КОММЕРЦИОНАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ СТАРТАПОВ

THE COMMERCIALIZATION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF PHARMACEUTICAL START-UPS

УДК 338.366

Коваленко А.В., кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономики и управления», ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации, Россия, г. Санкт-Петербург

Лушникова Ю.О. магистрант, 2 курс, факультет Промышленной технологии лекарств, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный химико-фармацевтический университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации, Россия, г. Санкт-Петербург

Kovalenko A.V., anna.kovalenko@pharminnotech.com

Lushnikova Y. O., anna.kovalenko@pharminnotech.com

Аннотация

В статье рассматриваются особенности коммерциализации инновационных разработок фармацевтических стартапов, а также анализируются проблемы, которые возникают при запуске новой продукции на фармацевтический рынок. Мировая практика показывает, что деятельность малых инновационных компаний и стартапов оказывает активное воздействие на достижение сбалансированности экономики, выступает вектором инновационной направленности всего хозяйственного комплекса. Однако не только создание инноваций, но и их успешное внедрение в серийное

производство является важным элементом инновационного процесса. Коммерциализация инновационных разработок фармацевтических стартапов имеет свою специфику и сопряжена с определенными рисками, природа которых определяется, во-первых, самой инновационностью создаваемых лекарственных препаратов, во-вторых, наличием организационного разрыва между процессом разработки нового лекарственного средства и предпринимательской практикой и, в-третьих, небольшим размером и ограниченными финансовыми ресурсами стартапов.

Summary

The article discusses the features of commercialization of innovative developments of pharmaceutical startups, and also analyzes the problems that arise when launching new products to the pharmaceutical market. World practice shows that the activities of small innovative companies and start-UPS have an active impact on achieving a balanced economy, acting as a vector of innovation orientation of the entire economic complex. However, not only the creation of innovations, but also their successful introduction into mass production is an important element of the innovation process. Commercialization of innovative developments of pharmaceutical startups has its own specifics and is associated with certain risks, the nature of which is determined, first, by the very innovation of the created medicines, second, by the existence of an organizational gap between the process of developing a new drug and business practices, and, third, by the small size and limited financial resources of startups.

Ключевые слова: коммерциализация инноваций, фармацевтические стартапы, инновационная продукция.

Keywords: commercialization of innovations, pharmaceutical startups, innovative products.

Коммерциализация инновационных разработок представляет собой практическое использование результатов научно-исследовательской деятельности в целях получения прибыли. Этот процесс представляет собой комплексное явление и включает в себя различные аспекты: правовые,

финансово-экономические, технологические, маркетинговые и презентационные [1].

С правовой точки зрения, коммерциализация инновационной деятельности – это прежде всего реализация результатов интеллектуальной деятельности, а значит она непосредственно связана с вопросами интеллектуальной собственности.

Коммерциализация для стартапов может быть реализована следующими способами:

1) путём предоставления лицензии на использование результатов исследовательской деятельности;

2) путём отчуждения исключительного права на эти результаты;

3) через продажу предприятия-правообладателя стратегическому инвестору.

В редких случаях стартапы имеют возможность самостоятельно вывести на рынок инновационный препарат, поэтому вопрос правового взаимодействия с другими организациями, а также проблема интеллектуальной собственности является для них очень актуальными.

Финансово-экономический аспект включает себя, как вопрос инвестирования, так и экономическую эффективность проекта. Как бы ни была высока значимость разработки, конечным результатом должна быть её успешная реализация. В противном случае, проект не сможет развиваться.

Технологический аспект связан с производством разработанной продукции. В редких случаях фармацевтический стартап может самостоятельно осуществить полный цикл производства лекарственного препарата, поэтому сотрудничество с крупными фармацевтическими компаниями становится необходимым.

Маркетинговая составляющая подразумевает продвижение своего продукта на рынок. Учёные разработчики должны хорошо понимать, для кого они создают инновацию, каково состояние рынка, кто является их конкурентами

и конечными потребителями. Всё это важно для объективной оценки своих возможностей и грамотного ведения бизнеса.

Презентационные аспекты являются частью маркетинговой стратегии. Стартапу необходимо заинтересовать покупателя, доказать преимущества своей разработки. Это важно и на начальном этапе, когда разработчики ищут инвесторов, и на конечном этапе в случае самостоятельного запуска инновационного препарата.

Несмотря на то, что процент инноваций, выведенных на рынок фармацевтическими стартапами имеет тенденцию к росту, однако они реже доводят разработанное лекарственное средство до реализации собственными усилиями. Данная тенденция наблюдается на фармацевтическом рынке инновационных разработок в США (Рисунок 1).

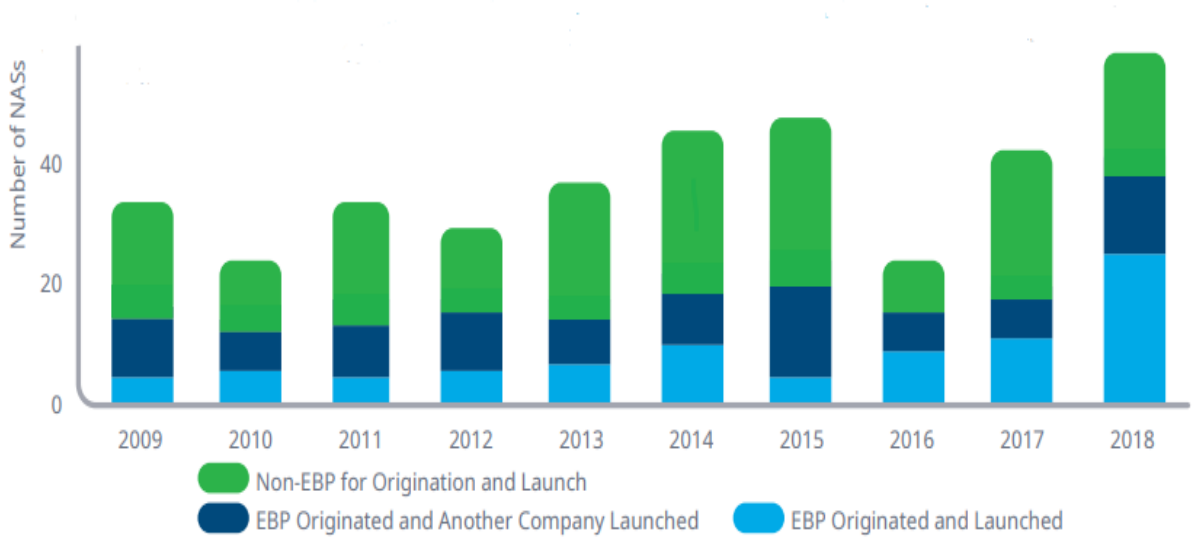

Рисунок 1 – Динамика числа реализованных фармацевтических инноваций в США по сегментам [2]

Статистика показывает, что основная доля инновационной продукции поступает на фармацевтический рынок от крупных фармпроизводителей (non-EBP). Однако нельзя не отметить заметный рост продукции, разработанной фармацевтическими стартапами (EBP) и реализованной через фармацевтические компании. Все это свидетельствует об устойчивом росте уровня инвестиций в

стартапы в США, что благоприятно влияет и на общую картину инновационного развития отрасли в этой стране.

Средние показатели продаж для стартапов значительно ниже в сравнении с более крупными копаниями, которые реализуют продукцию в больших объёмах и на регулярной основе. Согласно данным из аналитического отчёта IQVIA за 2014-2018 гг. четверть из запущенных стартапами активных субстанций представляли собой орфанные средства, предназначенные для узкого круга пациентов, что коррелирует с более низкими средними продажами. Только шесть продуктов имели ежеквартальный показатель продаж выше 20 миллионов долларов в течение пяти лет после запуска [2]. Как показывает практика, показатели продаж резко возрастают, когда запуск разработки стартапа на рынок осуществляется крупной компанией. Это связано с тем, что корпорации имеют больше маркетинговых и производственных возможностей и могут реализовывать продукцию быстрее и в больших объёмах.

В основном до рынка инновационные разработки фармацевтических стартапов доходят с помощью крупных компаний. В среднем четыре из пяти лучших препаратов в Соединенных Штатах в 2018 году были созданы новой компанией-стартапом, но запущены более масштабной корпорацией.

Из всех проектов за последние пять лет, реализованных стартапами, самый высокий рейтинг по продажам принадлежит, так называемой, "Квадро" таблетки от ВИЧ (Stribild). Объем продаж данного продукта на 2018 год составил 4,5 млрд. долларов. Также яркими примерами служат противоопухолевые препараты-ингибиторы Pembrolizumab (Keytruda) и Tivolumab (Opdivo), занимающие 11-е и 12-е места в рейтинге продаж США на 2018 год. Это лишний раз подтверждает тот факт, что иностранные стартапы всё чаще выводят на рынок инновационные препараты, которые оказываются довольно успешными при коммерциализации. Особенно важно и то, что все эти продукты предназначены для социально-значимых терапевтических областей и способствуют решению насущных проблем здравоохранения [3].

Коммерциализация инноваций является многоплановым, дорогостоящим и довольно рискованным процессом, так как объектом реализации выступает интеллектуальная собственность. В этой связи данный процесс имеет значительные сложности. Прежде всего они связаны с:

- финансированием;
- организационными аспектами деятельности;
- нормативно-правовым обеспечением [4]

Для стимулирования создания инновационных проектов необходимо достаточное количество венчурного капитала. В российской биофармацевтической индустрии система инвестирования в стартапы пока ещё находится на стадии развития. По этой причине одной из задач разработанной в 2018 году Стратегии «Фарма 2030» является создание специализированного венчурного фонда для поддержки технологических и промышленных инноваций. Необходимо стимулировать крупные фармацевтические компании вкладывать средства в свои отечественные разработки. Это возможно за счет налоговых послаблений для таких небольших компаний и стартапов со стороны государства.

Организация инновационной деятельности вызывает не меньше вопросов. Часто учёные не находят достаточной поддержки и не могут грамотно решить проблемы продвижения своего проекта и, тем более, коммерциализации своих разработок. Государство должно способствовать созданию инфраструктурных элементов, дающих возможность небольшим организациям реализовывать инновационные разработки, а также стимулировать учёных к предпринимательской деятельности.

Необходимо создание оптимальных условий для развития малого инновационного бизнеса. Речь идёт не только о финансовой поддержке малого инновационного предпринимательства, но и о снижении административной нагрузки на него. Стартапы, в силу немногочисленности персонала и недостаточной финансовой обеспеченности, являются очень чувствительными к

требованиям законодательства. В связи с этим сложная система прохождения формальных процедур, высокая налоговая нагрузка и излишний государственный контроль препятствуют развитию бизнеса и, как следствие, ограничивают возможность открытия предприятий, способных заниматься инновационными разработками. Проведенный в статье анализ свидетельствует о том, что за рубежом эффективнее поддерживают инновационные предприятия, поэтому сегмент стартап-компаний гораздо шире и продуктивнее. В России на данный момент реализация инновационных проектов осуществляется в основном на базах биофармацевтических кластеров и инновационного центра «Сколково». Решение перечисленных проблем может открыть для стартапов больше возможностей и, как следствие, способствовать инновационному развитию всей отечественной фармацевтической промышленности.

Использованные источники:

1. Кастальский В.Н. Коммерциализация инновационных разработок стартапами [Текст] / В.Н. Кастальский // Журнал суда по интеллектуальным правам. – 2014. – №5. – С. 78-80.
2. Аналитический отчёт IQVIA. Emerging Biopharma’s Contribution to Innovation. – 2019. URL: https://www.iqvia.com/insights/the-iqvia-institute/reports/emerging-biopharmas-contribution-to-innovation [Дата обращения – 15.05.2020].
3. Котова О.Е. Состояние фармацевтического рынка США [Текст] / О.Е. Котова, И.А. Страхов // Политика, экономика и инновации. – 2018. – №1(18). – С. 2-6.
4. Бородина А.А. Проблемы коммерциализации инноваций в России [Текст] / А.А. Бородина, И.Н. Щепина // Современная экономика: проблемы и решения. – 2018. – №8. – С. 59-67.

Sources used:

1. Kastalsky V. N. Commercialization of innovative developments by startups [Text] / V. N. Kastalsky / / Journal of the court of intellectual rights, 2014, no. 5, Pp. 78-80.
2. iqvia Analytical report. Emerging Biopharma's Contribution to Innovation – - 2019. URL: https://www.iqvia.com/insights/the-iqvia-institute/reports/emerging-biopharmas-contribution-to-innovation [accessed 15.05.2020].
3. Kotova O. E. State of the pharmaceutical market in the USA [Text] / O. E. Kotova, I. A. Strakhov // Politics, Economics and innovation. – 2018. – №1(18). – Pp. 2-6.
4. Borodina A. A. Problems of commercialization of innovations in Russia [Text] / A. A. Borodina, I. N. Shchepina // Modern economy: problems and solutions. - 2018. - №8. - Pp. 59-67.