

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ МОДЕЛИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В фармацевтической отрасли в качестве основного инновационного продукта выступают лекарственные средства, препараты, применение которых дает медицинский и социально-экономический эффекты. С 2000 года российский фармацевтический рынок демонстрирует неуклонный рост.

Если на рынке не произойдет никаких потрясений, то в 2012 году объем российского фармацевтического рынка достигнет 22,2 млрд. долларов. Рост будет обеспечен преимущественно за счет коммерческого сектора рынка, который будет расширяться примерно на 12% ежегодно.

В основе капитализации современных фармацевтических компаний лежит практическая реализация двух альтернативных продуктовых стратегий – инновационной и дженериковой.

Инновационная стратегия предполагает реализацию базовых инноваций, то есть разработку и внедрение новых проприетарных лекарств. По степени распространения – это единичные инновации, которые пользуются ограниченным спросом. В то же время, подавляющее большинство новых лекарств представляет собой лишь форму эволюционного развития того или иного метода лечения.

Новые лекарственные средства демонстрируют сравнительно лучшие показатели эффективности и безопасности по отношению к прочим препаратам той фармакологической группы, к которой они относятся.

На сегодняшний день становится очевидным тот факт, что любой потенциальный высокодоходный проект сопряжен с высоким риском, поэтому и коммерциализация новых медицинских продуктов – это потенциально высокорентабельная отрасль. Инновации в медицине требуют участия целой группы самых разных бизнесов, обслуживающих специфические звенья цепочки создания добавочной стоимости в процессе разработки нового лекарства или медицинского продукта. Этот процесс, однако, требует значительных вложений капитала и хорошо структурированной программы разработки и вывода продукта на рынок.

Для того, чтобы сохранить статус инновационной компании в отрасли, необходимо тратить 15% прибыли на науку, 35% на маркетинг и совершенствование менеджмента и, тогда уровень валовой прибыли составит более 80%. Реализация инновационной деятельности фармацевтических предприятий требует больших капиталовложений. В связи с этим в отрасли только крупные компании в состоянии проводить активную инновационную деятельность.

Дженериковая стратегия осуществляется за счет копирования чужих разработок, их усовершенствования и коммерциализации. Такая стратегия доступна большинству предприятий, так как требует меньше затрат и способствует быстрому росту доходах [3, стр 87].

Поскольку процесс внедрения новых лекарственных средств отличается

более длительным периодом времени, то инновационными называются такие фармацевтические производственные предприятия, на которых, в отличие от других отраслевых предприятий, внедряются и коммерциализуются инновации на протяжении 6-15 лет. Процесс развития проходит через несколько этапов, в ходе которых фирма собирает доказательства, чтобы убедить государственные регулирующие органы, что она может последовательно производить безопасные и эффективные формы соединения, предназначенные для лечения.

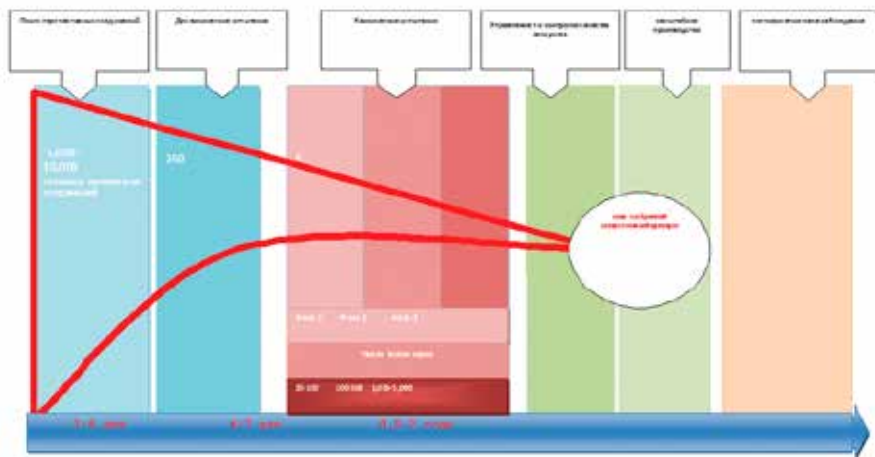


Рис. 1. Схема бизнес-процесса выпуска медицинских препаратов

Создание новых лекарственных препаратов это очень рискованный бизнес. Как видно на Рис.1 существует бесконечное число сложных химических соединений, которые могут иметь фармакологическое действие, компания, занимающиеся разработкой лекарственных препаратов должна выбрать то химическое соединение, которое в последствие будет запущено в производство и попадет на рынок.

Логика инвестиций в медицинские технологии основана на трех предпосылках:

- Высокий риск подразумевает высокую доходность. Формируя условия сделки и финансовую модель инвестиции, венчурный инвестор закладывает как минимум 10-кратный возврат на первоначальные вложения.

- Медицинские компании достигают ликвидности задолго до продаж. Как правило, компания становится мишенью для поглощения при получении положительных результатов на Фазе II клинических испытаний [1, стр 56].

- Неопределенность, связанная с инвестициями в медицинские технологии преодолевается глубоким пониманием инвестором области инвестиций. Большинство венчурных капиталистов в медицине – это врачи, ученые, специалисты в области фармацевтики.

Снижение эффективности инвестиций в медицинские разработки связано в первую очередь с тем, что в последние годы наблюдается тенденция к увеличению

сроков и стоимости разработки новых лекарственных средств и других медицинских продуктов. В таких условиях существование индустрии, равно как и наличие венчурного капитала для новых компаний всецело зависит от способности бизнеса найти новые модели, позволяющие более эффективно использовать капитал.

Хотя здравоохранение – это локальная система для каждого отдельно взятого государства, бизнес в фармацевтической области – это глобальный бизнес. Успех российских медицинских компаний не может быть достигнут в отдельно взятой стране. Сегодня фармацевтические компании создают, разрабатывают и выводят на рынок продукты для пациентов во всем мире. Чтобы достичь успеха в таких условиях и быть привлекательным для венчурных инвесторов, предпринимателю необходимо учитывать глобальную специфику во всех аспектах бизнеса: защита интеллектуальной собственности, маркетинг, корпоративное развитие.

Основной бизнес фармацевтических компаний – это разработка и коммерциализация интеллектуальной собственности. Для стартапов сегодня важно уметь правильно оценивать возможность, как провала проекта, так и его успеха.

Таким образом, одним из важнейших направлений формирования инновационной модели повышения конкурентоспособности предприятия, является обеспечение управляющей системы новыми методами принятия решений в рамках функционирования на рынке инноваций. Общепризнанным фактом является неразрывная связь между уровнем конкурентоспособности предприятия и количеством успешно реализованных инновационных проектов в долгосрочном периоде. В то же время низкая инновационная активность предприятий в значительной мере объясняется неготовностью брать на себя связанные с этим высокие риски. В большинстве случаев успех при реализации инновационного проекта зависит не столько от объема финансирования, сколько от правильного оперативного управления, направленного на корректировку направления исследования, области применения разрабатываемого продукта, времени выхода на рынок, самого рынка сбыта. Международный опыт успешных инноваций показывает, что далеко не всегда они выходят на рынок в том виде, свойстве и качестве, в котором задумывалось. Чем чаще в рамках реализации инновационного проекта будут переоцениваться получаемые результаты и сопоставляться с рыночной действительностью, тем выше вероятность благоприятного исхода.

1. Bogdan, B. and Villiger, R. Valuation in Life Sciences: A Practical Guide Springer, Third Edition, 2008
2. Специализированный фармацевтический портал www.phannaceutical-lawsuits.com.
3. Береговых В.В., Иващенко Н.В., Рудакова И.П., Пятигорская Н.В., Мешковкий А.П., Ляпунов Н.А. «Управление качеством в фармацевтической промышленности» под редакцией член-корр., проф. Береговых В.В., М. РАМН ,2004 г., 400 с.