

## Вітаємо з ювілеєм БАТ «Фармак» — 85 років

Сьогодні — вже вдруге на шпалтах спеціального/центрального наррису «Щотижневика АПТЕКА\*» — український виробник ліків БАТ «Фармак»: одне з найстаріших фармацевтичних підприємств нашої держави, багаторічний лідер в сегменті експорту ліків, вже звичний лідер серед усіх українських виробників... А як називають себе самі заводчани відтепер — національний лідер фармацевтичного ринку України. І для такого твердження вагомі підстави. Адже трудовий колектив відзначав знаменну дату не лише отриманими безпосередньо з рук През'єр-міністра високими урядовими відзнаками або відкриттям одразу двох суперуочасників високотехнологічних ланок автотичного виробництва. Команда зробила своєму кораблю ще один надзвичайний ім'янинний подарунок. Рече у тім, що в ювілейний рік компанії вдалося корінним чином переламати ринкову ситуацію на свою користь, посівши перше місце серед усіх представлених в Україні фармацевтичних компаній за обсягами вітчизняного продажу та господарської значущості в грошовому вираженні, починаючи з II кварталу 2010 р. Протягом II—III кварталів продемонстровано стрімкий приріст обсягів продажу продукції — 38,5% порівняно з аналогічним періодом минулого року, частка БАТ «Фармак» на вітчизняному фармацевтичному ринку стала найбільшою: 4,7%, причому із значущим відривом від найближчого конкурента.\*\* Наївід чи кінець року принесе драматичні сюрпризи, тому вже сьогодні можна стверджувати: цьогоріч народився новий лідер українського фармацевтичного ринку — українська компанія європейського рівня БАТ «Фармак». Отже, традиційно — про вчора, сьогодні та завтра БАТ «Фармак» — безпосередньо з вуст топ-менеджменту компанії-ювілея.



**Олена Жребецька, Голова правління,  
Генеральний директор БАТ «Фармак»,  
кандидат економіческих наук:**

— Щасливий той, хто у плінкій фразі часу зуміє знайти і поставити правильний наголос. Історія успіху БАТ «Фармак» — це літопис багатьох років напружені, наполегливої та сумлінної праці. Перемога не буває раптовою, і дается вона нелегко. А успіх ніколи не досягається за прямою висіченою лінією: лише вибійні дозволяють ставати сильнішими і загартованішими, поглиблювати командний дух, завойовувати та утримувати лідерство.

Наше підприємство було створено на базі Київського хіміко-фармацевтичного заводу ім. М.В. Ломоносова наприкінці 1925 р. і протягом 70 років спеціалізувалося на виробництві фармакологічних субстанцій та рентгеноконтрастних засобів на території колишнього Радянського Союзу. За роки незалежності України з хімічного виробництва БАТ «Фармак» перетворилося на потужне фармацевтичне підприємство з виготовленням готових лікарських форм, що стало початком нової ери в житті компанії. Сьогодні штат «Фармака» налічує 1427 осіб, а портфель — понад 200 найменувань ліків, щороку освоюється в середньому 15 нових лікарських препаратів. Підприємство спеціалізується на високотехнологічному виробництві лікарських препаратів, які застосовуються в ендокринології, кардіології та реуматології; засобів для наркозу, рентгеноконтрастних засобів, офтальмологічних препаратів та засобів для лікування простудних захворювань.

БАТ «Фармак» бере активну участь в реалізації державних цільових програм по цукровому діабету, онкології, кардіології. Люди, з якими мені випало щастя працювати, — це команда однодумців, які дивляться на 3–4 кроки вперед. Правління БАТ «Фармак» — це той стрижень, навколо якого об'єднується діяльність усіх підрозділів. Кожен член правління сформував та згуртував власну команду — їх ефективність споріднена взаємодіє і стала головною рушійною силою, що дозволяє виборювати високий загальнокомандний заїзд.

Сьогодні БАТ «Фармак» має вже 16 технологічних ліній, — хоча лише декілька днів тому цих ліній було 14. Для нашого підприємства в великою честю, що у церемонії відкриття двох нових виробничих ділянок особисто брали участь През'єр-міністр України Микола Азаров, міністр охорони здоров'я України Зіновій Мітник та Його заступник Олександр Гудзенко — це в свідченням уваги та поваги Уряду не лише до нашого підприємства як лідера фармацевтичного ринку, але й до української фармації загалом. Ми горді отриманою високою оцінкою: трудовий колектив БАТ «Фармак» нагороджений Почесною грамотою Кабінету Міністрів України — і повторте, у цій колективній винагороді закладена частка зусиль та чесності кожного працівника нашого підприємства. Мені надзвичайно присміно, що в ювілейні дні не забуто особисті заслуги та професійні досягнення співробітників, яких ми обґрунтovanо вважаємо кращими з кращих: Почесними грамотами Кабінету Міністрів України нагороджені Діана Бесага, керівник департаменту з розробки та реєстрації, Михайло Ванет, директор з маркетингу і продажу, Анатолій Гвоздь, директор із забезпеченням виробництва, Віктор Маргітіч, медичний директор, Ольга Олексійчук, директор з якості, а подяками Кабінету Міністрів України — Олександр Галятін, заступник технічного директора, та Павло Лукашевич, начальник відділу госпітального продажу. Я дуже високо цінує роботу служб технічного директора Григорія Костюка, який покладає в основу концептуальної підготовки всіх технологічних проектів компетентність і далекоглядність, зумів приступити ці якості членам своєї команди. Зусиллями Ольги Олексійчук та її команди на підприємстві створено потужну службу

системи забезпечення якості, службу забезпечення та валідації технологічних процесів: без створення цих підрозділів перемоги не було б, адже наше кредо — **вміючи виходити в продукт**. На високу оцінку заслуговують керівники відділів служб маркетингу, департаменту стратегічного планування. Слід особливо відзначити службу, яка займається впровадженням та дослідженням препаратів. Започатковано й активно виконується цілий ланцюг проектів з дослідження біоеквівалентності таблетованих препаратів. З рідкими лікарськими засобами даще простіше, з твердими лікарськими формами — складніше, але ми розпочали цю програму і доведемо її до кінця: шлях здолає той, хто ним йде. Лише цьогоріч медичною службою під керівництвом доктора медичних наук Віктора Маргітіча таких проектів було здійснено 7, і до цього було налаштовано 7. Загалом нам потрібно 3–4 роки, щоб усі препарати утвердих лікарських форм для перорального застосування мали досліджену біодоступність та біоеквівалентність (ці терміни я оприлюднила ще у вересні з трибуни VII Національного з'їзду фармацевтів), тож сподіваємося, на святкуванні 90-річчя підприємства ми матимемо всі підстави сказати, що БАТ «Фармак» не випускає жодного препарату у відповідній лікарській формі з невищеною біоеквівалентністю та біодоступністю. У нашій компанії постійно проводиться робота з удосконалення системи менеджменту, в основу якої покладено вимоги міжнародних стандартів ISO, модель досконалості Європейського фонду управління якістю (EFQM) та концепцію «Всебічного управління якістю». Система менеджменту підприємства сертифікована в національній та міжнародній системах сертифікації за ISO 9001:2000, ISO 14001 та ISO 13485. А 1 грудня на підприємстві стартував ще один амбітний високотехнологічний проект з інформаційного забезпечення операційно-облікової політики підприємства, планування та здійснення виробничого процесу тощо. Сподіваємося, 1 грудня 2011 р. ми продемонструємо найвищий пілотаж і в цьому напрямку.

Таким чином, у нашій компанії не існує дріб'язкових питань. Ми приділяємо пріоритетну увагу всьому, що сприяє руху вперед — до видимого обрію та за його край. Ми командно, системно й у різних напрям-

ках шукаємо найкращі передові світові практики і, вивчаючи їх, відшукуюмо найкраще, і якщо це дійсно найкраще й найактуальніше для підприємства під кутом зору його стратегії, то беремо на озброєння і проваджуємо у себе. Адже без кожної із вищеагаданих складових компанія не може бути успішною і золота шлях до мети, яку ми називамо «ліки без кордонів», тобто такі ліки, якість яких задовільнить реєстраційні вимоги будь-яких, навіть найпредиктивніших та найприскіпливіших регуляторних органів інших країн.

Сьогодні директор з маркетингу Михайло Венат та Його команда — відділ продажу, речептурний, госпітальний, безречептурний та маркетингу експортних ринків — створили власні дівізіони та команди (на підприємстві працює 300 лікарів та провізорів!), які підно контактують з професіоналами системи охорони здоров'я — лікарями, аптеками, дистрибуторами, медичними закладами, науковими установами тощо. 2 роки тому ми створили «Клуб ВАТ «Фармак», який нині об'єднує в одній інформаційній системі більше тисяч лікарів різних спеціальностей, ми надаємо їм корисну навчально-інформаційну підтримку. Адже ВАТ «Фармак» є лідером у сегменті ендокринології, займає добре позиції в кардіології, ревматології, офтальмології тощо. Тобто як експертний рівень наших фахівців, так і якість наших препаратів є дуже високими. Але ми запитуємо себе: а що є в світі? Над чим світ працює у тому чи іншому фармакотерапевтичному напрямку? Де наше місце заходження у цій системі координат? У цій роботі ми не заангажовуємо фахівців до своїх ліків, навпаки — ми мусимо їм показати, які підходи застосовуються у світі. І, мабуть, лікар, який безпосередньо спікуюється з пацієнтом, не призначив би препарат іншому хворому, — якби той препарат не працював. Ми несемо величезну відповідальність перед працівниками практичної медицини: якби ми хоч раз підвісили цього лікаря — навряд чи він залишився б у «Клубі ВАТ «Фармак» і призначав наші препарати. Ми дуже уважно прислуховуємося до думки вітчизняних фахівців про наші препарати! — навіть свої плани розвитку ми коригуємо відповідно до їх побажань: дослуховуємося, що вони хотіли бачити у тій чи іншій фармакотерапевтичній глощині, який препарат ім потрібен для лікуванняного процесу, — такий діалог між нами триває підно та безперервно. Наша зовнішня служба налаштована саме на такий позитив та співпрацю з діючими лікарями та усіма медичними працівниками.

Вілтупу поточного року ми уточнили свою програму розвитку до 2015 р.: експорт становитиме 22–23% продукції ВАТ «Фармак». Не цураємося — нікого! Країни СНД нам дуже цікаві, адже там нашу продукцію добре знають, активно працює армія наших медичних представників. Щоб дивитися далі, ми маємо добре вивчити особливості жорстких «вступних вимог» західних ринків. Поступово крокуватимемо у цьому напрямку, а коли вже підійде термін реєстрації оригінального лікарського засобу ВАТ «Фармак» на ринку Європейського Союзу (де вже не перший рік маркетується наш генеричний контрастно-діагностичний препарат

МАГНЕПТА) — і сподіваємося, наступного року увійде ще один наш препарат такого ж спектра дії), — безперечно, тоді ми з радістю поділимось своїми досягненнями з вітчизняною медико-фармацевтичною спільнотою.

Додам, що ВАТ «Фармак» займає активну позицію в благодійницькій діяльності. Щорічно на цю мету виділяється понад 2 млн грн. Підприємство надає безкоштовну допомогу готовими лікарськими препаратами і грошовими внесками лікувальним закладам, благодійним фондам та іншим громадським організаціям. Серед них, що постійно отримують благодійну допомогу, — Товариство Червоного Хреста, дитячий будинок «Малютко», численні фонди інвалідів війн, інвалідів Чорнобілля, багатодітних сімей, школи-інтернати для дітей з вадами розвитку та дітей-інвалідів, лікувальні заклади Києва та багатьох регіонів України тощо. За кошти підприємства створено кабінети діабетичної стопи для підтримки хворих на цукровий діабет.

Отже, в цілому так: успіх досягається завдяки командній роботі, прагненню вивчити та застосувати все найдовше, найпередовіше, найкраще, що є у світі. Ми намагаємося, щоб якісні українські ліки переважали в арсеналі лікарів та асортименті аптек, але для цього треба пройти ще дуже довгий шлях. Необхідно конкретними справами поступово змінювати думку і психологію наших людей: адже позначка «вироблено в Україні» не значить «погано», навпаки — це ліки, сучасні та якісні, ефективні та безпечні, доступні за ціною для більшості населення.



**Григорій Костенко, технічний директор, член правління ВАТ «Фармак»:**

— Я відповідаю за 2 напрямки: роботу технічної служби (створення нових виробництв та реконструкція діючих) та діяльність з розробки, реєстрації та перереєстрації лікарських препаратів. На мою думку, своїм успіхом ВАТ «Фармак» завдячує насамперед злагоджений роботі всієї команди, всіх служб підприємства, які орієнтовані на одну мету: бути не просто першими, а кращими, — виконувати плани, які ми кожен рік перед собою ставимо, — з продажу, виробництва, розробки та впровадження нових препаратів, створення нових та реконструкції діючих технологічно-виробничих ліній тощо. Така злагоджена робота народжує синергію, в якій я бачу запоруку успіху.

Останнім часом на підприємстві здається в експлуатацію в середньому по одній виробничій лінії на рік. Завдяки Інвестиціям вудосконалення власного виробництва продукція ВАТ «Фармак» виготовляється відповідно до умов належної виробничої практики (GMP). Важливим напрямком діяльності підприємства є розвиток партнерських стосунків зі світовими фармацевтичними компаніями. З 1998 р. ВАТ «Фармак» співпрацює зі світовим лідером у розробці та виробництві інсулінів — транснаціональною компанією «Елі Ліллі» (США), підписавши угоду про стратегічне партнерство та створення в Україні сучасного унікального виробництва людських генно-інженерних інсулінів з субстанцією та за ліцензійною технологією «Елі Ліллі». Спільний проект було реалізовано в два етапи: перший етап — виробництво фармасулінів з ін'єкцій в компанії «Елі Ліллі», другий етап — в 2006 р. на ВАТ «Фармак» введено в дію сертифіковану за стандартами GMP інсулінову лінію для виробництва інсулінізазалежніх хворих в Україні лікульниками фармасулінами виробництва ВАТ «Фармак».

У 2006 р. закінчено роботи зі створення нового таблеткового виробництва. Це сучасне потужне виробництво, яке містить дії технологічні лінії для випуску препаратів у формі таблеток, таблеток з покриттям та капсул та відповідає всім нормам і вимогам GMP. У 2008 р. проведено технічне перевоснащення виробництва таких важливих для населення препаратів, як КОРВАЛОЛ, НАФТИЗИН, КОРВАЛДИН, БАРБОВАЛ, згідно з нормами і вимогами GMP. Відразу після закінчення дії патентного захисту на оригінальний препарат на ринку Європейського Союзу зареєстрований і маркетується перший у світі генерик гадопентетату дімаглюміну, ін'єкційного контрастного засобу для проведення магніторезонансної томографії (МРТ), — препарат МАГНЕПТА виробництва ВАТ «Фармак» — це важливе досягнення компанії на міжнародному рівні.\*

Справді визначна подія відбулася у нас цього річ: 10 грудня введено в дію першу чергу, дії асептичні лінії, проекту «РЛЗ-2» («Рідкі лікарські засоби»). Основою проекту, кошторис якого становив 40 млн євро, єстворення повного циклу виробництва ін'єкційних препаратів в ампулах, флаконах і шприцах різних номіналів із застосуванням прийомів асептичної формулляції, гомогенізації суспензій, асептичної фільтрації розчинів, асептичного наповнення ампул, флаконів і шприців розчинами і суспензіями з використанням елементів бар'єрних технологій, що зменшують кількість втручань персоналу на асептичних стадіях процесу та відповідають міжнародним стандартам GMP. У новому цеху вироблятимуть понад 40 найменувань лікарських препаратів різних фармакологічних груп, зокрема і нового для підприємства напрямку — біотехнологічні препарати. В проекті «РЛЗ-2» передбачається створення 3 виробничих дільниць, розподілених за відмінами та номенклатурою первинної упаковки, обсягом серії та технологічними схемами при-

готування препаратів, їх наповненням та пакуванням. На першій дільниці — виробництво рідких лікарських засобів в ампулах номіналами 1; 2; 5; 10 та 20 мл — вироблятимуться анестетики, препарати діагностичної, ендокринологічної та кардіоревматологічної групи. На другій дільниці — виробництво рідких лікарських засобів в ампулах номіналами 1; 2; 3 мл і в флаконах номіналами 3 і 6 мл — будуть вироблятися препарати кардіоревматологічної, неврологічної груп, кортико-стероїди та анестетики. На третьій дільниці буде зосереджено виробництво біотехнологічних препаратів та вакцин у флаконах і шприцах. Для оснащення виробничих дільниць «Фарма» придбав обладнання провідних світових виробників фармацевтичного обладнання «Bosch», «SBM», «Pharmatec», «BWT», «Tecniplast» та ін. До кінця 2011 р. ми плануємо ввести в дію другу чергу проекту «РЛЗ-2» — 2 асептичні лінії з виробництва стерильних лікарських препаратів у флаконах та шприцах з отриманням усіх вимог GMP. Це дасть нові, більш широкі технологічні можливості, дозволить дотримуватися високих стандартів, а отже — надати ще більші гарантії якості препаратам БАТ «Фармак» на тих ринках, де вони вже присутні, створити можливості для виведення наших препаратів, а можливо, і контрактних послуг з боку БАТ «Фармак» на інші, у тому числі високо-регульовані ринки.

Крім того, в поточному році здійснено повну реконструкцію ще двох виробничих ліній — з випуску назальних крапель та з випуску субстанції препарату АМІЗОН. Обидві зазначені дільниці приведено у відповідність з вимогами GMP і підготовлено для проходження європейської інспекції. Фактично залишилася одна виробнича дільниця (м'які лікарські форми — мазі й гелі), реконструкція якої розпочнеться на початку 2011 р. Таким чином, ми майже закінчили технічне переоснащення усіх виробництв і робимо все для того, щоб до кінця 2011 р. усі наші виробничі дільниці не лише відповідали вимогам GMP, але й були сертифіковані згідно з цими стандартами. Маємо також серйозні плани щодо підвищення продуктивності тих виробництв, які ми створювали дікілька років тому, — адже сьогодні завантаженість деяких з них сягає 100%, і постає проблема розширення діючих і створення нових виробничих потужностей.

Підприємство стрімко розвивається, і нам необхідно створювати резерв виробничої потужності. Тому розпочато проект зі створенням відокремленого виробничого майданчика з випуску субстанцій (з перевезенням діючої номенклатури субстанцій, а також роботою з новими) у м. Шостка — будівництво розпочнеться наступного року. Це буде сучасне виробництво, що відповідатиме не лише вимогам GMP, але й усім сучасним екологічним стандартам. Оскільки вже відчувається деякий дефіцит площ, в перспективі це дозволить нам вільнити необхідне місце на основному майданчику підприємства для виробництв готових лікарських препаратів, лабораторій інших необхідних ланок технологічно-виробничого процесу.



**Олег Сєркович, директор з розвитку бізнесу, член правління БАТ «Фармак», кандидат фармацевтичних наук, МБА:**

— З моєї точки зору, нинішні досягнення БАТ «Фармак» — це кумулятивний ефект десятиліття, а може, останніх 12 років. А якщо глибше — все ж таки 15: від того моменту, коли Філія Іванівна очолила підприємство як Генеральний директор і Голова правління. Ми маємо щиро визнати, що у командній роботі взагалі і при виборі стратегії зокрема оркестром колективу диригує його керівник: він робить найбільший внесок у загальну справу, оскільки від його ідей, поглядів та устремлінь безпосередньо залежить, чи вірним курсом рухатиметься корабель, а отже й досягнення мети цього руху — тобто кінцевий результат. І в нашому випадку абсолютно реалістично на прикладі одного керівника ми можемо простежити цілу епоху в житті підприємства.

Безперечно, привиборі стратегії першим звернеться керівник, адже вже починає працювати команда, яку він збирає, гуртуючи навколо себе однодумців, які синергічно мис-

лять. Важливо, що із самого початку нею було взято курс на збереження в колективі того, що раніше називали наступністю поколінь, причому в самому кращому, високопрофесійному сенсі цього вислову. Це, мені здається, перша точка: не ламати-валити, а зводити нове на міцному та надійному фундаменті, збудованому попередниками. Коли на початку 1990-х, із набуттям Україною статусу незалежної держави, робота на підприємстві практично припинилася, і завод «Фармак» опинився на роздоріжжі пошуку, куди йти і що робити. Цей пошук тривав з 1991 по 1995 р. — і, мабуть, не дарма. Я не був учасником тих подій, а знаю з розповідей, чому колектив хотів нову людину для управління — тому що накопичилася критична маса недоволення існуючим станом, людям корілло позитивним змін. І людину, яка здатна ці зміни здійснити, знайшли на власному підприємстві. Ці зміни поступово викристалізувалися, бо прийшов керівник, який працював тут і раніше, знов про підприємство все, — тому люди й вважали за потрібне дійти йому це управління.

Насправді з 1995 р. можна було б перескочити ще у 1982 р., коли Філія Іванівна тільки прийшла працювати на підприємство. Як би не сприймалося, що я стільки говорю про неї, — але така моя точка зору на роль конкретної особистості в історії конкретного підприємства. Адже те, про що йдееться, стало круглим трамгліном крізь роки у день нинішній, безпосередньо вплинуло на долю провідного українського фармацевтичного виробника, а отже і на розвиток всієї фармацевтичної галузі та стан медикаментозного забезпечення населення України впродовж останніх двох десятиліть.

Отже, зерно закладено. І що ж було зроблено? Тоді це не називалося премудрими іншомовними словами на кшталт «маркетинг», «pipeline», «GMP» (дехто їх уже



вживав, але мало хто розумів значення), — однак було змінено мислення новими категоріями. Що треба спеціалізуватися. Гармонізувати портфель. Розвивати інші технологічні лінії та напрямки. Втілювати системи забезпечення якості та стандарти належних практик, — адже якщо світ живе за такими нормами, напевно, і нам це потрібно?!

Все це були зерна, які давали свої паростки, а згодом — і початки. Наведу показову ситуацію: з 1962 р. завод «Фармак» випускав субстанцію нафтізину, а також готовий препарат НАФТИЗИН — назальні краплі у простих склянких флаконах під обкатку (до якого в аптекі треба було придбати піпетку, щоб капати). Фіlia Іванівна зрозуміла, що треба випускати ксилометазолін — препарат нової генерації, але не у флаконах під обкатку, а у поліетиленових в крапельничуко: для цього була куплена лінія Bottle Pack, що була у вхідку, і ксилометазолін почали активно випускати у сучасній зручній для використання первинній упаковці.

Так була продовжена лінія технологічної спеціалізації, і ще довго жила вертикальна інтеграція (тривало виробництво субстанцій). Отак і вибудовувався згадуваний рів'єре, це вже починалася конкретика. В чому ще Фіlia Іванівна стратег: вона вміє спонукати людей до генерування ідей, до перспективної діяльності з досягненням певної, нехай навіть далекої мети, заражає і заряджає їх своїм ентузіазмом і в той же час шукає людей, які каталізуватимуть її власні ідеї та ініціативи. Вона — медіатор усіх цих процесів. До того ж вона фінансист — а це надзвичайно важливо — вміти працювати з грішми: знати, де їх залучити (щоб тобі повірили й дали), в як конкретні справи вкладати (щоб було звідки повернутися), як ефективно розподіляти згідно з визначеними пріоритетами (щоб з часом мати можливість реінвестувати у подальший саморозвиток). Я прийшов у команду в 2000 р.

і перше, на що звертає увагу, — це вміння: які синтезуються субстанції, які в портфелі за фармакотерапевтичними напрямками тощо. Мені було доручено створити маркетингову стратегію (звісно, вона обговорювалася всіма членами правління, але я, так би мовити, доповідав засади). Йшлося про те, які проекти потрібні заводу, які найбільш перспективні спеціалізації слід розвивати. Стояли голі виробничі майданчики, самі колони, але вже було вирішено, що нові цехи мають відповідати європейським вимогам і працювати на європейському обладнанні. Звичайно, все вибудовувалося не одразу. Насамперед закладалися основи основ: ми відпрацювали портфель своєї технологічно-клінічної спеціалізації. Активно розвивався сегмент назальних продуктів. Так, ми випускаємо ксилометазолін — але маємо лише краплі, отже, потребен і спрей. Необхідно додати до номенклатури деконгестанти останнього покоління — оксиметазолін — значить, випускати його слід в усьому розмаїтті лікарських форм (краплі для дорослих, дітей, немовлят і звичайно спрей). Починається випуск ЕВКАЗОЛІНУ з ПІНОВІТОМ (теж, до речі, ідея Фіlia Іванівни) — я додаю, що потрібні сучасні спреї з помпами: ось і нанизується наступна нова лінійка. Розвиваються додаткові технологічні відгалуження, в результаті яких виникають спреї для зовнішнього застосування — спрей тербінафіну ЛАМІКОН, наш знаменитий бренд ПІКОЛАКС — спрей для ротової порожнини. Таким чином, наповнюючись новими продуктами, а отже конкретним змістом, — гартувалася наша технологічно-клінічна спеціалізація. Слід зазначити, що ще у 1998 р. ВАТ «Фармак» почав роботу в напрямку менеджменту якості — цо стратегію було доручено розробити Ользі Миколаївні Олексійчук. І тоді керівники всіх команд — технічної служби, маркетингу, управління якістю, розробки, виробничики

►Кіїв, ВАТ «Фармак», 10 грудня 2010 р. Прем'єр-міністр України Микола Азаров: «Нові виробничі лінії ВАТ «Фармак» за технічним оснащенням та технологічними рішеннями відповідають найсучаснішим європейським вимогам. Для уряду це привід подумати, що ще ми маємо зробити, аби такі технологічно сучасні та соціально значущі виробничі проекти були в нашій державі не поодинокими. Як бачимо, українські фармацевтичні виробники готові до реалізації найпередовіших проектів — тобто Україна здатна сама виробляти необхідні ліки високої якості, а не закуповувати їх за кордоном. Такою буде наша програма».

тощо — в ході тривалих та напруженіх мозкових штурмів разом вирішували, що нові виробництва повинні бути побудовані по-європейськи, забезпечувати високоякісну фармацевтичну розробку, застосовувати найсучасніші виробничі технології, відповідати стандартам GMP.

Це були зерна. Але одразу ж виникла ідея, що всю цю сучасну красу треба продавати не лише в Україні та державах СНД, але й дещо подалі. Експортний напрямок, окрім портфельної політики, також було покладено на мою відповідальність. Тоді ж, наприклад, було зроблено ще одну мудру річ: забрендовано ВАЛІДОЛ, промисловий синтез якого «Фармак» (заявд. ім. М.В. Ломоносова) здійснював ще з 30-х років минулого століття, а в 1990 р. в рамках вертикальної інтеграції випускається його таблеткова форма. Ми підхопили цей прапор з тим, щоб шляхом патентного захисту зберегти свої торгові марки на інших ринках. Але попередньо зберегли їх шляхом європейської сертифікації на відповідність вимогам GMP. Одразу ж виникло питання: якщо сертифікувати — то чому лише ВАЛІДОЛ? — тоді давайте сертифікуємо і все те новесеньке, що ми випустили. Зробили це. Характерно, що рушієм цих наукових та інтелектуальних перетворень (зокрема проходження ВАТ «Фармак» першим з українських виробників європейських інспекцій з GMP) були служби з розвитку бізнесу. Швидко постало питання термінової підготовки реєстраційних матеріалів для препаратів ВАТ «Фармак» у форматі СTD — і в цьому напрямку наше підприємство також було пionером серед вітчизняних фармацевтичних компаній: першено лише в Україні, але й в СНД реєстраційне досьє у форматі СTD було підготовлено саме на ВАТ «Фармак». І саме для препарату ВАЛІДОЛ — вертикально інтегрованого, родоначального бренду (хоча сьогодні це й дещо важко уявити). Якби в СНД існувало сприйняття цього продукту крізь призму якості, належності торгової марки, високих стандартів виробництва! Хіба можна порівняти сертифікований продукт, випущений згідно з вимогами GMP та СTD на новому сучасному виробництві (який, отже, за визначенням мусить коштувати дорожче) з продуктом фармабрікухи «Х» республіки Тув... Я не кажу, що вони погані, бо ми жили з такими ліками (радянська якість була все ж кращою, ніж «пострадянська», оскільки на відміну від останньої (нестандартизованої) була стандартизована згідно з комплексною системою управління якістю), але, мабуть, таке порівняння було неподільним. Наступним європей-

ським препаратом BAT «Фармак» став НАФТИЗИН (який випускається на виробництві, вже сертифікованому на відповідність стандартам GMP європейською інспекцією). Ми розробили СТД-досьє і провели реєстрацію цих продуктів для Європейського Союзу. СТД потягнуло за собою наступне: тверді лікарські форми повинні мати довареною біосімівалентність — і сьогодні вже понад півтора десятка препаратів BAT «Фармак» супроводжується даними за цим надзвичайним параметром, який незв'язаною складовою входить до комплексу під назвою «якість препарату».

Вся ця новизна спричинила однозначний позитивний вплив на Імідж нашої держави на міжнародній фармацевтичній арені. Вона була покладена на музику ринку службою маркетингу, але не відставала і служба розробки. BAT «Фармак» продовжувало інтенсивно видавати на гори нові препарати, із збереженням тієї ж наступності. Яскравий приклад — проект «Цукровий діабет» з виробництва фармасулінів, який здійснюється нами спільно зі світовим фармацевтичним гігантом «ЕліЛілл» (США) вже понад 12 років. Ще один дуже показовий вертикально інтегрований проект, на якому завойовується репутація не лише підприємства, але й країни, — препарат МАНЕГТА, перший вироблений в Україні генерик з європейською «відкритою візою».

Не стімо на місці і сьогодні: на наш підрозділ покладено відповідальність за цілком новий проект — у напрямку біотехнології, продуктів імунології. Я стояв ідотково впевнений, що у BAT «Фармак» створена найкраща біотехнологічна лабораторія в Україні. Всі ці внески не приносилі, можливо, не приноситимуть швидких грошей, ба навіть можуть бути збитковими у найближчій перспективі. Але не можуть бути збитковими інвестиції у майбутнє. Вся ця наступність, — як і всі наповнення, про які я говорив: портфель, якість, технології, стандарти, — є дуже важливою. Таке можливе, коли існує ядро: команда, наділена вмінням мріятити вірити в утілення мрій, далекоглядністю та здатністю боротися за ці речі. Так сіялись зерна, зростали паростки, дозрівали сходи... А стиглими соковитими плодами користуватися пацієнтам — як в Україні, так і далеко поза її межами!



**Михайло Банат, директор  
BAT «Фармак» з маркетингу і продажу:**

— Якщо говорити про успіх, то це досить принадне та престижне досягнення — чомпі-

онство у 85 років! І не так важливо, хто яку сходинку посідає: головне, що нині BAT «Фармак» — галузевутворюче підприємство, базовий постачальник лікарських засобів системі охорони здоров'я України. Успіхом ми заціянемо насамперед тому, що у нас була правильна стратегія — і це перша та найголовніша складова досягнутого результату. Поруч, ми ставили перед собою дуже серйозні амбітні плани. І третє: була створена красна маркетингова команда — аважаю, одна з кращих на українському фармацевтичному ринку. Безумовно, сьогодні виробництво без маркетингу неможливе — як воно неможливе без попиту, адже виробляти треба для когось. Ми роздумували і розвивали цей попит, ми впевнено йшли обраним шляхом, переслідуючи намічені цілі — досягнути певної частки ринку, вивести продукти в сегментах все це в комплексі дало високий загальний результат. Консолідувавши та загостривши ці три складові, ми напружену щоденною працею йшли до сьогоднішнього результату не менше 5 років. Нас супроводжували позитивний драйв і здоровий змагальний азарт. Всіх об'єднувала ідея бути найпершими і найкращими. Правду сказати, коли цього досягаш, стає важче працювати — більша відповідальність, більший масштаб подальших задань. Адже для того щоб команда була вмотивована — вона має бачити перед собою нові цілі.

2–3 роки тому ми поставили собі за мету перемогти на ринку в Олімпійський рік — 2010. І коли в 2008 р. перед службою маркетингу ставилися завдання на найближчі 2 роки, ми вирахували, скільки маємо віністи золотих медалей, скільки срібних та бронзових — в усіх сегментах нашої промоції, — щоб команда перемога принесла нам 1-е місце. Підсумки — хто скільки приніс до скарбнички загальної перемоги — підбивали усією маркетинговою командою минулі суботи вранці, перед початком святкування підприємством свого 85-річного ювілею. Виявилося, що все ми запланували правильно. Хтось отримав не ту медаль, яку хотів, але все одно це був важливий внесок, і за сукупністю наших перемог по сегментах ми отримали загальнокомандну перемогу. Коли свого часу BAT «Фармак» став найбільшим за обсягом продажу посеред українських фармацевтичних виробників — це було лише сходинкою до сьогоднішнього лідерства, коли за результатами останніх місяців наше підприємство — безперечно, у жорсткій фінішній боротьбі, «на півкорпуса» — поспіло 1-шу позицію за обсягом аптечного продажу у грошовому вираженні, випереджаючи провідні світові фірми.

Власне кажучи, в Україні ніколи не було і немає (на відміну, наприклад, від Росії) протекційної політики. Мабуть, це сприяло тому, що нарочувалися, укріплювалися і вистоявали у конкурентній боротьбі справді достойні, — до яких ми відносимо і себе. Думаю, роздавати пільги вітчизняним компаніям — це не найкращий спосіб; «пільга» — солодке слово, але на користь воно не йде, бо позбавляє потреби адекомпенсуватися: ринок — найкращий регулятор (і це ми бачимо на прикладі цілі низки пострадянських ринків). Інша справа — справедливо ставитися до того, що придбано за бюджетні ко-

шти: це справді дуже важливо. Адже якщо можна якісно лікувати жителів України дешевше і у такий спосіб забезпечувати їх більшою кількістю ліків, то цьому держава точно має сприяти. Функція і місія українських фармацевтичних виробників саме і полягають у тому, щоб забезпечувати таку доступну потребу. Втім, оскільки держава не завжди є ефективним розпорядником своїх коштів, за бюджетні кошти купують досить багато імпортних ліків, тоді як їх можна було б придбати дешевше у вітчизняних виробників — тож політика Імпортозаміщення державою проводиться недостатньо, що, на мій погляд, не зовсім правильно.

Важливим фактором успіху виробника є ефективність каналів постачання товару та злагоджена співпраця з дистрибуторськими компаніями. Цей сегмент українського фармацевтичного ринку стає дедалі прогнозованішим та розвинутішим, а в майбутньому стане ще концентрованішим: компаній-лідерів лишиться небагато. Власне, вже сьогодні на українському ринку існує 5–7 провідних дистрибуторських компаній, тобто ми рухаємося по моделі інших західних ринків, де 2–3 основних оператори можуть утримувати близько 70% ринку. BAT «Фармак» плідно співпрацює з декількома провідними оптовими операторами, і нас це цілком влаштовує: невелика кількість каналів збути дозволяє точніше прогнозувати своє виробництво, отримувати від дистрибуторів замовлення на виробництво і таким чином забезпечувати собі якомога менший складський запас готового товару (працювати не на склад, а на замовлення дистрибуторів — це наша давня мрія, адже така модель є прогресивнішою, економічнішою, ефективнішою для всіх каналів просування).

У 2009 р. обсяг продажу BAT «Фармак» становив 942,6 млн грн., показник зростання продажу порівняно з 2008 р. — 74%. За 9 міс 2010 р. реалізовано продукції на суму 889 млн грн., зростання продажу порівняно з 9 міс 2009 р. становить 53%. З початку року й до сьогодні обсяг продажу перевищив позначку 1 млрд грн. Завдяки швидкій динаміці розвитку нині BAT «Фармак» забезпечує понад 17% виробництва лікарських засобів в Україні. З року в рік BAT «Фармак» є компанією № 1 за обсягом експорту українських ліків: понад 20% виготовленої продукції BAT «Фармак» експортує в 26 країн, серед яких держави СНД, Балтії та Західної Європи. Ми ставимо перед собою завдання активно примножувати успіх на експортних ринках, впевнено зазираємо за горизонт добре на місії освоєннях ринків країн СНД, дуже серйозно думаемо про експорт до Європи. На цьому базуємось на наші подальші амбітні плани.

А успіх — це лише міТЬ. Треба почувати себе весь час успішним — тоді й буде належний результат. Як його утримувати? Останні три роки показники зростання BAT «Фармак» вдвічі чи навіть більше випереджали зростання ринку — прямувати-мемо так і надалі, закріплювати-мемо досягнуте. До того ж наша ціль — не лише український ринок, тож матимемо все нові турботи, а отже — попереду все нові й нові досягнення!



**Юрій Комаров, начальник відділу стратегічного маркетингу  
ВАТ «Фармак»:**

— Безумовно, рік ще не закінчено. Наші попередні розрахунки підказують, що ВАТ «Фарма» стане лідером фармацевтичного ринку України вже цьогоріч, але у будь-якому випадку — рекордну піланку взято. Втім, ми не збираємося святкувати цю перемогу передчасно, а волємо стабільного закріплення цього результату з року в рік отже, ані розслаблятися, ані ніжитися у променях слави немає ні часу, ні бажання. Між тим, якщо націлюватися на «утримування» позицій — їх не втримаєш. Замість того, щоб щось утримувати, ми збираємося ставити перед собою нові цілі діяльності, нові обрії розвитку підприємства. Ці цілі мають дозволити не лише здійснити те, що необхідно для забезпечення стабільного лідерства, але й спрямувати зусилля в нових напрямках розвитку, щоб не відштовхуватися ліктими та постійно обертатися на тих, хто наступає напівти, — просто йти попереду з достойним відривом. На це спрямовані наші стратегії. Тому, якщо йдееться про маркетингову роботу в Україні, я думаю, що в прийдешньому 2011 р. ми зробимо головну ставку на підвищення професіоналізму та диференційовану концентрацію на певних напрямках та сегментах діяльності. Свого часу ми йшли широким фронтом з величезною кількістю препаратів, але сьогодні настав той момент високої диференціації підприємства, коли треба зосередити свою діяльність на тому, що виходить найліпше.

А щодо розширення присутності компанії — вона базуватиметься на системній роботі на зовнішніх ринках. Передбачається глибше проникнення та освоєння ринків, де ми вже присутні та маємо маркетингові потужності і представництва (Узбекистан, Казахстан, Росія та ін.); більш впевнено по-водитимемось на пізніше освоєннях ринках, насамперед ЄС, для чого в усі підстави (зокрема Польща, Болгарія та ін.).

Вважаю, що саме системна робота дозволить стабілізувати першість. На початку 1990-х років ВАТ «Фармак» випускає лише 11 готових лікарських засобів — в нині щороку виводяться на ринок 10–15 нових препаратів. ВАТ «Фармак» — одна з небагатьох компаній, які можуть собі дозволити власні розробки, причому дуже якісні (зокрема близичних генеричних препаратів), не кажу-

чи вже про оригінальні лікарські засоби (це взагалі окрема тема). Спідіваємося на те, що наступного року, вже з самого його початку ми виводимо на ринок ще низку продуктів, які дозволять нам посилити досягнуті успіхи, зробивши його лише стартовим майданчиком для успіхів майбутніх. Буде над чим працювати, а отже — буде щікво.

На мою думку, головна складова досягнутого успіху — це наші внутрішні амбіції, демократичне керівництво і професійна команда. Зокрема, амбіції та здоровий оптимізм Михайла Ваната — керівника, який вміє ставити високі, але реальні цілі. Адже почуваєшся не дуже добре, коли перед собою ставиш нереальні цілі, втім, коли цілі занизькі, при їх досягненні все одно не отримаєш повноти творчого задоволення: наче сам себе увів в оману. Поряд з правильно обраними цілями, наша команда мала серйозні тили — я маю на увазі високу якість препаратів та найсучасніші умови виробництва, дівони випускаються: отже, нам не довелося червоніти за свою продукцію. Якщо хочеш грати — ось він і м'я: бери його і вперед — час покаже, який ти гравець. Отже, команда творчих однодумців заглянувала вітліти омріяну амбіцію — національне лідерство. І тій це вдалося.



**Олена Лукашенко, начальник відділу маркетингу рецептурних препаратів  
ВАТ «Фармак»:**

— Насправді, відбулася дуже радісна подія. Нам дійсно в чим і в за кого пишатися. ВАТ «Фармак» — національна компанія. Наша команда розпочала роботу на підприємстві в період 2006–2007 рр., — коли в українського виробника мало хто вірив, — вже маючи досвід роботи і в лікарні, і в представництвах зарубіжних фармацевтичних компаній (зокрема західно-, східно-європейських, Індійських). Втім, ми прийшли працювати в компанію «Фармак» для того, щоб свої сили та натхнення вкладти в розвиток саме української компанії. І своїми досягненнями довести всім, що саме український виробник може і повинен бути компанією № 1 на українському ринку. І довіряти цій компанії треба, починаючи на самперед з себе. Упевненість в тому, що тобі можуть довіряти як достойному представнику фармацевтичного виробництва, — це вкрай важливо і, на мою думку, зумовлює успіх чи не на половину. Тому так

і трапляється, коли разом збираються люди, які вірять в те, що вони роблять; коли вони це роблять натхненно, віддані своїй справі. Має бути розуміння того, що пацієнтами є наші батьки і діти — і ми прагнемо, щоб вони жили довго й якісно. Щоб лікувалися препаратами, які ми виготовляємо, — адже для себе і своєї родини завжди замагавшся бути найкращим, а у виробництві ліків насамперед. Навіть ті, хто працює у представництвах іноземних компаній, мають пам'ятати, що ми народилися на цій землі, що тут живуть наші батьки і діти, будуть жити внуки та правнуки. Ми повинні знати, звідки ми, що таке наша культура, традиції, якою мовою спілкуємося. Наші країні не можна поступатися національною гідностю. І даруйте за відвіртість, українські компанії не повинні втрачати гідність перед зарубіжними виробниками.

Що ж стоять за такою довірою? Допомога конкретним людям. Препаратурі для лікування болю РЕВМОКСИКАМ® завдають 4 мільйони споживачів, а кожен другий представник дорослого населення використовує очні краплі компанії «Фармак». Пацієнти з мігренюю надають перевагу при лікуванні нападів препаратурі ЗОЛМІГРЕН®. Також сьогодні кардіології кожна 3-тя-4-та упаковка препаратів, — серед антигіпертензивних чи засобів для лікування ускладнень артеріальної гіпертензії (інфаркту міокарда та інсульту), анти тромботичних та тромболітичних засобів тощо, — виробництва компанії «Фармак». І це підприємство, що понад 100 фармацевтичних представництв та виробників в Україні мають препарати даних напрямків. Провідні спеціалісти не лише підтримують і самі призначають препарати компанії «Фармак», але й беруть активну участь у наших освітніх проектах, зокрема у проведенні заходів для лікарів за участю вузьких фахівців, шкіл для фармацевтів та провізорів, регіональних та загальних школ для пацієнтів та ін. Скажімо, яким чином можна збільшити кількість пацієнтів, що змогли б жити довше з артеріальною гіпертензією. Як допомогти вижити після перенесеного інфаркту міокарда. Завдяки дійсно доступним лікам, — таким як анти тромботичні та тромболітичні засоби ФАРМАКІНАЗА®, ФЛЕНОКС™ і ТРОМБОНЕТ®, — та їх своєчасному застосуванню не тільки настає лігостільного ведення пацієнтів, але й на догоспітальному етапі, — лише за останній рік ми вже маємо декілька тисяч вратованих людських життів! Що стосується антигіпертензивної терапії, нам також є чим пишатися. Національним науковим центром (ННЦ) «Інститут кардіології ім. М.Д. Стражеска» НАНУ України започатковано низку програм, спрямованіх на ефективне поширення інформації серед фахівців-практиків, що не має можливості відвідувати фахові конференції, працюючи в районних центрах, на селі. ВАТ «Фармак» — незмінний активний науковий партнер цих програм. Зокрема, на чолі з директором ННЦ, академіком НАНУ України, професором Володимиром Миколайовичем Коваленком та головним позаштатним фахівцем МОЗ України з кардіології, професором Юрієм Миколайовичем Сіренком було проведено майже піврічне постмаркетингове відкрите проспективне багатоцентрове дослідження «Можливості

ефективного контролю артеріального тиску за допомогою комбінованого лікування препаратами українського виробника — МЕКАТ. У досліджені МЕКАТ взяли офіційну участь понад п'ятисоті українських лікарів та більше 10 тис. пацієнтів у 63 містах. Отримані результати Україна не просто достойно, а з гордістю презентували виставками професійних фахівців на зарубіжних наукових конгресах, присвячених лікуванню та профілактиці артеріальної гіпертенсії та її ускладнень. І цей період можна продовжувати довго. Тож підсумую головне: віра в мету й усвідомлення національна орієнтованість на наших співгромадян — лікарів, провізорів, власні пацієнти, — вважаю саме це головними складовими успіху, тих надбань та здобутків, що напрацьовані компанією «Фармак» до дня свого 85-річного ювілею.



**Павло Лукашович, начальник відділу госпітального продажу ВАТ «Фармак»:**

— Діяльність нашого відділу здійснюється у декількох напрямках: насамперед, ендокринологічні препарати та засоби для лікування ускладнень цукрового діабету, інші — це засоби для застосування в анестезіології та онкології, група контрастно-діагностичних продуктів, а також препарати еритропоетинів. Також відділ відповідає за всі бюджетні закупівлі компанії, і цим займаються менеджери по роботі з бюджетними організаціями. Якщо стисло охарактеризувати наші здобутки в 2010 р. по кожному з названих спеціалізованих сегментів, то найкращу картину спостерігатимемо, звичайно, щодо контрастних продуктів (хоча робота в цьому напрямку розпочиналася значно пізніше, ніж в інших). Зокрема, нині частка компанії «Фармак» на ринку контрастних засобів для проведення МРТ перевищує 50%, і визначним в той факт, що переважна більшість приватних діагностичних центрів, укомплектованих МРТ, користуються саме нашим ТОМОВІСТОМ (перший у світі генерикоригнального препарату Магневіст; на ринку ЄС маркується під назвою МАГНЕПТА). Ще один контрастний препарат, призначений для проведення комп’ютерної томографії (КТ) та ангіографії, випускається під назвою ТОМОГЕКСОЛ (частка якого на ринку контрастних засобів сягає 30%). Щодо ендокринологічних продуктів, нині компанія «Фармак» є беззаперечним лідером в «юнітах» або в міжнародних одиницях, тобто за кількістю пацієнтів з цукровим діабетом 1-го та 2-го типів, які застосовують препарати Інсуліну —

ФАРМАСУЛІН та ХУМАЛОГ. Сукупна частка пацієнтів з цукровим діабетом 1-го та 2-го типів, які приймають один із цих препаратів, є найбільшою серед усіх інших постачальників препаратів Інсуліну на українському ринку (як вітчизняних, так і зарубіжних) і становить більше третини від загальної кількості хворих, що потребують Інсулінотерапії. Зокрема, в грошовому вираженні виходить менше, оскільки Інсулін компанії «Фармак» ФАРМАСУЛІНИ є доступнішими за ціною. Під час кожної другої операції, яка проводиться із використанням сучасних препаратів пропофолу, використовується наш ДИПРОФОЛ, а це більше 200 тис. операцій у 2011 р.

Маємо гарні успіхи в сегменті ліпосової кислоти: препарат ДІАЛІПОН (розчин для Ін’екцій) займає понад 35% серед усіх препаратів ліпосової кислоти, що присутні на ринку. Нещодавно мизапропонували новий препарат вітамінів групи В — ВІТАКОСОН. Препарат ВІТАКОСОН на внутрішньому ринку менше півроку, але він не лише демонструє привабливу динаміку продажу, але й уже встиг завоювати довіру серед спеціалістів і викликати бурхливі коментарі з боку наших конкурентів. У групі таблеткованих цукрозникувальних засобів — ДІАГЛІЗІД МР, ДІАПІРІД, ДІАФОРМІН — маємо частку в 15–20%, але при цьому з цими препаратами почали працювати не так давно, коли ринок вже був поділений основними гравцями. Відповідно, що протягом найближчих років станемо в цих сегментах лідерами. Якщо згадані мною препарати розглянуті під кутом бюджетників-закупівель, то тут ВАТ «Фармак» є лідером, з кварталу в квартал та з року в рік обмінюючись 1-м та 2-м місцем з іншим вітчизняним виробником — думаю, така тен-

денція подовжиться й наступного року: адже це пов’язано з фінансуванням тих чи інших державних програм, в яких наша компанія бере активну участь. Насамперед, це державні програми «Лукровий діабет», Державна програма запобігання та лікування серцево-судинних і судинно-мозкових захворювань (за обсягом продажу ця друга програма, в рамках якої постачаються як таблетовані препарати — АТОРВАКОР, так і ін’екційні препарати ФЛЕНОКС та ФАРМАКІНАЗА), «Онкологія» — препарат для лікування раку передмікрохової залози — АНДРОФАРМ та раку молочної залози — ЛІСТРОМАРА.

Якщо оцінювати структуру продажу за бюджетні кошти протягом останніх років, то відповідним лідером серед продукції компанії є генно-інженерний Інсулін — ФАРМАСУЛІН, суттєвий приріст продемонстрували також препарати ФЛЕНОКС та ДІАЛІПОН. Плекаємо великий надії на участь наступного року в інших програмах з нашими контрастними препаратами ТОМОВІСТ та ТОМОГЕКСОЛ. Прагнемо потрапити до програми з імунопрофілактики зі своїми вакцинами проти гепатиту В та поліоміеліту. Втім, довготривали перспективи залежать від того, чи приділтиме держава більше уваги, якісно, бюджетних коштів на закупівлю медикаментів, а також чи буде запроваджена страхова медицина (і відповідні компенсації пацієнтам із відшкодуванням витрат на медикаментозне лікування хоча би певних захворювань), чи ні. Щодо регіональних програм, ВАТ «Фармак» бере участь практично в кожній з них (тільки чи іншою мірою залежно від специфіки певної програми). Серед інших учасників фармацевтичного ринку продуктovий портфель компанії є сьогодні найбільш збалансо-



*Колаж. ВАТ «Фармак», 2010 р. Нова високотехнологічна асептична лінія «Рідкі лікарські засоби-2»*

ваним за міжнародними непатентованими найменуваннями, — і є найбільш бюджетним та має найбільший резерв для подальшого зростання обсягів його продажу. Разом зі значними можливостями нашого виробництва та успіхами на фармацевтичному ринку дуже приємно, що нашим лікам довіряють та надають перевагу не лише за фармакоекономічними характеристиками, але й за перевагами в якості та ефективності. Цей факт та робота наших співробітників і допомогли нам досягнути цих успіхів, про якія вже говорив. Втім, що в недалекому майбутньому якість ліків виробництва компанії «Фармак» заслугує гордо буде певним еталоном якості для інших учасників фармацевтичного ринку.



**Юрій Маркевич, керівник відділу маркетингу безрецептурних препаратів:**

— Будь-який успіх містить певну частку везення. От і нашій команді дуже поталанило в тому, що до портфеля безрецептурних препаратів потрапив препарат АМІЗОН — оригінальний продукт ВАТ «Фармак», перлина портфелю компанії, найяскравіша зірка, що сьогодні робить ім'я підприємства та забезпечує близько 10% його загального товарообігу. Втім, не треба цуратися тих «старих» продуктів, які зробили заводу ім'я протягом не одного-двух десятків років і на території не лише України, але й усього простору нинішнього СНД і навіть подалі. Тож така назва, як КОРВАЛОЛ — препарат, яким лікувалися наші дідуся та бабусі, — один із небагатьох продуктів, про який можна в повному розумінні цього слова сказати: бренд, причому дуже сивий. Біз зараз терміном «брэнд» хизуються наліво і направо, однак згідно з класичним маркетингом бренд має бути асоціативно закріплений у свідомості споживача, і бажано, щоб це знаходило підтвердження. Наприклад, наші маркетингово-аналітичні дослідження продемонстрували, що 75–80% дорослого населення України слово «корвалол» асоціюють із серцем. Препарати БАРБОВАЛ та КОРВАЛДИН також є достатньо пізнаваними, але, на мою думку, саме КОРВАЛОЛ — це той продукт, яким ми маємо пишатися, адже його приймає дуже багато наших співромадян.

Необхідно згадати групу назальних препаратів — покоління за поколінням йшли такі продукти, як НАФТИЗИН, РИНАЗОЛІН, ФАРМАЗОЛІН, ЕВКАЗОЛІН, НОСОЛЬ. У цій групі ВАТ «Фармак» протягом дуже значного періоду в беззаперечним абсолютним

лідером як в натуральному, так і в грошовому вираженні — тобто ми утримуємо пальму першості за кожною з діючих речовин цієї фармакотерапевтичної групи. Відіграє важливу роль та вже навіть викристалізовується окремий напрямок педіатричний сегмент безрецептурних препаратів ВАТ «Фармак». Сьогодні ми можемо запропонувати лікарям-педіатрам потужний педіатричний портфель, що містить широкий спектр високоякісних лікарських засобів. ВАТ «Фармак» має вагомий гастро-ендокринологічний асортимент — також з оригінальною молекулою на чолі (гепатопротектор АНТРАЛЬ) і низкою успішних генеріків (ВІСНОЛ, ЕЗЕНЕКС, ДОМІДОН, ПІКОЛАКС). Якщо, скажімо, Інноваційний препарат АМІЗОН вже є лідером в сегменті та формує цей сегмент (отже можливості стрімкого збільшення обсягів його продажу в упаковках дають обмежені), то оригінальний продукт АНТРАЛЬ має ще великий потенціал для зростання: вірю, що він стане новою зіркою портфеля ВАТ «Фармак». Взагалі я вважаю, що лідерство — це на самперед любов до тієї справи, яку ти робиш. Коли це не просто робота, на яку ти повинен ходити, а місце, де вирує стрімкий творчий процес, — який в кінцевому результаті відображається у продажу. Фігулярно кажучи, чим в більшою душою ти малювати меш картину, тим, напевно, дорожче тобі потім за неї заплатити. Якщо живеш своєю справою — то маєш і результат.

□  
**Пилип Снєгірьов,**  
фото Сергія Бека

Вперше опубліковано у «Щотижневику АПТЕКА» № 49 (770) від 20.12.2010 р. ([www.apteka.ua](http://www.apteka.ua))

«Спеціальний наріс — рідкісний жанр для нашого видання. Протягом останнього десятиріччя у цьому репортажно-естетичному авторському форматі було вирізьблено монументальні портретні постаті дослідженням кола фармацевтичних компаній. Перший спеціальний наріс, присвячений кіївському заводу, — «По справі — і слава! ВАТ «Фармак» — сучасний європейський виробник» — див.: «Щотижневик АПТЕКА» № 8 (629) від 25 лютого 2008 р. А нинішня стаття ще цікавіша тим, що утворює центральну частину газети, тобто немов газету в газеті (сивий та поважний журнальний жанр «центральна подача» або «очерк на скріпі») — прим. ред.

\*\* Згідно з даними аналітичної системи дослідження ринку «PharmXport»/«Фармстандарт» компанії «Proxima Research» (докладніше див. «Щотижневик АПТЕКА» № 42 (763) від 1 листопада 2010 р.) — Прим. ред.

**Трудовий колектив  
ВАТ «Фармак» тепло вітає  
колег, партнерів,  
всю медико-фармацевтичну  
спільноту України  
з Новим роком  
та Різдвом Христовим!  
Зичмо здоров'я, наснаги  
та нових здобутків!  
У лідерстві — разом!**

