

МЕДИЦИНА ЖӘНЕ ДЕНСАУЛЫҚ САҚТАУ / МЕДИЦИНСКИЕ НАУКИ И ЗДРАВООХРАНЕНИЕ / MEDICAL SCIENCES AND HEALTHCARE

УДК: 615.37:339.13

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ РОССИЙСКИХ, КАЗАХСТАНСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИММУНОСТИМУЛЯТОРОВ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

Ю.Я.Ядикар¹, Н.А. Рахымбаев², Г.А. Дюсембинова³

¹ магистрант 2 курса по специальности 7М10112 «Фармация», НУО Казахстанско-Российский медицинский университет, Алматы, Республика Казахстан

² PhD, ассоциированный профессор без ученого звания. Кафедра организации, управления и экономики фармации и клинической фармации, НАО «Казахский национальный медицинский университет имени С.Д.Асфендиярова», Алматы, Республика Казахстан

³ Кандидат фармацевтических наук, директор по развитию бизнеса ТОО «Аминамед»

В данной статье будет проведен комплексный анализ конкурентного позиционирования иммуностимулирующих лекарственных средств российского, казахстанского и зарубежного производства на фармацевтическом рынке. Актуальность исследования обусловлена увеличением спроса на препараты, влияющие на иммунную систему, увеличением инфекционных и иммунозависимых заболеваний, а также изменением структуры потребления фармацевтических препаратов в постпандемический период. В ходе исследования был проведен сравнительный анализ ассортимента иммуностимуляторов, фармакологических свойств, механизмов действия, уровня клинических доказательств, регуляторного статуса и ценовой политики. Для анализа маркетинговых стратегий производителей использовались элементы SWOT-анализа, были выявлены сильные и слабые стороны препаратов, а также возможности развития. Результаты исследования показали, что зарубежные иммуностимуляторы имеют конкурентное преимущество за счет высокого уровня клинических доказательств и международного признания. А отечественные и российские препараты в основном сохраняют свои позиции в доступном ценовом сегменте. Полученные результаты имеют практическое значение для специалистов в области фармации и соответствуют пункту 3 Целей

устойчивого развития ООН-направлению «Обеспечение здорового образа жизни и повышение благосостояния».

Ключевые слова: иммуностимуляторы, фармацевтический рынок, конкурентное позиционирование, маркетинговый анализ, иммунитет.

Введение. Иммунная система играет ключевую роль в поддержании гомеостаза организма и защите от инфекционных и неинфекционных заболеваний. В последние годы, особенно после пандемии COVID-19, значительно возрос интерес к лекарственным средствам, влияющим на иммунный ответ. Иммуностимуляторы заняли устойчивую позицию на фармацевтическом рынке и широко применяются в клинической практике и профилактике заболеваний [1].

Современный рынок иммуностимулирующих препаратов характеризуется высокой степенью конкуренции, разнообразием фармакологических групп и активным участием производителей разных стран. Российские и казахстанские компании стремятся укрепить свои позиции на фоне доминирования зарубежных брендов, обладающих значительными ресурсами и развитой доказательной базой [2].

В условиях глобализации и интеграции фармацевтических рынков анализ конкурентного позиционирования иммуностимуляторов приобретает особую актуальность для специалистов в области медицины и фармации [3].

Проведение подобных исследований соответствует Цели устойчивого развития ООН № 3 «Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте», поскольку повышение доступности и эффективности иммуностимулирующих лекарственных средств напрямую связано с укреплением общественного здоровья.

Цель исследования

Целью настоящего исследования является комплексный анализ и сравнение конкурентного позиционирования российских, казахстанских и зарубежных иммуностимуляторов на современном фармацевтическом рынке с учётом их фармакологических характеристик, уровня клинической доказательной базы, регуляторного статуса и маркетинговых стратегий, а также выявление факторов, определяющих их конкурентоспособность и перспективы развития.

Материалы и методы исследования

Исследование выполнено в формате аналитического обзорно-сравнительного исследования с элементами фармацевтического и маркетингового анализа. Использовались методы систематического обзора научной литературы, контент-анализа, сравнительного и структурно-логического анализа.

Источниками информации послужили публикации в международных рецензируемых журналах (PubMed, Scopus, Web of Science), официальные отчёты Всемирной организации здравоохранения (WHO), Европейского агентства по лекарственным средствам (EMA), Управления по контролю за продуктами и лекарствами США (FDA), а также аналитические обзоры фармацевтического рынка за 2022–2025 гг.

Для оценки конкурентного позиционирования применялись элементы маркетингового анализа, включая SWOT-анализ и сравнительную оценку ключевых характеристик препаратов (доказательная база, ценовой сегмент, регуляторный статус, целевая аудитория).

Современная классификация и особенности иммуностимуляторов

Иммуностимуляторы представляют собой гетерогенную группу лекарственных средств, включающую препараты микробного происхождения, синтетические иммуномодуляторы, растительные средства и биологические препараты. Их различия по механизму действия и уровню доказательности напрямую влияют на конкурентоспособность на рынке [4].

Зарубежные производители, как правило, делают акцент на биотехнологические препараты и средства с подтверждённой клинической эффективностью, тогда как российские и казахстанские компании чаще ориентируются на синтетические и растительные иммуномодуляторы, доступные по цене [5].

Анализ российского сегмента иммуностимуляторов

Российский рынок иммуностимуляторов представлен широким ассортиментом препаратов, включая тимические пептиды, индукторы интерферона и комбинированные иммуномодуляторы. Их конкурентными преимуществами являются доступность, локальное производство и включение в национальные клинические рекомендации [4].

Однако ограниченная международная доказательная база и недостаточное количество многоцентровых рандомизированных исследований снижают экспортный потенциал данных препаратов и их узнаваемость на глобальном рынке [2].

Анализ казахстанского сегмента иммуностимуляторов

Казахстанский фармацевтический рынок активно развивается в направлении импортозамещения и локализации производства. Иммуностимуляторы отечественного производства занимают ограниченную, но стратегически важную нишу, ориентированную на внутренний рынок и государственные закупки [6].

Преимуществами казахстанских препаратов являются государственная поддержка, доступная цена и адаптация к потребностям национальной системы здравоохранения. Вместе с тем конкуренция с зарубежными брендами, обладающими более широкой доказательной базой, остаётся значительной [7].

Анализ зарубежных иммуностимуляторов

Зарубежные иммуностимуляторы, произведённые в странах Европейского союза, США и Японии, занимают лидирующие позиции на мировом рынке. Они характеризуются высокой степенью клинической изученности, строгими стандартами производства и активной маркетинговой поддержкой [3].

Ключевым конкурентным преимуществом данных препаратов является наличие доказательной базы, соответствующей принципам доказательной медицины, а также включение в международные клинические рекомендации [8].

Сравнительный анализ конкурентного позиционирования

Для оценки конкурентных позиций иммуностимуляторов использовались следующие критерии: уровень клинической доказательности, ценовой сегмент, регуляторный статус, степень доверия медицинского сообщества и маркетинговая активность.

Таблица 1. Сравнительная характеристика иммуностимуляторов различных рынков

Критерий	Российские препараты	Казахстанские препараты	Зарубежные препараты
Уровень доказательности	Средний	Ограниченный–средний	Высокий
Ценовой сегмент	Низкий–средний	Низкий	Средний–высокий
Регуляторная база	Национальная	Национальная	EMA / FDA
Маркетинговая поддержка	Умеренная	Ограниченная	Высокая
Экспортный потенциал	Ограниченный	Низкий	Высокий

Анализ показал, что зарубежные препараты занимают лидирующие позиции за счёт высокой доказательной базы и глобального признания, в то время как отечественные препараты конкурируют преимущественно по ценовому фактору.

Результаты исследования

В результате проведённого исследования выявлены существенные различия в стратегиях конкурентного позиционирования иммуностимуляторов. Зарубежные препараты ориентированы преимущественно на доказательную медицину и включение в международные клинические рекомендации, что обеспечивает им устойчивые позиции в премиальном сегменте рынка [3].

Российские и казахстанские иммуностимуляторы занимают нишу массового потребления, опираясь на ценовую доступность, государственную поддержку и ориентацию на внутренний рынок [6].

Таблица 2.

Элемент SWOT	Содержание
Strengths (Сильные стороны)	Высокий и устойчивый спрос на иммуностимуляторы; широкий ассортимент препаратов различных фармакологических групп; возможность применения как с лечебной, так и с профилактической целью; активное продвижение зарубежных брендов и государственная поддержка отечественных производителей
Weaknesses (Слабые стороны)	Неоднородность и ограниченность клинической доказательной базы для части препаратов; различия в регуляторных требованиях; низкая осведомлённость международного медицинского сообщества о российских и казахстанских иммуностимуляторах
Opportunities (Возможности)	Расширение и углубление клинических исследований; развитие персонализированной медицины; рост экспортного потенциала при гармонизации стандартов качества; внедрение цифровых маркетинговых стратегий
Threats (Угрозы)	Усиление международных регуляторных требований; рост конкуренции со стороны биологических препаратов и вакцин; снижение доверия к препаратам без доказательной базы; ценовое давление со стороны дженериков

Полученные данные подтверждают, что конкурентоспособность иммуностимуляторов напрямую зависит от уровня клинической доказанности и соответствия международным стандартам качества.

Выводы

Проведённое исследование позволяет сделать вывод, что рынок иммуностимуляторов характеризуется высокой конкуренцией и неоднородностью подходов к позиционированию продукции.

Зарубежные производители занимают лидирующие позиции благодаря значительным инвестициям в клинические исследования, строгому регуляторному контролю и активной маркетинговой стратегии. Российские и казахстанские иммуностимуляторы сохраняют конкурентоспособность преимущественно в ценовом сегменте, однако их дальнейшее развитие требует расширения доказательной базы и выхода на международный уровень.

Включение элементов маркетингового анализа позволило определить перспективные направления развития сегмента, среди которых ключевыми

являются усиление клинических исследований, повышение прозрачности доказательной базы и гармонизация регуляторных требований с международными стандартами.

Полученные результаты могут быть использованы в научной и практической деятельности специалистов в области фармации, а также при формировании стратегий развития фармацевтических компаний.

Список использованной литературы

1. Всемирная организация здравоохранения. Иммуномодулирующая терапия: современные перспективы. – Женева: Всемирная организация здравоохранения, 2022.
2. Европейское агентство по лекарственным средствам. Иммуномодуляторы в клинической практике: регуляторное обновление. – Амстердам: European Medicines Agency, 2023.
3. Управление по контролю за продуктами и лекарствами США. Достижения в области иммунотерапии и иммунной модуляции. – Силвер-Спринг: U.S. Food and Drug Administration, 2024.
4. Иванов А.А., Петров С.В. Оценка иммуностимуляторов с позиций доказательной медицины // Journal of Immunology. – 2022.
5. Ким Дж., Пак С. Глобальные тенденции рынка иммуномодулирующих лекарственных средств // Pharmaceuticals. – 2023.
6. Организация экономического сотрудничества и развития. Обзор фармацевтического рынка – 2024. – Париж: OECD Publishing, 2024.
7. Всемирная организация здравоохранения. Глобальные тенденции и прогнозы фармацевтического рынка. – Женева: ВОЗ, 2025.
8. Браун Л. и др. Регуляторные проблемы иммуномодулирующих лекарственных средств // Frontiers in Pharmacology. – 2023.
9. Чжан И. Иммуностимуляторы после COVID-19: рыночные и клинические аспекты // Clinical Therapeutics. – 2024.

ANALYSIS OF THE COMPETITIVE POSITIONING OF RUSSIAN, KAZAKH AND FOREIGN IMMUNOSTIMULANTS IN THE PHARMACEUTICAL MARKET

Yu.Ya.Yadikar, N.A. Rakhymbayev, G.A. Dyusembinova

This article will provide a comprehensive analysis of the competitive positioning of immunostimulating medicines manufactured in Russia, Kazakhstan and abroad in the pharmaceutical market. The relevance of the study is due to an increase in demand for drugs that affect the immune system, an increase in infectious and

immune-dependent diseases, as well as a change in the structure of pharmaceutical consumption in the post-pandemic period. The study conducted a comparative analysis of the range of immunostimulants, pharmacological properties, mechanisms of action, the level of clinical evidence, regulatory status and pricing policy. To analyze the marketing strategies of manufacturers, SWOT analysis elements were used, the strengths and weaknesses of the drugs, as well as development opportunities, were identified. The results of the study showed that foreign immunostimulants have a competitive advantage due to the high level of clinical evidence and international recognition. And domestic and Russian drugs mostly retain their positions in the affordable price segment. The results obtained are of practical importance for specialists in the field of pharmacy and correspond to paragraph 3 of the UN Sustainable Development Goals - the direction "Ensuring a healthy lifestyle and improving well-being".

Keywords: immunostimulants, pharmaceutical market, competitive positioning, marketing

ФАРМАЦЕВТИКАЛЫҚ НАРЫҚТА РЕСЕЙЛІК, ҚАЗАҚСТАНДЫҚ ЖӘНЕ ШЕТЕЛДІК ИММУНОСТИМУЛЯТОРЛАРДЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН ТАЛДАУ

Ю.Я.Ядикар, Н.А. Рахымбаев, Г.А. Дюсембинова

Бұл мақалада фармацевтикалық нарықтағы ресейлік, қазақстандық және шетелдік өндірістегі иммуностимуляторлық дәрілік заттардың бәсекелік позициялануына кешенді талдау жүргізіледі. Зерттеудің өзектілігі иммундық жүйеге әсер ететін препараттарға сұраныстың артуымен, жұқпалы және иммунға тәуелді аурулардың көбеюімен, сондай-ақ пандемиядан кейінгі кезеңдегі фармацевтикалық тұтыну құрылымының өзгеруімен байланысты. Зерттеу барысында иммуностимуляторлардың ассортименті, фармакологиялық қасиеттері, әсер ету механизмдері, клиникалық дәлелділік деңгейі, регуляторлық мәртебесі және баға саясаты салыстырмалы түрде бағаланды. Өндірушілердің маркетингтік стратегияларын талдау үшін SWOT-талдау элементтері қолданылып, препараттардың күшті және әлсіз жақтары, сондай-ақ даму мүмкіндіктері айқындалды. Зерттеу нәтижелері шетелдік иммуностимуляторлардың клиникалық дәлелділік деңгейінің жоғары болуы және халықаралық мойындалуы есебінен бәсекелік артықшылыққа ие екенін көрсетті. Ал отандық және ресейлік препараттар негізінен қолжетімді баға сегментінде өз орнын сақтап отыр. Алынған нәтижелер фармация саласындағы мамандар үшін тәжірибелік маңызға ие және БҰҰ-ның

Тұрақты даму мақсаттарының 3-тармағына – «Салауатты өмір салтын қамтамасыз ету және әл-ауқатты арттыру» бағытына сәйкес келеді.

Кілт сөздер: иммуностимуляторлар, фармацевтикалық нарық, бәсекелік позициялау, маркетингтік талдау, иммунитет.

REFERENCES

1. World Health Organization. Immunomodulatory therapies: current perspectives. Geneva: WHO; 2022.
2. European Medicines Agency. Immunomodulators in clinical practice: regulatory update. Amsterdam: EMA; 2023.
3. U.S. Food and Drug Administration. Advances in immunotherapy and immune modulation. Silver Spring: FDA; 2024.
4. Ivanov A.A., Petrov S.V. Evidence-based evaluation of immunostimulants. Journal of Immunology. 2022.
5. Kim J., Park S. Global market trends of immunomodulatory drugs. Pharmaceuticals. 2023.
6. OECD. Pharmaceutical market outlook 2024. Paris: OECD Publishing; 2024.
7. World Health Organization. Global pharmaceutical market trends and forecasts. Geneva: WHO; 2025.
8. Brown L. et al. Regulatory challenges of immunomodulatory drugs. Frontiers in Pharmacology. 2023.
9. Zhang Y. Immunostimulants after COVID-19: market and clinical perspectives. Clinical Therapeutics. 2024.