

А.Б. ГОНЧАРОВ, канд. екон. наук, доцент НФаУ, Харків;

С.Ю. ГОНЧАРОВА, канд. екон. наук, доцент ХНЕУ

Формування інноваційно-інвестиційної стратегії сучасного фармацевтичного підприємства

Досліджено вплив основних чинників внутрішнього і зовнішнього середовища на формування інвестиційної стратегії сучасних підприємств фармацевтичної галузі України. Проаналізований вибір основних видів інвестиційних стратегій, які забезпечують реалізацію загальної стратегії розвитку фармацевтичних підприємств.

Ключові слова: інвестиційна стратегія, фармацевтичне підприємство, чинники формування інвестиційної стратегії, стратегія зростання, стратегія стабільності

Вступ. В сучасних умовах розвитку українського суспільства особливе значення приділяється розвитку фармацевтичної галузі, яка повинна забезпечувати своєю продукцією сферу охорони здоров'я. Стратегічними завданнями фармацевтичної галузі є забезпечення населення якісними та доступними за ціною лікарськими засобами і виробами медичного призначення. Ці завдання можуть бути розв'язані тільки шляхом інтенсифікації розвитку фармацевтичних підприємств, що дозволить ефективно протидіяти конкурентному середовищу і поступово розширювати частку українського ринку фармацевтичних препаратів, що належить вітчизняним виробникам.

Практично перед кожним фармацевтичним підприємством виникає завдання не тільки збереження фінансової стабільності, але й збільшення сукупного економічного потенціалу, що є базою для розвитку виробничо-господарської діяльності в перспективі.

В сучасних умовах загострення конкуренції на ринку лікарських засобів для забезпечення конкурентоспроможності продукції українських фармацевтичних підприємств вирішальне значення має обґрунтування і вибір їх інвестиційної стратегії.

Ця стратегія повинна бути спрямована на забезпечення: по-перше, відповідності рівня якості фармацевтичної продукції вимогам стандартів GMP і іншим сучасним вимогам до якості лікарських засобів; по-друге, на скорочення витрат на виробництво продукції, що в подальшому дасть можливість знизити ціну в рамках маркетингового комплексу просування вітчизняних лікарських засобів на ринок; по-третє, залучення фінансових ресурсів для реалізації інвестиційних проектів розвитку фармацевтичних підприємств.

Аналіз останніх досліджень та літератури. В останні роки досить велика увага приділялася розробці питань стратегічного планування і стратегічного управління підприємствами, інвестиційною діяльністю. Значний внесок у розробку різних аспектів проблем інвестування й керування інвестиціями зробили в своїх працях такі відомі економісти як Абалкин Л., Аганбегян А., Бланк І., Кондратьєв М., Лапуста М., Лівшиць В., Макманус Дж., Маркс К., Шапиро В., Шеремет В., Шумпетер Й., Фишер Б., та інші.

Метою статті є виділення особливостей впливу основних чинників зовнішнього і внутрішнього середовища на формування інвестиційної стратегії фармацевтичного підприємства.

Постановка проблеми. Існують деякі особливості формування інвестиційної стратегії сучасних українських фармацевтичних підприємств, які мають досить важливе значення для їх розвитку, і не були повною мірою досліджені у працях вчених-економістів.

Матеріали досліджень. Інвестиційна стратегія фармацевтичного підприємства є складовою його загальної стратегії розвитку і функціонування, основною формою її реалізації і втілення. При формуванні оптимальної інвестиційної стратегії фармацевтичного підприємства повинні бути враховані чинники зовнішнього і внутрішнього середовища, які впливають на його функціонування і розвиток.

Особливості формування інвестиційної стратегії фармацевтичних підприємств значною мірою обумовлені сучасним станом фармацевтичного ринку України. Інвестиційна стратегія фармацевтичних компаній повинна бути спрямована на забезпечення їх розвитку, підвищення конкурентоспроможності продукції.

Аналіз ринку лікарських засобів і фармацевтичних препаратів показує, що продукція вітчизняних підприємств має низьку або середню якість у порівнянні з

продукцією імпортного виробництва, але ціна також суттєво нижча ніж на зарубіжні аналоги. Це, з однієї сторони, гальмує просування вітчизняної фармацевтичної продукції на ринок (за рахунок впливу фактора обережності або недовіри з боку потенційних покупців і користувачів), а з іншої сторони, сприяє збільшенню обсягів її реалізації за рахунок охоплення малозабезпечених верств населення, чисельність яких складає переважну більшість в сучасному суспільстві. Одночасно з цим імпортні лікарняні засоби мають високу ціну, що суттєво обмежує коло їх споживачів матеріально забезпеченими верствами населення незважаючи на високу якість; крім того, в останні роки виявлено досить розповсюджену практику підробки і фальсифікації імпортних лікарських засобів, що різко знижує довіру до них і створює позитивний ефект на користь вітчизняних виробників.

Ще одною особливістю українського ринку фармацевтичних препаратів є досить висока питома вага препаратів-дженериків, які виробляють українські підприємства, що характеризує певне моральне старіння значної частини українських ліків.

Важливою тенденцією ринку лікарських засобів є постійне зростання його ємності, що зумовлене погіршенням стану здоров'я і умов життя населення в цілому, а також невинним зростанням середньої тривалості життя населення, а відповідно, питомої ваги і чисельності старших вікових груп. В 2012 р. питома вага осіб у віці старше 60 років перевищувала 21,2 % в загальній чисельності населення України і має тенденцію до зростання [1].

За 9 місяців 2013 р. загальний обсяг продажів лікарських засобів, виробів медичного призначення, косметики і дієтичних добавок досяг 25,6 млрд. грн.. за 1,46 млрд. упаковок, що перевищує показник минулого року на 13 % в грошовому і 2,6 % в натуральному виразі. В доларовому еквіваленті цей показник склав 3,15 млрд. дол.. США (за курсом Reuters), що на 12 % більше ніж в 2012 р. Лідером продаж на фармацевтичному ринку є лікарські засоби: за 9 місяців 2013 р. їх було реалізовано 930 млн. упаковок на суму 21,8 млрд. грн., що перевищує показник минулого року на 13,4 % і є найбільшим за останні 7 років [2].

З урахуванням розглянутих тенденцій розвитку ринку лікарських засобів інвестиційна стратегія фармацевтичних підприємств повинна бути спрямована на розвиток їх операційної діяльності шляхом забезпечення відповідності препаратів

вимогам сучасних стандартів якості, які діють в розвинених країнах, розробку нових сучасних лікарських засобів, зниження витрат на їх виготовлення, а також на створення умов для ефективного просування на ринок (позитивний імідж, рекламні заходи і т.п.).

Фармацевтична галузь має суттєві особливості, які сильно впливають на формування інвестиційної стратегії: значна тривалість і висока вартість розробок оригінальних лікарських засобів (яка включає етапи біофармацевтичних, доклінічних, клінічних досліджень, а також ризик припинення робіт над лікарським засобом у випадку виявлення його токсичності, недостатнього рівня безпеки, недостатньої клінічної ефективності і т.п.); відносно коротка тривалість життєвого циклу більшості лікарських засобів; необхідність забезпечення доступності продукції галузі для широких верств населення. Створення інноваційних продуктів в фармацевтичній галузі є довготерміновим, ризиковим і дуже капіталоемним. Для створення одного інноваційного фармацевтичного продукту необхідно 12 – 13 років досліджень і випробувань, вартість розробки однієї фармацевтичної субстанції близько 1 млрд. євро, лише одна – дві з 10000 синтезованих в лабораторіях субстанцій потрапляють на ринок у вигляді готових фармацевтичних препаратів або лікарських засобів [3].

Фармацевтична промисловість досить тривалий час є найприбутковішою сферою діяльності серед інших високотехнологічних галузей, вона має максимальні показники валової доданої вартості на одну зайняту особу.

На сьогоднішній день всі українські фармацевтичні підприємства дотримуються комбінованої стратегії свого розвитку, яка ґрунтується на двох основних базових стратегіях – зростання і стабільності, що застосовуються для різних видів продукції. Великі підприємства, що мають власну дослідницьку базу, на якій створюються нові лікарські засоби і медичні препарати, переважно використовують стратегію зростання, в рамках якої інвестиційна стратегія спрямована на забезпечення сучасним технологічним обладнанням, ліцензіями, патентами і т.д. Підприємства, які не мають можливості розробляти нові препарати, в основному спираються на стратегію стабільності, в рамках якої увага концентрується на скороченні витрат на виробництво раніше освоєних лікарських препаратів або препаратів-дженериків. В цьому випадку інвестиційна стратегія повинна забезпечувати підвищення технічного

рівня виробництва, а також просування продукції на ринок.

Важливим напрямком розміщення інвестицій фармацевтичних підприємств сьогодні є фінансове інвестування, яке з одного боку дозволяє вигідно використовувати тимчасово вільні грошові кошти шляхом розміщення їх на депозити в банках або придбання ринкових цінних паперів інших емітентів (акцій, облігацій і інших) і таким шляхом накопичувати їх для здійснення масштабних інвестиційних проектів; з другого боку, вкладаючи капітал в уставні фонди підприємств-постачальників фармацевтичні підприємства гарантують своєчасні поставки якісної сировини і матеріалів, а вкладання коштів в уставні фонди організацій, що займаються збутом продукції, дає змогу забезпечити себе власною збутовою мережею, яка буде зацікавлена в реалізації продукції саме підприємства-інвестора.

Але при формуванні інвестиційної стратегії фармацевтичних підприємств необхідно враховувати деякі суттєві обмеження. Головним з цих обмежень є обсяг інвестиційних ресурсів, який може бути залучений для здійснення інвестиційних проектів. Цей обсяг залежить від інвестиційної привабливості підприємства, яка визначається впливом ряду чинників: привабливість продукції; кадрова привабливість; територіальна привабливість; інноваційна привабливість; екологічна привабливість; соціальна привабливість; інформаційна привабливість; привабливість корпоративної культури; фінансова привабливість.

Результатами дослідження є аналіз впливу найважливіших чинників і обмежень на процес формування інвестиційної стратегії фармацевтичних підприємств. Використання результатів дослідження дозволить знизити витрати на розробку інвестиційної стратегії фармацевтичного підприємства, забезпечити її максимальну відповідність умовам зовнішнього і внутрішнього середовища, що повинно привести до зростання економічної ефективності діяльності і рівня конкурентоспроможності.

Висновки. В умовах динамічно мінливої господарської ситуації в країні інвестиційна стратегія фармацевтичних підприємств повинна забезпечувати досягнення їх цілей розвитку операційної діяльності, посилення ринкових позицій. Формування інвестиційної стратегії фармацевтичних підприємств здійснюється під впливом ряду чинників зовнішнього і внутрішнього середовища: необхідності впровадження сучасних стандартів якості продукції, стрімкого зростання ємності

ринку фармацевтичних препаратів, високої вартості і тривалих термінів розробки нових лікарських засобів, великої питомої ваги препаратів-дженериків серед продукції української фармацевтичної галузі та інших. Всі фармацевтичні підприємства використовують комбінацію двох основних видів стратегій – зростання і стабільності в залежності від видів продукції, фінансових, виробничих і дослідницьких можливостей. Важливим напрямком інвестиційної стратегії є фінансове інвестування, яке спрямовано на підтримку операційної діяльності і збільшення фінансових можливостей фармацевтичних підприємств.

Список літератури: **1.** Розподіл постійного населення України за статтю та віком станом на 1 січня 2012 року. Статистичний збірник. – Державна служба статистики України. – Київ, 2012 р. – 413 с. **2.** Аптечный рынок Украины по итогам 9 мес 2013 г. Helicopter View Еженедельник Аптека. [#913 (42) 28.10.2013] [<http://www.apteka.ua/article/258330>] **3.** Прокопьев А. Не надо требовать от фармацевтики запредельных инноваций. // Информационо-аналитический портал DOC22.ru, 2013.

