

ПОПОВА ИРИНА СЕРГЕЕВНА

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА  
И ПРОДВИЖЕНИЮ НА РЫНОК ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ И БИОЛОГИЧЕСКИ  
АКТИВНЫХ ДОБАВОК НА ОСНОВЕ ПРОДУКТОВ ПАНТОВОГО ОЛЕНЕВОДСТВА  
(В УСЛОВИЯХ АЛТАЙСКОГО БИОФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА)

14.04.03 – организация фармацевтического дела

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата фармацевтических наук

Пермь – 2018

Диссертационная работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Алтайский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации

**Научный руководитель:**

доктор фармацевтический наук, профессор **Шарахова Елена Филипповна**

**Официальные оппоненты:**

**Кныш Ольга Ивановна** - доктор фармацевтических наук, профессор, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тюменский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации, кафедра управления и экономики фармации, заведующий кафедрой;

**Мельникова Ольга Александровна** - доктор фармацевтических наук, доцент, федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации, кафедра управления и экономики фармации, профессор кафедры.

**Ведущая организация:**

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ярославский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации, г. Ярославль.

**Защита состоится** «30» января 2018 г. в 12.00 часов на заседании диссертационного совета Д 208.068.02 при федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Пермская государственная фармацевтическая академия» Министерства здравоохранения Российской Федерации (614990, г. Пермь, ул. Полевая, д. 2, тел. (342)233-55-01).

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке (614070, г. Пермь, ул. Крупской, 46) и на сайте (<http://www.pfa.ru>) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Пермская государственная фармацевтическая академия» Министерства здравоохранения Российской Федерации.

Автореферат разослан «\_\_» \_\_\_\_\_ 2017 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,  
кандидат химических наук

Замараева Татьяна Михайловна

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы.** В последние годы во всем мире отмечается усиление внимания общественности к проблемам питания населения. В мае 2004 года Пятьдесят седьмая сессия Всемирной ассамблеи здравоохранения (ВАЗ) приняла Глобальную стратегию всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) по питанию, физической активности и здоровью. Данный концептуальный документ является результатом осознания специалистами многочисленных негативных последствий нарушения структуры питания и пищевого статуса человека, и как следствие увеличение не трудоспособных дней и снижением качества жизни.

Во второй половине XX века произошло принципиальное изменение основных причин смерти – первое место занимают хронические неинфекционные заболевания (ХНИЗ), к которым относятся болезни системы кровообращения (БСК), сахарный диабет, хронические бронхо-легочные и онкологические заболевания. Ведущие учёные связывают снижение потенциала здоровья населения с изменением структуры питания, что приводит к понижению адаптационных резервов организма.

Трансформация структуры питания, связана с употреблением пищевых продуктов с низким содержанием пищевых волокон и биологически активных компонентов пищи (витаминов, микро- и макроэлементов, антиоксидантов, эссенциальных липидов), а также потреблением в значительных объемах продуктов, концентрированных по животному жиру, белку и простым углеводам.

В нашей стране причиной смертельных случаев в 75% значатся ХНИЗ у взрослого населения. В масштабах экономики страны, ущерб от этих заболеваний составляет около 1 трлн. рублей в год, что сопоставимо с 3% валового внутреннего продукта. В большинстве зарубежных стран, применение в течение 15-20 лет научно-обоснованных профилактических и лечебных подходов позволило снизить уровень смертности от БСК и ХНИЗ в два и более раз. Профилактические меры являются менее затратными и обуславливают успех в лечении более чем на 50%.

Реализация профилактических мероприятий осуществляется по следующим основным направлениям, это - формирование здорового образа жизни среди всех категорий населения и ранняя диагностика ХНИЗ и факторов риска их развития с последующей корректировкой.

Во многих странах мира одним из способов профилактики, является употребление биологически активных добавок к пище (БАД), в частности, в США БАД употребляют около 80% населения, в странах Европы – около 50%, в Японии – около 90%.

По данным ВОЗ, в Российской Федерации низкая продолжительность жизни по сравнению с Европейскими странами. В этой связи в нашей стране успешно реализуется комплекс государственных мер (концепция) в области здорового питания, где ориентирами являются сохранение здоровья людей и улучшение их качества жизни. При этом интенсивно формируется сегмент рынка товаров и услуг для здорового образа жизни и правильного питания, одним из элементов которых являются БАД.

Рынок БАД во всём мире является наиболее быстро растущим. В России он начал формироваться к концу 90-х годов XX века. В настоящее время некогда спорная группа – БАД, обрела все признаки самостоятельной категории пищевой продукции, как в смысловом, так и в законодательном плане на территориях Российской Федерации и Евразийского экономического союза.

Одним из ценных источников для производства БАД является сырье пантового оленеводства. Лечебное действие пантовых препаратов обусловлено входящими в их состав широким спектром биологически активных веществ: аминокислот, пептидов, нуклеотидов, липидов, углеводов, жирных кислот, витаминов, микро- и макроэлементов которые по своему происхождению идентичны или очень близки к естественным регуляторам человеческого организма. Клинические и экспериментальные исследования показали иммуномодулирующий, противовоспалительный, антиоксидантный, вегетостабилизирующий, адаптагенный эффекты продуктов пантового мараловодства.

Исследования в области изучения пантовой продукции отражены в работах следующих авторов (Павленко С.М., Силаев А.Б., Осинцев Н.С., Луницын В.Г., Шелепов А.В., Зайцев А.А., Кудрявский С.И., Александров В.В., Турецкова В.В., Неймарк А.И., Козлов Б.И., Зверев Я.Ф., Елыкомов В.А. Кулешова Т.В. и другие). Однако все они посвящены вопросам изучения химического состава, фармакологической и биологической активности сырья пантового оленеводства и пантовой продукции.

Вместе с тем, научные исследования рынка пантовой продукции, мотивация потребителей по её использованию, а также продвижение на рынок в условиях некоммерческого партнерства «Алтайский биофармацевтический кластер» (НП «АБФК») не проводились, что обусловило актуальность данной работы и определило ее цели и задачи.

**Цель исследования.** Разработать научно обоснованные подходы к продвижению лекарственных средств и БАД к пище на основе сырья пантового оленеводства.

Достижение цели реализовано последовательным решением комплекса взаимосвязанных задач:

- изучить нормативно-правовое регулирование производства и оборота БАД, обобщить данные отечественной и зарубежной литературы по вопросам коррекции питания БАД, тенденции их развития производства в России;
- провести анализ ресурсного, научного и рекреационного потенциала Алтайского края, производственно-ресурсных возможностей организаций, маркетинговой деятельности и ассортимента портфеля;
- на основе анализа научных публикаций изучить данные о химическом, биохимическом составе, фармакологической и биологической активности сырья пантового оленеводства и готовой продукции, обобщить данные о лечебных и профилактических свойствах продукции пантового оленеводства;
- провести маркетинговые исследования рынка БАД Алтайского края, изучить структуру рынка, позиции крупных поставщиков БАД в регионе, их ассортиментный портфель;
- изучить факторы, влияющие на принятие решения потребителем о покупке (использовании) лекарственных средств и БАД на основе сырья пантового оленеводства, мотивацию потребителей и построить описательную модель потребительского поведения;
- разработать модель и основные направления инновационного стратегического развития переработки сырья пантового оленеводства в Алтайском крае;
- разработать организационные подходы, рекомендации и инструменты по развитию маркетинга пантовой продукции.

**Связь задач исследования с проблемным планом фармацевтических наук.** Работа выполнена в соответствии с основными направлениями научно-

исследовательских работ ФГБОУ ВО «Алтайский государственный медицинский университет» Минздрава России, с тематикой проблемной комиссии по фармацевтическим дисциплинам.

**Методологическая основа, объекты и методы исследования.** Методологическую основу исследования составили основные положения теории маркетинга, системного подхода к изучению современного состояния кластерной политики, отрасли пантового оленеводства и переработки сырья пантового оленеводства, труды ведущих ученых в области медицины и фармации, законодательные и нормативные документы.

Объектами исследования стали:

- отчетные данные об объемах производства, заготовки и переработки сырья пантового оленеводства (с 2008 по 2015 годы);
- отчётные данные об объемах производимой и реализуемой фармацевтической продукции, БАД, в том числе изготовленных на основе сырья пантового оленеводства (с 2010 по 2016 годы);
- статистические материалы об индексах промышленного производства фармацевтической промышленности региона (с 2010 по 2016 годы);
- данные Государственного реестра лекарственных средств, Реестра лицензий, выданных на производство лекарственных средств, Реестра свидетельств о государственной регистрации (единая форма Таможенного союза, российская часть), единого реестра свидетельств о государственной регистрации Евразийской Экономической комиссии (с 2010 по 2016 годы);
- ведомственные, целевые и государственные программы Алтайского края (с 2010 по 2016 годы);
- анкеты потребителей - покупателей при выборе пантовой продукции, реализуемой через аптечные сети Алтайского края, Новосибирской и Ленинградской областей в период с февраля по июнь 2013 года (512 анкет);
- анкеты потребителей – отдыхающих в ЗАО «Курорт «Белокуриха» и санатория «Беловодье» (426 анкет);
- анкеты - экспертные оценки руководителей санаторно-курортных организаций Алтайского края (16 анкет);
- анкеты провизоров аптечных организаций: розничная сеть ЗАО «Алтайвитамины» (г. Бийск – 9 аптек), розничная сеть ЗАО «Эвалар» (г. Бийск - 10 аптек), ООО «Первая помощь» (г. Барнаул – 12 аптек), ООО «Карандаш» (г. Барнаул) и ИП Никифорова Т.П. (с. Залесово)
- торгово-коммерческие предложения 5 оптовых фармацевтических организаций региона.

В процессе исследования использованы методы системного и регионального подхода, социологического (анкетирование и контент – анализ), стратегического (SWOT-анализ), маркетингового, экономико-статистического анализа, применен метод экспертных оценок, метод обработки и интерпретации информации, математико-статистический с использованием компьютерных технологий, включая графические. Результаты исследования обработаны с помощью современных компьютерных технологий.

**Научная новизна исследований.** На основе комплексного исследования производственно-ресурсного потенциала региона и деятельности НП «АБФК» по производству пантовой продукции, с учетом реализации кластерной политики разработана модель и основные направления инновационного стратегического развития

переработки сырья пантового оленеводства.

По результатам маркетинговых исследований и SWOT–анализа деятельности НП «АБФК» подготовлены научно обоснованные рекомендации по совершенствованию маркетинговой и сбытовой деятельности предприятий-переработчиков сырья пантового оленеводства в условиях партнерства.

Разработан слоган экобренда «Живое золото Алтай», подтверждающий ценность и уникальность данного сырья (наравне с золотом), обозначающий регион – Алтай (основное место обитания маралов). Экобренд легко узнаваем и может быть использован как элемент дальнейшего продвижения для пантовой продукции и в целом как региональный бренд.

На основе результатов медико-социологического исследования разработан «социально-демографический портрет» потребителей БАД, произведенных на основе сырья пантового оленеводства, выявлены особенности и закономерности потребления данной продукции.

На основании изучения и систематизации информационных потребностей конечных и промежуточных потребителей пантовой продукции разработан комплекс мер и организационных технологий распространения информации и предоставления информационно-консультационных услуг по применению и использованию данной продукции для удовлетворения информационных потребностей потребителей и специалистов, способных оказывать влияние на формирование спроса и предложения.

С целью поддержания профессиональной компетентности специалистов разработаны программы дополнительного профессионального образования для врачей санаторно-курортных организаций и для мараловодов, бригадиров мараловодческих хозяйств, ветеринарных врачей и технологов предприятий - участников НП «АБФК».

Анализ использования механизмов государственно-частного партнерства на примере кластера позволил встроить приоритет развития переработки сырья пантового оленеводства в систему нормативных документов стратегического планирования Алтайского края до 2020 года.

**Теоретическая и практическая значимость работы.** Разработанные направления и научно обоснованные рекомендации будут способствовать инновационному стратегическому развитию переработки сырья пантового оленеводства в Алтайском крае и продвижению пантовых препаратов в условиях НП «АБФК». Созданный слоган экобренда «Живое золото Алтай» и его положительный образ, целесообразно использовать кластеру для дальнейшей разработки логотипа и торгового знака.

Результаты исследования могут быть использованы в образовательном процессе при подготовке специалистов врачей и провизоров, а также при разработке программ дополнительного образования; в практической деятельности санаторно-курортных организаций, медицинских и фармацевтических организаций, специалистов предприятий - участников НП «АБФК», способствуя повышению эффективности использования пантовой продукции.

**По результатам исследования разработаны и внедрены в практическую деятельность:**

- методическое пособие «Фармацевтические аспекты формирования здорового образа жизни с использованием препаратов, изготовленных на основе сырья пантового оленеводства» И.С. Попова, Е.Ф. Шарахова (Акты внедрения от 09.11.2014 МУП «Новосибирская аптечная сеть», от 14.10. 2014 ИП Махинова Е.Н. «Фитоаптека»; от 06.09.2016 ООО «Аптечная сеть «Эвалар»; от 01.06.2016

- АКГУП «Аптеки Алтай»);
- научно-практическое пособие для врачей и фармацевтов «Пантолечение» Козлов Б.И., Попова И.С. (Акты внедрения от 05.04.2016 ОАО «Санаторий «Алтай-West»; от 10.05.2016 ОАО «Санаторий «Эдем»);
  - дополнительная профессиональная программа повышения квалификации врачей-физиотерапевтов «Оздоровительные технологии на основе продукции пантового оленеводства производителей Алтайского края (Акт внедрения от 16.02.2015 ГБОУ ВПО «Алтайский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации);
  - дополнительная профессиональная программа повышения квалификации специалистов мараловодческих хозяйств и НП «АБФК» «Повышение эффективности производства и переработки продукции пантового оленеводства» (Акт внедрения от 03.02.2014 ГНУ «Всероссийский научно-исследовательский институт пантового оленеводства» РАСХН).

Разработан слоган экобренда «Живое золото Алтай» и использован в следующих информационных материалах:

- презентационный буклет «Алтайский край – территория здоровья» (57 страниц);
- сборник докладов научно-практической конференции (с международным участием) «Инновационные технологии производства продукции пантового оленеводства и использование её в укреплении здоровья нации (29-30 сентября 2011 года, г. Бийск, 76 стр.);
- материалы международной научно-практической конференции (12-13 сентября 2013 года, пос. Катунь Алтайского района Алтайского края) «Актуальные задачи развития отечественного рынка продуктов, услуг и технологий на основе сырья пантового оленеводства в интересах укрепления здоровья нации», г. Бийск, 73 стр.;
- научно-публицистический сборник «Живое золото Алтай» – раздаточный материал на VI Всемирном конгрессе оленеводов (29-30 сентября 2014 года, Республика Казахстан, г. Усть-Каменогорск), на русском и английском языках, 77 страниц;
- научное издание - материалы I междисциплинарного конгресса «Продукция на основе сырья пантового оленеводства. Актуальные проблемы и перспективы её использования в медицине и спорте высших достижений» (10 сентября 2015 года, г. Барнаул), на 75 листах;
- книга «Живое золото Алтай» (2016 год, 303 страницы).

Исследования производственно-ресурсного потенциала региона и маркетингового исследования рынка пантовой продукции были использованы при разработке проектов нормативно-правовых актов:

- Стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности Алтайского края на период до 2025 года (постановление Администрации Алтайского края от 25.06.2012 № 330);
- долгосрочная целевая программа Алтайского края «Здоровое питание населения Алтайского края» на 2013-2017 годы (постановление Администрации Алтайского края от 11.06.2012 № 314) (Акт внедрения от 11.04.2013, выданный управлением по пищевой, перерабатывающей, фармацевтической промышленности Алтайского края);
- государственная программа Алтайского края «Реализация комплексного инвестиционного проекта по развитию инновационного кластера «АлтайБио» на

2014-2018 годы», утвержденная постановлением Администрации Алтайского края от 10.10.2014 № 459 (Акт о практическом внедрении от 13.09.2016 № 0105/380, выданный КГБУ «Алтайский центр кластерного развития»);

- плана маркетинга продукции НП «АБФК» на 2016 год и дальнейшую перспективу (Акт внедрения от 10.12.2015 № 86/170).

**Степень достоверности и апробации результатов.** Достоверность результатов определяется применением научных методов исследований, достаточным объемом используемой информации, подтвержденной выборочной совокупностью изучаемых объектов. Основные положения диссертационной работы доложены и обсуждены на:

- научно-практической конференции «Инновационные технологии производства продукции пантового оленеводства и использование её в укреплении здоровья нации» (г. Бийск, 2011 г.); на заседаниях «круглых столов» на тему: «Актуальные вопросы переработки продуктов пантового оленеводства в Алтайском крае и Российской Федерации» (г. Бийск, 2013 г.), «Современные аспекты использования пантовых препаратов и технологий в санаторно-курортной системе. Проблемы и перспективы» (г. Белокуриха, 2013 г.), «Использование природного и промышленного потенциала Алтайского края для усиления туристической привлекательности региона» (Алтайский район, 2013 г.); «Актуальные задачи алтайской медицинской науки в исследовании оздоровительных свойств продукции пантового оленеводства в интересах здоровья человека» (г. Барнаул, 2013 г.);
- международной научно-практической конференции «Актуальные задачи развития отечественного рынка продуктов, услуг и технологий на основе сырья пантового оленеводства в интересах укрепления здоровья нации» (Алтайский край, Алтайский район, парк-отель «Ая», 2013 г.);
- VI Всемирном Конгрессе Оленеводов (г. Усть-Каменогорск, Восточно-Казахстанская область, Республика Казахстан, 2014 г.);
- I междисциплинарном конгрессе «Продукция на основе сырья пантового оленеводства. Актуальные проблемы и перспективы её использования в медицине и спорте высших достижений» (г. Барнаул, 2015 г.);
- краевой научно-практической конференции «Фармация Алтая. Ретроспектива и взгляд в будущее», посвященная 40-летию фармацевтического факультета ГБОУ ВПО АГМУ Минздрава России» (г. Барнаул, 2015 г.).

**Личное участие автора.** Автором определены основные направления исследования, выполнен анализ и обобщение полученных результатов. В работах, выполненных в соавторстве, автором лично произведен сбор, аналитическая и статистическая обработка материалов исследований, а также научное обоснование и обобщение полученных результатов. Вклад автора является определяющим (не менее 85%) и заключается в непосредственном участии на всех этапах исследования: от постановки задач и их экспериментально-теоретической реализации до обсуждения результатов в научных публикациях и их внедрения в практику.

**Публикации материалов исследования.** По теме диссертации опубликовано 13 научных статей, из них 4 статьи в изданиях Перечня ВАК.

**Основные положения, выносимые на защиту:**

- результаты анализа производственно-ресурсного потенциала Алтайского края в сфере пантового оленеводства;
- результаты анализа производства лекарственных средств, БАД, пантовой продукции, в том числе участниками НП «АБФК» в Алтайском крае;



- результаты мониторинга использования пантовой продукции;
- модель и основные направления инновационного стратегического развития переработки сырья пантового оленеводства;
- слоган экобренда «Живое золото Алтая» и его использование;
- организационные подходы, рекомендации и инструменты продвижения пантовой продукции.

**Соответствие диссертации паспорту научной специальности.** Научные положения диссертации соответствуют формуле специальности 14.04.03 – организация фармацевтического дела. Область и результаты проведенного исследования соответствуют пунктам 1, 3, 7 паспорта специальности 14.04.03 – организация фармацевтического дела.

**Структура и объём диссертационной работы.** Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, вывода, списка литературы и приложений. Изложена на 200 страницах компьютерного текста, содержит 42 рисунка, 32 таблицы, 13 приложений. Библиография включает 198 источников литературы, в том числе 9 – иностранной.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

### **Глава 1. Биологически активные добавки к пище и их роль в поддержании здоровья населения**

Анализ нормативно-правовых и методических документов, регламентирующих производство и оборот БАД в Российской Федерации, странах-участниках Таможенного союза, свидетельствуют о том, что БАД обрели признаки самостоятельной группы пищевой продукции, которая вошла в оптовый и розничный сегмент аптечного рынка. На основе изучения социальных, технологических, экономических, экологических и ресурсных факторов обоснованы дальнейшие направления и перспективы развития данного рынка, а также применение БАД для коррекции питания.

Обозначены этапы реализации кластерной политики в Алтайском крае, проведен анализ деятельности НП «АБФК», в том числе и на основе литературных данных, выделены его компетенции для дальнейшего развития фармацевтической промышленности и производства БАД в крае, при этом, к одной из ключевой - отнесено производство продукции на основе сырья пантового оленеводства.

Анализ научных публикаций по исследованию химического состава, фармакологической и биологической активности сырья пантового оленеводства и пантовой продукции (лекарственных средств и БАД) показал, что её применение ведёт к увеличению адаптационных возможностей организма, нормализации основных параметров гомеостаза, стимуляции системного иммунитета. Пантовая продукция используется в лечебных целях, это – лекарственные препараты, пантовые ванны (имеющие статус медицинских технологий для применения в бальнеотерапии) и в спортивной медицине, в профилактических целях – в виде БАД, функциональных продуктов питания и оздоровительных пантовых ванн. Установлено, что Алтайский край имеет ряд конкурентных преимуществ по созданию нового блока продукции, произведенной на основе сырья пантового оленеводства.

### **Глава 2. Производственно-ресурсные возможности региона для кластерного развития**

В ходе исследования проведен анализ развития отрасли пантового оленеводства и её ресурсный потенциал. В период с 1986 по 2015 годы в крае наблюдается увеличение количества ферм - в 8,3 раз, поголовья - в 3,5 раза (рисунок 1). В нашей стране Алтайский край по поголовью маралов и пятнистых оленей, а также заготовке сырья пантового оленеводства уступает Республике Алтай, и в этих двух регионах сосредоточено основное поголовье пантовых оленей (более 85%) и производство пантов (около 95%).

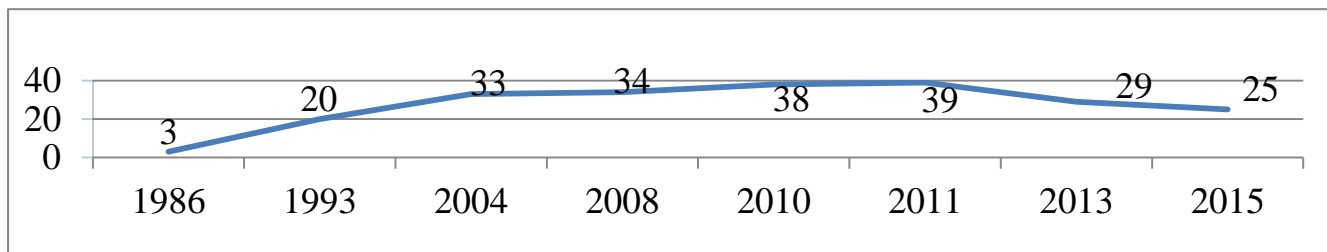


Рисунок 1 - Динамика изменения мараловодческих хозяйств в крае

Анализ динамики переработки сырых пантов в мараловодческих хозяйствах региона осуществлен в период с 2008 по 2015 годы. Данные 2008 года были приняты как базовые. Объем переработки сырых пантов в 2009 и 2010 годах увеличился на 13,9 % и 14,1% соответственно. В последующий период с 2011 года наблюдается снижение объемом заготовки сырых пантов на 3,0 % , 8,9 %, 20,3 и 23,3% (рисунок 2).

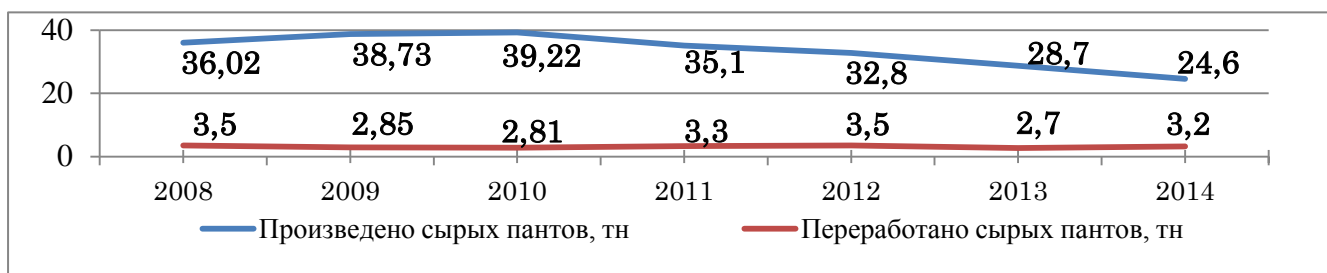


Рисунок 2 - Динамика переработки сырых пантов в период с 2008 по 2015 г.

Производство мяса и крови марала в исследуемый период тоже подверглось различным колебаниям и представлено на рисунке 3.

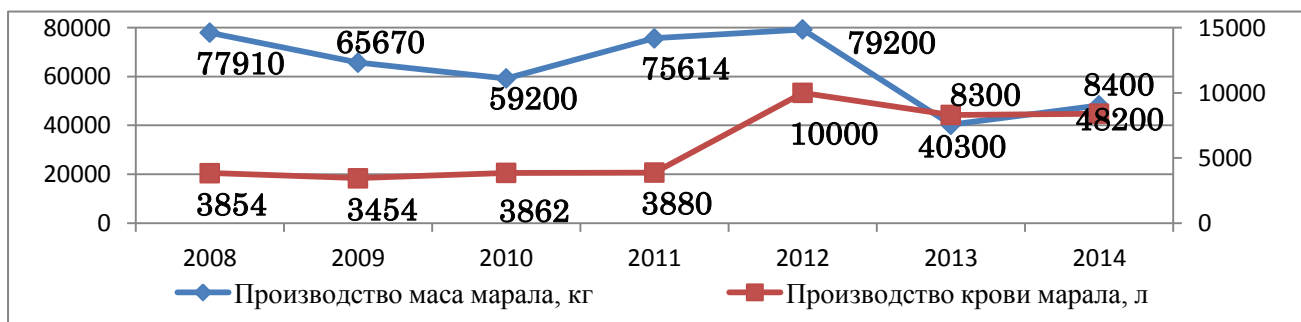


Рисунок 3 - Динамика производства мяса и крови марала

Полученные в ходе исследования данные свидетельствуют, что сырьевые возможности для увеличения объемов переработки сырья пантового оленеводства в регионе значительны. Край выступает в качестве поставщика сырья для производства продукции пантового оленеводства на международный рынок, при этом многочисленные разрозненные источники определенно подтверждают, что тенденция глубокой переработки пантов в мире усиливается.

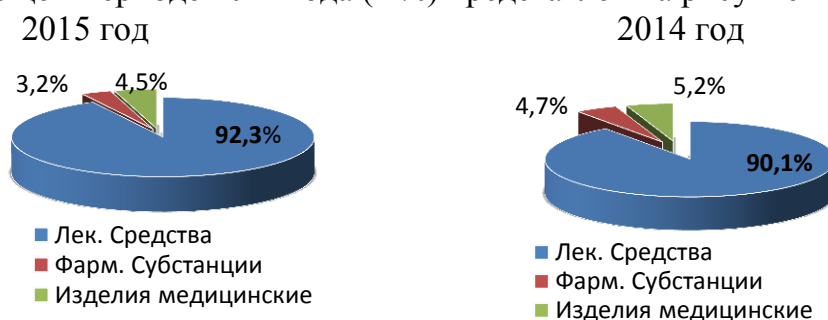
Проведенный анализ деятельности предприятий-производителей лекарственных средств и БАД к пище в крае за период с 2008 по 2016 годы демонстрирует рост их количества, к базовому 2008 году фармпроизводителей увеличилось в 1,2 раза, а

производителей БАД в 1,7 раза.

По состоянию на 01.01.2016 в Алтайском крае фармацевтическую продукцию производили 14 организаций, 13 из которых имели лицензии, выданные Минпромторгом России на производство лекарственных средств, они изготавливали 96 наименований лекарственных средств и 15 наименований изделий медицинских.

Доля производства лекарственных средств в объеме произведенной фармацевтической продукции составила 91,9 %, фармацевтических субстанций – 3,4 %, а изделий медицинских – 4,7 %. Предприятия НП «АБФК» изготовили фармацевтической продукции на общую сумму 2903903,0 тыс. рублей, что составляет 93,8%.

Удельный вес производства ЛС, ФС и изделий медицинских в общем объеме произведенной фармацевтической продукции в январе-декабре 2015 года и соответствующем периоде 2014 года (в %) представлен на рисунке 4.



**Рисунок 4 – Удельный вес производства ЛС, ФС и медицинских изделий в общем объеме изготовленной фармпродукции**

По данным мониторинга за 2015 год произведено готовых лекарственных средств на общую сумму 3096808,24 тыс. рублей, что составило 137,0 % к уровню 2014 года. Лидером является ЗАО «Алтайвитамины» (г. Бийск), у которого их удельный вес в общем объеме произведенной продукции составляет 65,0 %, а в реализации – 60,7 %. На втором месте находится ЗАО «Эвалар», удельный вес произведенной продукции составляет 22,0 %, а реализации – 25,2 %.

Производство БАД по состоянию на 01.01.2016 в Алтайском крае осуществляли 40 организаций, которые выпускали более 900 наименований различных видов продукции: бальзамы, капсулы, гранулы, капли, масла (облепиховое, кедровое), таблетки, фиточаи и фитосборы, сиропы.

За 12 месяцев 2015 года объем производства БАД в стоимостном выражении составил 6381115,75 тыс. рублей, и соответствует 96,4% к уровню аналогичного периода 2014 года. Объем производства продукции в натуральном выражении составил 80528,58 тыс. упаковок, и соответствует 113,1% к уровню прошлого года.

Лидером по производству БАД в регионе и одним из лидеров в Российской Федерации является ЗАО «Эвалар». Доля компании в общем объеме произведенных БАД в крае в натуральном выражении составляет 73,76%, а в реализации - 69,99%. В пятёрку лидеров по объемам производства и реализации входят: ООО «Компания «Хорст» (г. Барнаул), ООО НПФ «Алтайский букет» (г. Барнаул), ООО «Фарм-Продукт» (г. Барнаул), ООО «Алтайский кедр» (г. Барнаул); в стоимостном выражении – ООО «Фарм-Продукт» (г. Барнаул), ООО «Компания «Хорст» (г. Барнаул), ООО НПФ «Алтайский букет» (г. Барнаул), ООО «Алсу» (г. Барнаул).

Отдельное место у алтайских производителей занимает продукция, произведенная на основе сырья пантового оленеводства. В исследуемый период с 2009 по 2016 годы вдвое увеличилось количество организаций, осуществляющих

переработку сырья пантового оленеводства, ассортимент лекарственных препаратов и БАД увеличился с 30 до 101 наименования. Готовая продукция изготавливается в виде капсул, жидких форм (сиропы, бальзамы), драже, дозированных саше (напитки, кисели), фито-чая, гранул, пантовых слайсов и пантов на меду.

Анализ динамики производства пантовой продукции в Алтайском крае в период с 2010 по 2016 годы показал, что к 2016 году рост объемов производства готовой продукции составил 352,0 % к уровню 2010 года, в абсолютном выражении – 123,73 млн. рублей (рисунок 5). При этом рост объемов производства предприятий-участников НП «АБФК» составил 467,0 %, в абсолютном выражении – 114,46 млн. рублей.

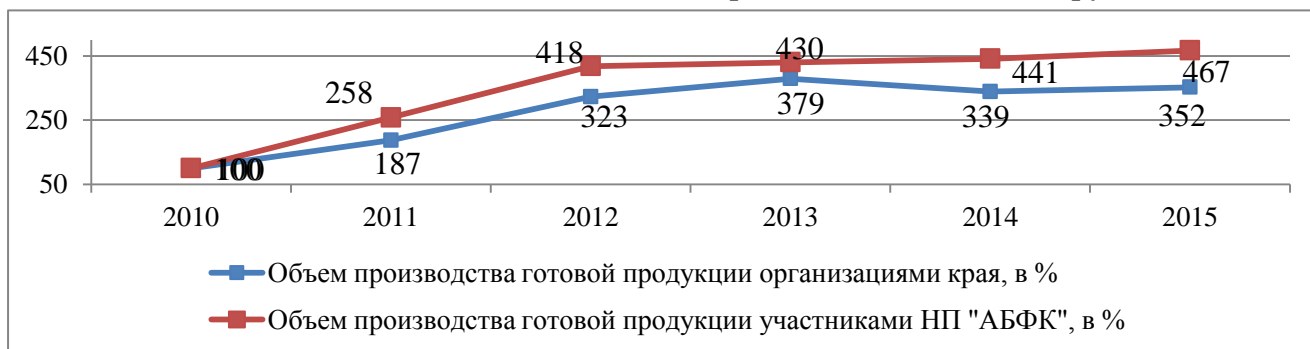


Рисунок 5 – Динамика производства пантовой продукции, %

Основными производителями в 2016 году являются – ООО «Пантопроект», ЗАО «Эвалар», Холдинг «Алтамар», ООО «Юг», ЗАО «Алтайвитамины», остальным производителям принадлежит менее 2 % доли объемов производства (рисунок 6).

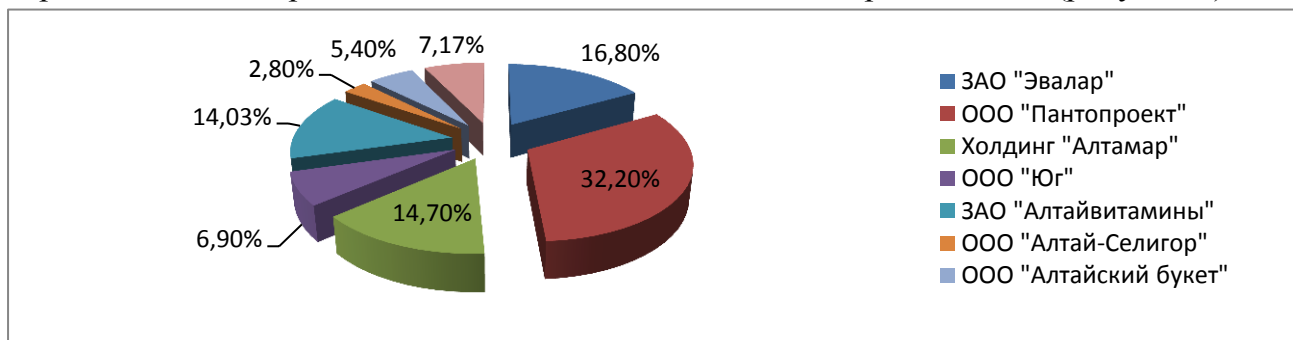


Рисунок 6 - Основные производители пантовой продукции и их доля в объеме произведенной пантовой продукции

Анализ динамики реализации пантовой продукции за этот же период демонстрирует рост на 325,0 %, что составляет 139,36 млн. рублей, при этом рост объемов реализации предприятий-участников НП «АБФК» составил 322,0 %, что соответствует 129,82 млн. рублей (рисунок 7).



Рисунок 7 - Динамика реализации пантовой продукции, %

В пятерку лидеров по объемам продаж вошли: ООО «Пантопроект», ЗАО «Эвалар», Холдинг «Алтамар», ЗАО «Алтайвитамины» и ООО «Юг», остальным производителям принадлежит менее 5 % доли объемов реализации.

Установлено, что основными производителями пантовой продукции являются предприятия – участники НП «АБФК», им же принадлежат основные объемы в реализации. Хотя доля в обороте у крупных организаций – ЗАО «Эвалар» и ЗАО «Алтайвитамины» значительна, основной ассортимент данной продукции представлен организациями малого и среднего бизнеса.

Вертикальный анализ ассортимента БАД к пище фармацевтического рынка Алтайского края проведен по данным пяти оптовых и 33 розничных фармацевтических предприятий путем непосредственного наблюдения и изучения торгово-коммерческих предложений. Розничные предприятия имеют значительный территориальный разброс. Период исследования составил один год, исследование проводилось с февраля 2013 по март 2014 года.

Параметрами оценки ассортимента служили количественные и качественные характеристики: структура (по фармакотерапевтическому действию, производственному признаку); полнота, глубина ассортимента, а также ценовой показатель.

Анализ регионального рынка показал, что снабжающие фармацевтический рынок Алтайского края, поставщики, являются филиалами российских дистрибьюторов: ЗАО НПК «Катрен», ЗАО ЦВ «Протек», ЗАО «СИА-Интернейшнл», ЗАО «Аптека-Холдинг», ЗАО «РОСТА», ООО «Фармкомплект» и др. БАД имеются в ассортименте всех оптовых фирм, но их доля в общем ассортименте различается. На первом месте, как и в национальном рейтинге, находится фирма ЗАО «Катрен», по объёму общих поставок лекарственных средств и по объёму поставок БАД. Меньше всех поставляют БАД - «СИА-Интернейшнл».

Изучение ассортимента БАД, на розничном сегменте рынка показало, что на рынке присутствуют около 1000 торговых наименований. Анализ его структуры по разделам в соответствии с Федеральным Реестром БАД к пище показал, что наибольший удельный вес среди всех представленных разделов БАД, приходится на раздел «БАД, влияющие преимущественно на процессы тканевого обмена» (32,8% от общего количества БАД, представленных на рынке у поставщиков ЛС). Второе место по рангу приходится на раздел «БАД – источники минеральных веществ» (28,5% от общего количества БАД, представленных на рынке у поставщиков ЛС). На третьем месте - раздел «БАД, поддерживающие функции органов пищеварения» (17,5% общего количества БАД, представленных на рынке у поставщиков ЛС).

С целью изучения информационных потребностей и диагностики уровня профессиональных знаний провизоров по использованию лекарственных средств и БАД алтайских производителей, в том числе изготовленных на основе сырья пантового оленеводства проведено пилотное исследование на базе 33 аптечных организаций. Анализ результатов опроса показал, что доминирующее большинство провизоров (95,8%) считают свои знания по использованию пантовой продукции недостаточными для профессиональной деятельности.

С целью определения использования в санаторно-курортных организациях края в оздоровительных и лечебных программах пантовой продукции и технологий в 2014 году было проведено анкетирование руководителей, как целевой группы. Исследования были проведены с использованием методов социологического исследования - анкетного опроса. Инструментами исследования послужили разработанные оригинальные анкеты.

Анализ результатов опроса показал, что большинство руководителей (около 90,0

%) считают знания по использованию пантовой продукции недостаточными и высказались за целесообразность разработок программ для приобретения специальных теоретических знаний по оздоровительным технологиям на основе продукции пантового оленеводства алтайских производителей для врачей данных организаций.

Рыночный механизм современной экономики предполагает активную роль потребителя в свободном выборе товара, что делает необходимым изучение поведения и предпочтений потребителей продукции.

Предметом исследований являлось поведение потребителей при выборе пантовой продукции, реализуемой через аптечные сети (респонденты первой группы) и потребителей – отдыхающих в санаториях курорта г. Белокуриха (респонденты второй группы) при выборе оздоровительных процедур; определение уровня знаний о применении продукции в лечебных и оздоровительных целях.

Исследования проводились с использованием методов социологического исследования – анкетного опроса. Инструментами исследования послужили разработанные оригинальные анкеты.

Степень мотивации к ведению здорового образа жизни определялась посредством серии вопросов, предусматривающих занятие спортом, приемом БАД и специализированного питания. Ответы респондентов позволили сделать вывод о том, что принципы здорового образа жизни, все больше входят в жизнь людей с целью поддержания и укрепления здоровья.

Основными источниками информации о продукции для респондентов первой группы являются медицинские и фармацевтические работники, реклама по ТВ и печатная реклама, для второй группы – телевизионная реклама, рекомендации медицинских работников и печатная информация.

При определении степени знакомства респондентов с алтайскими производителями БАД установлено что, самыми известными (ТОР-5) являются: ЗАО «Эвалар», ЗАО «Алтайвитамины», ООО НПФ «Алтайский букет», ООО «Алтайский кедр» и ООО «Алтайфарм». В целом, из 14 представленных в анкетах компаний все известны посетителям аптек, 13 местных производителей знакомы отдыхающим.

Самыми популярными торговыми марками у респондентов аптечных организаций (ТОР-5) являются: «Алфит», «Легенды Алтая», «Доктор «Конфеткин», «Aveo», «Organic», а у отдыхающих санаториев – «Легенды Алтая», «О-панто», «Алфит» и «Марал®», «Доктор «Конфеткин».

По результатам исследования определены основные характеристики потребителей продукции, произведенной на основе продуктов пантового оленеводства (таблица 1).

Таблица 1 - Социально-демографические характеристики потребителей БАД

№ п.п.	Критерии оценки	Потребители	
		аптечных организаций	санаторно-курортных организаций
1.	Демографические:		
	возраст	40,5±3,5 лет	40,5±3,5 лет
2.	Социальные:		
	доход на одного члена семьи	7,2±2,5 тыс. руб.	от 20,0 тыс. рублей
	уровень образования	высшее	высшее

3.	Поведенческие:		
	готовность заботиться о своём здоровье	заботятся по мере необходимости	заботятся по мере необходимости
	готовность к приобретению БАД	1 раз в год или полугодие	1 раз в полугодие или чаще
	готовность к расходам на приобретение БАД	350,0±150,0 рублей	750,0±250,0 рублей
	оценка полезности БАД	большая часть считает БАД полезными	большая часть считает БАД полезными

Установлено, что потребители мотивированы к покупке пантовой продукции, хотя её принимать с целью улучшения состояния своего здоровья, но не имеют достаточной информации и как следствие - относятся с недоверием. Основная проблема реализации пантовой продукции, связана со слабой маркетинговой деятельностью производителей, дистрибьюторов и аптечных сетей.

### **Глава 3. Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности предприятий НП «АБФК»**

Проведенный нами многофакторный мониторинг, позволил сделать вывод, что Алтайский край имеет существенные предпосылки для перспективного и масштабного развития переработки сырья пантового оленеводства, что обеспечивается: ресурсным, производственным и кадровым потенциалом, позволяющим развивать переработку на принципиально новом уровне, соответствующим международным стандартам; научно-образовательным и научно-исследовательским потенциалом.

В целях выявления сильных и слабых сторон НП «АБФК», основных проблем и «узких мест» для развития партнерства, а также изучения внешних факторов, каковыми являются рыночные возможности и угрозы, для получения четкого представления основных направлений развития кластера, был проведен SWOT-анализ его деятельности. На основе которого, была составлена SWOT – матрица, позволяющая комплексно определить положение кластера в экономическом ареале отрасли и обозначить варианты решения выявленных проблем, это – не высокий технологический уровень производства предприятий малого и среднего бизнеса, отсутствие доступа к ключевым рынкам, недостаток квалифицированных кадров, неразвитость инфраструктуры, значительные расходы на логистику и др.

НП «АБФК» представляет собой сложнейшую систему деятельности, состоящую из нескольких разнородных систем производств, фактически, входящих в разные отраслевые структуры и технологические области. В этой связи, становится целесообразным создание микрокластера для диверсификации отрасли и переработки сырья пантового оленеводства в нашем регионе, а также создание хорошей, благоприятной среды для развития бизнеса.

Таким образом, с целью оптимизации инновационной переработки сырья пантового оленеводства предложена модель инновационного стратегического развития его переработки, которая включает создание микрокластера малого инновационного и производственного бизнеса.

Дальнейшая целенаправленная деятельность микрокластера должна формироваться по четырем стратегическим направлениям: развитие государственно-частного партнерства; развитие территориального маркетинга, развитие маркетинга продукции и научно-технического потенциала региона (рисунок 8).



Рисунок 8 – Модель и основные направления инновационного стратегического развития переработки сырья пантового оленеводства в Алтайском крае



Реализация государственно-частного партнерства, а также обеспечение использования потенциала территориальных кластеров возможна при встраивании задач и приоритетов развития кластеров в систему документов стратегического планирования. Полученные в ходе исследования результаты анализа ресурсно-производственного потенциала региона и результаты мониторинга использования пантовой продукции использованы при разработке нормативно-правовых документов регионального уровня, направленных на развитие данного ресурсного потенциала: Стратегия развития пищевой и перерабатывающей промышленности Алтайского края на период до 2025 года (постановление Администрации Алтайского края от 25.06.2012 № 330); долгосрочная целевая программа «Здоровое питание населения Алтайского края» на 2013-2017 годы (постановление Администрации Алтайского края от 11.06.2012 № 314); государственная программа «Реализация комплексного инвестиционного проекта по развитию инновационного кластера «АлтайБио» на 2014-2018 годы», утвержденная постановлением Администрации Алтайского края от 10.10.2014 № 459.

В рамках реализации второго направления - развитие территориального маркетинга, автором в качестве экобренда, предложен слоган «Живое золото Алтая», который подчеркивает ценность и уникальность данного сырья (наравне с золотом), обозначает регион – Алтай (основное место обитания маралов). Использование экобренда в презентационных, информационных и рекламных материалах, разработанных с участием автора, показало, что экобренд легко узнаваем и поэтому может быть использован как элемент дальнейшего продвижения, как для готовой продукции, так и в целом как региональный бренд.

На основании обобщения и систематизации результатов, проведенных нами исследований, для развития маркетинга продукции мы считаем, что наиболее рациональными инструментами для кластера являются: реклама, пропаганда и стимулирование продаж. В рамках реализации данного направления предложены формы и организационные технологии размещения рекламы, PR и паблисити.

Одним из элементов стимулирования сбыта является повышение уровня профессиональных знаний различных специалистов, которые в силу своей профессиональной деятельности могут оказать влияние на формирование спроса и предложения на данную продукцию.

В рамках реализации необходимости получения специалистами дополнительных профессиональных знаний нами была разработана дополнительная профессиональная программа повышения квалификации: «Повышение эффективности производства и переработки продукции пантового оленеводства». Программа рассчитана на руководителей, технологов, инженеров предприятий-участников НП «АБФК», основных переработчиков сырья пантового оленеводства и реализована в 2012 – 2013 годы на базе ФГБОУ ДПОС «Алтайский институт повышения квалификации руководителей и специалистов агропромышленного комплекса» совместно с ФГБНУ «Всероссийский научно-исследовательский институт пантового оленеводства» ФАНО России.

В целях получения дополнительных профессиональных знаний и практических навыков по оздоровительным технологиям на основе продукции пантового оленеводства специалистами с высшим медицинским образованием нами разработана дополнительная профессиональная программа повышения квалификации: «Оздоровительные технологии на основе продукции пантового оленеводства производителей Алтайского края». Программа рассчитана на врачей общей практики и физиотерапевтов медицинских организаций и ежегодно реализуется на кафедре медицинской реабилитологии с курсом факультета повышения квалификации и

профессиональной переподготовки специалистов ФГБОУ ВО «АГМУ» Минздрава России.

Для методического обеспечения обучения и внедрения полученных знаний в практическую деятельность аптечных и медицинских организаций, нами разработаны учебно-методические материалы, включающее методическое пособие и научно-практическое пособие для врачей и фармацевтов.

В ходе диссертационного исследования была установлена необходимость развития еще одного направления для кластера - осуществление методической поддержки процессов продвижения и пропаганды продукции изготовленной на основе сырья пантового оленеводства. Она была направлена на обобщение и систематизацию имеющихся знаний в области переработки сырья пантового оленеводства в Алтайском крае и соседних регионах, использование и внедрение новых передовых и энергосберегающих технологий при переработке сырья на предприятиях партнерства, выделение роли ведущих научно-исследовательских институтов и ВУЗов. В рамках реализации данного направления подготовлены научно-практические пособия, презентационные и публицистические издания, организовано проведение региональных и международных научно-практических конференций.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

1. На основе анализа ресурсно-производственных возможностей Алтайского края установлена положительная тенденция развития ресурсного потенциала региона: поголовье пантовых оленей увеличилось в 3,6 раза, объем производства консервированных пантов - в 5,3 раза.
2. По результатам комплексного исследования производственно-ресурсного потенциала региона и деятельности НП «АБФК» по производству пантовой продукции, с учетом реализации кластерной политики обоснована и разработана модель инновационного стратегического развития переработки сырья, отражающая генеральную цель и организационно-методические подходы её реализации.
3. По результатам маркетинговых исследований и SWOT-анализа деятельности НП «АБФК» подготовлены научно обоснованные рекомендации по совершенствованию маркетинговой и сбытовой деятельности предприятий-переработчиков сырья пантового оленеводства в условиях партнерства, включающие формы и организационные технологии размещения рекламы, PR и паблисити.
4. Разработан слоган экобренда «Живое золото Алтая», который подчеркивает ценность и уникальность данного сырья (наравне с золотом), обозначает регион – Алтай (основное место обитания маралов), легко узнаваем и может быть использован как элемент дальнейшего продвижения пантовой продукции и в целом как региональный бренд. Созданный автором слоган экобренда и его положительный образ, целесообразно использовать кластеру для дальнейшей разработки логотипа и торгового знака.
5. На основе результатов медико-социологического исследования разработан «социально-демографический портрет» потребителей БАД, произведенных на основе сырья пантового оленеводства, установлено что, потребители мотивированы к покупке пантовой продукции, хотят её использовать для улучшения состояния своего здоровья, но не имеют достаточной информации и как следствие - относятся с недоверием.
6. На основе изучения и систематизации информационных потребностей конечных и промежуточных потребителей пантовой продукции установлено, что система информационного обеспечения не соответствует профессиональным потребностям

специалистов, данные о производимой пантовой продукции алтайских производителей не систематизированы. Основная проблема реализации данной продукции, связана со слабой маркетинговой деятельностью производителей, дистрибьюторов и аптечных сетей. Разработан комплекс мер и организационных технологий распространения информации, предоставления информационно-консультационных услуг по применению и её использованию для удовлетворения информационных потребностей потребителей и специалистов, способных оказывать влияние на формирование спроса и предложения на данную продукцию.

7. Для методического обеспечения обучения и внедрения полученных знаний в практическую деятельность аптечных медицинских организаций, нами разработаны и апробированы учебно-методические материалы, включающие методическое пособие и научно-практическое пособие для врачей и фармацевтов.

8. С целью поддержания профессиональной компетентности специалистов впервые разработаны программы дополнительного профессионального обучения повышения квалификации для врачей физиотерапевтов санаторно-курортных организаций и мараловодов, бригадиров мараловодческих хозяйств, ветеринарных врачей и технологов предприятий - участников НП «АБФК».

9. Анализ использования механизмов государственно-частного партнерства на примере кластера позволил встроить приоритет развития переработки сырья пантового оленеводства в систему нормативных документов стратегического планирования Алтайского края до 2020 года.

## **СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ**

1. **Попова, И.С. Перспективы развития переработки сырья пантового оленеводства в Алтайском крае / И.С. Попова, Е.Ф. Шарахова // Известия Алтайского государственного университета. – 2012. – № 3/1. – С. 60-65.**
2. **Попова, И.С. Маркетинговые исследования поведения потребителей БАД к пище, изготовленных на основе сырья пантового оленеводства / И.С. Попова, Е.Ф. Шарахова // Курортная медицина. – 2015. - № 3. – С. 95-99.**
3. **Попова, И.С. Обоснование стратегии развития Алтайского биофармацевтического кластера на основе SWOT-анализа // И.С. Попова, Е.Ф. Шарахова // Сибирский медицинский журнал (Иркутск). – 2016. – № 8. – С. 45-48.**
4. **Попова, И.С. Исследование факторов, формирующих спрос и предложение на розничном рынке БАД к пище, изготовленных на основе сырья пантового оленеводства // И.С. Попова, Е.Ф. Шарахова // Курский научно-практический вестник «Человек и его здоровье». – 2017. – № 1. – С. 88-92.**
5. **Попова, И.С. Роль Алтайского биофармацевтического кластера в использовании биоресурсов региона / И.С. Попова, Е.Ф. Шарахова // Материалы V Всероссийской конференции с международным участием Новые достижения в химии и химической технологии растительного сырья. - Барнаул: Изд-во Алтайского государственного университета. – 2012. – С. 507-508.**
6. **Попова, И.С. Роль Алтайского биофармацевтического кластера в производстве биологически активных добавок на основе сырья пантового оленеводства / И.С. Попова, Е.Ф. Шарахова // Материалы VIII международной научной конференции Теория и практика современной науки. – Москва: Спецкнига, 2012. – Т. III – С. 315-320.**
7. **Попова, И.С. Анализ сырьевого потенциала Алтайского края для производства лекарственных средств и биологически активных добавок на основе сырья пантового**

оленеводства / И.С. Попова, Е.Ф. Шарахова, А.С. Денисова // Сборник научных трудов «Разработка, исследование и маркетинг новой фармацевтической продукции». - Волгоград: Изд-во ВолгГМУ, 2013. – в. 68 – С. 450-452.

8. Попова, И.С. Анализ использования продукции на основе сырья пантового оленеводства в санаторно-курортных организациях Алтайского края / И.С. Попова, Е.Ф. Шарахова // Материалы международной научно-практической конференции «Актуальные задачи развития отечественного рынка продуктов, услуг и технологий на основе сырья пантового оленеводства в интересах укрепления здоровья нации».- Бийск, 2013. – С. 26-29.

9. Попова, И.С. Возможности использования пантовой продукции для профилактики неинфекционных заболеваний в Алтайском крае / И.С. Попова, Е.Ф. Шарахова // Проблемы пантового оленеводства и пути их решения: сборник научных трудов. – Том 8.- РАСХН, ВНИИПО. – Барнаул: Азбука, 2014. - С. 137-146.

10. Попова, И.С. Целесообразность формирования Алтайского микрокластера мараловодов, переработчиков и ученых в рамках НП «Алтайский биофармацевтический кластер / И.С. Попова, Е.Ф. Шарахова // Материалы I Междисциплинарного конгресса «Продукция на основе сырья пантового оленеводства. Актуальные проблемы и перспективы её использования в медицине и спорте высших достижений». - Барнаул: Изд-во Алтайского государственного технического университета - 2015. - С.19-22.

11. Попова, И.С. Роль Алтайского биофармацевтического кластера в производстве биологически активных добавок на основе сырья пантового оленеводства / И.С. Попова, Е.Ф. Шарахова // Материалы VI международной научной конференции «Теоретические и практические аспекты развития современной науки». – Москва: Спецкнига, 2012. – С. 396-401.

12. Денисова, А.С. Использование пантогематогена в лечении климактерических нарушений у женщин в перименопаузальном периоде / А.С. Денисова, И.С. Попова // Материалы I Междисциплинарного конгресса «Продукция на основе сырья пантового оленеводства. Актуальные проблемы и перспективы её использования в медицине и спорте высших достижений». - Барнаул: Изд-во Алтайского государственного технического университета, 2015 – С. 36-39.

13. Попова, И.С. Фармацевтическое производство Алтайского края. Курс на импортозамещение. // И.С. Попова // Экономика Алтайского края. – 2017.– № 1 – С. 30-33.

### **Попова Ирина Сергеевна (Россия)**

#### **Маркетинговые исследования по организации производства и продвижению на рынок лекарственных средств и биологически активных добавок на основе продуктов пантового оленеводства (в условиях Алтайского биофармацевтического кластера)**

На основе системного подхода к изучению ресурсного, научного и рекреационного потенциала Алтайского края, производственно-ресурсных возможностей организаций НП «АБФК», применения инструментов маркетинга и фармакоэкономического анализа разработаны модель и основные направления инновационного стратегического развития переработки сырья пантового оленеводства в Алтайском крае, организационные подходы, рекомендации и инструменты по развитию маркетинга пантовой продукции. Изучен фактический ассортимент лекарственных средств и БАД на основе сырья пантового оленеводства, обозначены основные её производители. Определена роль НП «АБФК» в реализации кластерной политики региона и обороте данной продукции. На

основе изучения факторов, влияющих на принятие решения потребителем о покупке (использовании) пантовой продукции сформирована модель потребительского поведения, выявлены особенности и закономерности её потребления. Разработан комплекс мер и организационных технологий распространения информации и предоставления информационно-консультационных услуг по её применению для удовлетворения информационных потребностей врачей и провизоров. Разработаны и внедрены программы дополнительного профессионального обучения для специалистов НП «АБФК» и врачей санаторно-курортных организаций. Анализ использования механизмов государственно-частного партнерства на примере кластера позволил встроить приоритет развития переработки сырья пантового оленеводства в систему некоторых нормативных документов стратегического планирования Алтайского края до 2020 года.

**Popova Irina Sergeevna**

**Marketing research of organization of production and sales promotion of medicine and biologically active additives on the basis of products of antlers of young Siberian stags (in the conditions of the Altai biopharmaceutical cluster)**

On the basis of the systematic approach on the life test, scientific and reaction potential of the Altai Krai, production and life test possibilities of institutions of NP “ABFK”, application of tools of marketing and pharmaeconomic analysis the model and main trends of innovative and strategical development of processing of raw materials of antlers of young Siberian stags in the Altai Krai, organization approaches, recommendations and tools of the development of the marketing of products of young Siberian stags have been worked out. The actual variety of medicines and BAAs on the basis of raw materials of antlers of young Siberian stags has been studied, the main manufactures have been marked. The role of NP “ABFK” in the implementation of the cluster’s policy of the region and the circulation of these goods has been determined. On the basis of the research of the factors affecting the decisions of customers on the use of antlers, the model of consumers’ behavior has been formed, the peculiarities and regularities of its use have been determined. The set of measures and production methods of the spread of information and allotment of informative and consulting services concerning its use to meet the demands of doctors and pharmacists has been worked out. The syllabuses of extra training for specialists of NP “ABFK” and doctors of resorts have been created and introduced. The analysis of the use of the mechanism of the state-private partnership on the example of the cluster has allowed to embed the priority of the development of processing of raw materials of antlers of young Siberian stags into the system of some standard papers of strategic planning of the Altai Krai up to 2020.