

## **ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

Стаття присвячена актуальній проблемі, оскільки фармацевтична галузь у світі є однією з найбільш наукоємних і вносить чималий вклад у забезпечення інноваційного розвитку провідних країн.

Україна володіє потужним потенціалом для розвитку власної фарміндустрії, проте він належним чином не використовується з ряду обставин. Тому важливим є з'ясування причин, що стримують ефективний розвиток галузі.

Автор детально висвітлює проблеми розвитку фармацевтичних підприємств України, зокрема у частині інноваційної складової, та надає рекомендації щодо можливих напрямків їх розв'язання.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** інновації, фармацевтична галузь, інноваційні технології, міжнародні стандарти, ринок фармпрепаратів, тенденції розвитку, ефективний розвиток.

На сучасному етапі розвитку світової економіки впровадження нових технологій стало визначальним фактором ринкової економіки, основним засобом підвищення ефективності виробництва та поліпшення якості товарів і послуг, тому об'єктивною передумовою економічного зростання є перехід до безперервного інноваційного інжинірингу. Сучасні українські підприємства повинні слідкувати за появою нових наукових ідей, залучати перспективні наукові розробки та створювати на їх базі інноваційну конкурентоспроможну продукцію.

Розробкою різних проблемних аспектів фармацевтичної галузі займаються такі українські спеціалісти, як Федулова Л. І., Жебровська Ф. І., Мех О. А., Півень О. П., Посилкіна О. В., Тіманюк В. М. та інші. Проте питання інноваційного забезпечення розвитку підприємств фармгалузі залишається недостатньо вивченим. Тому метою даної статті є аналіз стану досліджуваної галузі у розрізі інноваційних процесів. Автори спробували дослідити основні тенденції, визначити головні чинники, які сприяють або

навпаки заважають інноваційному розвитку фармацевтичних підприємств.

Сучасна фармацевтика — наукоємна та високотехнологічна галузь промисловості, а ємність українського ринку лікарських препаратів вимірюється мільярдами доларів (рис.1). Для того, щоб українські підприємства працювали на повну потужність, вітчизняні виробники повинні працювати не лише на внутрішній ринок, а й вийти на світовий ринок. Потужним поштовхом до розвитку фармацевтичних підприємств України може стати створення та прикладне застосування моделі їх інноваційного розвитку.

На сьогоднішній день фармацевтична галузь України налічує близько 130 вітчизняних підприємств основним видом, або одним із видів діяльності яких є виробництво фармацевтичних препаратів та понад 80 представників іноземних виробників лікарських засобів [1]. Проте лише мала частка цих підприємств займається науковими дослідженнями та впровадженням інноваційних технологій.

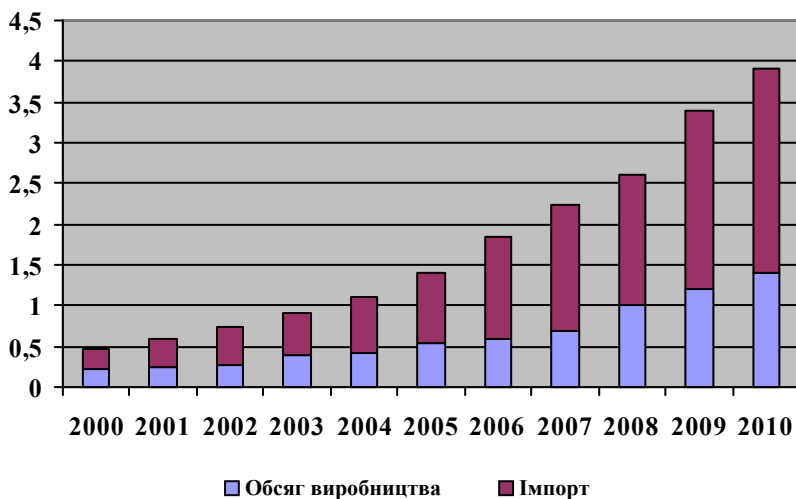


Рис. 1. Обсяг ринку в цінах виробника (імпорт + виробництво) 2000—2006 рр. та прогноз до 2010р., млрд дол. США

Джерело: ООО «Моріон», Система дослідження ринку «Фармстандарт».  
<http://www.morion.ua>

За даними Держкомстату, кількість вітчизняних інноваційно активних фармпідприємств, які займалися інноваційною діяльні-

стю у 2004 та 2006 рр.. становив 33 та 36 одиниць відповідно [3], або 25 % та 27 % у загальній кількості підприємств.

Оцінюючи ступінь зрілості та цивілізованості українського фармацевтичного ринку, слід відмітити велику частку безрецептурних препаратів, слабку фінансову участь держави в обігу медикаментів, відсутність належної регуляторної бази промоційної активності та недостатній захист прав інтелектуальної власності. Представники іноземних компаній характеризують український ринок як недостатньо зрілий та цивілізований через невисокі бар'єри допуску лікарських засобів на ринок та слабкі механізми захисту споживачів від продукції неналежної якості [4]. Проте інші експерти оцінюють сучасний стан та майбутні перспективи вітчизняного фармринку досить оптимістично. Зокрема старший експерт ЄС з питань впровадження стандартів GMP Кейт Мак-Кормік, яка має досвід співробітництва з фармкомпаніями Росії, Казахстану, Грузії, Вірменії вважає, що за рівнем розвитку наша фармацевтика на голову випереджає інших. За її оцінками, 70 % препаратів, що реалізуються в Україні — імпорتنі. Потенційно цю частку можуть відібрати локальні виробники [5]. Отже, яким шляхом треба розвиватися вітчизняним фармовиробникам, щоб завоювати більшу частину ринку?

Аналіз співвідношення різних категорій лікарських засобів показав, що на даний момент питома вага інноваційних закордонних брендів у грошовому виразі приблизно 25 %, біля 25 % складають вітчизняні препарати та 50 % — неінноваційний імпорт [4]. Український фармринок з самого початку формувався як генеричний<sup>1</sup> і продовжує залишатися таким. Для розвитку інноваційної продукції вітчизняні виробники поки що не володіють достатніми внутрішніми ресурсами, зовнішнє середовище також не сприятливе для розвитку інноваційних процесів на підприємствах. За таких умов на конкурентному ринку для досягнення успіху необхідно мати збалансований продуктовий портфель та працювати на випередження конкурентів, пропонуючи нові продукти. Така стратегія дозволить вітчизняним виробникам втримати та зміцнити свої позиції.

Наступним кроком є орієнтація виробників на потреби споживачів, тобто виробництво лікарських засобів треба пов'язати з динамікою та структурою захворюваності населення. Слід зазначити, що невідповідність асортименту лікарських засобів видам

---

<sup>1</sup> Генерики — це лікарські засоби, здатні замінити новий лікарський засіб після закінчення терміну дії патенту (аналоги), відповідно генеричний ринок — це ринок, який представлений цими препаратами.

захворювань — характерна риса виробництва радянських часів. Сучасні фармкомпанії намагаються бути більш попитоорієнтованими. На актуальність даного кроку наголошують самі виробники. Так, наприклад, генеральний директор ВАТ «Фармак» Ф. Жебровська зазначила, що інвестуючи мільйонні кошти у розвиток компанії, керівництво цілеспрямовано переходить від заводу, орієнтованого на виробництво, до заводу, орієнтованому на маркетинг та потреби ринку, оскільки запорука успіху сучасного підприємства у портфелі якісних та ефективних препаратів, що користуються попитом та у стратегії їх просування [6].

Головний визначальний чинник у конкурентній боротьбі між фармвиробниками — це постійне вдосконалення, впровадження інноваційних технологій, розробка нових продуктів. У цьому питанні вітчизняний фармринок відповідає світовим тенденціям, але в дещо меншому масштабі. Основне позитивне досягнення провідних українських виробників — перехід до загальноприйнятих стандартів GMP<sup>1</sup> та усвідомлення необхідності такого кроку попри його велику вартість. Наявність у вітчизняних підприємств сертифікату належної виробничої практики на випуск лікарських засобів стане обов'язковою з 2009 року. Аналіз сучасного стану переходу виробників на загальносвітові стандарти показав, що в строк це встигнуть зробити лише 5—6 найкрупніших виробників.

Основними чинниками, що заважають впровадженню GMP в Україні, західні спеціалісти називають брак коштів (вони є у лідерів галузі, але відсутні у невеликих компаній) та відсутність часу та знань. Останній чинник експерти виділяють як головний, через те, що багато керівників фармзаводів не бажають модернізувати свої підприємства. Єдине, що вони вбачають у GMP, — значні грошові витрати. Тому розпочинати процес переходу на інноваційні технології треба з навчальних програм для топ-менеджерів, які б пояснювали необхідність модернізації, та тренінгів для технологів, які б містили інформацію, що і як треба робити.

Орієнтація вітчизняних підприємств на систему GMP дозволить зняти технічні бар'єри в торгівлі лікарськими засобами, закладе основу інтеграції виробництва в цій області, встановить заслон на шляху неякісного імпорту. До того ж, це єдиний шлях розвитку експорту лікарських засобів.

---

<sup>1</sup> GMP — (англ. — good manufacturing practice) належна виробнича практика, система забезпечення якості фармацевтичного виробництва.

Належні стандарти якості, крім перелічених переваг, стимулюють інтелектуальну та інноваційну складові виробництва. Ті вітчизняні підприємства, керівництво яких прийняло вольове рішення по впровадженню GMP та погодилося на зменшення прибутків, зараз є лідерами галузі. Таких підприємств лише шість з понад 130, проте вони випускають левову частку продукції, що реалізується в Україні. Перехід на нові стандарти став для таких компаній поштовхом до якісних змін у структурі портфелів, а саме — зросла кількість оригінальних препаратів (препарати, що належать компанії «з молекули» та не мають аналогів на ринку). Дану тенденцію можна проілюструвати на прикладі ЗАТ НВЦ «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод» по співвідношенню виробництва оригінальних препаратів та генериків: за кількістю — більше генериків, по обороту — співвідношення зрівнялося (у 2006 році оригінальні препарати та брендовані генерики дали 52 % обороту). Компанія продовжує розробляти та впроваджувати нові препарати.

Провідні вітчизняні виробники приділяють багато уваги науковій складовій виробничого процесу: на заводах діють дослідно-впроваджуючі лабораторії, які відповідають за наукові розробки з метою створення та впровадження нових лікарських препаратів, так званих «ліків без кордонів», які відповідають вимогам будь-якої країни світу. Середня кількість нових оригінальних засобів для шести підприємств-лідерів складає 10—15 препаратів на рік. Середня сума грошових вкладень на нові розробки, знов ж таки, для підприємств-лідерів, становить приблизно 1,6 млн дол. на рік. Таки висновки можна зробити аналізуючи інформацію, яку надають самі виробники (на нові розробки витрачається приблизно одна третина прибутку).

Загальну картину щодо інноваційної активності вітчизняних фармвиробників можна скласти на основі аналізу даних Держкомстату, які наведені у табл. 1 та 2.

Як свідчать дані табл. 1, спостерігається тенденція до збільшення кількості підприємств, що займаються інноваційною діяльністю, дослідженнями та розробками. Це можна пов'язати з початком впровадження міжнародних стандартів. Те саме стосується придбання нових технологій. Також виробники концентрують увагу і на оновленні основних фондів. Частка інноваційно активних фармпідприємств значна і становила близько 27 % у 2006 р. проти 2—3 % в інших галузях, що є досить позитивним явищем.

Таблиця 1

**ГРУПУВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ, ЩО ЗАЙМАЛИСЬ  
ФАРМАЦЕВТИЧНИМ ВИРОБНИЦТВОМ, ЗА НАПРЯМАМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ОДИНИЦЬ**

| Рік  | Всього | З них<br>займалися<br>інноваційною<br>діяльністю | У тому числі витрачали кошти на |                                    |                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                              |                                                                                     |                         |      |
|------|--------|--------------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------|
|      |        |                                                  | дослідження<br>і розробки       | придбання<br>нових тех-<br>нологій | з них придбання<br>права власності на<br>винаходи, корисні<br>моделі, промислові<br>зразки, ліцензій на<br>використання за-<br>значених об'єктів | виробниче проєк-<br>тування, інші види<br>підготовки вироб-<br>ництва для випус-<br>ку нових продук-<br>тів, впровадження<br>нових методів їх<br>виробництва | придбання<br>машин, об-<br>ладнання,<br>установок,<br>інших ос-<br>новних<br>фондів | маркетинг<br>та рекламу | інші |
| 2003 | 67     | 35                                               | 17                              | 8                                  | 2                                                                                                                                                | 10                                                                                                                                                           | 13                                                                                  | 15                      | 6    |
| 2004 | 67     | 34                                               | 21                              | 4                                  | 3                                                                                                                                                | 12                                                                                                                                                           | 14                                                                                  | 13                      | 4    |
| 2005 | 76     | 34                                               | 21                              | 7                                  | 7                                                                                                                                                | 6                                                                                                                                                            | 18                                                                                  | 17                      | 5    |
| 2006 | 78     | 36                                               | 23                              | 9                                  | 6                                                                                                                                                | 9                                                                                                                                                            | 20                                                                                  | 14                      | 5    |

Джерело: дані Держкомстату

У таблиці 2 наведено дані щодо обсягів витрат фармпідприємств на різні види інновацій. Перш за все слід відзначити, що дані представлені у фактичних цінах й не враховують вплив інфляції на підвищення вартості інновацій, це може означати, що загальні капітальні вкладення на інновації не збільшуються, а залишаються на тому самому рівні або навіть зменшуються.

Отже, загальний обсяг витрат на інноваційну діяльність можна порівняти із загальним прибутком, який отримали фармацевтичні компанії на українському ринку. У 2006 році він склав 1,58 млрд дол. США [7]. Враховуючи, що на долю іноземних виробників припадає 70 % роздрібних продаж, вітчизняні виробники заробили 0,47 млрд дол. США. Таким чином, частка витрат на інновації складає майже 10 % від прибутків українських виробників.

Щодо структури витрат, то у 2006 р. переважали витрати на придбання машин, обладнання, установок, інших основних фондів (41,8 %), на другому місці — дослідження і розробки, на них припадає 24 % загальних витрат на інновації (показник майже на рівні 2005 року — витрати зменшилися на 0,34 %, але в порівнянні з попередніми роками — збільшилися більше ніж удвічі), 11,2 % коштів було витрачено на придбання нових технологій, що на 8,9 % більше ніж у попередній рік. Можна відмітити, що значні кошти виділяються на маркетинг та рекламу — 9,8 %. У той же час помітно скоротилися витрати на придбання права власності на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, ліцензій на використання зазначених об'єктів та витрати на виробниче проектування, інші види підготовки виробництва для випуску нових продуктів, впровадження нових методів їх виробництва. У 2006 році витрати за цими напрямками були найменшими — 0,8 % та 2 % відповідно (для порівняння, показники 2003 року були на рівні 1,6 % та 19 %). Пояснити таку структуру витрат на інновації можна тим, що виробники сконцентрували зусилля на оновленні основних фондів та розробці оригінальних препаратів, тестування та впровадження яких — дуже вартісний та розтягнутий у часі процес. Окрім зазначених причин, розвиватися по всім напрямкам одночасно підприємствам заважає нестача власних коштів та відсутність підтримки з боку держави, що ілюструє табл. 3.

З табл. 3 видно, що лівова частка фінансування інноваційної діяльності відбувається за рахунок власних коштів. На розвиток інноваційних процесів негативно впливає також відсутність чіткої державної політики щодо підтримки інноваційної продукції. Як зазначають самі виробники, вони змушені конкурувати в одній ціновій категорії з підприємствами, які не вкладають кошти в модернізацію, реконструкцію та інші наукоємні процеси.

Таблиця 2

**РОЗПОДІЛ ЗАГАЛЬНОГО ОБСЯГУ ВИТРАТ  
ЗА НАПРЯМАМИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, У ФАКТИЧНИХ ЦІНАХ, тис. грн**

| Рік  | Всього   | У тому числі на           |                                    |                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                              |                                                                          |                         |         |
|------|----------|---------------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------|---------|
|      |          | дослідження<br>і розробки | придбання<br>нових тех-<br>нологій | з них придбання<br>права власності на<br>винаходи, корисні<br>моделі, промислові<br>зразки, ліцензій на<br>використання за-<br>значених об'єктів | виробниче проєк-<br>тування, інші види<br>підготовки вироб-<br>ництва для випуску<br>нових продуктів,<br>впровадження но-<br>вих методів їх ви-<br>робництва | придбання ма-<br>шин, обладнання,<br>установок, інших<br>основних фондів | маркетинг<br>та рекламу | інші    |
| 2003 | 98215,5  | 8988,8                    | 5333,9                             | 1577,5                                                                                                                                           | 18772,2                                                                                                                                                      | 41911,3                                                                  | 5114,3                  | 18095,0 |
| 2004 | 115825,8 | 12991,2                   | 3363,9                             | 3127,3                                                                                                                                           | 11703,6                                                                                                                                                      | 73749,8                                                                  | 11287,7                 | 2729,6  |
| 2005 | 243894,6 | 59483,7                   | 5655,7                             | 4591,5                                                                                                                                           | 5726,3                                                                                                                                                       | 128051,7                                                                 | 25080,7                 | 19896,5 |
| 2006 | 229579,3 | 55225,0                   | 25882,1                            | 1857,5                                                                                                                                           | 4580,6                                                                                                                                                       | 95957,2                                                                  | 22632,5                 | 25301,9 |

Джерело: дані Держкомстату



Таблиця 3

**РОЗПОДІЛ ЗАГАЛЬНОГО ОБСЯГУ ФІНАНСУВАННЯ І  
ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМПІДПРИЄМСТВ ЗА ДЖЕРЕЛАМИ,  
У ФАКТИЧНИХ ЦІНАХ; тис. грн**

| Рік         | Всього   | У тому числі за рахунок коштів |                    |                   |                      |                        |                      |          |        |
|-------------|----------|--------------------------------|--------------------|-------------------|----------------------|------------------------|----------------------|----------|--------|
|             |          | власних                        | Державного бюджету | місцевих бюджетів | позабюджетних фондів | вітчизняних інвесторів | іноземних інвесторів | кредитів | інших  |
| <b>2003</b> | 98215,5  | 92683,9                        | —                  | —                 | —                    | 40,7                   | —                    | 5328,2   | 162,7  |
| 2004        | 115825,8 | 98806,9                        | —                  | —                 | —                    | —                      | 11104,0              | 5040,5   | 874,4  |
| 2005        | 243894,6 | 237498,9                       | —                  | —                 | —                    | —                      | 4919,9               | —        | 1475,8 |
| 2006        | 229579,3 | 191350,7                       | —                  | —                 | —                    | —                      | —                    | 1758,9   | —      |

Джерело: дані Держкомстату

Попри всі існуючі складнощі та перепони, лідери вітчизняного фармринку намагаються не просто слідкувати за світовими тенденціями, але брати в них активну участь. Так, на сучасному світовому фармринку головною інноваційною тенденцією є розробка та виробництво біотехнологічних препаратів. Біотехнології визнаються одними з найперспективніших сфер людської діяльності, ООН оголосила біотехнології технологіями XXI століття. Світовий ринок біотехнологій оцінюють у 250 млрд грн. Не зважаючи на відсутність національної програми розвитку біотехнологій в Україні, провідні вітчизняні фармовиробники розвивають новий напрямок власними зусиллями. Основні підприємства, що впроваджують інноваційні біотехнології, — ЗАТ «Біофарма», Ват «Фармак».

До найбільш інноваційно-активних українських виробників лікарських засобів можна віднести наступні підприємства: ВАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»; Корпорація «Артеріум» (ВАТ «Київмедпрепарат», ВАТ «Галичфарм»); ВАТ «Фармак»; ТОВ «Фармацевтична фірма «Здоров'я»; ЗАТ «Борщагівський ХФЗ»;

Зазначені компанії — лідери вітчизняного фармринку як за обсягами виробництва та збуту продукції, так і за кількістю та якістю інноваційних впроваджень. В цілому, доля десяти найкрупніших українських компаній виросла з 29 % у 2005 році до 37 % у 2006 р.

За результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що фармацевтична галузь в Україні відрізняється стрім-

кими темпами розвитку та високою динамікою змін. Основним досягненням 2006 року можна назвати ріст обсягів продажу препаратів вітчизняного виробництва, які потрохи витісняють продукцію іноземних виробників з внутрішнього ринку.

Основними бар'єрами, що не дозволяють українським фармпідприємствам змінити баланс сил, є застарілі технології та обладнання, недостатньо орієнтований на потреби ринку продуктивний портфель, відсутність власних коштів на модернізацію, невідповідність виробничих процесів міжнародним стандартам, відсутність державної підтримки та програми розвитку фармгалузі.

Витрати на цю галузь з боку держави в сучасних умовах, з досвіду розвинених країн світу, повинні бути збільшені із збільшенням бюджетних витрат за статтею «Охорона здоров'я», яка до сьогодні, на жаль, фінансується за залишковим принципом. Це значно підвищить потенціал ринку вітчизняних фармпрепаратів, що стане дієвим стимулом для розвитку галузі.

Для подолання такого відставання Україна повинна включитися у власне або спільне виробництво оригінальних лікарських засобів, а не робити повністю ставку на генеричні копії. Для цього фармацевтична галузь України має достатньо можливостей — відбувається перехід на міжнародні стандарти, впроваджуються оригінальні препарати, але, головне, необхідно створювати хіміко-фармацевтичні концерни, які будуть об'єднувати науку, виробництво субстанцій та готових лікарських форм.

### ***Література***

1. Матеріали Державної інспекції з контролю якості лікарських засобів Міністерства охорони здоров'я України в Рівненській області. — <http://www.officina.rivne.com>
2. Матеріали компанії «МОРИОН». — <http://www.morion.ua>
3. Державний комітет статистики. Україна в цифрах. — <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Будущее украинского фармрынка: источники оптимизма и пессимизма. — <http://www.apteka.ua/archives/528/22953.html>
5. Андрущенко О. Украина имеет шанс догнать европейских производителей // Бизнес. — № 51 (674).
6. В зеркале программы ДЛО // Фармацевт практик review. — Червень 2006.
7. Панюшкина С. Здоровые доходы // ТОП-100 Лучшие компании Украины. — 2005—2006.

Стаття надійшла до редакції 19.12.2007