

## Gyógyszeripar, gyógyszerkereskedelelem, privatizáció

Dr. Orbán István

A magyar gyógyszerület (nevezzük így a gyógyszeripar, gyógyszerkereskedelelem és az ipari kutatás és fejlesztés együttesét) a nagy változások korát éli. A változások egy része természetesen a magyar gazdaság és társadalom változásának tükröképe és jól mutatja azt a vajúdat, ahogy a piacgazdaság az országban létrejött. Másrésztől azonban a változásokra nagy hatást gyakorol a gyógyszer szakma nemzetközi fejlődésének néhány új iránya is. A hazai kiváltó okok közül a legfontosabbak a gyógyszerkereskedelelem piacosodása, a tulajdonváltásra való legkülönbözőbb irányból jövő törekvések, valamint a gyógyszeripari innováció sikeréhez elengedhetetlenül szükséges tudományos környezet mai helyzete, az innovatív vállalatok forrásbővítésének nehézségei.

A nemzetközi téren bekövetkező változások csak felerősítik azokat a gondokat, amelyek a magyar gyógyszerület helyzetét nehezítik. Az egyre erősebb tőkekoncentráció, a kutatással, fejlesztéssel szemben a verseny hatására kialakuló egyre nehezebben teljesíthető követelmények, a gyógyszermarketing és a biztosítók között feszülő érdeklentékek egyfelől provokálják a nagy és közepes vállalatok piacbővítési kényszerét, másfelől a kisebb méretű vállalatokat a számukra egyre nehezebben teljesíthető versenykövetelmények kiszoríthatják mind a termék, mind a kutatás-fejlesztési piacról.

Az új nemzetközi gyógyszeripari trendek hatásához való alkalmazkodás, a Magyarországon kialakuló piaci körülmények egyaránt azt a gondolatot ébresztették és ébresztik, hogy a tőkebevonással együttjáró tulajdonosváltás versenyhelyzetben tarthatja a magyar gyógyszeripart és kereskedelmet, nemzetközi méretekben is. Miközben ez a gondolat logikailag, szakmailag nem támadható, a körülmények és helyzetek minél pontosabb elemzése elmulasztathatlan kötelesség annak érdekében, hogy a közhelyek szintjéről elmozdulva, valóban hiteles megoldásokat lehessen találni a tulajdonváltás, az erőforrások növelése és a magyar gyógyszeripar vállalatok ma létező stratégiájának céljai között feszülő ellentmondások feloldására, vagy legalábbis valamiféle optimum elérésére.

### *A magyar gyógyszeripar és gyógyszerkereskedelelem néhány jellemzője Magyarországon*

A magyar gyógyszeripar az elmúlt 10-15 évben a szakmailag egyenlőtlen fejlődés iskolapéldáját mutatja. Miközben a termelési feltételek tekintetében, az állóeszköz fejlesztéseknek köszönhetően, többé-kevésbé meg tud felelni a nemzetközi követelményeknek, valamint a hatóanyaggyártásban és a gyógyszergyártásban egyaránt megfelelő kapacitásai vannak, innovációs és marketing képessége elmarad attól a követelményrendszerrel, amelyet a piaci versenyképesség érdekében ki kell elégíteni.

A kutatás-fejlesztésre felhasználható korlátozott összegek, a kutatási kapacitások relatív elnyomódása tovább növelte elmaradásunkat, nemcsak a multinacionális vállalatok, hanem a közepes méretű cégek kutatás-fejlesztési színvonalától. Ennek következtében az oly sokat hangoztatott nemzetközi együttműködés lehetőségei is visszaszorultak, hiszen azok a törekvések, amelyek a nemzetközi gyógyszerpiacon tapasztalhatók, és amelyeknek a célja az egyes fejlesztési projektek globális menedzselése, csak közel egyenlő képességű partnerek között tudnak szárba szökni. Ily módon a hagyományos kutatási-együttműködési kapcsolatainkban könnyen háttérbe szorulunk akkor, ha a termékeny ötlet felvetésén túl nem vagyunk képesek nagyobb hányadot kimunkálni az új gyógyszer használati értékét igazoló kémiai, biológiai, technológiai és orvosi dokumentáció vonatkozásában. Különös gondot jelent e tekintetben az a tény, hogy a hazai kutatás-fejlesztési kapcsolataink is elszegényednek, a már említett elnyomódás miatt, hiszen a korszerűségben elmaradó külső kutatóhelyek (akadémiai, egyetemi kutató intézetek) nem lesznek képesek a nemzetközi színvonal követelményeit kielégítő, jó színvonalon dokumentált kutatási munkát végezni.

Hasonló helyzetben van a magyar gyógyszeripari vállalatok marketing képessége is. A nagy nemzetközi versenyben már a piacon maradás is csak jelentős anyagi és szellemi ráfordításokkal garantálható. Az egyes piacokra való behatolás azonban a marketing költségen kívül sajátos piaci innovációs erőt is igényel.

A kelet-európai gyógyszerpiac drámai gyorsaságú átalakulása és az arra való reagálásunk jól mutatja, hogy ebben a stratégiai régióban valójában milyen piaci erőnk van. A tapasztalatok szerint számunkra kézenfekvő piacokon, tehát Kelet-Európában és Magyarországon, a kereskedelmi fejlődésre nagyságrendileg akkora összeget kell fordítanunk, mint amekkorát jelenleg az új termékek kifejlesztésére szánunk. Minden, a szakmát jól ismerő ember számára világos, hogy a jelenlegi gazdasági körülmények között a kereskedelmi költségek növelése, a kereskedelmi hálózatok kiépítése a piaci behatolás céljából nem egyszerűen elhatározás kérdése. A gyógyszergyárak tőkeereje a súlyos külföldi megrázkódtatások miatt is oly mértékben korlátozott, hogy önerőből gyakorlatilag lehetetlen feladatnak tűnik mind az innováció, mind a marketing működés céljaira jelentős forrásokat mobilizálni.

Kézenfekvőnek látszik a gondolat, hogy a privatizáció általános célkitűzésein (azaz az állami tulajdon lebontásán, az új tulajdonos megjelenésén) kívül e folyamat úgy valósuljon meg a gyógyszeriparban és kereskedelemben, hogy a kutatás-fejlesztési és marketing tevékenység költségvetése az eladásból származó jelentős állami bevételből olymértékű pótlólagos erőforrással gazdagodjék, minek révén a nemzetközi együttműködés területén is számottevő tényezővé válhat e Magyarországon stratégiai üzletágnak számító ipar. A tulajdonosváltás során azt a többletkövetelményt is kell támasztani, hogy az új tulajdonos fogadja el az általa megvásárolt vállalat stratégiai célkitűzéseit, és ezzel közvetlenül is szolgálja a nemzetgazdaság jövedelemtermelésének növekedését.

A stratégiai követelmény teljesítése mind szakmai, mind pénzügyi befektető esetén meglehetősen nagy nehézségekkel jár. Magától értetődik, hogy egy adás-vételi folyamatban nemcsak az eladónak, hanem a vevőnek is vannak érdekei. Miután a vevő a jelenlegi helyzetben az eladónál előnyösebb helyzetben van, lényegesen több eszköze van saját céljainak, saját stratégiájának megvalósítására. Ez szakmai befektető esetén azt jelenti, hogy a vevő számára valószínűleg fontosabb a saját korporatív stratégiája, mint a megvásárolt új tulajdon (a magyar vállalat) menedzsmentjének stratégiai célkitűzései, legyenek azok akármilyen jók is a magyar gyógyszeripar szempontjából. Amennyiben a vevő pénzügyi befektető, érdekeltsége másképpen fest ugyan, de ez a magyar vállalat stratégiája szempontjából gyakorlatilag közömbös. Az esetek többségében ugyanis a befektető elsősorban a részvény árfolyam rövid távon történő felhajtásában, esetleg átlag feletti osztalékában érdekelt, sokkal kevésbé egy 10–15 évre szóló stratégiai terv végrehajtásában és az ahhoz szükséges források biztosításában.

E megfontolásokból kifolyólag a gyógyszeripar privatizációja (kevésbé a gyógyszerkereskedelmé) az eladó és vevő érdekeinek harmonizálásával rendkívül nehezen képzelhető el. A gyógyszeripar a maga többéves kutatás-fejlesztési, műszaki-fejlesztési ambícióival, a magyar átlagot szükségszerűen meghaladó vagyonával csak akkor jelenthet vonzerőt, ha ez olyan már megszerzett, vagy megszerzhető versenyelőnye, amely jól szolgálja a vásárló (valószínűleg nemzetközi méretű vállalkozás) expanzív

elgondolásait. Ezek a versenyelőnyök lehetnek valamely jelentős földrajzi régióban megszerzett piaci privatizáció, előnyös termékszerkezet, jól hasznosítható szellemi tudás és a magyar gyógyszer szakma számára kevésbé előremutató, de létező előny, fejlett kémiai képesség és tudás.

Néhány dolog az általánosságokon túlmenően jellemzi azokat a követelményeket, amelyek a magyar gyógyszer szakma stratégiai fontosságának megőrzése érdekében megtartandók. A magyar gyógyszeripar a maga mintegy 60 milliárd forintos árbevételével jelentős piaci tényező a kelet-európai gyógyszerterületben, az import előnyomulása ellenére. Meghatározó szerepet játszik a magyar lakosság gyógyszerellátásában, és a szakma feltételeinek igényes teljesítése révén komoly társadalomépítő szerepe is van.

Úgy tűnik, hogy a gyógyszeripar és kereskedelem privatizációja akkor lesz sikeres, ha az eladó hiteles magatartása révén az egyes konkrét egyedi eseteket jól előkészítve, az általánosságoktól és a közhelyektől mentesen dönti el, ügyelve mindazokra a stratégiai szempontokra, amelyeknek legfontosabbjait fentebb megemlítettük.

Nem kampányokra, hanem nagyon megfontolt előkészítésre, a szakmai követelmények jó ismeretére van szükség ahhoz, hogy a nemzetgazdaságra nézve hosszútávon is előnyös következményű tulajdonosváltást lehessen elérni a magyar gyógyszeriparban és kereskedelemben.

I. Orbán: *Pharmaceutical industry, drug trade and privatization.*

(EGIS Gyógyszergyár Rt. Budapest, Keresztúri út 30–38. – 1106)

### Minden orvosnak és gyógyszerésznek! Medica falburkoló

Első osztályú, E1-es, német származású, faalapanyagú, felületkezelt, fa falburkoló anyagok értékesítése!

Könnyen kezelhető, tisztítható, sterilizálható!

#### Ajánlott feldolgozásai:

- rendelők,
- gyógyszerterek,
- várótermek,
- laboratóriumok.

Nagyobb megrendelésnél kedvezményt biztosítunk.  
Minden érdeklődőt személyesen felkeresünk.

Tisztelettel:

**Atex-Medica Kft.**

8614 Bálványos, Dózsa György út 17.

Telefon/Fax:

(06)-84-46236

(06)-82-72249

**Medica mintabolt:**

Balatonlelle, Állomás út 8.

Telefon:

(06)-85-51489