

چشم انداز صنعت دارو در اقتصادهای نوظهور



موسسه مشاوره مدیریتی مک کینزی در مطلب اخیر خود در ماه ژوئن ۲۰۱۷ به موضوع چشم انداز صنعت دارو در اقتصادهای نوظهور پرداخته است.

طی سال های گذشته بنگاه های بزرگ فراملیتی صنعت دارو در پی افزایش عدم قطعیت ها در امریکا و اروپا، بهشتی را در بازارهای نوظهور یافتند. رشد سریع اقتصادی همراه شده با افزایش استطاعت مالی مصرف کنندگان در رابطه با پرداخت از جیب در اقتصادهای نوظهور، بنگاههای فراملیتی را در جهت توجه بیشتر به این بازار تحریک می کرد. علی رغم چشم انداز مثبت، برخی از کشورهای نوظهور به علت افت قیمت کالاهای اساسی با کاهش رشد اقتصادی روبرو شدند، برخی از آنها اقدام به بازنگری در نظامهای سلامت نمودند و بنگاههای محلی تبدیل به رقبای جدی در بازار دارو در این کشورها شدند. در همین راستا بنگاه های فراملیتی هم با چالش هایی نظیر استخدام نیروهای ماهر، انطباق و چیدمان سازمانی در این کشورها برخورد کردند.

در مقابل صنعت دارو در بازارهای توسعه یافته مانند امریکا تقویت شدند و به عنوان نمونه ده تولید کننده برتر دارو در امریکا حدود ۶۵۰ محصول جدید در رابطه با توسعه تومورشناسی و همچنین داروهای جدید، معرفی کردند. با وجود تغییر جهت گیری موقت برخی از بنگاههای بزرگ فراملیتی، موسسه مک کینزی بر این باور است که بازارهای نوظهور پتانسیل برگشت به چشم انداز مثبت در بلند مدت را دارا هستند و انتظار می رود درآمد صنعت دارو در این بازارها (بدون احتساب کشور چین) طی ده سال آینده دوبرابر شود. این چشم انداز نشان دهنده جذاب بودن این بازار حتی بدون در نظر گرفتن کشور چین است.

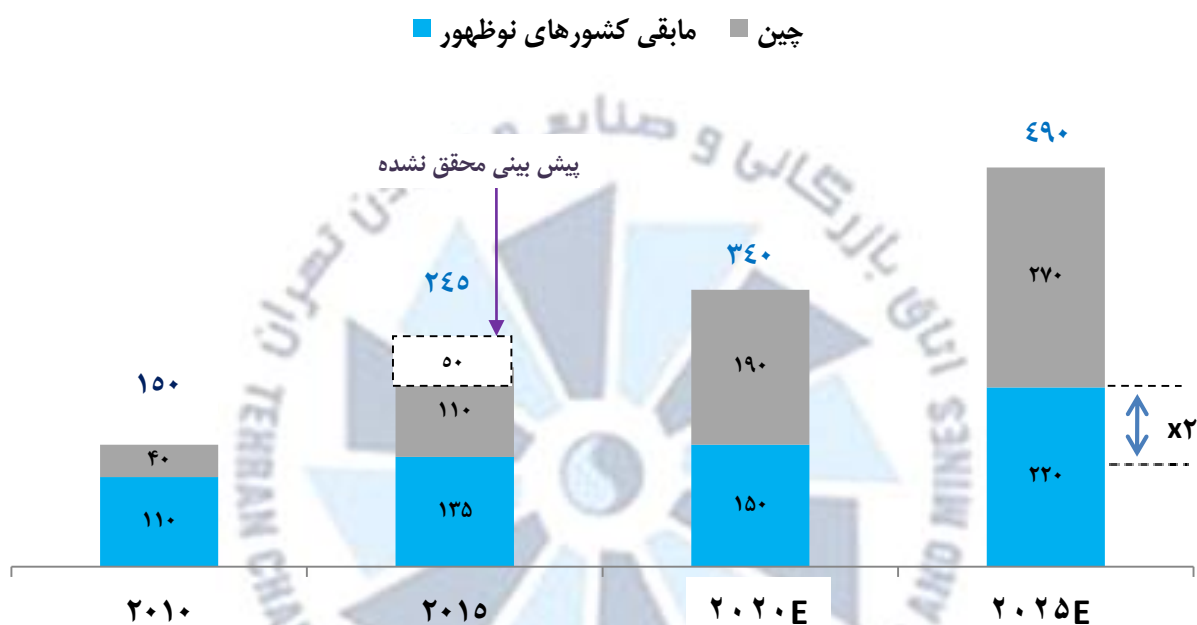
در سال ۲۰۱۰ درآمد صنعت دارو در اقتصادهای نوظهور حدود ۱۵۰ میلیارد دلار بود که سهم کشور چین از این درآمد با رقم ۴۰ میلیارد دلاری حدود ۲۷ درصد بوده است. بعد از گذشت ۵ سال درآمد صنعت دارویی در کشور چین ۲,۷۵ برابر شد و به ۱۱۰ میلیارد دلار رسید در حالی که درآمد دارو سازی در مابقی اقتصادهای نوظهور ۱,۲ برابر شد. انتظار می رفت درآمد

معاونت بررسی های اقتصادی

صنعت دارویی اقصادهای نوظهور در سال ۲۰۱۵ به نزدیک ۲۹۵ میلیون دلار برسد که ۵۰ میلیارد دلار از این درآمد محقق نشد.

با توجه به پتانسیل بالای رشد صنعت دارویی در کشورهای نوظهور پیش بینی می شود درآمد این گروه از فعالیت های صنعتی در سالهای ۲۰۲۰ و ۲۰۲۵ به ارقام ۳۴۰ و ۴۹۰ میلیارد دلار نایل شود و انتظار می رود درآمد داروسازی در کشور چین از مجموع درآمد مابقی اقصادهای نوظهور پیشی بگیرد.

چشم انداز درآمد صنایع داروسازی در کشورهای نوظهور ۲۰۱۰-۲۰۲۵



کسب برخی از فرصت ها در بازار محصولات دارویی در اقصادهای نوظهور نیازمند دارا بودن تصویر شفاف از چشم انداز این بازار ضمن توجه به استراتژی آنهاست. برخی از بنگاههای موفق فراملیتی با سه هدف استراتژیک، فعالیت های خود را در این اقصادها گسترش می دهند:

- رشد و توسعه د ستر سی بیمار. با توجه به تعدد وجود بیماری های تشخیص داده نشده و درمان نشده در کشورهای نوظهور، این بازارها همچنان از منظر بنگاههای صنعت دارویی، بازار جذابی محسوب می شوند که رشد درآمدها، افزایش سطح آگاهی های بیماران و توسعه د ستر سی به خدمات سلامت نیز به تقویت این موضوع کمک نموده است.
- خلق یک کانون نوآوری. بنگاههای فراملیتی می توانند به لقاح متقابل ایده ها در بازارهای نوظهور و بالغ کمک نمایند. در واقع بازارهای نوظهور می توانند بستر را برای آزمون مدل های فناوری ها و کسب و کار نوآورانه فراهم نمایند (مانند بهره برداری از کانال های دیجیتالی تامین سلامت نوآورانه در آسیا و آفریقا).



معاونت بررسی های اقتصادی

برخی از بازارها مانند چین نیز می توانند مسیر نوآوری در زمینه تومور شناسی، هپاتیت C و دیابت را تسهیل نمایند.

- تنوع بخشی به ریسک. بازارهای نوظهور می توانند به بنگاهها در زمینه ایمن شدن در برابر ریسک های درآمدی (top-line risk) از طریق تامین جریان درآمدی برای غلبه بر عملکرد نومیدانه یا افت یکپارچگی در بازارهای توسعه یافته شده و در برابر ریسک های خطوط لوله (pipeline risk) از طریق تولید درآمد از محصولات بالغ دارای تقاضای با ثبات با هدف حمایت از توسعه محصولات نوآورانه جدید و همچنین در مقابل ریسک های اقتصادی (economic risk) و نوسانات ارزش پول (currency risk) از طریق توسعه ردپای کسب و کار خود در سایر بازارها، کمک نمایند.

