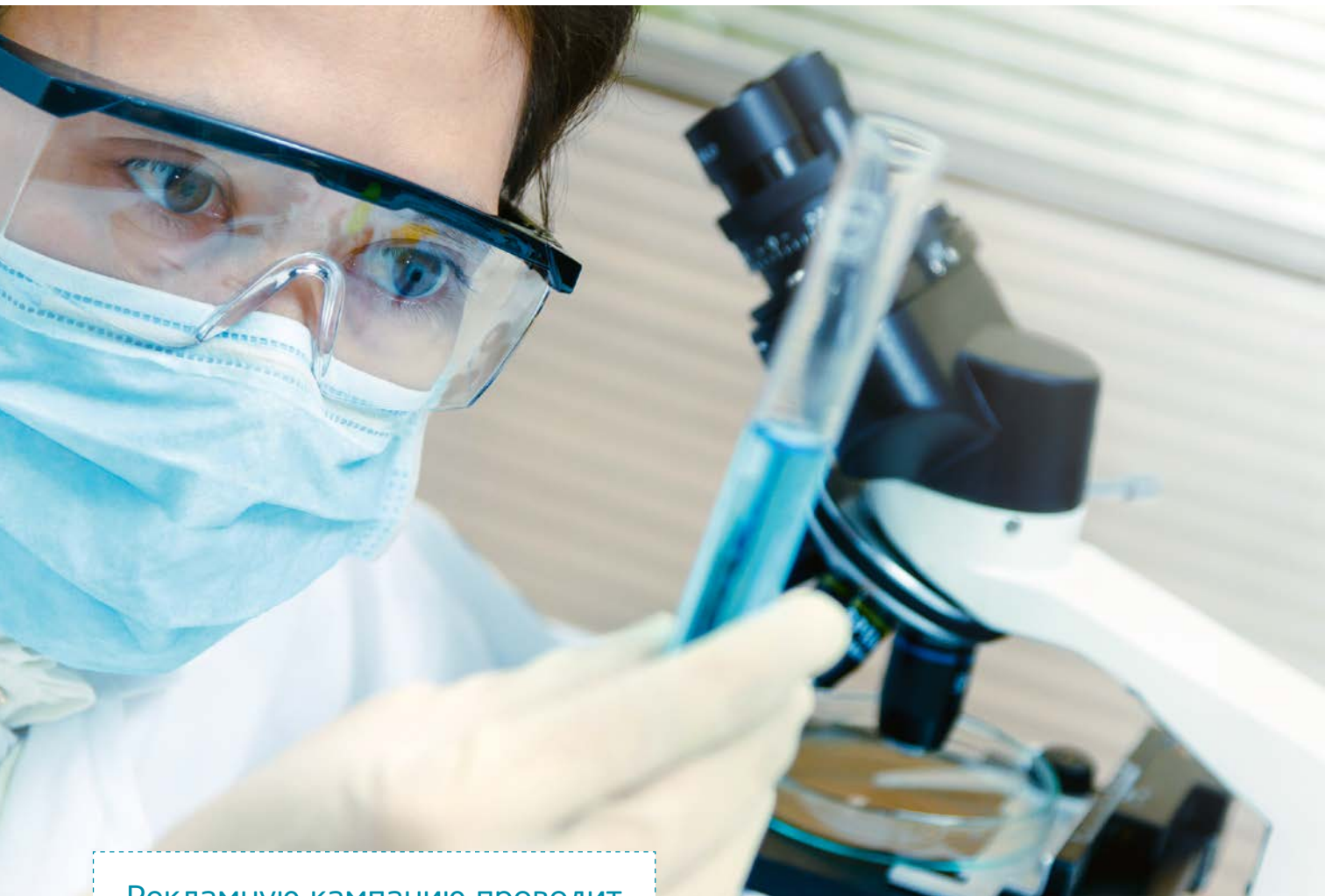
по производственной деятельности и качеству «НПО Петровакс Фарм» Павел Носырев. — Там по уже подписанному соглашению о намерениях иранцы хотят не только получать у себя готовый раствор вакцины и разливать его в шприцы или в ампулы, но и со временем наладить производство самого раствора вакцины из компонентов. То есть, получать отдельно антигены, отдельно наш Полиоксидоний® и «собирать» вакцину самостоятельно под нашим надзором. Мы остаемся разработчиком и владельцем продукта, владельцем технологии, поэтому должны держать процесс под контролем, поскольку несем за это ответственность. Мы уже были готовы запустить с иранскими партнерами процесс розлива и передачи методов контроля, но иранцы решили заменить производственную площадку. Сейчас идет подготовка второй производственной площадки с их стороны».

По словам иранских партнеров «НПО Петровакс Фарм», проекту оказывают большую государственную поддержку на самом высоком уровне. Об этом косвенно свидетельствует и тот факт, что встречи с партнерами проходили в посольстве Ирана в Москве. Кроме того, Минздрав ИРИ активно участвует в инспектировании производства. В планах развития компании регистрация и вывод на рынок Ирана квадративалентной вакцины для профилактики гриппа.

НА ПУТИ К МОНОПОЛИЗАЦИИ РЫНКА

Пока процесс локализации идет свои чередом, Петровакс продолжает экспортировать Гриппол® плюс в Иран. В 2017 году был поставлен миллион доз. При этом с 2015 года объем поставок постоянно увеличивается. Если локализация произойдет, количество доз достигнет пяти миллионов. Задача максимум — монополизация рынка.

Важно учесть, что вакцинирование в Иране — это коммерческий бизнес, а не государственная программа. Во многих странах есть национальный календарь прививок — документ, утвержденный национальным Министерством здравоохранения. В нем оговариваются сроки и типы профилактической вакцинации, которая проводится бесплатно за счет федерального бюджета. Поставщика вакцины выбирают по итогам тендера. В этом случае компании не нужно тратить усилия на продвижение своей продукции: все сделает государство. В Иране же ситуация



Рекламную кампанию проводит иранский партнер. В ней используются образы, понятные местному населению. Например, девушка восточной внешности

↓ Пожалуй, самая первая ассоциация с иранской женщиной — это платок. Причем его там должны носить даже европейские туристки.



другая. Люди прививаются за свой счет, поэтому лояльность потребителей играет большую роль. Необходимо проводить работу с пациентами, объяснять важность прививки. Рекламную кампанию проводит иранский партнер. В ней используются образы, понятные местному населению, например, девушка восточной внешности. При этом текст рекламы практически полностью совпадает с российским вариантом.

ХИДЖАБ, КУХНЯ, ПРИВЫЧКИ

Иранский проект — это интересная бизнес-задача и отличная тренировка для сотрудников экспортного направления «НПО Петровакс Фарм». Кажется, что после работы с таким сложным партнером осваивать другие рынки будет намного проще. Кроме того, это — отличная возможность познакомиться с экзотической страной, погрузиться в ее необычную атмосферу, получить собственные впечатления, которые могут сильно отличаться от наших привычных представлений об Иране. Для многих россиян страна аятолл — государство религиозных фанатиков с множеством запретов. Так ли это на самом деле?

«Когда мы общались на производствах, культурные различия почти не чувствовались. А вот когда попадаешь в город — другое дело. Исламская республика, совершенно иной менталитет, привычки, — рассказывает Павел Носырев. — Первое, что бросается в глаза, — это дресс-код и отношение к женщине. Не принято, чтобы женщина первая заговаривала с мужчиной. Не принято, чтобы мужчина пропускал женщину вперед при входе в лифт, здоровался с ней за руку».

Пожалуй, самая первая ассоциация с иранской женщиной — это платок. Причем его в Иране должны носить даже европейские туристки.

«У меня были ожидания, что я приеду в особенную, уникальную географическую ситуацию, увижу там несовременный уровень всего. Нет, там все вполне соответствует времени, — вспоминает Елена Архангельская, президент «НПО Петровакс Фарм» с 2015 по 2018 гг. — Иран, безусловно, мусульманская страна, где женщина играет определенную роль. Естественно, женщины немусульманского вероисповедания обязаны следовать всем традициям, носить платок и соответствующую одежду, независимо от жары. Но когда ты осознаешь требования этикета, то тебе не жарко даже в пальто и в платке в +35 граду-

сов. И понимаешь, что мужчина не может на тебя смотреть и подавать тебе руку. Тоже через какое-то время ты к этому привыкаешь, а они привыкают к тому, что с ними переговаривается европейская женщина в качестве главы компании».

Директор по развитию бизнеса «НПО Петровакс Фарм» Артур Юмаев говорит, что в целом страна не кажется религиозно фанатичной: «Тегеран производит впечатление достаточно прогрессивного города с точки зрения баланса духовного и светского государства».

Но, как во многих ближневосточных городах, в Тегеране, по словам Артура Юмаева, очень плохо обстоит дело с соблюдением правил дорожного движения. На дорогах прав тот, кто наглей. А вот ближневосточная кухня произвела самое благоприятное впечатление: «Еда там вкусная, но мне вообще нравится ближневосточная еда.



Много мяса и овощей, не очень много мучного. При этом иранцы уверяют, что у них все продукты натуральные, не генномодифицированные. Едят они много, но при этом большинство людей достаточно стройные — просто из-за правильного питания».



ОПЕРАЦИЯ «РЕГИСТРАЦИЯ»

Первый этап, который необходимо пройти компании, чтобы начать поставки своего лекарства, — его регистрация в стране предполагаемого экспорта. О том, как происходит этот непростой процесс, рассказывает **Марал Оразова, директор департамента по регистрации лекарственных средств «НПО Петровакс Фарм» с 2007 по 2018 год.**

”



— Итак, компания хочет зарегистрировать свое лекарство в конкретной стране. С чего начать?

— У нас в Петроваксе все строится так: мы находим контрагента в интересующей нас стране, который на ее территории будет представлять наши интересы. Затем изучаем национальные регуляторные требования. Готовим регистрационное досье препарата, консультируясь при этом с контрагентом. Потом отправляем ему досье, а уже контрагент сдает его в Минздрав страны. Там наши документы проходят экспертизу. Она состоит из нескольких этапов. На первом этапе осуществляют первичную экспертизу: досье проверяют на соответствие требованиям данной страны. Далее следует специализированная экспертиза. Как правило, она делится на фармакопейную и фармакологическую экспертизу. Фармакопейная экспертиза включает в себя проверку качества препарата. А фармакологическая экспертиза — это оценка данных клинических исследований, инструкций по медицинскому применению и сопутствующей документации по

фармаконадзору, по безопасности лекарственных средств. Проводится и лабораторная экспертиза непосредственно образцов лекарственных средств. Затем происходит выдача заключения о возможности регистрации препарата на территории той или иной страны.

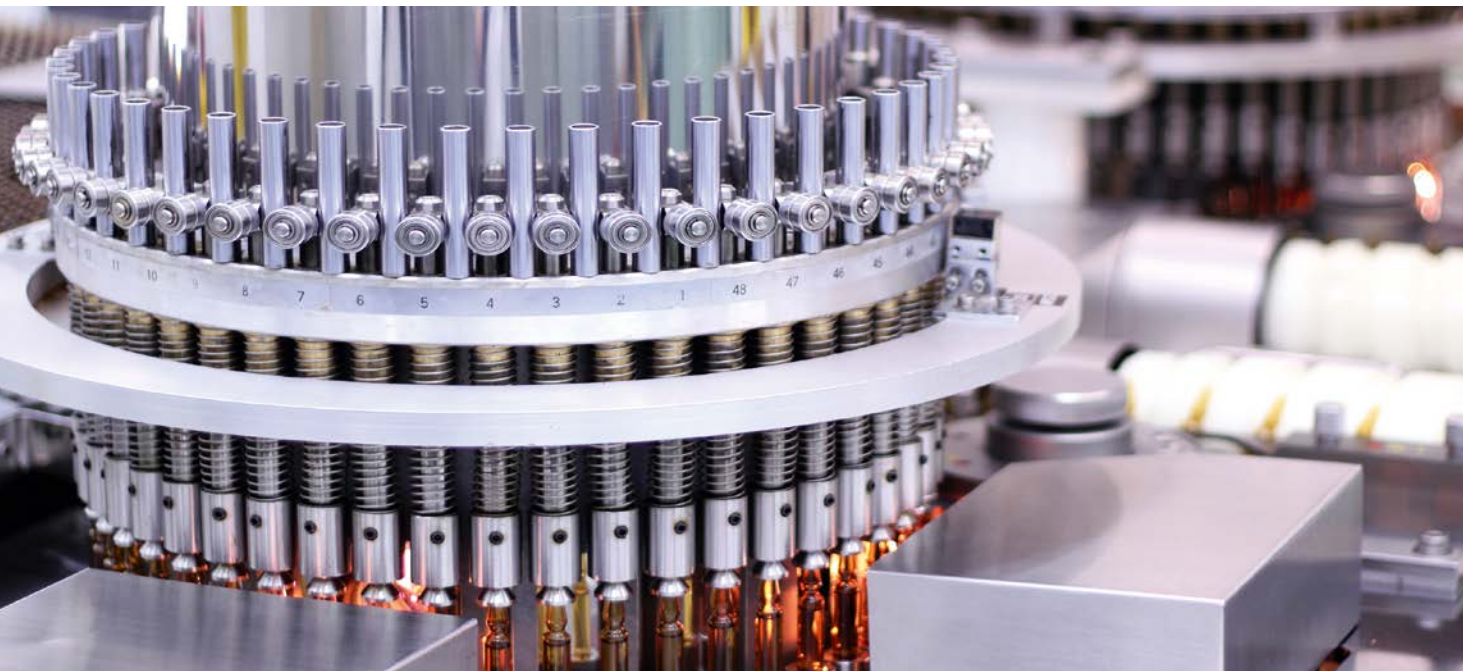
— Судя по всему, это должна быть долгая история.

— Первичная экспертиза у нас обычно не вызывает никаких сложностей, потому что мы стараемся полностью соблюсти все требования и учесть консультацию контрагента. В целом экспертиза занимает от восьми месяцев до года в зависимости от страны.

— Где легче получить регистрацию, а где сложнее? Чем отличаются требования в разных странах?

— Сейчас требования гармонизированы, особенно с учетом создания пространства ЕАЭС на базе стран ближнего зарубежья, куда входят Россия, Армения, Беларусь, Казахстан и Кыргыз-





стан. Часть этих стран фактически уже работают в формате требований ЕАЭС.

— **Что представляют собой эти требования?**

— С точки зрения регистрации препарата, эти требования отражают особенности национального регулирования по подготовке досье. В странах, где мы работаем, принят так называемый СТД-формат. Это расшифровывается как Common Technical Document. Он состоит из пяти модулей. Первый — административный: он включает в себя регистрационную заявку, дополнительные письма и т.д. Второй модуль — это экспертные заключения. Третий - модуль качества. В четвертом представляются все материалы доклинических исследований препарата. Пятый связан с материалами всех клинических исследований препарата. Различия в регуляторных требованиях существуют, но в целом они связаны только с представлением материалов. Например, на Кубе модули названы немного иначе, но суть их остается той же. Имея основу СТД-досье, мы готовы пойти в любую страну и зарегистрировать свой препарат. И точно так же в любой стране проводится первичная оценка досье, специализированная и лабораторная экспертиза. В целом, нельзя сказать, что существует какое-либо значимое различие в экспертизе досье. Несомненно, в страны ближнего зарубежья прийти с российским досье гораздо легче, однако не во все. Регуляторные требования в Беларуси и Казахстане гораздо жестче, чем в России.

— **В чем это выражается?**

— В этих странах внимательнее относятся к методикам контроля качества, к документам производства. В России также рассматривают эти документы. Но вот вам пример: если мы хотим зарегистрировать в России одно и то же лекарство, но в двух разных дозировках, то подаем одно досье. За рубежом это будут разные досье.

Если говорить о форматах, то где-то принимают досье в бумажном формате, а где-то только на электронном носителе, что гораздо удобнее. В Казахстане, к примеру, прекрасно развит регистрационный портал.

Есть некоторые отличия в глубине оценки. В связи с организацией регистрации в ЕАЭС уровень квалификации экспертов, конечно, изменился во всех странах: он стал выше. Но нельзя сказать, что в какой-то стране легко зарегистрироваться. Документы смотрят везде, везде возникают вопросы.

— **Недавно компания получила регистрацию на Кубе. Были ли какие-то особенности в этой стране, которая славится уровнем медицины?**

— На Кубе у нас зарегистрирован Полиоксидоний®. Там очень хорошо рассматривали досье. Был виден уровень квалификации экспертов и проработки досье. Мы с уважением отнеслись к их оценке и их вопросам, на все ответили и добились успеха, добились регистрации. Если учесть, что наши препараты - оригинальные,



Имея основу СТД-досье, мы готовы пойти в любую страну и зарегистрировать свой препарат. И точно так же в любой стране проводится первичная оценка досье, специализированная и лабораторная экспертиза

восхищает эта детальная проработка досье. Несомненно, опыт вхождения на Кубу был полезен. Мы изучали их требования к досье. И все их выполнили.

На Кубе мы подавали досье на испанском языке. Требовалась внимательная работа с переводами. В странах СНГ мы подаем досье на русском языке. В Иране и Словакии — на английском.

— Как вы ищете переводчика? Ведь язык очень специфический, требуется знание терминологии.

— Мы работаем с агентствами переводов. Есть аналитик, к которому мы обращаемся для проверки. С английским языком работать проще. Недоработки в переводе агентства мы можем исправить.

Для перевода досье на испанский мы проводили тендер в нескольких агентствах, чтобы найти не только агентство, но и переводчика. Ведь, действительно, есть определенная специфика, и очень важно, чтобы все было переведено правильно, и эксперт мог адекватно воспринять информацию.

— Сколько проходит времени с момента регистрации до начала поставок препарата?

— В нашем стратегическом плане предусмотрено, чтобы это занимало минимальное время.

— Перед тем, как войти в страну, изучает ли Петровакс эпидемиологическую обстановку в этой стране?

— Ежегодно в феврале-марте ВОЗ и Европейское национальное агентство публикуют свои рекомендации по штамму гриппозных вакцин. Они основаны на данных многих стран. Существует глобальная система по эпидназору за гриппом и принятию ответных мер. Национальные центры по гриппу европейских стран также тестируют клинические образцы, выявляют вирусы гриппа. Состав гриппозных вирусов необходимо часто анализировать и обновлять, потому что они часто эволюционируют, поэтому проводится большая работа. Далее производители субстанций — антигенов — закупают эти штаммы и производят субстанции для противогриппозных вакцин. У нас на всех упаковках противогриппозных вакцин есть указание о том, что штамм и состав соответствуют рекомендациям ВОЗ и Европейского национального агентства.

ТОЧКИ РОСТА

В каждой стране — свой стиль ведения бизнеса. О национальных особенностях партнеров, разнице в продвижении и о том, как все это влияет на развитие сотрудничества, рассказывает руководитель направления внешнеэкономической деятельности «НПО Петровакс Фарм» Ирина Жокина.



— Как Петровакс выбирает страну, куда хотелось бы экспортировать свои лекарства?

— Для начала, мы вырабатываем общую стратегию компании — куда мы хотим двигаться, и за счет чего будем расти. Наша география поставок сегодня — это традиционно страны СНГ, ЕАЭС, Словакия и Иран. Со многими из них мы сотрудничаем долгое время. С кем-то экспортная история развивалась очень динамично, с кем-то — плавно. Первой страной, на рынок которой мы вышли, была Словакия, второй — Казахстан. Мы расширяли географическую экспансию по мере наращивания портфеля продуктов, накопления опыта практического применения препаратов в России.

В процессе разработки стратегии мы изучаем рынок, позиции конкурентов. Сейчас для нас приоритет — страны постсоветского пространства. Наши препараты уже представлены во всех странах СНГ, кроме Таджикистана. На его рынок планируем войти в ближайшее время. А так же возобновить сотрудничество с Азербайджаном.

— А что помешало сделать это раньше?

— Эти территории достаточно сложны в силу различий в политической и экономической ситуации.

— Отличается ли стиль ведения бизнеса в странах, с которыми вы работаете?

— Конечно. Менталитет страны в целом существенно влияет на развитие бизнеса. Например, Казахстан, Кыргызстан, Узбекистан — восточные страны, они отличаются от нас более спокойным, размеренным течением жизни. Это отражается и на стиле ведения бизнеса. Поначалу для нас это было непривычно и в какой-то степени непонятно. Но со временем понимаешь их правила ведения переговоров, бизнеса. Мы находим «золотую середину» и благополучно движемся дальше. Беларусь похожа на нас с точки зрения менталитета. Но в этой стране несколько другие правила ведения бизнеса и развития фармацевтического рынка. И, в принципе, все страны постсоветского пространства сильно напоминают фармрынок России 10 лет назад. В Беларуси и Кыргызстане до сих пор существует такое понятие, как бартер, когда компании могут обмениваться товаром. Для России это неприемлемо. И это создает серьезные ограничения в развитии рынка, поскольку компании не могут взять больше товара, чем позволяет их обменный фонд.

В ряд стран мы осуществляем поставки нашей вакцины Гриппол® плюс, ежегодно участвуя в государственных тендерах. Закупки страны



осуществляют для бесплатной вакцинации населения, входящего в группы риска. В этом случае объем поставок зависит от государственной политики и объема бюджетных средств, выделяемых на вакцинацию для профилактики гриппа. Кыргызстан, к примеру, выделяет меньше средств в силу того, что уровень развития экономики в этой стране значительно ниже, чем в Казахстане, Беларуси. В 2017 году в России охват населения вакцинацией против гриппа составил 46%, в Беларуси — около 40%, Казахстане — около 15%.

— В чем, на ваш взгляд, состоит основная трудность выхода на рынок в дальнем зарубежье?

— В первую очередь это регистрация. Требуется подготовка документов в определенном формате, опытная команда регистраторов, перевод досье. Кроме того, необходимо получить данные клинических исследований, например, в Европе это может занять несколько лет и требует больших инвестиций.

БЕЛАРУСЬ

В этой стране любят чистоту и порядок. Неудивительно, что развитию медицины и, в частности, фармацевтики в Беларуси уделяется большое внимание. А вакцинация — это часть государственной политики.



→ **НЕСВИЖСКИЙ ЗАМОК**
(белор. Нясвіжскі замак) — дворцово-замковый комплекс, находящийся в северо-восточной части города Несвижа в Минской области Белоруссии, памятник архитектуры XVI—XVIII веков.

Благодаря вакцинации за последние несколько лет в стране не регистрируются гриппозные эпидемии и смертельные исходы заболевания. В 2015 году «НПО Петровакс Фарм» локализовало производство противогриппозной вакцины Гриппол® плюс на территории Беларуси. Это первый подобный проект в истории российской фармацевтики.

Национальная библиотека Беларуси — уникальное здание представляет собой ромбокубооктаэдр



Зубр
считается
одним из
символов
Беларуси



5%

от ВВП
составляют
общие
расходы
на систему
здраво-
охранения

ВАКЦИНАЦИЯ КАК ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА

Конституция Республики Беларусь, федеральные законы «О здравоохранении», «О государственных минимальных социальных стандартах» провозглашают право гражданина на бесплатную медицинскую помощь. Красивые слова? Отнюдь. Власти Беларуси действительно следят за соблюдением этих прав своих граждан. Государством, например, установлены нормативы бюджетной обеспеченности расходов на здравоохранение на одного жителя, обеспеченности врачами первичного звена, стационарными койками, аптеками, бригадами скорой медицинской помощи, автотранспортом. В Беларуси на 10 000 человек приходится 51 врач. Для сравнения, в России этот показатель составляет 42, на Кубе — 64.

На протяжении последних лет в Республике Беларусь общие расходы на систему здравоохранения превышают 5% ВВП. Не всякая постсоветская республика может этим похвастаться. В России этот показатель составляет меньше 3%.

Фармацевтическая индустрия в республике активно развивается. Лекарства производятся на 31 предприятии; 18 из них имеют 47 сертификатов GMP. В стране зарегистрированы более 6 тыс. наименований готовых лекарственных средств, в том числе 1400 — отечественного производства. 82 наименования представляют собой оригинальные отечественные лекарства, остальные — дженерики.

У Беларуси
и у самой неплохо
развито экспортное
направление — 40%
белорусских лекарств
отправляются
на экспорт
в 29 стран.

Сотрудничество «НПО Петровакс Фарм» с Республикой Беларусь началось в 2006 году. В настоящее время компания поставляет Полиоксидоний®, Гриппол плюс®, Имоферазу®. Что касается противогриппозной вакцины, с 2011 года Гриппол® плюс поставляется на коммерческий рынок Белоруссии, а с 2015 года — для Национального календаря профилактических прививок Республики.

Такое понятие есть в многих странах. Календарь профилактических прививок финансируется за счет средств министерства здравоохранения.



ния и региональных бюджетов. Каждая страна сама определяет охват населения вакцинацией. Вакцинация против гриппа включена в Национальный календарь профилактических прививок Беларуси с 2012 года и проводится на бесплатной основе лицам, входящим в группы риска. В их числе: дети от 6 мес. до 3-х лет, лица с хроническими заболеваниями, иммуносупрессией, беременные женщины, пожилые люди старше 65 лет, взрослые и дети, находящиеся в учреждениях с круглосуточным режимом пребывания, работники государственных органов. В Белоруссии ежегодно вакцинируется против гриппа более 40% населения страны, это порядка 4 миллионов доз вакцины. При таком серьезном подходе у эпидемии фактически нет шансов, что и отображает статистика: ни одной вспышки гриппа, ни одного летального случая за последнее время. За четыре года (2015-2018 гг.) для бесплатной

вакцинации против гриппа «НПО Петровакс Фарм» поставило в Республику Беларусь более 13 миллионов доз вакцины.

Белорусы решили локализовать производство российского противогриппозного препарата у себя. В 2015 году было подписано трехстороннее соглашение между Минздравом Белоруссии, «НПО Петровакс Фарм» и крупнейшим фармацевтическим производителем страны РУП «Белмедпрепараты», на чьей площадке и должно было начаться производство. Проект можно назвать уникальным: до него еще ни одна российская фармацевтическая компания не переносила производство на мощности иностранного предприятия.

О том, как это все происходило, рассказывает непосредственный участник событий, **ВИЦЕ-ПРЕЗИДЕНТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И КАЧЕСТВУ «НПО ПЕТРОВАКС ФАРМ» В 2015–2018 ГГ. ПАВЕЛ НОСЫРЕВ.**

ПОЖАРНЫЕ ВЫЕЗДЫ НЕ НУЖНЫ

— Как все начиналось? Кто к кому пришел — Петровакс предложил свою вакцину или, наоборот, белорусы выступили с инициативой локализовать у себя производство Гриппол® плюс?

— Инициатором стало правительство Беларуси. В принципе, правительство любой страны стремится локализовать у себя производство социально значимых лекарственных средств, потому что это очень важная отрасль промышленности, ориентированная на людей. А здесь речь шла о сезонной гриппозной вакцине. Беларусь ведет активную государственную политику по иммунизации населения, в частности вакцинации гриппа. Эта политика успешна: уровень заболеваемости заметно снизился. По прошлым сезонам, в стране была зафиксирована нулевая смертность от гриппа. До этого Петровакс Фарм поставлял свой продукт для нацкалендаря прививок.

Потом возникла мысль: почему бы на площадке белорусского производителя «Белмедпрепараты» не наладить производство вакцины? Благодаря успешному опыту применения рос-



сийской вакцины Гриппол® плюс на территории республики было принято решение о локализации производства на крупнейшем предприятии Белоруссии. Ощущалась и серьезная поддержка со стороны правительства страны.

— Кто сначала принимал участие в проекте с российской стороны?

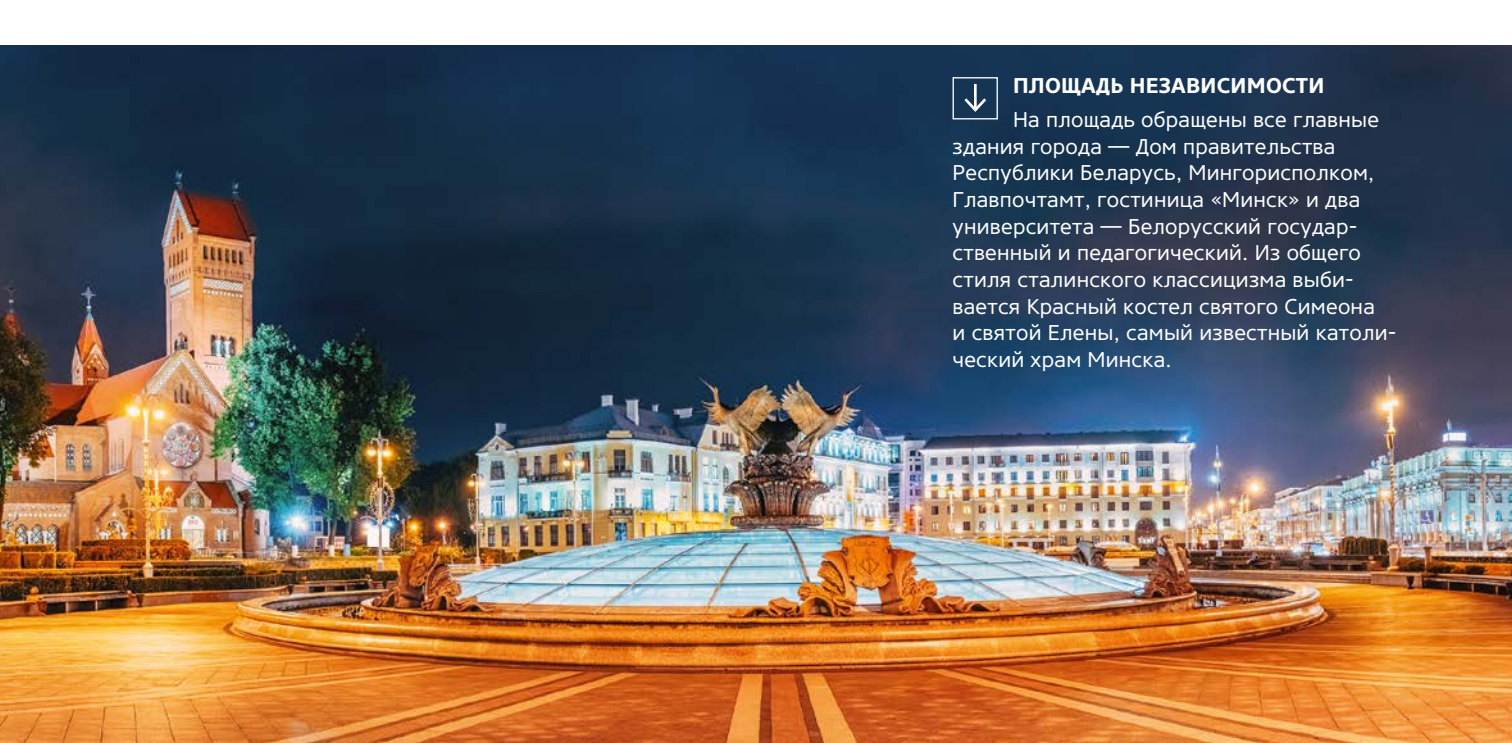
— Сначала работала проектная команда, состоящая из всех служб. Это были и финансовые, и юридические службы, и, естественно, служба качества и производства. Все работы выполнялись четко по графику.

Вакцина приходила в Беларусь в 2016

году в специальных контейнерах по 100 литров, затем загружалась на мощности РУП «Белмедпрепараты» и в условиях асептики разливалась в ампулы, дозировалась. Практически за два года мы полностью локализовали производство.

— Были ли какие-нибудь трудности?

— Должен отметить, что белорусы очень оперативно реагировали на все технические изменения, которые требовались. Работы было много, проектная команда собралась большая. Нам пришлось проходить через множество неболь-



ПЛОЩАДЬ НЕЗАВИСИМОСТИ

На площадь обращены все главные здания города — Дом правительства Республики Беларусь, Мингорисполком, Главпочтамт, гостиница «Минск» и два университета — Белорусский государственный и педагогический. Из общего стиля сталинского классицизма выбивается Красный костел святого Симеона и святой Елены, самый известный католический храм Минска.

ших этапов, включая модернизацию производственной линии для выпуска вакцины, закупку дополнительного оборудования, потому что это — особое производство: это — продукт, который должен охлаждаться до 5 градусов в процессе розлива. У них не было соответствующих реакторов; пришлось их закупать. Соответственно, наши специалисты ехали на линию и проходили весь путь вакцины. Встречали ее в специальных контейнерах, потом думали, как перекачивать в реактор, а из реактора — в машину розлива, сохраняя стерильность. И на каждом из этапов должны быть соблюдены асептические условия. Очень много было замечаний к белорусским партнерам со стороны наших специалистов службы качества, но они — молодцы, все быстро устраняли. Благодаря слаженной работе параллельно было организовано производство вакцины не только в ампулах, но и в шприцах.

— **А сейчас вы следите за тем, как производится ваша вакцина на предприятии «Белмедпрепараты»?**

— Конечно, с момента локализации производства. У них был сезон, когда отлично справились сами, произвели порядка 3 млн доз вакцины. Ни разу не возникла ситуации, когда нам пришлось бы туда ехать. Были звонки, видеоконференции. Все решали дистанционно. Но, кроме того, мы каждый год проводим технический аудит по качеству на наших контрактных площад-

ках. Но это — плановый аудит, не «пожарный» выезд.

— **Помогают ли международные проекты профессиональному развитию сотрудников?**

— Всегда, даже если речь идет не о международных проектах, а всего лишь о переносе технологии с производства на производство. Даже в этом случае люди приобретают дополнительный опыт. Всегда есть некоторое различие в оборудовании. В моей практике были такие случаи, когда мы в одном производственном здании перенесли производство со второго этажа на третий — и изменилась сама технология. Сначала не могли понять, в чем дело, потом выяснилось: для охлаждения реактора использовали воду из магистрального трубопровода, и давление на разных этажах было разным. Соответственно, по-другому пошел процесс; пришлось его менять, перестраиваться. А это дает дополнительный опыт и знания. Здесь тоже будем переносить производственные мощности с одной площадки на другую. При этом меняется оборудование, и увеличивается размер серии, и сам технологический процесс. Мы уже знаем, что изменится. Мы уже более глубоко изучили все, что происходило на старой площадке.

Международный опыт дает то же самое, разве что накладываются языковые ограничения. Но когда между собой начинают разговаривать технологи, производственники, специалисты



службы качества, они всегда говорят на одном языке. В этом плане исчезают все различия, потому что все работают по одним и тем же стандартам.

— Что важно, чтобы проект стал успешным?

— Желание. У нас в команде не приживаются люди, у которых нет желания добиться успеха, будь то новый проект или рутинное плановое производство. Другое дело, если человек равнодушный и с интересом относится к своей работе. У нас всегда идет непрерывный процесс изменений и улучшений.

— Поделитесь, пожалуйста, каким-нибудь свежим примером такого улучшения?

— Есть процесс стирки одежды и подготовки ее для работы. Одежда должна быть стерильной. Это комбинезон, полностью закрывающий все. Фактически люди работают в скафандрах. Эту одежду мы готовим сами. Ее необходимо менять несколько раз даже в течение смены. Есть специальная прачечная, которая стирает одежду, сушит и дальше через автоклав стерилизует и передает в специальном закрытом пакете. Одежда перемещается по коридору, в переходные помещения — шлюзы для переобувания. Мы недавно выяснили, что наш процесс стерилизации одежды несовершенен. Часть пакетов остаются влажными. Пакеты не успевают высыхать от пара и возвращаются на повторную

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

В 2016 году компанией НПО Петровакс Фарм было инициировано и проведено многоцентровое эпидемиологическое исследование вакцины Гриппол® плюс на территории Белоруссии.

Общая численность участников составила 12 308 человек, из них 5,4 тысяч детей в возрасте от 6 до 17 лет в школах Минска, Гродно, Витебска. В ходе исследования отмечено снижение заболеваемости ОРИ, включая грипп, в группах привитых в 1,5-2,9 раза по сравнению с непривитыми. В целом заболеваемость ОРИ среди привитых детей была в 2,3 ниже, чем среди непривитых. Среди вакцинированных школьников в 2,3-3,6 раза меньше детей болели респираторными инфекциями по два и более раз за сезон¹. «Вакцинация Грипполом® плюс демонстрирует эффективность и высокий профиль безопасности, способствует значительному снижению повторной заболеваемости респираторными инфекциями у привитых, — отметила зав. лабораторией гриппа и гриппоподобных заболеваний ГУ «РНПЦ эпидемиологии и микробиологии» РБ Наталья Шмелёва на республиканском научно-практическом семинаре с международным участием «Актуальные вопросы иммунопрофилактики и эпидемиологического надзора за вакциноуправляемыми инфекциями», который прошел в сентябре 2017 г. в Минске.

¹ Журнал «Эпидемиология и вакцинопрофилактика», №5 (96)/2017, статья «Оценка профилактической эффективности вакцины Гриппол® плюс при массовой вакцинации организованных взрослых и детских коллективов в республике Беларусь», Шмелева Н.П., Шиманович В.П., Сивец Н.В., Лапо Т.П., Грибкова Н.В.

стирку. Мы подумали: «Зачем гонять одни и те же пакеты?» И дали задание нашим инженерам, чтобы они придумали приспособление — специальный держатель в автоклав. Опасались, что уменьшится производительность, так как стали меньше комплектов загружать на одну стерилизацию. В результате даже выиграли — устранили повторную стерилизацию и смогли сократить время процесса. Из таких мелочей состоит повседневная жизнь производства. Возможно, в масштабах вечности — это незначительный пример. Но для нас это не мелочь, а маленькие шажки, которые улучшают производственный процесс каждый день.



18 млн человек
составляет
население
страны



Городское население
составляет
45,6%

Почти все жители
Казахстана,
независимо от
национальности,
в той или иной
степени
владеют
русским
языком

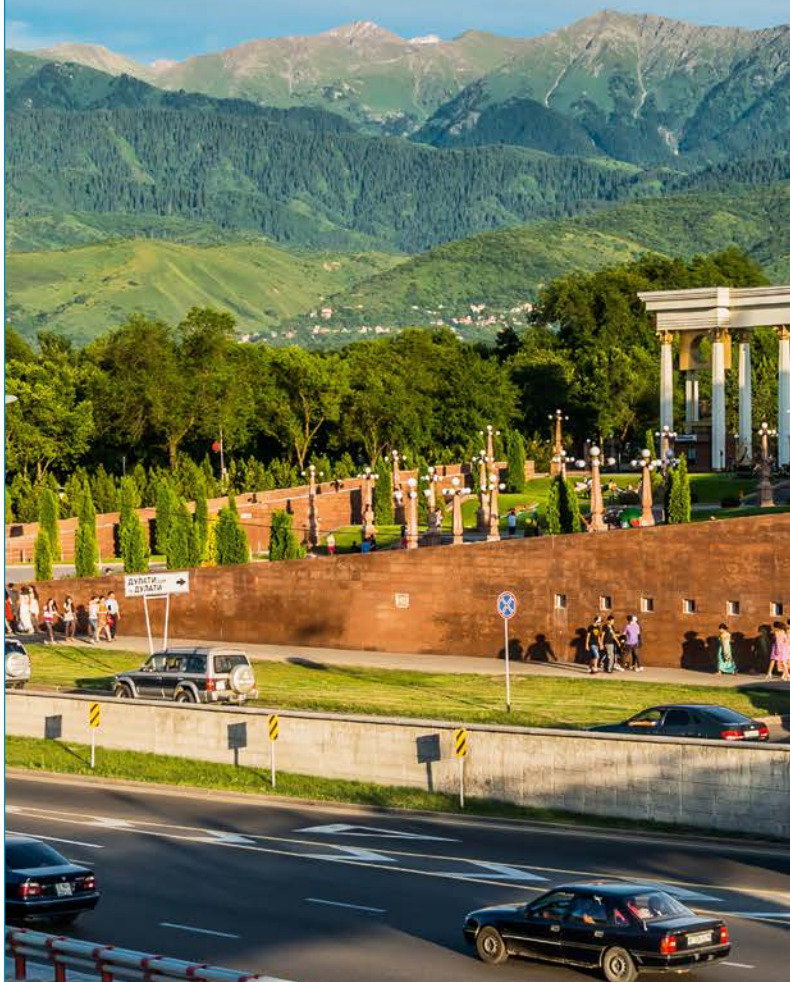


Столица страны –
город Астана

Казахстан — государство, расположенное **в двух частях света**, на границе Европы и Азии; большая часть страны находится в Азии, меньшая — в Восточной Европе.



→ Вход в Парк имени Первого Президента Республики Казахстан в г. Алма-Ата. Долгое время территория парка была закрытой. Для посетителей парк был открыт в июле 2011 года.



КАЗАХСТАН

Этот рынок многие компании по праву считают перспективным. Население Казахстана составляет 18 212 800 человек, и оно постоянно растет. Это — самая большая страна ЕАЭС, не считая России.

Уровень жизни здесь достаточно высок, а политическая обстановка стабильна. Но казахстанцы предпочитают вести бизнес лишь с теми, кто способен оценить особую ментальность и не будет злоупотреблять открытостью местных жителей, а к национальной неспешности отнесется с уважением.



Большая часть территории Республики Казахстан географически относится к Азии, но все путеводители уточняют, что есть в стране и европейские регионы. По площади государство занимает 9 место в мире, население недавно превысило 18 миллионов человек и, что особенно показательно, стабильно продолжает расти.

Среди достопримечательностей самый густонаселенный город страны Алма-Ата, суперсовременная столица Астана, знаменитый горный комплекс Медео с крупнейшим в мире искусственным катком и два моря — Каспийское и Аральское. Горные хребты, пустыня, бескрайние степи, 7 крупных рек и великое множество больших и малых озер.

Казахстан занимает первое место в мире по разведанным запасам цинка и вольфрама, второе — по количеству серебра и свинца, третье — по запасам меди. А еще нефть, природный газ, уран, развитое сельское хозяйство, машиностроение, металлургия и доходы от туризма: круглый год гостям предлагают десятки этнографических и экологических маршрутов.

Стоит ли удивляться, что рынок Казахстана эксперты называют одним из самых привлекательных. Успех у инвесторов обеспечивают

Ежегодно против гриппа в Казахстане вакцинируется до 10% населения.

В стране на государственном уровне поддерживается программа вакцинопрофилактики

растущая экономика, стабильная политическая ситуация, высокий уровень жизни и, конечно, сами гостеприимные казахи. Казахская кухня настолько популярна, что перекочевала даже в европейские столицы, практически в каждом крупном городе найдется фирменный ресторан с шеф-поваром из Казахстана.

Россия — давний друг и партнер Казахстана во многих областях. В частности, это касается фармацевтики. Например, за период 2014-2015 годов, по данным Euromonitor, доля российских



препаратов составила 20% в общем объеме экспорта лекарств в Казахстан, и с тех пор показатели только растут. НПО «Петровакс Фарм» сотрудничает с Казахстаном с 2006 года, поставляя на местный рынок Полиоксидоний®, Лонгидазу® и Гриппол® плюс, в ближайшее время этот список планируют пополнить косметическим кремом Имофераза®.

Все препараты активно применяются в практическом здравоохранении, пользуются доверием врачей и пациентов. Объемы поставок «НПО Петровакс Фарм» в республику растут год от года. В частности, отмечается ежегодный рост продаж оригинального препарата Полиоксидоний®. С 2016 года «Петровакс» поставляет противогриппозную вакцину Гриппол® плюс в рамках гарантированного объема бесплатной медицинской помощи в партнерстве с ведущим дистрибьютором Казахстана «Медсервис Плюс». Это — проверенная компания, которая на протяжении более чем пяти лет совместно с «НПО Петровакс Фарм» реализовала несколько успешных проектов. Сейчас ТОО КФК «Медсервис Плюс» работает с продукцией более чем 280 производителей, а в ее постоянном ассортименте свыше 4000 наименований различных товаров.

Традиционно в Казахстане ОРВИ и гриппом в эпидемиологический сезон заболевает до 10% населения, 70% заболевших — дети до 14 лет. Врачи в сезон эпидемии отправляются в детские сады и школы, а власти борются с сезонными заболеваниями, в том числе, с помощью пропаганды. В прошлом году главный санитарный врач Казахстана эмоционально призывал работодателей отпускать с работы сотрудников, страдающих от гриппа и ОРВИ. «Больной человек на производстве — враг!» — отмечал он. В стране на государственном уровне поддерживается программа вакцинопрофилактики, уделяется большое внимание работе с населением. Популяризация приносит свои плоды, против гриппа ежегодно в Казахстане вакцинируется до 10% населения.

За три года (2016-2018гг.) «НПО Петровакс Фарм» поставил в Казахстан более 5 миллионов доз вакцины Гриппол® плюс. В августе 2018 года в республику отправились 1,8 млн доз. Именно такое количество вакцины, по мнению казахстанских властей, должно обеспечить основные потребности населения республики в вакцинации в эпидемиологическом сезоне 2018–2019 годов.





↑ Вид на Акорда (каз. — белая ставка, светлая ставка) — резиденцию президента Республики Казахстан в г. Астана.

↓ Коктал — рыба горячего копчения с овощами. Слово «кок-тал» в переводе с казахского — ива. В прошлые времена рыба коптилась будучи уложенной или нанизанной на ветки ивы.



Официально в Казахстане иммунизация населения от гриппа начинается с 1 октября. Обязательной вакцинации против гриппа подлежат дети от шести месяцев, беременные женщины, медицинские работники, лица старше 60 лет.

В 2016 году в Казахстане было проведено сравнительное исследование по оценке переносимости и безопасности Гриппол® плюс у взрослых, в котором был подтвержден высокий профиль безопасности вакцины.

КУЛЬТУРА И ТРАДИЦИИ

Сотрудники «НПО Петровакс Фарм» очень тепло вспоминают казахстанских партнеров, их заботу и гостеприимство. Рассказывают, что казахи вообще относятся к жизни намного проще, открыты и доступны для контакта, независимо от чинов и званий.

А какая традиция чаепития у казахов! Это целый ритуал. В искусстве чайной церемонии жители Казахстана ничуть не уступают китайцам, разве что напиток другой. Казахский чай крепкий, и в него обязательно добавляются сливки или молоко. Говорят, что потребление чая жителями Казахстана — одно из самых высоких в мире: 1,2 килограмма на человека в год. Для сравнения, в Индии оно составляет лишь 650 граммов на душу населения.

Отдельного внимания заслуживает казахская кухня. Это — преимущественно мясные блюда: бешбармак (собственно, мясо по-казахски), куырдак (жареные кусочки печени, почек, легких, сердца, кишок с картофелем). Известны казахские супы — сорпа (мясной бульон), ак-сорпа (молочный суп с мясом, или просто мясной суп с куртмом), особенно популярен «палау» — плов по-казахски с большим количеством мяса. Казахская кухня популярна и своей колбасой из конины — казы, которая бывает разной степени жирности.

Знать и уважать традиции партнеров в разных странах — важнейшая часть работы сотрудников Петровакса, представляющих экспортное направление. Но в случае с Казахстаном рабочие интересы совпадают с личной симпатией: все, кто однажды побывал в Астане на переговорах, обязательно возвращаются в страну как туристы — в полной мере оценить природные красоты и национальный колорит.



МИХАИЛ ЦЫФЕРОВ: СИЛА ПЕТРОВАКСА — В ГИБКОСТИ

В октябре 2018 года президентом «НПО Петровакс Фарм» стал Михаил Цыферов. Задача нового руководителя — придать импульс развитию компании, максимально расширить возможности и горизонты бизнеса.

”



— Вы ведь и раньше были погружены в работу Петровакса со стороны инвесторов, а теперь управляете компанией напрямую. Насколько взгляд изнутри изменил представление о бизнесе?

— В 2008 году я пришел в Интеррос, а в 2015 году мы с коллегами основали фонд Winter Capital, который стал продолжением инвестиционного департамента Интерроса. До недавнего времени я был управляющим директором фонда. Мы познакомились с «НПО Петровакс Фарм» в качестве инвесторов, я руководил сделкой, в результате которой Интеррос в 2014 году стал владельцем фармацевтической компании. В дальнейшем курировал Петровакс со стороны акционеров и погрузился в работу еще глубже. Конечно, к тому моменту, когда стал президентом, я хорошо представлял положение дел внутри компании. Мы с коллегами традиционно внимаем в специфику наших активов. Но это всегда

большая разница — знать что-то и попробовать на собственном опыте. Поэтому, конечно, операционная работа стала новым шагом в освоении фармацевтического бизнеса.

— Вы только вступили в должность, а в компании юбилей. Как отмечали круглую дату?

— Это — не первый наш юбилей: в 2016 году компании исполнилось 20 лет. А этим летом отмечали 10-летие производственной площадки. Отпраздновали скромно. Мы не подгадывали со временем, так получилось. Но у нас действительно совпало несколько важных событий: окончание строительства, презентация третьей линии и самое главное — запуск четырехвалентной противогриппозной вакцины Гриппол® Квадривалент. Это событие федерального масштаба: впервые за много лет в России создана принципиально новая вакцина. И мы гордимся, что именно наша компания вывела ее на рынок. Те-





перь вакцина одновременно защищает от четырех штаммов гриппа. О необходимости создания такой вакцины давно говорила ВОЗ. Несколько лет назад мир начал постепенно переходить на четырехвалентные вакцины. И мы оказались в числе первых — и как компания, и как страна. Россия стала седьмым государством в мире, где производится подобная вакцина. Все страны развитые, и мы в паритете, что нечасто случается в таких высокотехнологичных отраслях.

— **Российский фармацевтический рынок за последние пять лет вырос на 10%, это одна из наиболее динамично развивающихся отраслей. А производство препаратов за I полугодие 2017 года увеличилось сразу на 38%. Есть ли куда расти?**

— Всегда есть куда расти. Что касается самого рынка, я думаю, что результат мог бы быть и поинтереснее. К сожалению, наш рынок неразрывно связан с общим экономическим положением. Может быть, пять лет назад я бы прогнозировал более стремительные темпы роста. Но, так или иначе, спрос на продукты фармацевтического производства у нас в стране всегда очень высок. Грех жаловаться. На многих других отраслях замедление экономического роста отразилось более существенно. Фундаментальный спрос как на лекарства вообще, так и на продукцию российского производства хорошо поддерживает регулятор в лице государства. Это приводит к тому, что внутреннее производство в стране растет опережающими темпами, и наша компания — тому пример. Наши конкуренты, партнеры, коллеги по цеху тоже демонстрируют отличные результаты, и мы искренне рады общим успехам в отрасли.

— **А сама компания Петровакс чувствует поддержку государства?**

— Государство никогда не сделает работу за нас. Успехов могут добиться только те, кто к этому готов внутренне. Государственная поддержка может повысить шансы на успех, но никогда его не обеспечит. В части локализационных мероприятий мы получаем льготные кредиты от Фонда развития промышленности. И можем искренне сказать, что государство работает над созданием благоприятной регуляторной среды для российских компаний.

— **Минпромторг разработал план развития фармацевтической промышленности до 2030 года. Насколько реалистичен этот план, например, в части импортозамещения?**

— Наверное, не стоит пытаться все импортозаместить и локализовать. Мы все-таки — часть мирового товарооборота. Ни одна страна в мире полностью не обеспечивает себя лекарствами. Но вектор задан правильно; стремиться к этому нужно.

— **Доля экспорта в портфеле Петровакса составляет 11%. Собираетесь ли ее наращивать? Есть ли для этого производственные мощности?**

— Мощности есть, наращивать собираемся, а вот 11% — цифра с одной стороны правдивая, с другой — лукавая. В нашем портфеле продукты собственные и партнерские, например, вакцина Превенар 13. И, если учитывать объем зарубежных поставок собственных продуктов без этой вакцины, получается больше 20% экспорта. Я не знаю ни одной фармацевтической компании, которая бы экспортировала собственных продуктов больше, чем Петровакс. Сегодня наша противогриппозная вакцина на 80% поставляется на экспорт, и это не только страны ближнего, но и дальнего зарубежья.

— **Изменится ли структура экспорта в ближайшем будущем?**

— Мы надеемся на открытие новых рынков. Здесь традиционно два направления. Первое — увеличение присутствия на существующих рынках. Это — страны СНГ, Иран и Евросоюз, в частности, Словакия. Второе направление — открытие новых рынков. И здесь идет очень активная работа: уже подписаны соглашения с партнерами в Юго-Восточной Азии и протокол о намерениях с крупным египетским игроком. Но мы открываем бутылку шампанского только после того, как получили первую вырубку.

— **А другие европейские страны собираетесь покорять?**

— Для этого нужны фундаментальные усилия, и важно четко отдавать себе отчет в своих возможностях. Мы сейчас обсуждаем план долго-



Мы можем искренне сказать, что государство работает над созданием благоприятной регуляторной среды для российских компаний.

срочного развития Полиоксидония® и Лонгидазы®. И, возможно, примем программу, которая позволит нам на пятилетнем горизонте претендовать на выход в ЕС уже широкомасштабно. Но пока проект находится на стадии экспертизы.

— Что может повлиять на выбор страны для экспорта?

— Потенциал, поделенный на барьеры. Где этот коэффициент выше, туда мы и идем. Сейчас это несколько хаотично сложившееся множество, но в государствах Юго-Восточной Азии и Северной Африки, на наш взгляд, существует наилучшее соотношение спроса на продукт и барьера, который мы можем преодолеть.

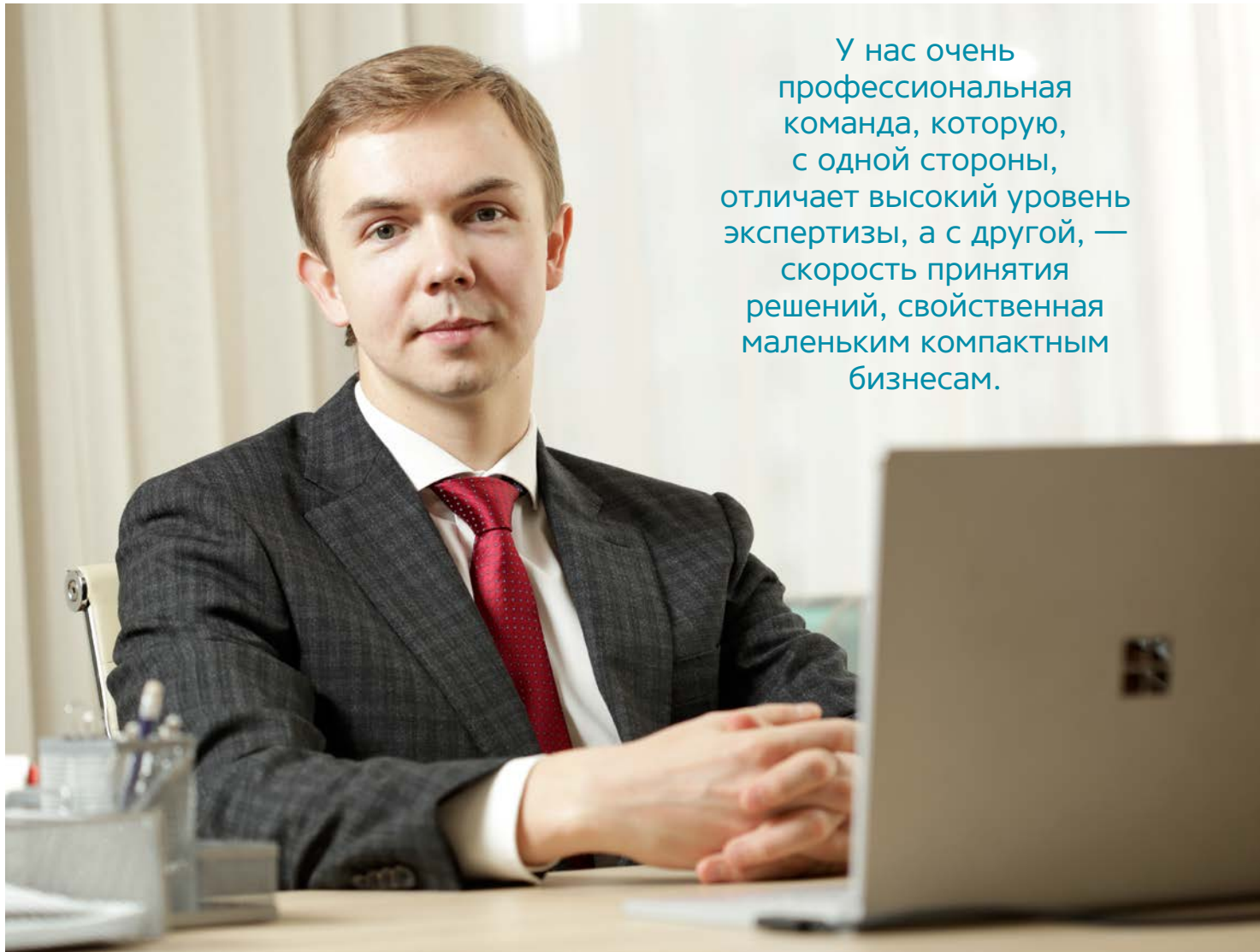
— Что это за барьер? Бюрократия в сфере медицины?

— Везде примерно одно и то же — правила документального обеспечения, установленные

для выхода на рынок. Это, с одной стороны, правила и требования, с другой, — механизмы верификации соответствия этим требованиям. С первым проще: мир давно стремится к гармонизации этих правил. Что же касается верификации, здесь есть нюансы. На разных рынках своя специфика, и ее нужно учитывать. Это и есть та самая разница в барьерах.

— Влияют ли на экспорт общая политическая обстановка и наши дипломатические отношения с конкретной страной?

— Иранские коллеги — это одна часть политического спектра, с другой стороны — Pfizer, важнейший партнер нашей компании и корпорация, американская до мозга костей, кстати, как и Abbott. Немецкая компания Boehringer Ingelheim стала нашим партнером уже после обострения политических противоречий и закручивания санкционной истории. И с теми и с другими



У нас очень профессиональная команда, которую, с одной стороны, отличает высокий уровень экспертизы, а с другой, — скорость принятия решений, свойственная маленьким компактным бизнесам.

у нас — конструктивный рабочий диалог. В отношениях и с теми и с другими мы надеемся на то, что политика не вмешается в бизнес. Пока нам удавалось избегать влияния политических баталий.

— В чем конкурентные преимущества Петровакса по сравнению с другими фармацевтическими компаниями в России?

— Наши преимущества — это наш портфель продуктов, команда и опыт. Специалисты Петровакса накопили огромный опыт в работе с иммунобиологической продукцией и локализации производства западных компаний. Никто в России пока не локализовал настолько сложную многокомпонентную вакцину. Мы это сделали с компанией Pfizer, пройдя все фильтры и требования, выставяемые мировым гигантом.

Потом, с компанией Boehringer, было уже проще. А в третий раз, я уверен, будет еще проще. И это уникальный опыт, который ничем не заменить. У нас очень профессиональная команда, которую, с одной стороны, отличает высокий уровень экспертизы, а с другой, — скорость принятия решений, свойственная небольшим компактным бизнесам. Сила Петровакса — в гибкости. И, конечно, у нас прекрасные продукты, которые пользуются спросом. Полиоксидоний® раньше назначали только врачи серьезных направлений, сейчас он идет в массы. Препарат безопасен, и потому мы можем себе позволить масштабную рекламную кампанию.

— Кстати, о рекламе. Кто придумал крестного отца дона Полио, роль которого блистательно исполнил Дмитрий Дюжев?



— Этим занимаются наши brave маркетологи. Они — молодцы, но за каждой креативной идеей стоит очень серьезный математический расчет.

— В ролике вновь появляется хорек — герой первой рекламной кампании препарата. Почему выбрали именно этого зверька?

— Нашей компании свойственна преемственность во всем. Она воплотилась в этом хорьке, сидящем на коленях у Дмитрия Дюжева. Актер, кстати, стал автором одного из скетчей рекламной кампании. Он вообще отнесся к проекту с душой и даже приехал на наше производство.

— Как преодолеть очевидные различия в подходах к иммуномодуляторам в России и на Западе?

— Действительно, на Западе иммуномодуляторы не применяются так широко, как в России. А мир сейчас

в значительной степени развивается по западным лекалам. На рынок иммуномодуляторов зачастую смотрят как на российскую новеллу. Из-за отсутствия подобных препаратов огульно называют всю историю неработающей. Наши препараты берут начало в 90-х годах, когда регуляторика не была настолько строгой. Но, в принципе, хорошо, что мир идет по пути ужесточения правил доказательной медицины. В соответствии с новыми правилами мы проводим новые исследования Полиоксидония®. В 2017 году опубликованы результаты исследований с участием детей в возрасте от 3-х лет, которые в очередной раз доказали эффективность и безопасность нашего препарата. Научные эксперименты продолжаются, эта работа должна быть завершена до 2025 года. Тогда, возможно, весь мир посмотрит на российский Полиоксидоний® по-другому.

УЧИТЬСЯ ИНТЕРЕСНЕЕ, ЧЕМ УЧИТЬ

Елена Архангельская была президентом «НПО Петровакс Фарм» с 2015 по 2018 год. Под ее руководством компания добилась серьезных успехов, в том числе и в экспортной политике. Каких только трудностей не было на этом пути — и недопонимания, и попыток партнеров менять условия на ходу, а иногда и вовсе вмешивалась политика. Не было одного — скуки.

”



— Что означает экспорт для портфеля Петровакс? Нужен ли он вообще? Не выгоднее ли работать с внутренним рынком, избегая всех сложностей, которые несет в себе общение с иностранцами?

— Мы видим себя как российскую компанию, наши корни здесь, основной бизнес находится в России. Экспорт составил, по результатам 2017 года, 11,2% в общей структуре продаж и показал рост +40% в денежном выражении по сравнению с 2016 годом. Основные приросты, которые мы показали на 2017 год, связаны с экспортом нашей продукции в Казахстан, Кыргызстан, Узбекистан, Иран. Большинство стран входят в Евразийский союз, и исторически экспортные продажи приходились на бывшие

республики Советского Союза. У каждой страны есть своя особенность. Если мы говорим про вакцинный бизнес, то только в нескольких странах есть календари прививок, например, в Беларуси или Казахстане. Много зависит от охвата населения вакцинацией, который определяется на государственном уровне. В Беларуси этот охват составляет 40%, а в Казахстане — всего 20%, хотя мы видим, что объем этого бизнеса растет из года в год. В эти страны мы поставляем нашу противогриппозную вакцину с 2016 года. Во всех остальных странах, если мы говорим про поставки вакцин, это — ритейл-бизнес, когда препарат поставляется нашим партнерам и далее продается через аптечные учреждения.





— Помимо вакцин вы поставляете на экспорт и другие лекарства — те же Полиоксидоний® и Лонгидазу®. Как обстоят дела с ними?

— Про Полиоксидоний® могу сказать, что в настоящее время он зарегистрирован и поставляется практически во все 11 стран, с которыми мы ведем экспортный бизнес. С прошлого года мы начали активную маркетинговую поддержку Полиоксидония® в ряде стран и ожидаем рост продаж в этом году. В некоторых странах зарегистрирован наш препарат Лонгидаза®. Это — ферментный препарат для лечения спаячной болезни. Сейчас он проходит регистрацию еще в ряде стран. В общей сложности, мы поставляем Лонгидазу® в 6 стран.

— Петровакс осуществляет трансфер технологий и сам переносит свое производство на мощности других заводов. Что сложнее — учить или учиться?

— По-моему мнению, учиться интереснее и сложнее, потому что это всегда что-то новое. Когда ты переносишь свое, тут возникает вопрос принятия знаний второй стороной. Для меня это менее амбициозно, чем когда есть возможность научиться чему-то новому, обеспечить новые компетенции сотрудников и развить производственную базу. Так что перенос «на себя» с точки зрения развития интереснее.

— А если говорить о маркетинговой активности, существует ли страновая специфика?

— Безусловно. Ни одна маркетинговая стратегия не может быть напрямую перенесена в другую страну: она требует адаптации. Взять, к примеру, телевизионные рекламные ролики: помимо перевода на национальные языки, они всегда требуют выполнения регуляторных требований конкретной страны, в том числе, в сфере рекламы. Важно также учитывать специфические подходы к работе с пациентами, потому что в каждой стране уже сложился свой рынок лекарственных средств, и перечень препаратов, который мы видим в России, в других странах может быть шире или уже. Важна и работа с аптечными организациями, которая также имеет определенную специфику, в том числе, с точки зрения регуляторики. Например, в Беларуси большая доля государственных аптек. В России — другое дело: преобладают коммерческие структуры,

НАШ БРАТ-ГРИППОЗНИК

Из всех представителей животного мира только хорек болеет гриппом так же, как и люди.

Вирус может передаваться как от человека к животному, так и наоборот. Заболевание проходит у хорьков в легкой форме. Они могут чихать, страдать от насморка, становятся вялыми. У животных ухудшается аппетит, иногда случается диарея и рвота. Может развиваться умеренный конъюнктивит. В целом заболевание длится 1-2 недели.



у нас развиты аптечные сети. Все это требует изучения. Но если у вас — правильная маркетинговая стратегия изначально, то ее адаптация возможна.

— А приходилось ли адаптировать сами ролики рекламные?

— В Узбекистане мы запустили ролик по Полиоксидонию®, где наш герой — хорек. Наши партнеры обзвали его мышкой и сказали, что суслик был бы им понятнее. Но на самом деле хорек присутствует в ролике не случайно. Это не просто очаровательное животное. Дело в том, что из всего животного мира только хорек болеет гриппом так же, как люди. Даже клинические исследования при изучении противогриппозных препаратов проводятся на хорьках. Но мы все объяснили про хорька.



Еще в Казахстане был один из комментариев по поводу того, что наши герои выглядят как европейцы и не очень похожи на казахов. Мы сказали, что Казахстан ближе к Европе, и что можно этот ролик использовать. Но возникла другая проблема. В одном из роликов был молодой человек, который допоздна трудился в офисе. Казахи сказали: это вообще не наш образ жизни, не наши ценности. Наши ценности — семья. Тогда им предложили ролик про семью.

Возникали и другие ограничения в зависимости от страны. Что-то было уместно говорить с экрана телевизора, что-то - нет. С этим работали наши юристы.

— Есть ли страна, которую вы можете привести в качестве примера идеального партнера по переговорам?

— Тут у меня образ собирательный. Например, партнер в Казахстане — один из опытных дистрибьюторов, имеющий собственную структуру продвижения. Благодаря тому, что коммерческий директор имеет большой опыт работы в за-

падной компании, с ней очень просто вести переговоры: она понимает требования, общие цели, планы. Если взять наших коллег в Иране, то об этом с ними говорить бесполезно: они считают, что в момент, когда мы подписали договор, и они получили товар, больше вообще ни о чем не должна болеть голова. Говорят: мы это будем делать сами, тут уже вашего участия не нужно. Если говорить про казахов и белорусов, то с ними есть, безусловно, контакт — и совместная работа ведется на всех стадиях. И если ты хочешь договориться, то договоришься. Когда переговоры заходили в тупик, я спрашивала партнеров: «Мы собираемся договариваться?» Чем экспорт более «загадочный»? Это — горизонт, который ты не всегда видишь. Но все мы люди. Везде, где человек болеет, и ему требуется помощь, у «НПО Петровакс Фарм» есть основания присутствовать. Вопрос только в высоте барьеров, которые приходится преодолевать. Главное — правильная оценка ситуации и понимание, ради чего ты это делаешь.

ЭКСПОРТ В ЦИФРАХ

11,8%

Общая доля экспорта
от объема продаж
«НПО Петровакс Фарм»

За 3 года (2016–2018 гг.)
Петровакс поставил на экспорт

БОЛЕЕ 18 МЛН ДОЗ

вакцины Гриппол® плюс

**Объем экспортных поставок
компании за 2018 год составил**

1 МЛРД РУБЛЕЙ



В настоящее время «НПО Петровакс Фарм» обеспечивает 6 стран (Беларусь, Казахстан, Иран, Кыргызстан, Туркменистан, Узбекистан) вакциной Гриппол® плюс в рамках государственных программ бесплатной вакцинации населения.



Впервые в 2018 году компания поставила противогриппозную вакцину Гриппол® плюс в Туркменистан.



«НПО Петровакс Фарм» – первая и единственная российская фармацевтическая компания, которая экспортирует противогриппозную вакцину в Иран. За период с 2016 г. в Иран поставлено 1,35 млн доз трехвалентной вакцины Гриппол® плюс.

Сегодня география поставок компании включает

12 ЗАРУБЕЖНЫХ ГОСУДАРСТВ

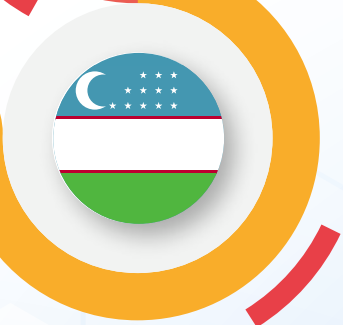
среди которых:
Беларусь,
Казахстан,
Кыргызстан,
Украина,
Туркменистан,
Азербайджан,
Молдова,
Армения,
Грузия,
Узбекистан,
Словакия
и Иран.

БЕЛАРУСЬ
60%

Наибольшую
долю в структуре
экспортных
поставок компании
по итогам 2018 г.
занимают:

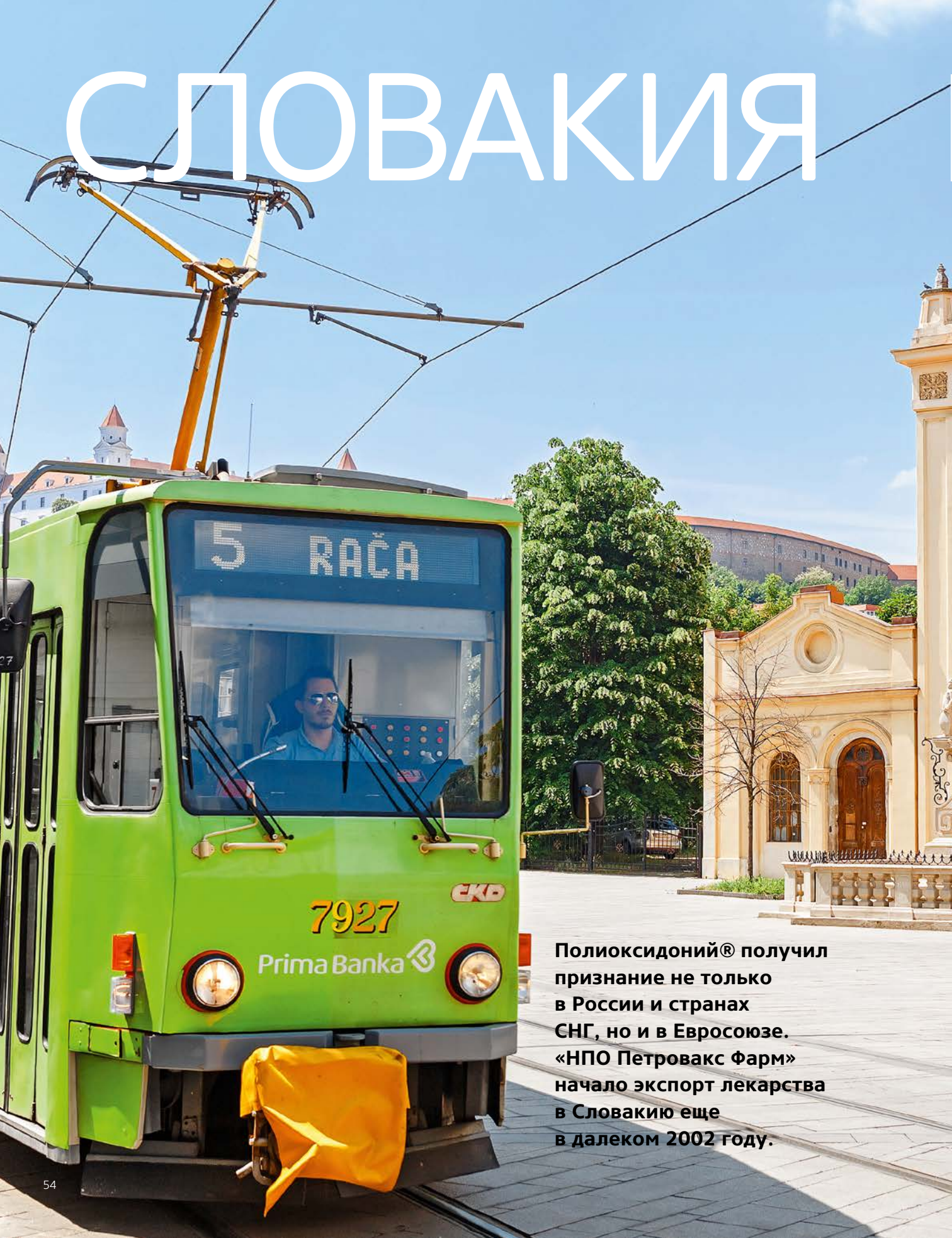


КАЗАХСТАН
25%



УЗБЕКИСТАН
9%

СЛОВАКИЯ



Полиоксидоний® получил признание не только в России и странах СНГ, но и в Евросоюзе. «НПО Петровакс Фарм» начало экспорт лекарства в Словакию еще в далеком 2002 году.



Словакия расположена в центре Европы. Имеет сухопутную границу с Чехией, Австрией, Польшей, Венгрией, Украиной



Столица Словакии — город Братислава

Является мировым производителем автомобилей с высокой долей экспорта



5,5

млн человек проживают в этой стране

За это время препарат хорошо зарекомендовал себя как среди профильных специалистов, так и среди пациентов этой страны. В 2016 году компания повторно получила сертификат GMP EU Словакии.



ЕВРОСТАНДАРТ

Для Петровакса Словакия — это окно в Европу. Это — единственная страна ЕС, где зарегистрирован препарат и получен сертификат GMP. Сам факт регистрации на территории Евросоюза — это знак качества и путь к освоению других европейских рынков. Однако эта история началась давно. «НПО Петровакс Фарм» сотрудничало со Словакией еще до того, как эта страна вошла в Евросоюз.

Следует отметить, что это — первое зарубежное государство, где Полиоксидоний® получил официальную регистрацию, а с ней и признание со стороны врачей и пациентов. Особое значение это имеет в иммунологии. «НПО Петровакс Фарм» — первый в России производитель иммунобиологических продуктов, который имеет международные GMP-сертификаты от государственных регулирующих органов Украины, ЕС (Словакия) и Ирана.

Почему именно эта страна первой заинтересовалась инновационной продукцией компании?

БРАТСКАЯ СИСТЕМА

Отметим, что сама по себе система здравоохранения Словакии напоминает нашу, российскую. В ее основе лежит государственное финансирование, а также обязательное для граждан страны медицинское страхование. Оно и является гарантией получения всеми гражданами медицинской помощи вне зависимости от доходов и социального статуса.

Медицинским страхованием занимаются пять компаний, две из которых — самые крупные — являются государственными. Последние выдают страховые полисы исключительно гражданам Словакии.

Каждый работающий гражданин Словакии платит страховые взносы. Исключения составляют пенсионеры и инвалиды, граждане, временно утратившие трудоспособность, безработные, военные запаса, женщины в декретном отпуске. Их страховые полисы оплачивает государство.

Так что основной объем медицинских услуг в Словацкой Республике предоставляется на бесплатной основе. По правилам страховой медицины иногда пациентам приходится доплачивать за некоторые рецептурные лекарства, обследования с использованием определенных типов медицинских аппаратов, стоматологические услуги.

История успеха — это обычно в значительной степени история партнерства.

В Словакии у Петровакса надежный партнер. Он помог зарегистрировать препарат и стал его активно продвигать.

Тогда, в далеком 2002 году, Полиоксидоний® стал первым лекарственным средством в экспортной линейке «НПО Петровакс Фарм». Благодаря многолетнему успешному опыту применения в медицинской практике Словакии он получил признание среди профессионального сообщества как «эффективный и безопасный препарат комплексного терапевтического

Получение сертификата GMP от Словацкой государственной инспекции — подтверждение качества и эффективности наших лекарственных средств



действия». «Российские научные разработки в области иммунологии не считают отсталыми на Западе, — говорил в 2007 году, спустя пять лет после регистрации препарата, Сергей Еремин, координатор российского отделения ВОЗ. — Но там мало кто видел наши коммерческие препараты». В 2004 году ВОЗ официально признала препарат Полиоксидоний® и присвоила ему международное непатентованное наименование (МНН) — Азоксимера бромид. В декабре 2011 года «НПО Петровакс Фарм» успешно прошло аудит словацкого Государственного института контроля качества лекарственных средств. По словам Аркадия Некрасова, занимавшего тогда пост генерального директора «НПО Петровакс Фарм», «одной из стратегических задач компании с момента ее основания является обеспечение населения современными, качественными и безопасными препаратами. Получение сертификата GMP от Словацкой государственной инспекции — подтверждение качества и эффективности наших лекарственных средств, а также важный шаг на пути реализации «Стратегии развития фармацевтической промышленности Российской Федерации на период до 2020 года», одной из основных целей которой является переход отечественных предприятий на стандарты GMP. Мы гордимся тем, что являемся лидерами в области производства и обеспечения качества лекарственных средств в России. И надеемся, что уже в ближайшее время наши препараты будут востребованы не только на отечественном рынке, но и в европейских странах».

В июле 2016 года Петровакс повторно получил словацкий сертификат соответствия производства и системы менеджмента качества (СМК) правилам EU GMP.

ВЫСОКИЙ ПРОФИЛЬ БЕЗОПАСНОСТИ

А в 2016 году «НПО Петровакс Фарм» провело пострегистрационное исследование безопасности (Post Authorisation Safety Study, PASS) инъекционной формы препарата Полиоксидоний® 6 мг в Словакии.

Клинические исследования безопасности лекарств, уже обращающихся на рынке, являются принятой практикой фармаконадзора в странах Европейского союза. Они проводятся по рекомендации European Medicines Agency. Кроме того, фармкомпании сами инициируют пострегистрационные исследования. Все подобные испытания занесены в специальный европейский регистр — EU PAS Register.

Работа по изучению Полиоксидония® проводилась в 15-ти медицинских центрах страны в полном соответствии с рекомендациями Европейского медицинского агентства (EMA). В исследовании было задействовано более 500 взрослых пациентов, которые наблюдались в течение рекомендованного курса терапии. Препарат назначался пациентам с показаниями: острые инфекции и хронические рецидивирующие заболевания вирусной и бактериальной этиологии. Важно, что исследование подтвердило высокий профиль безопасности лекарственного средства и его хорошую переносимость пациентами.

В ходе исследования осуществлялась оценка общей переносимости лекарственного средства, частоты нежелательных реакций. Проведенное исследование значимо с точки зрения обновления общего профиля безопасности лекарственного средства в клинической практике и в целом развития экспортного потенциала продукта. Это первый случай, когда российская компания проводит исследование обращающегося на рынке препарата в Европейском союзе. И вот пожалуй: независимая экспертиза, проведенная в европейской стране, дает ему самые высокие оценки.

Можно сказать, что компания «НПО Петровакс Фарм» прорубила окно в Европу не только себе, но и коллегам. Возможно, в этом состоит особая миссия компании: показать европейцам, что в России умеют делать не только ракеты, но и высококачественные лекарственные препараты.



ФИЛОСОФИЯ ЭКСПОРТА

Международное направление в деятельности любой компании — это не только бизнес, но и своего рода философия.

Максим Стецюк, коммерческий директор «НПО Петровакс Фарм» с 2016 по 2018 год, рассказал о том, на чем основано желание осваивать все новые и новые рынки.



— С чего начинается экспорт?

— С мечты. С амбиций развития компании. Наш отечественный рынок, конечно, большой, и нам на нем комфортно жить и работать. Но он имеет свои границы. И если компания достаточно амбициозна и хочет зарабатывать больше, то появляются стратегии движения в страны экспорта. Это движение крайне непростое — как переход из детского сада в школу. Открывается мир с абсолютно другими законами, зачастую с большей конкуренцией, чем на локальном рынке. Для этого нужно и очень сильное желание, и возможности, и стальные нервы. Потому что это процесс небыстрый. В принципе, фармацевтика — небыстрый бизнес. Поэтому не сломаться по дороге тоже очень важно.

— Как происходит выбор стран-партнеров?

— Это — процесс взаимного движения на встречу друг другу. Понятно, что хочется сразу продавать везде и все. Дальше включается метод дедукции: начинаешь понимать, для какого рынка ты приспособлен, где существует боль-

шая потребность в твоём препарате, готовы ли ты к регистрационным процедурам. Начинаешь переоценивать свои возможности и потребности рынков. Если перед тобой открываются сразу несколько рынков, то зайти сразу на все невозможно, потому что внутренние мощности ограничены. Приходится есть слона по частям. Выбираешь наиболее «сладкие», или стратегически важные аспекты, и с учетом их начинаешь заходить в то или иное направление. Изначально ты выбираешь рынки, которые кажутся близкими по ментальности, подходам. Если говорить о постсоветском пространстве, то в силу общей истории там существует лояльное отношение к нашим производителям.

— Бывает ли так, что рынок казался близким ментально, а потом раз — и не сложилось?

— Частенько, но это обычно лишь удлиняет срок проекта. Очень сложен барьер входа через регистрационные процессы. На этом этапе узнаешь очень многое и про свои возможности, и про возможности рынка. Понимаешь, соответствуешь





Чтобы быть конкурентными на рынке, нужно делать либо то же самое, что и все, но лучше, либо что-то новое. Мы растем быстрее рынка. За три года показали очень высокий прирост и движение по всем направлениям — вакцинальному, коммерческому, по контрактному производству

ли ты правилам. И, естественно, предприятия пересматривают свои подходы к исследованиям, регистрации.

А бывает, заходишь на рынок, а там потом меняются правила, и ты оттуда вылетаешь, либо тебя вытесняют. Российская Федерация сейчас нацелена на локализацию производства, и те же самые процессы происходят сейчас на внешних рынках.

Есть рынки, на которые с одними препаратами ты можешь зайти, с другими — уже сложно.

Мы — частично вакцинальная компания. Это связано с государственными бюджетами и программами вакцинации. Вот, допустим, в Узбекистане такой программы нет.

— Сколько времени проходит с момента регистрации препарата до выхода на рынок, и что за это время происходит?

— Если мы говорим про открытие новых рынков, то сначала департамент стратегического развития проводит исследование, ищет рынки, куда

бы мы хотели зайти. Около полугода проходит до того момента, когда мы понимаем, куда движемся. Дальше происходит формирование досье. Если мы полностью соответствуем требованиям страны, вход в регистрацию составляет минимум год. От момента, когда мы заметили потенциальный рынок, до временной точки, когда мы можем продать первую упаковку, проходит не менее полутора лет. Как показывает практика, это — в лучшем случае. Выход на зарубежные рынки требует долгосрочного и желательного прицельного подхода, потому что на все страны сил не хватит.

— А каковы планы по расширению экспорта?

— В нашей компании доля экспорта составляет достаточно большой процент. В целом в РФ в фармацевтике доля экспорта крайне мала и, в лучшем случае, колеблется от 1 до 2%. А у нас эта доля составляет 11,2%. Мы 2017 год по экспорту закрыли на уровне 1 млрд рублей.

Изначально наша компания зависела от государственных тендеров. Одной из наших стратегий является расширение как коммерческих, так и экспортных продаж. В связи с этим планов на экспорт у нас громадье. Вопрос в том, что регистрационные барьеры и условия входа на рынки крайне сложны, потому что все рынки защищаются. Тот же европейский рынок переполнен китайскими и индийскими дженериками.

Одна из основных стратегий связана с нашим флагманским продуктом — противогриппозной вакциной. Получение ВОЗовской сертификации позволит нам присутствовать на большей части рынков цивилизованного мира. Это можно сравнить с эффектом бомбы. Перспективы откроются гигантские.

— Тяжело ли выдерживать конкуренцию?

— Если говорить в целом о мировой конкуренции, то понятно, что мы выходим на рынки, где так или иначе присутствуют похожие продукты. Мы входим туда еще одним игроком. Это не открытое поле, куда мы вышли и сейчас все завоюем. Это поле уже распаханно, а мы туда начинаем заходить и «отъедать» кусочек за кусочком. И это — трудная борьба.

Немногие компании экспортируют препараты в Европу, а мы осуществляем поставки в Словакию. Да, нам повезло, что исторически так сложилось. Это позволяет нам думать о расширении рынков в Европе. Постсоветское простран-

ство нам ближе с ментальной точки зрения. Здесь уже в большей степени ведется плановая работа, близкая к той, которую мы выполняем на российском рынке. Но все рынки СНГ не такие прозрачные, как российский.

Чтобы быть конкурентными на рынке, нужно делать либо то же самое, что и все, но лучше, либо что-то новое. Мы растем быстрее рынка. За три года показали очень высокий прирост и движение по всем направлениям — вакцинальному, коммерческому, по контрактному производству. Если говорить о противогриппозных препаратах, данный сегмент в прошлом году снизился на 20%, а мы выросли на 37%. Это говорит о качественном подходе, о том, что мы четко продумываем тактику и стратегию.

— Сталкивались ли Вы со сложностями в работе с иностранными партнерами из-за разницы в менталитете?

— Восток — дело тонкое. У меня была ситуация, когда меня не удовлетворял текущий партнер, и я искал нового. И почти нашел, но он сказал: «Я не могу, потому что обидится тот, с кем ты работаешь сейчас, а для меня это важно». Вроде правильным бизнес-решением было бы не обращать внимания на обиды, но рынок маленький, и отношения друг с другом для них очень важны. В Европе — другие подходы.

— С какими странами Вам интереснее работать?

— Для меня основной интерес представляют страны Востока и Латинской Америки. Во время работы в предыдущей компании я засматривался на Китай и даже съездил туда и провел определенную работу. Вот это рынок так рынок! Емкий, бешено зарегулированный, конкурентный. Очередь на регистрацию препарата занимает от 3 до 5 лет. Но зато это реально — бомба. Вся Россия — это небольшая деревушка в Китае с точки зрения рынка. Китайцы крайне сложны в переговорах. Но если ты зашел на рынок Китая, то можешь еще 100 лет там спокойно проработать.



ГРУЗИЯ



3,7 млн человек
составляет
население
Грузии

Первое заселение
территорий Грузии
восходит к периоду
XX–XVII века до н. э.

В высокогорьях Большого
Кавказа встречаются **туры** —
парнокопытные млекопитающие
из рода горных козлов



На территории
Грузии находятся
**22 месторождения
минеральных вод,**
в том числе лечебных —
«Боржоми», «Саирме»,
«Набеглави», «Зваре»
и других

Современная
достопримечательность
Тбилиси — **Мост мира** —
символизирует путь
из прошлого в будущее,
так как соединяет старую
и новую части
города



**Большой Кавказский
хребет** служит барьером
для холодных северных ветров,
способствуя установлению
средиземноморского
и субтропического климата

Хинкали, чахохбили, сациви, хачапури и другие знаменитые блюда грузинской кухни, вино и чача, горы, неповторимый местный колорит, веселые и дружелюбные местные жители — все это теплом отзывается в сердце постсоветского человека. Несколько лет назад Грузия стала модным местом для поездок среди молодежи. Однако экономика этой страны еще не до конца восстановилась после многочисленных потрясений и кризисов.

Государство расположено в западной части Закавказья, на восточном побережье Чёрного моря, у южных склонов Большого Кавказского хребта. Страна может похвастаться многообразными природными условиями и богатой флорой, 450 месторождениями полезных ископаемых 27 видов, самые востребованные из которых — уголь, нефть, марганцевые и медные руды. На территории Грузии зарегистрировано почти 2 тысячи источников пресной воды и 22 разновидности минеральных вод, в том числе знаменитая на весь мир «Боржоми».

Больше половины населения занято в сельском хозяйстве, активно развиваются пищевая промышленность, машиностроение, черная и цветная металлургия, производство обуви и тканей. Туризм — одна из самых быстрорастущих и прибыльных отраслей экономики. Гости привлекают уютные улочки Тбилиси, лечение на водных курортах, древний Кутаиси и Батуми с пляжным отдыхом и очарованием морских прогулок. 14 заповедников, 8 национальных парков и три миллиона гектаров реликтового леса способствуют развитию экологического туризма.

Грузия с населением в 3 миллиона 700 тысяч, несмотря на экономические сложности последних десятилетий, остается страной долгожителей. И это не только целебный горный воздух, но и внимательное отношение людей к своему здоровью. Государственная власть во времена любых невзгод старалась не обходить медицину вниманием. Посмотрим на факты. За десять лет, с 2002 года, собственное фармацевтическое производство в стране выросло на 35% и в 2011 году оценивалось в 48 млн долларов США. За тот же период экспорт лекарств увеличился на 47%, Грузия поставляет медикаменты в 15 стран, а вот вакцину от гриппа предпочитает закупать.

В 2016 году Национальный центр по контролю и профилактике заболеваний зафиксировал очередную вспышку гриппа: на каждые 100 тысяч

жителей заболели 255 человек. И хотя эпидемиологический порог в стране составляет 500-600 заболевших на 100 тысяч граждан, медики оценивали положение как очень серьезное. Центр скорой помощи работал в режиме чрезвычайной ситуации, детям разрешили не посещать занятия в школах. На самом высоком государственном уровне в Грузии очень внимательно относятся к профилактике заболеваний, Минздрав регулярно проводит кампании по вакцинации населения. В «НПО Петровакс Фарм» очень надеются на расширение партнерства с Грузией и включение вакцины Гриппол® плюс в национальный календарь прививок, а также увеличение поставок бренда Полиоксидоний®.

**Грузия продает свои
лекарства в 15 стран.
Однако вакцину от гриппа
предпочитает закупать**



АЗЕРБАЙДЖАН



9,8

млн человек
проживают
в этой стране

Столица
Азербайджана —
город Баку

3%

от государственного
бюджета составляют
расходы
на здравоохранение



Городское население
составляет
54,1%



Достопримечательности:

Девичья Башня
Древняя крепостная постройка у прибрежной части «Старого города». Объект Всемирного наследия ЮНЕСКО

Пламенные башни
Высочайшие здания в Азербайджане, внешним видом напоминающие три языка пламени

Географически эта страна расположена очень интересно. Она относится и к Ближней Азии, и к Ближнему Востоку, и к Восточной Европе. Несмотря на то, что Азербайджан — часть постсоветского пространства, стиль ведения бизнеса здесь заметно отличается от российского. Впрочем, не стоит забывать про восточный менталитет.

Восточная сказка на берегу Каспийского моря, крупнейшая по площади республика Закавказья, страна живописных гор, уникальных природных заповедников и величественных средневековых храмов. Государство на границе Европы и Азии ежегодно привлекает миллионы туристов со всего света, вот уже несколько лет страна в числе лидеров по темпам роста туристического потока и инвестиций в отрасль гостеприимства.

Все, кто хотя бы однажды побывали в азербайджанской столице, никогда не забудут удивительного сочетания древнейших памятников архитектуры с самыми современными небоскребами и дизайнерскими экспериментами в стиле постмодернизма. Старинный квартал Ичери-Шехер, историко-архитектурный заповедник в центре Баку и знаменитая Девичья башня, крепостная постройка у прибрежной части «Старого города», включены в список памятников Мирового культурного наследия ЮНЕСКО. Но и гигантские башни Flame Towers, напоминающие три языка пламени, архитектурный комплекс Azure и градостроительный проект White City — это тоже Баку, мегаполис 21 века на земле с тысячелетней историей.

Удачное географическое расположение и благодатный климат с древнейших времен привлекали людей на территорию современного Азербайджана, старинные раскопки, стоянки каменного века и образцы древней наскальной живописи — одна из достопримечательностей страны на берегу Каспия. Здесь гордятся многообразием природы, уникальными заповедниками и национальными парками, высокогорными пейзажами и дарами сразу 9 климатических зон.

Но вместе с тем Азербайджан — современная индустриальная страна с высокоразвитой промышленностью и многоотраслевым сельским хозяйством. Локомотивами экономики стали добыча нефти, газа и железной руды, химическая промышленность, машиностроение и цветная металлургия. Знаменитые ковры, многообразие

натуральных тканей, ароматный чай, десятки сортов вина, наваристые супы из баранины и более 50 разновидностей плова — таким чаще всего запоминается Азербайджан многочисленным зарубежным туристам.

Медицина официально бесплатная, но на практике пациентам нередко приходится платить за медикаменты и услуги, в обществе широко обсуждается необходимость введения обязательного медицинского страхования. Следует вспомнить, что после распада СССР централизованная система здравоохранения в стране была разрушена. Азербайджану пришлось проделать большой путь, чтобы частично ее восстановить, но многое еще только предстоит сделать.

С 2011 года компания «НПО Петровакс Фарм» сотрудничает с Азербайджаном и поставляет ферментный препарат Лонгидаза® — востребованное лекарственное средство против заболеваний, сопровождающихся гиперплазией соединительной ткани. В компании довольны партнерством с Азербайджаном и планируют увеличивать объемы поставок и ассортимент экспортируемых препаратов.

Руководитель направления внешнеэкономической деятельности «НПО Петровакс Фарм» Ирина Жокина поделилась впечатлениями о работе с азербайджанскими коллегами: «Азербайджан, как и многие восточные страны, отличается радушием и гостеприимством. Это действительно очень красивая страна, особенно впечатляют кварталы Старого города в центре Баку — как будто попадаешь в восточную сказку. Несмотря на то, что это — постсоветское пространство, Азербайджан очень сильно отличается от нас в части ведения бизнеса. В современном Азербайджане почти не осталось напоминаний об общем с Россией прошлым, молодежь на английском языке говорит намного свободнее, чем на русском. Но я уверена, что мы обязательно найдем общий язык и с молодым поколением ради общего благополучного будущего».



АРМЕНИЯ



3 млн человек
проживают в этой
стране



Городское население
составляет 63,4%



Столица
Армении —
город
Ереван

Рельеф Армении
в основном гористый

Особенности
географического
положения и большие
перепады высот
обуславливают
разнообразие
климатических условий:
от субтропического до
континентального

Озеро Севан
на высоте
1900 м является
крупнейшим
в Закавказье
источником
пресной воды

Еще одно весьма колоритное государство Закавказья, с которым Россию связывают по-настоящему теплые добрососедские отношения, не могло остаться вне экспортной стратегии «НПО Петровакс Фарм». Компания успешно сотрудничает с Арменией с 2015 года.

Армения — одна из древнейших христианских стран с обилием религиозных памятников и святынь, государство тысячелетиями остается на пересечении путей, соединяющих Азию и Европу. Из 3 миллионов жителей страны 95% исповедуют христианство. На гербе Армении щит с символом нации горой Арагат, именно здесь по преданию причалил Ноев ковчег после потопа. Поддерживают щит Лев и Орел — символы мудрости, терпения и благородства армянского народа.

Почти вся территория страны на высоте более 1000 метров над уровнем моря, с севера обрамление из хребтов Кавказа, а на юге межгорная Арагатская долина — важнейший сельскохозяйственный район. Перепады высот создают разнообразие климатических зон, здесь можно встретить дубовые леса, платановые рощи, ковыльные степи, а каменистые склоны украшают миндаль, чабрец и шалфей. Главная река Армении Аракс, а самое известное высокогорное озеро Севан — незаменимый источник пресной воды.

Здесь добывают руду цветных и чёрных металлов, золото, мрамор, гранит, каменную соль, огнеупорную глину и целые россыпи камней — агат, аметист, яшму и бирюзу. Активно развивают машиностроение, производство синтетического каучука и строительных материалов, текстильную и пищевую промышленность.

В Армении больше четырех тысяч уникальных памятников архитектуры: развалины греко-римской эпохи, древние столицы, ранние христианские храмы и монастыри. У туристов популярны целебные термальные источники с гейзерами и водопадами, а местная минеральная вода по составу очень похожа на источники в чешских Карловых Варах.

Туристам обязательно предложат продукцию местных коньячных заводов, национальную долму, севанскую форель и вяленое говяжье мясо бастурма, угостят брынзой и ароматными плетеными сырами. А для легкого завтрака идеально подойдет лаваш и мацони из ферментированного молока.

Настолько колоритная, гостеприимная и дружелюбная Россия страна не могла остаться вне экспортной стратегии «НПО Петровакс Фарм», компания успешно сотрудничает с Арменией с 2015 года. Первый препарат из портфеля Петровакса, который пришел на рынок Армении, — Полиоксидоний®, к этому времени лекарственное средство уже больше 20 лет успешно применяли в России. Следом на рынок страны был выведен инновационный косметический крем Имофераза®. Армения стала одной из первых стран экспорта, в которую в 2016 году были налажены регулярные поставки этого продукта. В ближайших планах компании — регистрация на армянском рынке и поставки Лонгидазы® и вакцины Гриппол®плюс. Зимой 2018 года в стране сложилась крайне неблагоприятная эпидемиологическая обстановка, только в Ереване 360 детей были госпитализированы с диагнозом грипп.

В советское время система здравоохранения Армении считалась одной из лучших в СССР, традиции врачебной школы во многом сохранились и сегодня. Специалисты родом из Армении востребованы в медицинских клиниках по всей России. Контакты «НПО Петровакс Фарм» с соседями не ограничиваются экспортом продукции, весной 2018 года компания, совместно с армянскими партнерами, организовала конференцию для местных педиатров. Одновременно специалисты Петровакса принимали участие в конференции «Актуальные вопросы иммунодиагностики и иммунотерапии» в Ереване.

Лучшие профильные врачи страны обменивались опытом с коллегами, важным событием конференции стало выступление доктора медицинских наук, профессора кафедры иммунологии Медико-биологического факультета РГМУ имени Н.И. Пирогова и института ФМБА России Татьяны Федосковой. «НПО Петровакс Фарм» планирует и в будущем организацию совместных значимых событий, в планах обучающие программы по новым продуктам для медицинского сообщества Армении.

УКРАИНА



42 млн человек составляет население по данным государственной службы статистики Украины на 1 ноября 2017 года

Украина является **вторым по размеру территории** государством Европы

Городское население составляет 69,2%

К объектам Всемирного наследия причислены: **Софийский собор в Киеве, Киево-Печерская лавра, девственные буковые леса Карпат**



В целом один врач приходится на **3472 человека** населения

Столица страны – **город Киев**

Журнал «Forbes» включил **Одесский национальный академический театр оперы и балета** в список самых необыкновенных достопримечательностей Восточной Европы



С Украиной «НПО Петровакс Фарм» связывают длительные партнерские отношения. С 2004 года компания поставляет на украинский рынок Полиоксидоний®, Лонгидазу® и вакцину Гриппол® плюс, а в 2012 году получила сертификат соответствия производства и Системы менеджмента качества (СМК) правилам EU GMP от государственной службы Украины. Однако сейчас, в силу политических и экономических причин, вести бизнес с этим государством стало непросто.

Чудесная страна с богатейшей историей, щедрой природой и уникальными памятниками архитектуры, второе по площади государство на территории Европы. Украинские Карпаты, побережье Чёрного и Азовского морей, полноводный Днепр, сосновые леса и бескрайние степные дали. Лето здесь теплое, зима почти всегда мягкая, почвы особенно плодородные, и все это подарило Украине почетное звание житницы Европы. Помимо сельского хозяйства, здесь развивают металлургию, электроэнергетику, химическую и пищевую промышленность, согласно недавней статистике, современная Украина — это больше 42 миллионов постоянных жителей.

Впрочем, этносы и государства на этой благодатной земле сменяются тысячелетиями, славянские племена здесь появились еще в конце V века. В Киев князь Новгородский перенес столицу древнерусского государства, старинные соборы и монастыри всегда в списке самых востребованных маршрутов. Гостям Украины обязательно покажут Софийский собор в Киеве и Киево-Печерскую лавру, исторический центр Львова и буковые леса в Карпатах. В горы туристы отправляются ради пеших прогулок, горнолыжных спусков и источников с минеральной водой, Днепр подойдет любителям рыбалки и речных круизов. Ну и какой же отдых без гастрономических впечатлений: украинский борщ, любимое сало во всех видах, буженина, галушки, вареники, голубцы, а на десерт, конечно, знаменитый киевский торт.

Несмотря на сложности во взаимоотношениях двух стран, Петровакс продолжает осуществлять поставки продукции в Украину. Старые контракты исполняются, а вот вывести новый продукт на украинский рынок крайне сложно.

Что же представляет собой современная система здравоохранения Украины? С момента обретения страной независимости до наших

дней медики жалуются на недостаточное финансирование отрасли.

Демографическая ситуация в стране действительно тяжелая: население постепенно убывает. Во всемирном рейтинге продолжительности жизни людей Украина занимает 122-е место. В среднем, мужчины доживают до 62-х лет, женщины — до 74-х.

В 2008–2010 годах украинские власти попытались реформировать здравоохранение. Была утверждена концепция развития первичной медико-санитарной помощи на основе семейной медицины, подготовлены проекты законодательных актов, касающихся учреждений здравоохранения и системы обязательного медицинского страхования.

Сейчас снова время реформ. Широко обсуждается новый принцип работы «скорой помощи». Теперь она будет делиться на экстренную и неотложную. Сотрудниками «неотложки» станут так называемые медицинские техники — водители, оказывающие помощь на месте. На экстренной «скорой» будут работать парамедики, отвечающие за жизнь человека по дороге в больницу. Переход на новую систему займет пять лет.

Следует отметить, что живут украинцы не так уж плохо, как кажется. Согласно рейтинговым показателям ООН, которые используют множество обобщенных данных, таких, как уровень рождаемости, смертности, рейтинги потребления и производства, качество медицинских и образовательных услуг, а также ряд иных показателей из всех областей жизни, на конец 2017 года, Украина занимает 64-ю позицию из 142 по уровню жизни. Для сравнения: Россия — на 61-м месте, Беларусь — на 58-м. Рядом находятся Филиппины и Узбекистан.

Впрочем, лекарственные препараты необходимы при любом формате медицины, «НПО Петровакс Фарм» дорожит сотрудничеством, продолжает поставки в Украину и надеется на новые перспективы.



МОЛДОВА



3,5

млн человек
составляет
население
Молдовы

Поверхность
Молдавии
представляет
собой **холмистую
равнину**,
расчленённую
речными долинами

Наиболее
крупные реки —
Днестр и Прут



Столица страны —
город Кишинев

Триумфальная арка
на центральной
площади города
Кишинева — одно
из самых ярких
украшений столицы
Молдовы



Солнечная и дружелюбная Республика Молдова расположилась в Юго-Восточной Европе, по соседству с Румынией и Украиной. Вековые леса, традиционно называемые Кодрами, красавец-Днестр, черноземные почвы и виноградники со всеми их дарами. А для ценителей пищи духовной — средневековые соборы и загадочные скальные монастыри.

Молдова относится к категории аграрно-индустриальных стран, большую часть экспорта составляют продовольственные товары и текстиль. Климат благоприятствует развитию сельского хозяйства, озера богаты рыбой, а местные виноградники обеспечивают производство знаменитых на весь мир винных и коньячных брендов. Не зря с высоты птичьего полета вся страна напоминает спелую гроздь винограда.

У туристов особенно популярны столичный Кишинёв, кстати, самый зеленый из европейских городов, Тирасполь и Бельцы, средневековый Старый Оргеев и курорт Вадул-луй-Водэ на берегу Днестра. Среди востребованных достопримечательностей — крупнейшие в Европе винные подвалы, водопады, средневековые соборы и монастыри эпохи раннего христианства, спрятанные в пещерах на скалистых берегах рек.

Мягкий климат, живописные пейзажи, санатории с водолечебницами, сытная и полезная кухня с обилием овощей — современная Молдова располагает всеми возможностями для полноценного отдыха. Гостям непременно предлагают попробовать местное овощное рагу, брынзу, традиционную мамалыгу и вкуснейшие голубцы. После такого приема еще не раз наведаешься в гостеприимную и сытную Молдову за новыми впечатлениями.

В 2009 году Молдова вошла в число зарубежных партнеров «НПО Петровакс Фарм», до 2012 года в республику поставляли Полиоксидоний® и Лонгидазу®, официальную регистрацию получила вакцина Гриппол® плюс. Но в последнее время, ссылаясь на экономическую нестабильность, страна приостановила закупку лекарств.

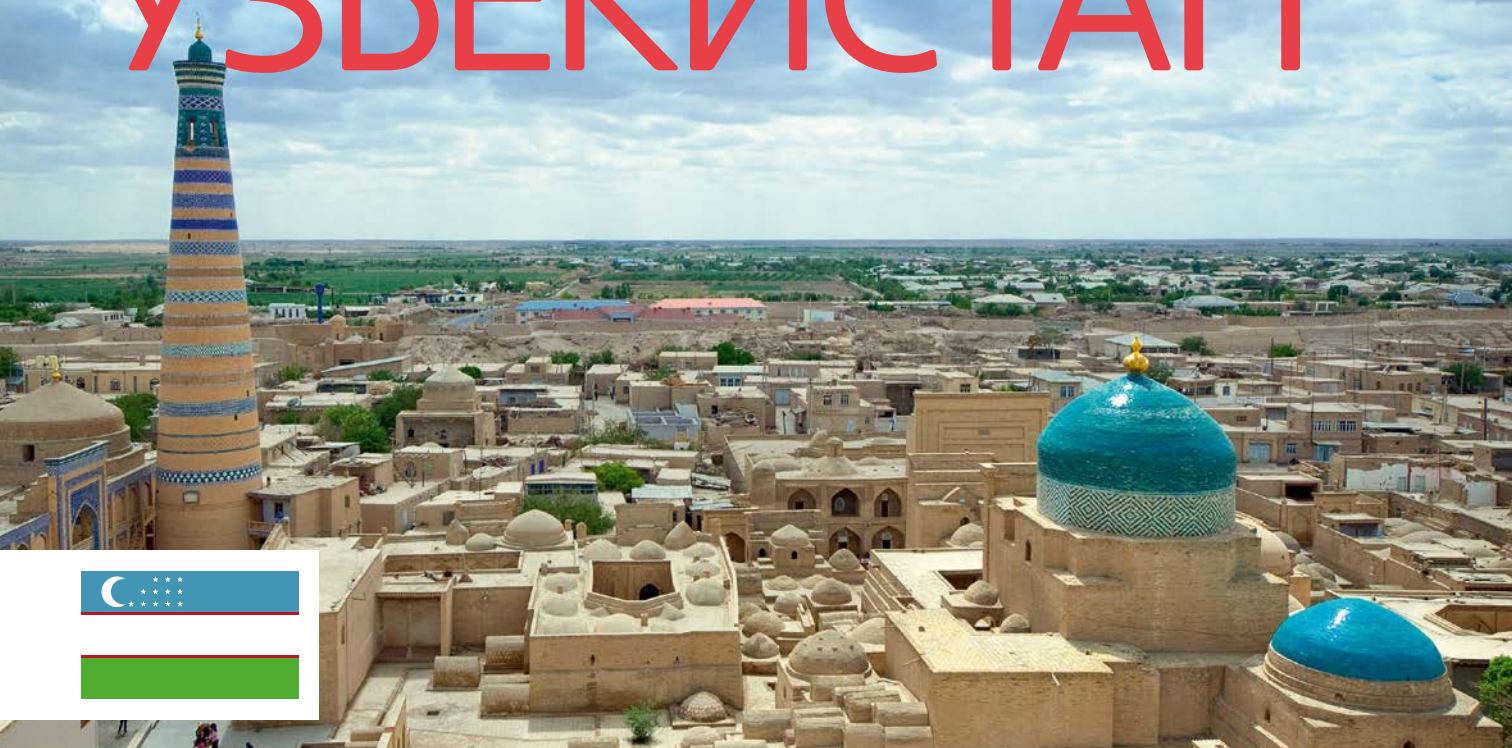
Здравоохранение в Молдове преимущественно государственное, расходы на медицину составляют 11,9% от ВВП, не так много по сравнению с другими европейскими странами. С 2004



года в республике введена система всеобщего медицинского страхования, но местные жители обеспокоены тем, что страховые взносы растут намного быстрее, чем доступность медицинских услуг.

У Молдовы пока нет возможности вакцинировать от гриппа 70% населения, как в США, или 50%, как в России, бесплатно прививают только группу высокого риска — детей, пожилых, медицинских работников и сотрудников таможни. В прошлом году Центр вакцинации Echitate из США бесплатно передал Молдове 200 тысяч доз вакцины против гриппа, но для трех с половиной миллионов жителей страны этого слишком мало, чтобы остановить эпидемию. Минувшая зима выдалась особенно напряженной, грипп отвозывал все новые жертвы и нет гарантии, что ситуация не повторится. Компания Петровакс всегда открыта для диалога, надеется на возобновление сотрудничества с Молдовой и обещает, как и прежде, оправдывать доверие партнеров и пациентов.

УЗБЕКИСТАН



33

млн человек
составляет
население
Узбекистана

50,6%
населения —
городское
и 49,4% —
сельское

По запасам
золота
республика
занимает 4-е
место в мире.
В Узбекистане
добывают
медь и уран,
выращивают
хлопок



Столица страны —
город Ташкент



Самарканд — один из
древнейших городов на
планете — более двух тысяч
лет был ключевым пунктом
на Великом шелковом пути

Бухару называют
городом-музеем.
Главные экспонаты
тут — цитадели, мечети,
медресе и мавзолеи

Территория Узбекистана
разнообразна, но **большие
пространства этой страны
малопригодны** для жизни:
это пустыни, степи и горы



Разница менталитетов — вовсе не помеха для эффективного бизнеса, у «НПО Петровакс Фарм» давнее и очень плодотворное сотрудничество с Узбекистаном. Это большой и привлекательный рынок для развития: население страны составляет 33 миллиона человек. Петровакс поставляет в эту страну три препарата.

Жемчужина Востока, Ташкент, Самарканд, Бухара и Хива, архитектура с тысячелетней историей и музей под открытым небом. Объекты из «Списка всемирного наследия ЮНЕСКО» здесь, что называется, на каждом шагу, это как раз тот случай, когда на глазах оживают восточные легенды и сказки Шахерезады.

Территория Республики Узбекистан в самом центре Средней Азии была заселена еще в эпоху палеолита, а первые государства появились здесь в VII веке до нашей эры. Живописные горы, пустыни и степи, древние и современные города в долинах рек, огромные площади орошаемых земель — все это Узбекистан, третья по численности страна СНГ. В стране внушительные запасы золота, меди, урана, нефти и газа, среди самых востребованных отраслей — сельское хозяйство, химическая промышленность и машиностроение, текстильное и пищевое производство. Помимо природных ресурсов, Узбекистан активно экспортирует хлопок, черные и цветные металлы, минеральные удобрения и даже автомобили. Страна входит в число мировых лидеров по темпам роста экономики.

Международные рейтинги называют жителей Узбекистана самыми счастливыми в СНГ, а страну — комфортной и безопасной для туризма. И гостям определенно есть чем заняться: экскурсия, скалолазание и альпинизм, отдых на горнолыжных склонах, экологические туры вдоль границ Аральского моря и в Кызылкумский заповедник. А после прогулок — традиционный плов, ароматные лепешки, самса и шашлыки. Опытные путешественники советуют рассчитывать свои силы: узбекская кухня невероятно привлекательна и калорийна.

На масштабный и перспективный узбекский рынок сегодня поставляются три препарата под брендом «Петровакс». Первые партии Полиоксидония® поступили в Узбекистан в 2010 году, благодаря терапевтической эффективности препарат быстро завоевал популярность у врачей и пациентов. В 2015 году на рынке Узбекистана впервые появилась Лонгидаза®. Президент

«НПО «Петровакс Фарм» Елена Архангельская говорила в то время: «С момента выхода нашей компании на рынок Узбекистана объем экспортной продукции вырос в 5 раз. При этом мы видим дальнейшие широкие перспективы для развития, поскольку Узбекистан — привлекательный рынок для нас с высоким экспортным потенциалом. Важно, что нам удалось вывести в продажу еще один оригинальный современный препарат, который станет доступным для пациентов Узбекистана, а многим женщинам поможет обрести радость материнства». Следующим шагом «НПО Петровакс Фарм» в 2017 году стала поставка в Узбекистан вакцины Гриппол® плюс. Власти страны очень серьезно относятся

С момента выхода нашей компании на рынок Узбекистана объем экспортной продукции вырос в 5 раз

к профилактике гриппа, президент в начале 2018 года опубликовал постановление «О мерах по дальнейшему совершенствованию системы противодействия распространению гриппа и других острых респираторных инфекций». Глава государства распорядился сделать обязательной вакцинацию для нескольких категорий граждан и разработать комплекс мер по предупреждению распространения вирусных инфекций.

Сотрудники «НПО Петровакс Фарм» рассчитывают, что интересная и результативная работа с партнерами в Узбекистане не только продолжится, но и обретет новые перспективы. Отдельное спасибо узбекским коллегам за неизменное гостеприимство, доброжелательность и увлекательные рассказы об истории страны и обычаях местных жителей.

КЫРГЫЗСТАН



6

млн человек
составляет
население
Кыргызстана

Киргизия **не имеет выхода к морю**. Более трёх четвертей её территории занимают горы

Ледники Киргизии составляют запасы пресной воды не только самой республики, но и региона Центральной Азии и являются главными источниками питания рек



Столица страны —
город **Бишкек**



На северо-востоке страны находится седьмое по глубине озеро в мире — **высокогорное озеро Иссык-Куль**, расположенное на высоте 1609 м над уровнем моря

Башня Бурана — археолого-архитектурный комплекс, включающий старинный минарет — единственное уцелевшее строение древнего городища. Неподалеку находится коллекция каменных надгробий и изваяний

При всей видимой открытости киргизы очень осторожны, в том числе и в бизнесе. Тем ценней их доверие. «НПО Петровакс Фарм» работает с Кыргызстаном уже много лет, в частности, поставляет Гриппол® плюс в рамках Национального календаря прививок.

Официально Кыргызская Республика, на государственном языке Кыргызстан, а по-русски — милая сердцу Киргизия расположена в окружении Ферганской долины и горных массивов Памира и Тянь-Шаня. Население этого государства в Центральной Азии составляет больше 6 миллионов человек. Вся территория находится выше уровня моря. Три четверти площади занимают горы с самым северным семитысячником на Земле Пиком Победы. Есть к чему стремиться, когда на горизонте вершина в 7439 метров.

8 тысяч ледников с запасами пресной воды, почти 30 тысяч рек и 2 тысячи озер, в том числе знаменитое «горячее озеро» Иссык-Куль, не замерзающее даже в суровые зимы. А еще много солнца и 88 уникальных заповедников, заказников и парков — настоящий рай для жителей хмурых северных городов. Не зря туристический поток сопоставим с количеством местных жителей, в высокий сезон население республики почти удваивается. Здесь добывают золото, ртуть и сурьму, выращивают хлопок и табак, а угощают местной колбасой и лепешками из тандырной печи. Ну и, конечно, ни один национальный стол не обходится без традиционного блюда кочевников бешбармака.

Но при всей внешней открытости киргизы очень вдумчиво и осторожно относятся к новым контактам в бизнесе. И тем дороже доверие Кыргызстана российской компании «НПО Петровакс Фарм». Партнерство с республикой продолжается с 2005 года, в страну поставляют Полиоксидоний®, Лонгидазу®, Имофразу® и Гриппол®-плюс. Вот уже несколько лет Кыргызстан закупает Гриппол® плюс в рамках Национальной программы иммунизации населения, и с каждым годом объемы государственных поставок растут. Продается вакцина и на коммерческом рынке, а Петровакс планирует расширять сотрудничество во всех сегментах. Кыргызстан — давний надежный партнер, с которым комфортно работать

и всегда можно договориться о взаимовыгодных условиях.

Система здравоохранения Кыргызской Республики финансируется из трех основных источников: государственные средства, а именно бюджет и обязательное медицинское страхование, частные расходы домохозяйств и помощь, поступающая от международных организаций. Правительство постоянно совершенствует все сферы медицины, недавно в стране создана национальная база данных медицинских услуг, техники и препаратов. Это нововведение позволяет объективно оценить возможности рынка и способствует развитию здоровой конкуренции между производителями.

Кыргызстан активно воплощает стратегию Всемирной организации здравоохранения по максимальному охвату населения медико-санитарной помощью. Государство вошло в состав ВОЗ еще в 1992 году, через год после объявления независимости. В разные годы в стране действовали полевые офисы ВОЗ — в ответ на эпидемию малярии или в целях устранения последствий межэтнических конфликтов. В 2015 году ВОЗ заметно усилила присутствие в Кыргызстане: главой национального офиса назначен международный представитель.

В начале 2018 года с учетом рекомендаций ВОЗ в республике разработана новая стратегия развития здравоохранения, рассчитанная до 2030 года. Основная задача программы — расходовать средства более эффективно, в приоритете модернизация поликлиник, больниц, центров семейной медицины, словом, всей системы первичной медицинской помощи. «НПО Петровакс Фарм» искренне желает своим друзьям и коллегам в Кыргызской Республике успешного воплощения всех намеченных планов. Пусть в партнерстве двух стран осуществляются самые масштабные проекты на благо каждого жителя Кыргызстана.



ЕГИПЕТ



Страна пирамид, вероятно, станет новым партнером «НПО Петровакс Фарм». Еще недавно Египет был мега-популярным у россиян туристическим направлением. А сотрудникам компании он открылся с новой и неожиданной стороны.



Столица
Египта —
город Каир



94,7

млн человек
проживают в этой
стране

На севере омывается
водами Средиземного,
на востоке - Красного
морей. Оба моря
соединены Суэцким
каналом — важной
транспортной
артерией для мировых
грузоперевозок

Городское
население
составляет
45%



Средняя
рождаемость
в Египте —
3 ребенка
на одну
женщину

В Египте сосредоточены
памятники различных
эпох и цивилизаций:
древнеегипетской,
христианской, средневековой
арабской

Переговоры с Египтом о закупках препарата Гриппол® плюс длятся больше года, но перспективы сотрудничества позитивные. Судя по всему, подписание контракта и начало подготовки к поставкам не за горами. В Египте нет противогриппозной вакцины собственного производства. А люди, несмотря на теплую погоду, болеют.

Египетского партнера порекомендовала компания Winter Capital — акционер Петровакса и дочерняя структура «Интерроса».

«Вначале я был настроен скептически: у ребят даже сайта нет, почта на gmail.com. Выглядели они достаточно несерьезно, — рассказывает Артур Юмаев, директор по стратегическому развитию бизнеса «НПО Петровакс Фарм». — Но на самом деле там многие так работают. Первые переговоры были по телефону. Была ужасная связь, не у всех хороший английский. Но хотя бы познакомились. Затем их представитель приехал в Москву, и мы поговорили уже более предметно».

Арабская Республика Египет — это огромный рынок. Население страны составляет 95 млн человек и прирастает ежегодно на 1-2 млн. Средняя рождаемость в Египте — 3 ребенка на одну женщину. Со времен Второй мировой войны население выросло в четыре раза.

При этом вспышки гриппа происходят постоянно, особенно в бедных районах. В 2014 году было зафиксировано несколько смертельных случаев. Тогда же российский Минздрав выступил с заявлением, что рост заболеваемости не является препятствием для выезда россиян

в Египет, поскольку у нас с 2009 года проводится вакцинация. Нам хорошо, а какково египтянам?

«НПО Петровакс Фарм» ведет переговоры с крупной государственной компанией — единственным производителем вакцин в Египте. Стороны пришли к выводу, что проект потенциально интересный и перспективный.

«Сейчас мы вместе с партнерами оцениваем египетский рынок на уровне 2-2,5 млн доз вакцины, — говорит Артур Юмаев. — Хотелось бы сразу занять не меньше трети рынка. А в дальнейшем мы ставим себе цель, скорее, не отвоевывать место под солнцем у наших конкурентов, а способствовать росту самого рынка. Потенциал у Египта огромный; прирост населения впечатляющий. Существуют, конечно, другие факторы: например, люди болеют гриппом реже, чем в странах с холодным климатом. Да и ВВП на душу населения невелик. Но мы все равно считаем, что есть возможности увеличить рынок хотя бы до 8-9 млн доз в год. Не биться за 700-800 тысяч, а исчислять поставки миллионами доз».

В работе на египетском рынке «НПО Петровакс Фарм» надеется на поддержку государства.

До 2015 года, когда Москва ввела запрет на полеты в Египет, эта страна была на первом месте по популярности у российских туристов. Казалось бы, мы знаем Египет вдоль и поперек. Но мало кому известно, что в центре Каира есть свой «Манхэттен».

На острове в центре египетской столицы расположены особняки, которые сохранились со времен британских колонизаторов. Некоторые



из них — настоящие дворцы. В одном из таких зданий располагается отель Marriott, в других — виллы состоятельных людей. А еще там есть парк, где в былые годы проводили время богатые вельможи. Они играли там в поло или посещали стрелковый клуб. Все эти забавы сохранились на острове до наших дней.

Пирамиды — главная достопримечательность Египта. Очевидно в прошлом среди пустыни они выглядели величественно. Однако на фоне современных строений они теряются, кажутся маленькими.

Зато Каирский музей производит огромное впечатление. Крупнейшее в мире хранилище предметов древнеегипетского искусства насчитывает около 160 тысяч экспонатов. В музее представлены артефакты всех исторических периодов Древнего Египта. Особенно впечатляет зал Тутанхамона. Кажется невероятным, что до наших дней дожили в целостности и сохранности одежда и украшения фараона и даже его повозка. А зал с мумиями вызывает трепет и внушает уважение к египетским технологам.

Кухня в Египте традиционная, восточная, впитавшая в себя блюда других стран — Ливана, Сирии, Турции, Греции и т.д.

Что касается облика Каира, то в глаза сразу бросается грязь и хаотичный стиль вождения. Это относится ко многим густонаселенным городам. А в египетской столице проживают более 8 млн человек — почти 9% от общей численности населения страны. Столица Египта — крупнейший город Ближнего Востока, а в мире занимает 11-е место по числу жителей.

«Мы видели недостроенные дома, которые, тем не менее, были заселены. Вот, к примеру, стоит десятиэтажка: последний этаж недостроен, нет крыши. Явно дом в таком состоянии не может быть сдан, но там живут люди», — рассказывает Артур Юмаев.

Густонаселенность Каира поражает. В некоторых районах плотность населения достигает 100 тысяч человек на 1 квадратный километр. Это больше, чем в Токио или Мумбаи.

Перенаселенность является источником беспокойства со стороны правительства — в частности, потому, что в таких условиях быстро распространяются инфекции.

Многие, если не видели своими глазами, то хотя бы слышали о беднейших районах Каира, где люди живут прямо на улице в картонных



Артур Юмаев:
«Сейчас мы вместе с партнерами оцениваем египетский рынок на уровне 2-2,5 млн доз вакцины. Хотелось бы сразу занять не меньше трети рынка»

коробках. «Бедные люди есть везде, — говорит Артур Юмаев. — Но контраст очевиднее в тех странах, где тепло и можно жить на улице. Кажется, что бедные люди еще беднее, чем наши. У нас же на улице просто не выживешь».

В Каире есть Город мертвых. Это — кладбище, на котором египтяне отстроили для своих мертвых родственников целые дома — с мебелью, посудой, одеждой — словом, всем необходимым, кроме канализации. В этих домах стали селиться бездомные.

Воздух в Каире загрязнен настолько, что над городом постоянно образуется дымка. Подобное явление можно наблюдать, например, в Пекине. Причина загрязненности воздуха — промышленность. В Каире располагаются многие пищевые, химические, текстильные производства, литейные цеха, предприятия тяжелой промышленности. Кроме того, на улицах огромное количество автомобилей, работающих на топливе, изготовленном отнюдь не по высоким экологическим стандартам.





