

УДК 658.

А.Б.Асова (3 курс, каф. ММ), Л.Г.Окорокова, д.э.н., проф.

МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА КОМПАНИИ «СОЛВЕЙ ФАРМА»

Уже не один десяток лет компания «Солвей Фарма» (Solvay Pharma) помогает людям в Европе и в мире жить здоровой и полноценной жизнью. Со дня своего основания и до настоящего времени компания способствует прогрессу медицины и прогрессу общества в целом, уделяя особое внимание научным исследованиям.

История компании Солвей начинается 15 апреля 1861 года, когда молодой бельгийский ученый Эрнст Солвей патентует открытый им способ промышленного получения углекислого натрия (пищевой соды). Для внедрения процесса в производство в декабре 1863 года Эрнст Солвей вместе со своим братом Альфредом основывает компанию "Solvay&Cie". Первая фабрика по производству соды появилась в местечке Кюлле (Бельгии) в 1865 году и уже в течение следующих 15 лет подобные фабрики были открыты во Франции, Англии, Германии, Соединенных Штатах Америки и России.

В настоящее время компания «Солвей Фарма» – международный химико-фармацевтический концерн с годовым оборотом около 8 млрд. €. Более 400 филиалов фирмы расположены в 60 странах мира. В компании работает около 30000 сотрудников, 2500 из которых заняты в научном секторе.

Компания Солвей Фарма концентрирует свои усилия в четырех направлениях: производство химических субстанций, производство пластика, производство изделий из пластика и фармацевтический сектор. Фармацевтический сектор компании является самым молодым и быстрорастущим. По результатам первого квартала 2003 года компаний получила прибыль в размере 98 млн. €, а общемировые продажи препаратов составили 456 млн. €. Все это происходит благодаря хорошо разработанной маркетинговой стратегии компании.

В своей деятельности «Солвей Фарма» придерживается принципа «Мыслить глобально, действовать локально», обязательно учитывая культурные и экономические особенности каждой страны, в которой продается ее продукция. Компания предлагает широкий ассортимент товаров. Сегодня «Солвей Фарма» является признанным лидером в кардиологии, гастроэнтерологии, психиатрии, гинекологии и иммунологии.

Стратегия компании заключается не только в предложении широкого ассортимента медицинских препаратов и концентрации усилий в тех областях, где уже накоплен многолетний опыт, но и в создании новых лекарств. Быстрый рост продаж во многом обусловлен инвестициями именно в этой сфере. Исследования, проводимые компанией «Солвей Фарма», направлены на поиск и внедрение новых, высокоэффективных препаратов, способных значительно облегчить жизнь пациента и содействовать дальнейшему прогрессу медицины. Расходы компании на научно-исследовательскую работу в 2002 году превысили 360 млн. €.

«Солвей Фарма» стала первой в мире фармацевтической компанией, которая разработала и зарегистрировала новый метод производства противогриппозной вакцины. Строительство нового завода в городе Вееспе (Нидерланды), где будет производиться новая вакцина, ориентировочно будет закончено к 2005 году, что позволит довольно скоро удовлетворить потребности в современной противогриппозной вакцине на мировом рынке.

Международный маркетинг «Солвей Фарма» состоит из трех направлений.

Первое – поиск и покупка новых препаратов. В 2000 году компания приобрела у SLA Pharma права на продвижение лекарств Anohéal® и Incostop® на Северо-Американском рынке. А в 2002 году, в основном, за счет распространения этих препаратов, объем продаж в Северной Америке достиг 47%.

Второе – совместная работа с другими компаниями. Благодаря стабильной позиции и безукоризненной репутации в Европе и в мире, «Солвей Фарма» является надежным партнером для совместного производства и развития. В качестве примера можно привести соглашения, заключенные с компаниями Innogenetics (генетические исследования), и Quintiles Transnational Corp. (оптимизация отдела R&D), которые уже приносят положительные результаты. В 2003 году компания «Солвей Фарма» подписала соглашение с компанией «Хормос» (Финляндия) о проведении научно-исследовательских работ, направленных на дальнейшее расширение гинекологической группы препаратов компании.

И третье направление международного маркетинга – расширение позиций в мире. Компания давно имеет стабильные позиции в Европе и сейчас активно расширяет свое влияние в США, странах Восточной Европы и в Азии. Объемы использования препаратов компании «Солвей Фарма» в США за последние четыре года увеличились в 4 раза. Количество медицинских представителей возросло с 300 в 1996 до 1500 в 2001г. В 1999г. была приобретена компания Unimed Pharmaceuticals Inc., что позволило скоординировать усилия по запуску новых препаратов Теветен®, Асеон® и AndroGel®. В 2002 году продажи в странах Центральной и Восточной Европы увеличились на 20%. В Японии, при содействии двух японских фармацевтических компаний, был запущен антидепрессант Luvox®, также превзошедший все прогнозы по результатам продаж.

Что же касается нашей страны, то представительство компании «Солвей Фарма» было открыто в Российской Федерации в 1997 году. В настоящее время компания является одной из наиболее быстроразвивающихся фирм на Российском фармацевтическом рынке. В Российской Федерации зарегистрированы и разрешены к использованию более 20 препаратов. «Солвей Фарма» предлагает врачам и пациентам в России современные высококачественные лекарственные препараты, эффективность которых была доказана и подтверждена при проведении многочисленных клинических исследований и испытаний. В 2001 и 2002гг., на рынок были представлены новые лекарства: Теветен®, Дюфалак®, Дюспаталин®, Креон® и Алвитил® и др. В 2001г. компания «Солвей Фарма» в сотрудничестве с компаний ОАО "Акрихин" начала производство и продажи препарата Оликард® (антиангинальный препарат). А в 2002г. в сотрудничестве с компаний ОАО "Нижфарм" начала производство препарата Панкреофлат®.

Планы компании относительно нашего фармацевтического рынка скромными не назовешь: «Солвей Фарма» намерена оказаться в числе 20 крупнейших продавцов фармацевтической продукции в России. О том, что выполнение высоких планов по плечу компании, говорит ее поведение в кризисной ситуации. Не секрет, что после 17 августа 1998г., многие иностранные фармацевтические компании уменьшили объем своей деятельности на российском рынке, сократили количество сотрудников. В компании же «Солвей Фарма» не было ни сокращений персонала, ни уменьшения объема продаж.

Таким образом, мы видим, что все эти годы компания «Солвей Фарма» демонстрирует отличные результаты, развивая различные направления маркетинговой стратегии, исследуя новые рынки, совершенствуя технологии и выпускаемые препараты.