

ева, Т.И. Мельникович // Вестник фармации. – 2004. - № 4 (26). – С. 47 – 48.

Поступила 30.01.2007 г.

И.Э. Лясота

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Белорусский государственный экономический университет

В статье излагаются взгляды на проблемы функционирования фармацевтической отрасли Республике Беларусь. Предложен комплекс мер по преодолению негативных тенденций в её развитии.

Фармация - это весьма специфичная сфера хозяйственной деятельности, включающая производство лекарственных средств и изделий медицинского назначения, их оптовую и розничную реализацию, специализированное хранение и распределение (дистрибьюцию) посредством налаженной сбытовой оптовой сети (через аптечные склады). Фармацевтическая отрасль в развитых странах относится к числу наиболее динамичных и рентабельных, но в то же время выступает как особый сегмент рынка, регулируемый государственными органами власти, а также контролируемый страховой медициной. В последние годы фармация начинает интегрироваться со сферой медицинских услуг [1].

Сложившаяся в последние годы специфика фармацевтической отрасли Республики Беларусь обладает примечательными условиями развития. С одной стороны, наблюдается тесная взаимосвязь с общероссийскими тенденциями, с другой - находит отражение ряд характерных для экономики республики особенностей, связанных с протеканием экономических, политических и социальных условий в стра-

не. Иначе говоря, темпы развития фармацевтической отрасли хотя и имеют несколько возрастающий характер, однако они подвержены большим колебаниям конъюнктуры рынка [1].

На формирование и развитие внутреннего рынка фармацевтической промышленности Республики Беларусь оказывает влияние ряд субъектов:

- Поставщики
- Потребители
- Конкуренты
- Кредиторы
- Персонал предприятий
- Государство и местные органы

управления.

Изучение их развития позволит выявить сильные и слабые стороны отрасли и выработать комплекс мер по их решению [2].

Внутренний рынок фармацевтической промышленности Республики Беларусь находится на этапе структуризации. Заметны процессы концентрации в оптовом сегменте рынка, которые обостряют конкуренцию в отрасли и повышают риски организаций-производителей лекарственных средств в Республике Беларусь.

Внутренний рынок фармацевтической промышленности Республики Беларусь подчинен, как уже было сказано ранее, Белорусскому государственному концерну по производству и реализации фармацевтической и микробиологической продукции (Белбиофарм). Фармацевтическая промышленность концерна представлена девятью предприятиями (табл.1).

Источник: собственная разработка – источник информации по организациям-производителям и количеству наименований продукции.

Исторически сложилось, что инициатива развития фармакологических исследований, а также медицинское обеспечение и конструкторское подкрепление бизнес— идеи производства фармацевтической продукции формулировалось за пределами Республики Беларусь.

Налажено производство генерических лекарственных средств (ЛС). Однако в последнее время на территории нашей страны создаются научно- исследователь-

ские институты и отделы на предприятиях по разработке современных ЛС, обладающих высокой терапевтической активностью, качественных и безопасных. И, тем не менее, решение данных проблем затрудняется высокой стоимостью новых разработок в сфере фармакологии.

Учитывая все вышесказанное, становится очевидной необходимость в развитии и совершенствовании деятельности

оптово-посреднического звена белорусского фармацевтического рынка.

Для удержания позиций и успешного развития оптовых фармацевтических организаций необходимо умение оперативно реагировать на изменения внешней среды и принимать управленческие решения на основе объединения результатов маркетинговых исследований и внутренних возможностей организации..

Таблица 1 – Предприятия фармацевтической промышленности концерна «Белбиофарм»

№ п/п	Наименование организации	Номенклатура выпускаемой продукции
1	РУП «Борисовский завод медицинских препаратов»	Растворы в ампулах, стерильные порошки, таблетки, капсулы, настойки, мази (всего 167 наименований)
2	РУП «Несвижский завод медицинских препаратов»	Растворы для инфузий во флаконах (всего 20 наименований)
3	РУП «Экзон»	4 наименования лекарственных средств и 11 наименований биологически активных добавок к пище
4	СП ООО «Фармлэнд»	Инфузионные растворы и готовые лекарственные средства (всего 38 наименований)
5	УП «Диалек»	Бактерийные и иммунобиологические препараты (всего 30 наименований)
6	РУП «Гродненский завод медицинских препаратов»	Аминокислоты и лекарственные средства на их основе
7	УП «Минскинтеркапс»	Лекарственные средства в капсулах (около 40 наименований)
8	РУП «Белмедпрепараты»	Готовые лекарственные средства в различных формах (всего около 200 наименований)
9	ЗАО «Малкут»	Биологически активные добавки, витамины, поливитамины, поливитамины с микроэлементами.

Это требует профессиональных знаний маркетинга и умелого их применения на практике [3].

Целью качественного анализа деятельности оптовых фармацевтических организаций является усовершенствование принятия маркетинговых решений посредническими организациями.

Маркетинговые решения можно рассматривать как неотъемлемый элемент управленческих решений, так как они охватывают все сферы деятельности организации и используются в целях повышения производительности и эффективности удовлетворения потребностей клиента.

Принятие решений — процесс выбора наиболее предпочтительной альтер-

нативы из допустимого множества вариантов или их упорядочение. Принятие решений возможно на основании знаний об объекте управления, о процессах, объективно в нем протекающих или которые могут произойти с течением времени, и при наличии множества показателей (критериев), характеризующих эффективность (качество, оптимальность и т. д.) принятого решения [4].

В современном бизнесе принятие маркетинговых решений может стать важным конкурентным преимуществом. Предприятие может опередить своих конкурентов за счет: принятия лучших решений, более быстрого принятия решений,

более эффективного внедрения принятых решений.

Для отечественных предприятий вопрос о роли маркетинга в их деятельности долгое время оставался открытым, так как многие руководители не видели преимуществ, которые получает маркетингово-ориентированная организация. И только сейчас процесс осознания необходимости маркетинговой деятельности на белорусских фармацевтических предприятиях можно считать завершенным. Однако далеко не всегда и не всем предприятиям удается создать профессиональную службу маркетинга. В целях совершенствования маркетинговой деятельности предприятий, их рыночной ориентированности, получения возможностей привлечения инвестиций необходимо оценивать уровень маркетинга, целенаправленно и своевременно управлять им. Для этого целесообразно проводить комплексную оценку состояния маркетинга на предприятии. Суть ее состоит в том, что состояние маркетинга характеризуется через: оценку позиций службы маркетинга на предприятии; оценку полноты выполнения службой маркетинга маркетинговых задач; оценку планирования маркетинга [4].

Таким образом, данная методика позволяет оценить уровень организации маркетинга на предприятии без учета финансовых показателей его работы. Для оп-

ределения экономического эффекта деятельности предприятия необходимо проводить оценку экономического аспекта маркетинговой деятельности предприятий.

Персонал предприятий фармацевтической отрасли можно рассмотреть в двух аспектах. С одной стороны мы можем наблюдать высококвалифицированных специалистов в области маркетинга, экономики, бухгалтерского учета, имеющих значительный опыт в сфере производства и реализации выпускаемой продукции. С другой стороны, отличных фармацевтических работников, имеющих научный и практический опыт работы на фармацевтических предприятиях.

Тем не менее, следует отметить, что в Республике Беларусь заметно некоторое отставание в разработке оригинальных, качественно новых ЛС, что объясняется выпуском отечественными предприятиями отрасли генерических ЛС, не отличающихся научной новизной и терапевтическим действием, уже известных, изученных ЛС предприятий-конкурентов из зарубежных стран.

Основными конкурентами на фармацевтическом рынке Республики Беларусь выступают иностранные предприятия (источник - «розничный аудит ГЛС в Белоруссии») (табл.2).

Таблица 2 – Десять ведущих зарубежных производителей по объему продаж в Республике Беларусь в 2006г. (в денежном выражении).

Место в рейтинге	Производитель
1	«Berlin-Chemie»
2	«Sanofi-Aventis»
3	«Sagmel»
4	«Servier/Egis»
5	«Gedeon Richter Ltd.»
6	«KRKA D.D.»
7	«Никомед»
8	«Pfizer Int. Inc.»
9	«PlivaD.D.»
10	«Ф. Хоффманн ля рош ЛТД»

Таким образом, исходя из полученных данных, в настоящее время белорусские производители лекарственных средств вынуждены конкурировать с зару-

бежными предприятиями, такими как «Berlin-Chemie», «Sanofi-Aventis», «Sagmel», «KRKA D.D.» и т.д. В такой конкуренции очень важным является своевре-

менное, продуманное и спланированное вмешательство государства в функционирование отечественного фармацевтического рынка [5].

В данной связи, концерном «Белбиофарм», совместно с Минздравом, Минэкономики, Госстандартом, Государственным комитетом по науке и технологиям (ГКНТ), Национальной академией наук (НАН) Беларуси разработана Государственная программа развития фармацевтической промышленности Республики Беларусь на 2006 - 2010 годы, основанная на приоритетах развития отрасли, изложенных в Концепции развития фармацевтической промышленности Республики Беларусь на период до 2010 года, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 1 декабря 2004 года № 1534 (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2004 г., №191, 5/15242) [6].

Целью развития фармацевтической промышленности Республики Беларусь является наиболее полное обеспечение потребностей организаций здравоохранения и населения республики эффективными, безопасными и качественными отечественными лекарственными средствами, в первую очередь включенными в перечень основных лекарственных средств, разрабатываемый и утверждаемый Министерством здравоохранения Республики Беларусь.

Основными задачами являются:

- дальнейшее повышение научно-технического и производственного потенциала фармацевтической промышленности;
- разработка и освоение производства новых для республики лекарственных средств из местного растительного и эндокринно-ферментного сырья, а также с использованием продуктов органического и микробиологического синтеза, получаемых на основе новых и высоких технологий;
- расширение номенклатуры и объема выпуска отечественных высокоэффективных лекарственных средств, в первую очередь - относящихся к перечню основных

лекарственных средств и имеющих устойчивый спрос;

- создание благоприятных экономических условий для развития отечественных фармацевтических производителей, включая меры их государственной поддержки, направленные на повышение конкурентоспособности продукции, а также для разработки новых отечественных лекарственных средств;

- концентрация усилий в инновационной области на приоритетных разработках по созданию производств по выпуску импортозамещающей продукции, развитию экспортного потенциала;

- активизация деятельности в области международного сотрудничества и интеграция в мировой фармацевтический рынок.

- реконструкция и модернизация действующих фармацевтических производств с использованием передовых зарубежных технологий и в соответствии с принципами надлежащей производственной практики (GMP);

Политика государства в области качества предусматривает создание условий для разработки и производства конкурентоспособных на внутреннем и внешнем рынках продукции и услуг, соответствующих требованиям международных стандартов; содействие повышению экспортного потенциала отечественных товаропроизводителей путем устранения технических барьеров в торговле с зарубежными странами и решения на этой основе проблемы интеграции Республики Беларусь в мировую экономику, а также задач социально-экономического развития страны [6].

Специфика фармацевтической продукции диктует необходимость внедрения, в дополнение к стандартам ИСО серии 9000, имеющим унифицированный характер, принципов надлежащей производственной практики (GMP), определяющих конкретные требования к организации производства и контролю качества лекарственных средств, что позволяет оптимизировать организацию фармацевтических производств и повысить гарантии качества выпускаемой продукции.

Скорейшее внедрение принципов GMP - основной приоритет дальнейшего развития отечественной фармацевтической промышленности. Средства, вкладываемые в реформирование организаций фармацевтической промышленности, можно рассматривать в качестве долгосрочных инвестиций. Организации, сертифицированные на соответствие принципам GMP, становятся полноправными участниками на международном рынке лекарственных средств. Их конкурентоспособная по цене продукция может экспортироваться без ограничений [7].

В данной связи представляется необходимым анализ внешних рынков фармацевтической промышленности Республики Беларусь.

Для нашей страны наиболее привлекательным рынком, на данный момент, является Россия (в частности Москва и Санкт-Петербург) - 63,5%. Фармацевтическая отрасль России переживает не лучшие времена относительно развития отечественного производства [4]. Отечественный научный потенциал отрасли до сих пор остается одним из самых высокоразвитых, однако экономические проблемы не дают возможности развивать процесс разработки лекарственных средств должного уровня и внедрение в производство новых лекарственных средств.

Однако Россия занимает прочные позиции лидера [4]. Унаследовав еще с советских времен мощную научно-исследовательскую базу в вирусологии и иммунологии, российские ученые являются общемировыми законодателями процессов, протекающих в этих научных отраслях.

И, тем не менее, в свете последних событий, происходящих в мире, связанных со стремительным распространением «птичьего гриппа», продукция отечественных компаний, производящих вакцины и др. иммунобиологические препараты может быть востребована в большей степени.

Отечественному производителю стоит только не упустить момент и выйти с реальным предложением на мировой фармацевтический рынок.

Остальная доля внешнего рынка ле-

карственных средств приходится на другие страны СНГ, Литву, Латвию, Польшу и др.[4]. Тем не менее, на предприятиях Республики Беларусь необходимо проводить большую и кропотливую работу по поиску новых неизученных внешних рынков сбыта фармацевтической продукции.

Таким образом, дальнейшее развитие фармацевтической промышленности имеет тенденции к частичному импортозамещению, которое встречает сильную поддержку со стороны Правительства и органов здравоохранения. Однако этот вопрос будет решаться постепенно, поскольку, во-первых, в настоящее время белорусские фармацевтические производители не располагают достаточными ресурсами для разработки новых ЛС, во-вторых, иностранные инвестиции в производство в Беларуси ограничены и вряд ли внесут существенные изменения в соотношение долей отечественного производства и импорта.

SUMMARY

I.E. Liasota

THE BASIC TENDENCY OF PHARMACEUTICAL BRANCH DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF BELARUS

In clause sights the problems of functioning of pharmaceutical branch of the Republic of Belarus. The complex of measures on overcoming negative tendencies in its development is offered.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сосонкина, В.Ф. Фармацевтический сектор: некоторые подходы к его реформированию как системы // В.Ф. Сосонкина. - Рецепт. - 2003. - №2. - с. 16-21.
2. Мясникович, М.В. Источники и перспективы устойчивого роста Беларуси // М.В. Мясникович, С.М. Дедков. - Мн.: ИООО «Право и экономика», 2004. - С. 5-7.
3. Проблемы развития национальной экономики Беларуси (теоретические и практические аспекты). Мн.: НИЭИ Минэкономики Республики Беларусь, 2002. - 137с.

4. Березин, И. Значение маркетинговых исследований в деятельности фармкомпаний // И. Березин. - Ремедиум. - 2003. - с. 20-23.

5. Аптечный рынок Республики Беларусь по итогам 2006 года // Рецепт. - 2007. - № 1.с. 25-27.

6. Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. - 2004. - № 191,5/15242.

7. Алексеева, М.М. «Планирование

деятельности фирмы» // М.М. Алексеева. - М.: Финансы и статистика. - 2001г.

Поступила 16.05.2007 г.
