

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ В РОССИЙСКИХ ДРАГМЕЙКЕРАХ*

Аннотация В статье приведены результаты исследования подходов к управлению социально-экономическим потенциалом на примере ряда предприятий фармацевтической промышленности России. Социально-экономический потенциал рассматривается в разрезе составляющих его блоков, в числе которых управленческий, производственно-технологический, маркетинговый, кадровый, инвестиционный, инновационный и финансовый потенциал предприятия.

В последнее время в теории и практике менеджмента возрастает интерес к поиску истоков конкурентоспособности внутри организации, а не за ее пределами. В качестве таких источников конкурентоспособности выступают внутренние возможности, экономический потенциал организации.

Однако формулировка понятия «экономический потенциал предприятия» является не совсем удачной, поскольку одним из важнейших составляющих последнего являются кадры – люди, являющиеся частью социума и обладающие определенными социокультурными потребностями и свойствами. Поэтому наиболее точной и полной формулировкой данного понятия должен быть «социально-экономический потенциал».

Социально-экономический потенциал предприятия – это совокупность ресурсов и их свойств, обеспечивающих достижение целей и миссии предприятия (организации). Для удобства исследования социально-экономический потенциал предприятия можно рассматривать как систему, состоящую из функциональных подсистем: маркетинговой, производственно-технологической, инновационной, инвестиционной, кадровой, управленческой и финансовой, обращенных на приспособление к факторам внешней среды (рис. 1).

В качестве объектов исследования были выбраны следующие наиболее типичные российские драгмейкеры: ОАО «Биосинтез», АКО «Синтез», ОАО «Биохимик», входящие в состав ЗАО «Фармцентр».

АКО «Синтез» было создано в 1958 г. в г. Кургане. Оно входит в число крупнейших производителей химико-фармацевтической продукции в России. Фармкомбинат «Синтез» создавался как предприятие, специализирующееся на изготовлении антибиотиков и АФИ для других драгмейкеров. Основная номенклатура действующего производства – антибиотики, декстрановые и эндокринные препараты, растворы для инъекций. Производственная база драгмейкера обладает уникальными технологиями продуцирования природных и полусинтетических антибиотиков методом биологического и химического синтеза. Восемьдесят одно наименование ЛС включено в «Перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных средств» («ПЖНВЛС»).

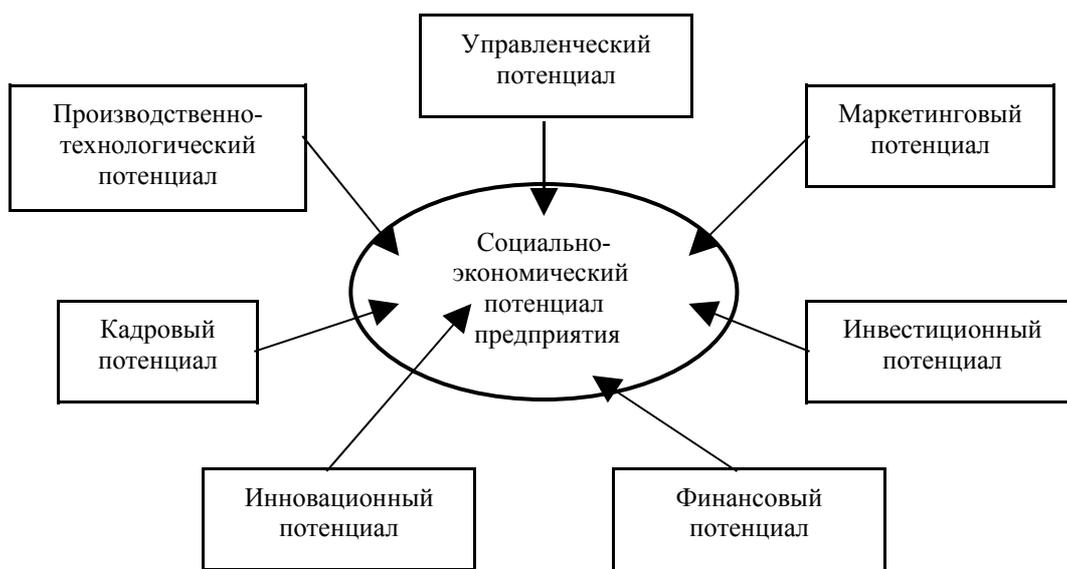


Рисунок 1 – Структура социально-экономического потенциала предприятия

ОАО «Биосинтез» было запущено в 1959 г. в г. Пензе по аналогичному типовому проекту. Основным направлением деятельности завода являлось производство АФИ методом микробиологического синтеза, а первой продукцией – антибиотик «Биомицин» и «Цианокобаламина гидрохлорид». Данный драгмейкер – одно из немногих российских фармпредприятий, сохранивших выпуск собственных субстанций: противогрибковых препаратов («нистатин», «гризеофульвин»), антибиотиков («фузидин-натрий», «олеандомицин»), иммуномодуляторов («нуклеинат натрия»), из которых 3 наименования («Натрия нуклеинат», «Гризеофульвин», «Фузидин-натрия») не имеют аналогов на российском фармрынке.

ОАО «Биохимик» был введен в эксплуатацию 1959 г. в г. Саранске. На сегодняшний день, данный драгмейкер, выпуская около 50% декстрановых препаратов (полиглукин и реополиглукин), а также около 30% всех российских антибиотиков для инъекций, входит в «десятку» лидеров по объемам производства ЛС в РФ. Более половины продуцируемых наименований ГЛС включены в «ПЖНВЛС».

Результатом деятельности любой производственной системы является продукция, потребляемая конечными потребителями. Поэтому анализ социально-экономического потенциала указанных предприятий целесообразно начать с двух его составляющих: маркетингового и производственно-технологического потенциалов, отвечающих соответственно за создание и доведение продукции до потребителя.

Проведенное исследование показало, что в последние годы на предприятиях наблюдается тенденция развития активности в сфере маркетинга, однако уровень маркетингового потенциала остается низким. Из всех его составляющих в ОАО «Биохимик», ОАО «Биосинтез» и АКО «Синтез» можно отметить лишь использование прайсинга и рекламной деятельности. В качестве инструмента ценовой политики, способствующего наращиванию объемов продаж, достаточно широко используются скидки,

предоставляемые драгмейкерами конечным потребителям. Скидки к оптовым ценам, бесспорно, являются элементом маркетингового потенциала предприятия, относящимся к ценовой политике, однако по их абсолютному объему нельзя делать обоснованные выводы, так как оптовые цены сильно завышены, а отгрузка продукции идет в основном по минимальным ценам, к которым в свою очередь также предоставляются скидки (таблица 1).

Таблица 1 – Объем скидок, предоставленных драгмейкерами в 2001 – 2006 гг.

Показатель	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	Драгмейкер
Объем скидок к оптовым ценам, млн руб.	145,9	175,7	299,9	239,3	151,9	145,9	ОАО «Биохимик»
	152,2	192,3	230,6	228,1	200,6	185,2	ОАО «Биосинтез»
	185,2	210,2	235,3	290,1	350,3	390,8	АКО «Синтез»
В % к оптовым ценам	17	16	29	28	15,2	13,4	ОАО «Биохимик»
	15	15	13	12	11	10	ОАО «Биосинтез»
	10	12	11	10	10	10	АКО «Синтез»
Объем скидок к минимальным ценам, млн руб.	10,2	8,8	13,5	9,6	5,8	5,5	ОАО «Биохимик»
	13,8	13,1	12,9	12,2	11,5	9,2	ОАО «Биосинтез»
	16,1	15,5	15,2	16,0	15,1	14,1	АКО «Синтез»

В основном это вынужденные скидки, которые предприятие предоставляет поставщикам сырья и материалов, отгружая им готовую продукцию в счет поступающего сырья и материалов, т.е. бартерный обмен.

Меньший процент указанных скидок сделан АКО «Синтез» по причине наличия собственного производства части необходимого сырья. ОАО «Биохимик» и АКО «Биосинтез» имеют значительную зависимость от поставщиков, с чем связано больший объем сделанных скидок. Учитывая особенности производимой драгмейкерами продукции, и ее ориентацию в основном на рыночный сектор лечебно-профилактических учреждений (ЛПУ) до 1999 – 2000 гг. практически никаких маркетинговых мероприятий исследуемые предприятия не проводили. В данный период на заводах создаются службы маркетинга, но во всех указанных драгмейкерах они функционируют в рамках отделов реализации готовой продукции.

Характерной особенностью ОАО «Биохимик», ОАО «Биосинтез» и АКО «Синтез» является реализация маркетингового потенциала в основном в области рекламной деятельности. Динамика затрат драгмейкеров на рекламу в сравнении конкурентами приведена в таблице 2.

Наибольшие затраты на рекламу были в АКО «Синтез» в 2006 г. – более 2,2 млн руб. Эта сумма значительно ниже в сравнении с основными конкурентами предприятия, где общие затраты на рекламу в 21–36 раз выше. Исследуемые производители используют следующие виды рекламы:

– ремайндерная продукция (печатная реклама, сувениры – изготовление полиэтиленовых пакетов с рекламой предприятия, ручек, календарей, блокнотов с логотипом, фармбуклетов (по выпускаемым препаратам), мини-каталогов по продукции исследуемых драгмейкеров;

– реклама в прессе, представляемая в следующих печатных изданиях: «Медицинская газета» (еженедельная), журналы «Московский медицинский рынок» (ежемесячно) и «Фарминдекс» (ежемесячно), каталог «Лекарственный рынок России» (раз в год), справочно-аналитическое приложение «Фармацевтический бюллетень» (ежемесячно), регистр лекарственных средств (ежегодно);

– наружная реклама – художественное оформление рекламных щитов;

– реклама на муниципальных общественных транспортных;

– участие в выставках – «Здравоохранение 2005», «Медицина для Вас 2005», «Аптека 2005».

Таблица 2 – Затраты драгмейкеров на рекламу, тыс. руб.

Показатели	Предприятие	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
Всего	ОАО «Биохимик»	207,3	161,2	1163,8	514,7	1418,7
	ОАО «Биосинтез»	1000,2	1302,1	1610,4	1918,3	2010,8
	АКО «Синтез»	1223,2	1633,3	1356,2	1963,2	2236,8
в т. ч. на: участие в выставках	ОАО «Биохимик»	112,4	88,2	314,7	295,4	413,9
	ОАО «Биосинтез»	456,1	542,2	656,3	792,1	803,2
	АКО «Синтез»	623,1	892,1	632,6	936,3	1023,3
размещение рекламы в СМИ и специализированных изданиях	ОАО «Биохимик»	94,9	56,7	339,3	101,4	213,4
	ОАО «Биосинтез»	325,3	442,2	556,5	662,4	771,8
	АКО «Синтез»	436,3	563,1	359,3	683,2	760,5
изготовление рекламной продукции	ОАО «Биохимик»	-	16,3	509,8	117,9	791,4
	ОАО «Биосинтез»	218,8	317,8	397,6	463,8	435,8
	АКО «Синтез»	163,8	178,1	364,3	343,7	453
Суммарные затраты на рекламу конкурирующими фирмами	ОАО «Красфарма»	-	-	1478	6400	12000
	ОАО «Акрихин»	4500	19000	46000	81000	78000
	ОАО «Нижфарм»	11000	9000	23000	27000	33000

Оценить уровень маркетингового потенциала исследуемых предприятий очень сложно. Большинство ученых считают, что эффективность маркетинговых инвестиций необходимо выявлять по конечным результатам деятельности предприятия. В связи с этим, можно отметить лишь определенные возможности для заводов в использовании маркетингового потенциала: во-первых, необходимо задействовать все составляющие комплекса маркетинга, представленные, а во-вторых, необходимо увеличить финансирование всех маркетинговых мероприятий.

Таким образом, хотя во всех анализируемых предприятиях отмечается рост абсолютной доли расходов на рекламу, что является положительным сдвигом в использовании маркетингового потенциала, в целом использование последнего остается на невысоком уровне.

Низкий уровень маркетингового потенциала негативно сказывается на производственно-техническом потенциале, т.е. он не дает соответствующего импульса для организации эффективной производственной деятельности. Исследование производственно-технического потенциала ОАО «Биохимик»,

АКО «Синтез» и ОАО «Биосинтез» нами проводилось по следующим направлениям:

- анализ номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции;
- динамика производства и отгрузки товарной продукции;
- факторный анализ себестоимости выпускаемой продукции;
- анализ использования производственных мощностей.

На рисунке 2 представлена динамика объемов производства товарной продукции в 2001 – 2006 гг., из которой видны ярко выраженные их циклические колебания, являющиеся следствием трудности сбыта готовой продукции вследствие снижения ее конкурентоспособности. В первую очередь это касается антибиотиков рядов макролидов и цефалоспоринов.

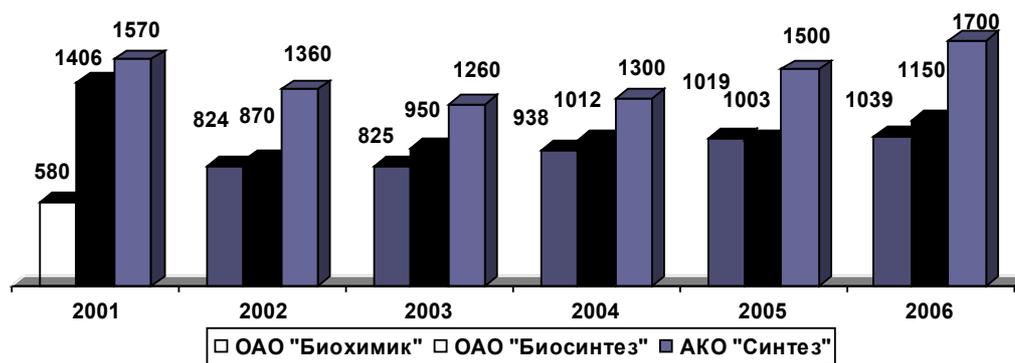


Рисунок 2 – Динамика производства товарной продукции драгмейкерами в 2001 – 2006 гг., млн руб.

Предприятия специализируются на производстве фармацевтической продукции. ОАО «Биосинтез» обладает наибольшим количеством ассортиментных линий и характеризуется планомерным ежегодным увеличением номенклатуры на 5 – 10 наименований ЛС. Худшие ситуация с продуктовым портфелем у ОАО «Биохимик». Об активных действиях предприятий в области ассортиментной политики свидетельствуют:

- увеличение числа препаратов, продуцируемых по альтернативным (мягким) формам: мази, гелей, эмульсий, суппозиториях (ректальные и вагинальные);
- прекращение производства ЛС, изготовление которых связано с высокотоксичными технологиями, например, АФИ 6-АПК и полиглукина.

Вторым элементом, характеризующим использование производственного потенциала предприятия, является себестоимость единицы производимой продукции. Ее анализ по исследуемым драгмейкерам свидетельствует об устойчивой тенденции к росту (табл. 3).

Таблица 3 – Динамика себестоимости единицы продукции

Производитель	Себестоимость, коп/руб. товарной продукции					
	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
ОАО «Биохимик»	80	82	85	87	89	91
ОАО «Биосинтез»	80	86	88	90	92	92
АКО «Синтез»	79	82	84	84	85	85

Основной причиной увеличения затрат на рубль товарной продукции по всем предприятиям является рост цен на материалы и энергоносители, а также увеличение накладных расходов. Изменение ассортимента выпускаемой продукции в сторону менее рентабельных лекарственных средств также повлияло на рост затрат на рубль товарной продукции.

Третьим элементом, характеризующим производственный потенциал завода, является эффективность использования производственных мощностей. Загрузка производственных мощностей драгмейкеров в 2006 г. характеризовалась данными, приведенными в таблице 4, из которой видно, что их среднегодовая загрузка не превышала 50 – 61%.

Таблица 4 – Загрузка производственных мощностей драгмейкеров в 2006 г.

Производственные линии	Загрузка мощностей предприятий, %		
	ОАО «Биохимик»	ОАО «Биосинтез»	АКО «Синтез»
Фасовка порошковых ГЛС во флаконы	75,7	60,3	50,5
Производство кровезаменителей и инфузионных растворов	99,0	85,5	90,4
Таблетирование и капсулирование ГЛС	80,3	86,4	90,6
Ампулирование ГЛС	79,2	85,6	100,7
Производство мазей (гелей) в тубах	15,7	76,8	82,5
Производство суппозиториев	1	13,0	21,3
Продуцирование АФИ	–	38,2	35,4

Для более полного анализа необходимо оценить в динамике техническое состояние основных фондов предприятий. Так, в среднем по предприятиям коэффициент обновления в 2006 г. был в 4,5 раз ниже уровня 2000 г. Данная тенденция оценивается отрицательно, поскольку драгмейкеры лишь растрачивают имеющиеся производственные ресурсы.

Итогом реализации производственно-технологического и маркетингового потенциалов предприятия является отгрузка готовой продукции потребителям лекарственных препаратов. Несоответствие объемов производства объемам продаж в 2001 – 2006 гг. находит свое выражение в затоваривании складов (табл. 5).

Таблица 5 – Динамика остатков готовой продукции драгмейкеров в 2001 – 2006 гг.

Годы	Показатели	ОАО «Биохимик»	ОАО «Биосинтез»	АКО «Синтез»
2001	Остаток готовой продукции, млн руб.	99,3	359,9	296,7
	% к объему выпуска	17,1	25,6	18,9
2002	Остаток готовой продукции, млн руб.	96,8	132,2	262,5
	% к объему выпуска	11,9	15,2	19,3
2003	Остаток готовой продукции, млн руб.	219,2	115,0	191,5
	% к объему выпуска	26,6	12,1	15,2
2004	Остаток готовой продукции, млн руб.	89,8	83,0	111,8
	% к объему выпуска	9,6	8,2	8,6
2005	Остаток готовой продукции, млн руб.	75,7	61,2	108,0
	% к объему выпуска	7,4	6,1	7,2
2006	Остаток готовой продукции, млн руб.	43,7	66,7	115,6
	% к объему выпуска	4,2	5,8	6,8

Для всех анализируемых драгмейкеров характерна тенденция сокращения товарных остатков на складах. Однако указанное вызвано, прежде всего, увеличением производства продукции, имеющей меньшую цену и, следовательно, с учетом роста себестоимости меньшую рентабельность.

Таким образом, в случае максимизации использования своего производственно-технологического потенциала ОАО «Биохимик», ОАО «Биосинтез» и АКО «Синтез» Ежегодно имели возможность производить в 2–4 раза больше продукции (табл. 6). Следовательно, фармпроизводители обладают большим производственным и маркетинговым потенциалом, но неумелое формирование и управление последними неизбежно приводит к трудностям, связанным со сбытом продукции, затоваривании.

Таблица 6 – Оценка незадействованного производственно-технологического потенциала драгмейкеров

Неиспользованный производственный потенциал	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	Предприятие
Дополнительный объем производства, который мог быть получен при 100% загрузке производственных мощностей, млн руб.	785,1	1036,2	1359,9	1332,3	1073,8	ОАО «Биохимик»
	828,9	1193,2	1467,2	1311,4	103,3	ОАО «Биосинтез»
	1295,8	1582,6	1884,7	1961,2	1756,9	АКО «Синтез»
Дополнительный объем производства при эффективной организации производственного процесса (при отсутствии брака и простоев), млн руб.	160,6	536	343,6	520,8	116,2	ОАО «Биохимик»
	169,6	617,2	370,7	512,6	128,6	ОАО «Биосинтез»
	265,1	818,6	476,2	766,6	190,1	АКО «Синтез»
Дополнительный объем производства как результат возможного расширения производства за счет закупки и монтажа новых линий в простаиваемые производственные площади (расширение производства), млн руб.	500	700	800	1500	1500	ОАО «Биохимик»
	527,9	806,1	863,1	1476,4	1660,2	ОАО «Биосинтез»
	825,2	1069,1	1108,7	2208,0	2454,2	АКО «Синтез»
Всего:	1445,7	2272,2	2503,5	3353,1	2690	ОАО «Биохимик»
	1526,4	2616,5	2701	3300,4	1892,1	ОАО «Биосинтез»
	2386,1	3470,3	3469,6	4935,8	4401,2	АКО «Синтез»

Одной из важнейших составляющих социально-экономического потенциала предприятия является кадровый потенциал, т.е. способность к активности персонала предприятия. Для диагностики эффективности его управления необходимо определить:

- компетентность персонала посредством оценки интеллектуального капитала предприятия;

- условия для реализации творческого потенциала людей: уровень развития организационной культуры предприятия, мотивационную политику предприятия, организацию управления карьерой сотрудников. В таблице 7 приведена численность различных групп персонала ОАО «Биохимик», ОАО «Биосинтез», АКО «Синтез».

Указанные данные свидетельствуют о том, что, начиная с 2000 г. численность персонала указанных драгмейкеров постоянно сокращалась, что

связано с проблемой сбыта готовой продукции, приводившей к недогрузке производственных мощностей и высвобождению персонала предприятия.

Таблица 7 – Численность работников исследуемых драгмейкеров, чел.

Предприятие	ОАО «Биохмик»					ОАО «Биосинтез»					АКО «Синтез»				
	ч.:Общая численность, в т.	Руководители	Специалисты	Служащие	Рабочие	ч.:Общая численность, в т.	Руководители	Специалисты	Служащие	Рабочие	численность, в т. ч.:Общая	Руководители	Специалисты	Служащие	Рабочие
Годы															
2000	4045	319	218	658	2850	4286	338	231	697	3020	5242	408	283	853	3698
2001	4017	336	231	653	2797	4263	356	245	693	2969	5235	413	301	851	3670
2002	3840	355	264	680	2541	4149	285	734	2746	384	4992	462	343	884	3303
2003	3411	342	267	764	2038	3648	290	741	2240	377	3648	377	294	742	2235
2004	2719	301	278	705	1435	3364	344	872	1776	372	3886	430	397	1008	2051
2005	3263	366	239	789	1869	3173	264	723	1830	356	3878	435	304	900	2239
2006	2916	325	315	850	1426	2827	282	702	1520	323	3822	436	423	981	1982

Для оценки интеллектуального капитала фармпроизводителей используем методику расчета коэффициента рыночной ценности (коэффициента Тобина), представляющего собой отношение рыночной стоимости компании к цене замещения ее реальных активов. Результаты приведены в таблице 8.

Таблица 8 – Сравнительная оценка интеллектуального капитала драгмейкеров и их основных конкурентов

Предприятие	Интеллектуальный капитал					
		2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
ОАО «Биохмик»	Рыночная цена, млн руб.	1245,5	–	1168,8	–	1122
	Реальные активы, млн руб.	731,2	–	752,5	–	864,7
	Коэффициент Тобина	1,7	–	1,5	–	1,3
ОАО «Биосинтез»	Рыночная цена, млн руб.	1279,9	–	–	1136,9	1160
	Реальные активы, млн руб.	762,9	–	–	757,9	789,04
	Коэффициент Тобина	1,7	–	–	1,5	1,5
АКО «Синтез»	Рыночная цена, млн руб.	–	–	2402,6	2214,7	2313,2
	Реальные активы, млн руб.	–	–	1264,5	1230,4	1285,1
	Коэффициент Тобина	–	–	1,9	1,8	1,8
ОАО «Нижфарм»*	Коэффициент Тобина	–	–	–	–	4,4
ОАО «Ферейн»*	Коэффициент Тобина	–	–	–	–	4,2
ОАО «Акрихин»*	Коэффициент Тобина	–	–	–	–	4,5
ОАО «Верофарм»*	Коэффициент Тобина	–	–	–	–	4,3
Фармацевтическая отрасль в целом**	Коэффициент Тобина	–	–	–	–	12,2
Компьютерное программное обеспечение	Коэффициент Тобина	–	–	–	–	15,4

*на материалах ЦМИ «Фармэксперт»

** на материалах DSM group.

*** на материалах IMS Healt

Как видно из таблицы 8, его уровень у предприятий ЗАО «Фармцентр» имеет достаточно низкое значение (от 1,3 до 1,8), т.к. у основных конкурентов исследуемых предприятий коэффициент Тобина в 2 – 3 раза выше.

Важнейшей характеристикой компетенций сотрудников организации является их образовательный уровень. Сведения о структуре персонала предприятия по уровню образования представлены в таблице 9, из которой видно, что за последние пять лет образовательный уровень работников фармпроизводителей значительно повысился, что, безусловно, может способствовать росту кадрового потенциала при соответствующей мотивации и стимулировании.

Таблица 9 – Структура персонала драгмейкеров по уровню образования в 2002–2006 гг., %

Уровень образования	2002 г.			2003 г.			2004 г.			2005 г.			2006 г.		
	ОАО «Биохимик»	ОАО «Биосинтез»	АКО «Синтез»	ОАО «Биохимик»	ОАО «Биосинтез»	АКО «Синтез»	ОАО «Биохимик»	ОАО «Биосинтез»	АКО «Синтез»	ОАО «Биохимик»	ОАО «Биосинтез»	АКО «Синтез»	ОАО «Биохимик»	ОАО «Биосинтез»	АКО «Синтез»
Послевузовское (аспирантура)	0,44	–	0,8	0,21	–	0,7	0,23	–	0,7	0,38	–	0,8	0,72	–	0,82
Высшее профессиональное	22,4	20,2	14,3	23,8	20,4	14,6	24,70	20,8	14,9	26,50	20,7	15,2	29,38	21,5	15,4
Среднеспециальное	27,1	49,9	52,3	25,8	50,1	53,4	25,40	50,4	56,9	26,10	50,8	58,5	25,4	51,1	59,1
Среднее	50,06	29,9	32,6	50,19	29,5	31,3	49,67	28,8	27,5	47,02	28,5	25,5	44,5	28,0	24,68
Всего:	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

В целом, на предприятиях наблюдается некоторое несоответствие компетенций персонала и уровня его мотивированности на раскрытие своих способностей. Как отмечалось ранее, результаты реализации кадрового потенциала персонала находят свое отражение в уровне интеллектуального капитала, так как он выступает итоговой характеристикой потенциала персонала, его вкладом в развитие предприятия. Его уровень в ЗАО «Фармцентр» достаточно низкий по сравнению с основными конкурентами и в целом по фармацевтической промышленности.

Характеристика предыдущих составляющих социально-экономи-ческого потенциала показала, что для их развития нужны инвестиции. Будущее ОАО «Биохимик», ОАО «Биосинтез» и АКО «Синтез» равно как и других предприятий фармотрасли зависит в первую очередь от решения вопроса по привлечению инвестиций.

Анализа инвестиционного потенциала предприятий проведем по следующим направлениям:

- определение потребности в инвестиционных ресурсах;
- анализ источников формирования инвестиционных ресурсов предприятия;
- анализ объектов инвестирования.

Приватизация ОАО «Биохимик» началась 02.11.1992 и проходила по второму варианту льгот для трудового коллектива. Всего ОАО «Биохимик» было

проведено 3 эмиссии обыкновенных акций. Уставный капитал состоит из 98842000 акций номинальной стоимостью 1 руб. каждая. Вторичного рынка акций у предприятия не существует.

ОАО «Биосинтез» приватизировано 26.11.1992. Уставный капитал состоит из 286283 акций, из которых 25 % привилегированные и 75 % обыкновенные номинальной стоимостью 1 руб. Вторичного рынка акций у предприятия не существует. Акции общества не обращаются на фондовом рынке.

АКО «Синтез» приватизировано 27.01.1993. Уставный капитал состоит из 264352 обыкновенных и 88117 привилегированных акций. Номинальная стоимость одной ценной бумаги выпуска 1 рубль. Процедуру допуска к обращению организаторами торговли на рынке ценных бумаг не проходили.

В настоящее время контрольный пакет акций ОАО «Биохимик» находится во владении управляющей компании «Фарм-Центр». За анализируемый период с 2002–2006 гг. в исследуемых драгмейкерах наблюдается несоответствие потребности в инвестициях и их реальному освоению. За этот период потребность ОАО «Биохимик» в инвестиционных ресурсах составляла 708 млн руб., ОАО «Биосинтез» – 801 млн, АКО «Синтез» – 934,0, в то время как освоено было лишь 308,7 млн руб. (43,5%), 428,3 (53,5%) и 519,7 млн (55,6%). Основным источником инвестиций в течение всего этого периода были собственные средства предприятий.

Ежегодно (до 2001 г.) заводы включались в федеральные и региональные инвестиционные программы, однако средства из соответствующих источников на предприятие не поступали.

Как и для большинства российских предприятий, для ОАО «Биохимик», ОАО «Биосинтез» и АКО «Синтез» проблема инвестиций является жизненно важным вопросом: начиная с 2005 г. заводами осуществляется переход на новый отраслевой стандарт ГОСТ 42-510-98 «Правила организации производства и контроля качества лекарственных средств», являющийся ослабленной версией GMP (в противном случае лицензии на производство ЛС не будет продлена). Согласно подсчетам экономистов, чтобы полностью переоборудовать только по одной линии по каждому из производств ГЛС (в их нынешнем состоянии) в соответствии с требованиями GMP, потребуется около 16 млн долл.

Общая сумма затрат, связанных с переходом на новый отраслевой стандарт в 2000 – 2007 гг. для каждого завода оценивается специалистами в минимум 870 млн руб. Кроме масштабной задачи перевода производства на GMP, перед драгмейкерами стоят не менее важные задачи по реализации инновационных проектов, поддержанию существующих производственных мощностей в работоспособном состоянии, созданию новых мощностей. Решение данных задач также требует значительных средств. Следующим объектом вложения инвестиционных ресурсов являются различные инновационные проекты по освоению новых видов лекарственных форм.

Таким образом, на предприятиях остается незадействованной значительная часть инвестиционного потенциала. Во-первых, существует достаточно большое расхождение между потребностью в инвестициях и их реальным объемом. Во-вторых, предприятия слабо используют различные

источники инвестиционных ресурсов. И, в-третьих, недостаточный уровень инвестиционного потенциала сказывается на развитии других составляющих социально-экономического потенциала драгмейкеров. В целом, при таком управлении инвестиционным потенциалом исследуемые фармпроизводители не смогут обеспечить эффективное управление социально-экономическим потенциалом.

С инвестиционным потенциалом тесно связан инновационный потенциал предприятия, так как инвестиционный потенциал является основой для реализации различных инновационных проектов. В связи с этим, необходимо провести исследование инновационного потенциала предприятий.

Инновационная деятельность у топ-менеджмента ОАО «Биохимик», ОАО «Биосинтез» и АКО «Синтез» находится в зоне особого внимания, так как именно она является тем самым стратегическим потенциалом, на которое организации ориентируется в будущем. В настоящее время, более 75% всех инвестиций (в рамках R&D) расходуется на производство современных дженериков. Остальная часть (25%) финансовых ассигнований в равных долях направляется на выпуск традиционной, но заведомо устаревшей продукции, хотя и произведенной в надлежащих технологических условиях.

Компаниями ведутся также собственные исследовательские работы по совершенствованию технологий производства и валидации, как своими силами, так и с привлечением сторонних специалистов. О развитии инновационного потенциала свидетельствует постоянное расширение ассортимента производимой продукции с 37 препаратов в 1996 г. до 94 в 2006 г. – ОАО «Биохимик», с 37 до 68 – ОАО «Биосинтез» и с 63 до 240 – АКО «Синтез» (рис. 3).

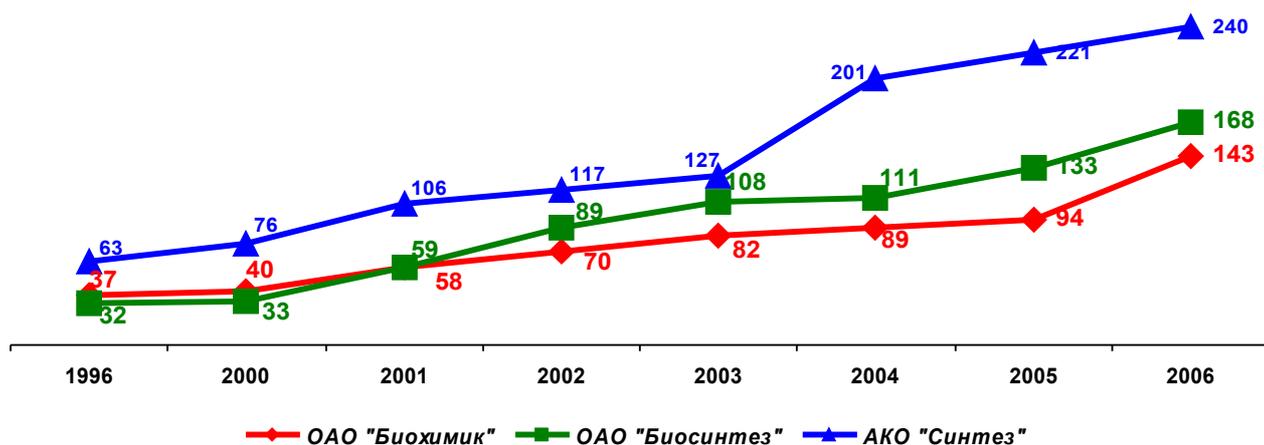


Рисунок 3 – Динамика изменения ассортимента ГЛС в ЗАО «Фарм-Центр»

Динамика обновляемости продуктового портфеля драгмейкеров представлена в таблице 10, из которой следует сделать вывод о колебании коэффициента обновляемости продукции в среднем от 0,57 до 0,94, что свидетельствует не только о ежегодно расширении номенклатуры и

ассортимента реализуемой продукции, но и о постепенном снятии с производства устаревших и нерентабельных ЛС. Следует отметить, что интенсивное изменение ассортимента выпускаемой продукции достигается, в основном, за счет изменений в товарных группах «Таблетки» и «Мази».

Таблица 10 – Динамика обновляемости продукции предприятия

Показатели	Производитель	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	Изменение 2005/2001	
							(+/-)	%
1. Количество наименований реализуемой продукции	ОАО «Биохимик»	70	82	89	94	143	+73	+104,3
	ОАО «Биосинтез»	89	108	111	133	168	+79	+88,8
	АКО «Синтез»	117	127	201	221	240	+123	+105,1
2. Количество наименований вновь реализуемой продукции	ОАО «Биохимик»	65	69	75	88	99	+20	+30,8
	ОАО «Биосинтез»	80	92	99	110	119	+39	+48,8
	АКО «Синтез»	95	103	116	125	138	+40	+42,1
3. Коэффициент обновляемости	ОАО «Биохимик»	0,93	0,84	0,84	0,94	0,69	-0,24	-25,8
	ОАО «Биосинтез»	0,9	0,85	0,89	0,83	0,71	0,19	-21,2
	АКО «Синтез»	0,81	0,81	0,58	0,57	0,58	-0,23	-28,4

Несмотря на достаточно высокий уровень инновационного потенциала исследуемых драгмейкеров (по сравнению с другими составляющими), большая его часть остается незадействованной (табл. 11).

Таблица 11 – Резерв инновационного потенциала драгмейкеров в 2002 – 2006 гг., млн руб.

Показатель	Производитель	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.
Дополнительное количество наименований продукции, которое могло бы произвести предприятие при наличии инвестиций.	ОАО «Биохимик»	16	14	23	18	21
	ОАО «Биосинтез»	18	16	19	15	14
	АКО «Синтез»	12	13	11	10	9
Необходимые инвестиционные ресурсы для производства дополнительной продукции.	ОАО «Биохимик»	35,1	55	68	71	105
	ОАО «Биосинтез»	39,5	62,9	56,2	59,2	70
	АКО «Синтез»	26,3	51,1	32,5	39,4	45
Всего:	ОАО «Биохимик»	51,1	69	91	89	126
	ОАО «Биосинтез»	57,5	78,9	75,2	74,2	84
	АКО «Синтез»	38,3	64,1	43,5	49,4	54

Основной причиной достаточно большого неиспользованного инновационного потенциала является низкая инвестиционная способность предприятия.

Проведенное исследование позволило сделать вывод о том, что управление социально-экономическим потенциалом в ОАО «Биохимик», АКО «Синтез» и ОАО «Биосинтез» осуществляется на относительно низком уровне, что снижает их конкурентоспособность на фармацевтическом рынке страны. Все составляющие потенциала указанных фармпроизводителей тесно связаны между собой и низкий уровень развития одной составляющей обуславливает слабое развитие других составляющих и потенциала предприятий в целом.

Статья опубликована за счет средств гранта Президента РФ для государственной поддержки молодых российских ученых (МК–3008.2008.6)

Ключевые понятия социально-экономический потенциал, управление промышленным предприятием, фармацевтическая промышленность