

УДК 661.12(476)

Л. Ю. Пшебельская (БГТУ, г. Минск)

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Фармацевтическая промышленность – одна из отраслей белорусской экономики, которая развивается в последнее время наиболее динамично и с высокими темпами. В настоящее время лекарственные препараты производят 26 субъектов хозяйствования.

Емкость рынка медпрепаратов – около 1 млрд. дол. США, 400 млн. упаковок при средней цене упаковки 2,1 дол. США. Среднедушевое потребление лекарственных средств составляет примерно 90 дол. США в год (или 41,3 упаковок), доля препаратов собственного производства – 24%, объем их продаж порядка 200 млн. дол. США. Барьерами на пути дальнейшего роста отрасли являются импортозависимость и низкая конкурентоспособность локально произведенной продукции.

На современном этапе белорусский фармацевтический рынок имеет следующие основные черты:

1. расширение спектр выпускаемых лекарственных средств, в основном дженериков, с целью увеличения доли белорусских лекарств на внутреннем рынке до 60%. Планируемый экономический эффект от импортозамещения в отрасли – около 30 млн. дол. США при финансовом обеспечении реализации программы в 600 млрд. руб.;

2. модернизация фармацевтических предприятий с переходом на постоянное использование международных стандартов качества GMP с объемом инвестиций около 200 млн. дол. США;

3. ориентация науки на перспективные фармацевтические направления (биотехнологические препараты, лекарства от астмы, диабета, биологически активные добавки на основе отечественного сырья и др.);

4. сотрудничество с лидерами мирового фармацевтического рынка, заимствование у них передового опыта, создание совместных фармацевтических предприятий в рамках Европейского экономического пространства, проведение совместных дорогостоящих исследований (например, затраты на создание нового лекарственного средства составляют 500-2 500 тыс. дол. США, а продолжительность разработки составляет не менее 8 лет);

5. развитие товаропроводящей сети, грамотная маркетинговая политика организаций, формирование положительного имиджа белорусских фармацевтических предприятий у потенциальных покупателей.