

НЕКОТОРЫЕ ЧЕРТЫ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА АНАЛОГОВ

Э. Смит

По оценкам специалистов, объем мирового рынка аналогов составляет на сегодняшний день примерно 18 млрд долл. в ценах конечного потребителя, что составляет примерно половину рынка средств защиты растений. До начала 1990-х годов компании, производящие аналоги, не рассматривались в ряду конкурентов на пестицидном рынке. Однако широкое применение глифосата, некоторых пиретроидов и триазолов, на которые закончились сроки патентов, создало угрозу фирмам-оригинаторам. В течение ближайших лет все большее число препаратов будет производиться фирмами, производящими аналоги, и бывшими держателями патентов в тесном взаимодействии. Это выгоднее прямой конфронтации.

В последние 3—4 года сотрудничество между фирмами, производящими аналоги, и крупными концернами, имеющими свою научно-исследовательскую базу, стало приносить пользу обеим сторонам. Хороший пример этому фирма Деноцил — совместное предприятие Дау АгроСаенсес по производству хлорпирифоса. Другие примеры — фирма Гриффин ЛЛСи, где по 50% акций принадлежит компаниям Гриффин и Дюпон, и совместное предприятие по производству гербицидов компаний Рон-Пуленк и Фернц/Нуфарм, где соотношение капиталов 75:25.

Союзы, подобные этим, хороший пример для держателей патентов, поскольку позволяют снизить накал конкурентной борьбы и дают доступ к новым каналам сбыта. Однако не надо думать, что фирмы — производители аналогов и крупные концерны-оригинаторы «станут лучшими друзьями».

К наиболее важным событиям последнего времени на рынке аналогов можно отнести приобретение компанией Дау АгроСаенсес южноафриканской фирмы Санахем и присоединение к концерну БАСФ американской фирмы Микро Фло. В будущем наиболее вероятными целями покупки будут индийские компании, производящие аналоги. Индийский рынок достаточно мобилен и не совсем прозрачен. До недавнего времени иностранные инвестиции строго контролировались, но после присоединения фирмы Люпин к компании Кеми-нова стало ясно, что контроль не станет серьезным препятствием.

Союзы между компаниями и присоединения фирм — не единственный метод управления конкуренцией на рынке аналогов. Цена — сильнейший мотиватор в выборе продукта. Как только истекает срок действия патента, производитель может достаточно безболезненно уменьшить цену на свой препарат до такой степени, что производителям аналогов будет невозможно с ним конкурировать. Это один из приемов компании Монсанто, который она применяет для защиты своих продаж глифосата на мировом рынке.

Следует иметь в виду, что снижение цен достаточно рискованный метод. Помимо уменьшения прибыли, снижение цены может вызвать недовольство структур подобных Австралийскому антидемпинговому совету, запретившему в 1993 г. импорт препаратов Дау АгроСаенсес на основе трифлуралина. Антидемпинговые меры могут быть направлены и против производителей аналогов. Так, ЕС ввело 24%-ную пошлину на дешевый китайский глифосат. Это стало кульминацией противостояния компании Монсанто и китайских производителей аналогов, поддержанное датской компанией Кеминова.

Использование пестицидов с окончившимся действием патентов в смеси с другими препаратами — еще один способ защиты от нежелательной конкуренции. Примером могут служить компании Рон-Пуленк, Цианамид, Новартис, Байер и БАСФ.

Продажа аналогов способствует уменьшению загрязнения окружающей среды, поскольку упрощает контроль за содержанием остатков пестицидов (уменьшение числа загрязнителей). Фирмы, производящие аналоги, могут потерпеть неудачу на рынке в случае запрета на применение популярного действующего вещества, что уже и происходило в некоторых европейских странах, где было запрещено применение мекопропа в пользу мекопропа-П.

Рынок аналогов, как и пестицидный рынок вообще, подобен игре в шахматы, когда на каждый ход одной из сторон находчивый противник принимает соответствующие контрмеры. В конце концов в выигрыше останутся наиболее умелые игроки, а количество фирм, работающих на рынке аналогов, существенно уменьшится.

XXI