

NGHIÊN CỨU VÀ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM MỚI CỦA CÁC DOANH NGHIỆP DƯỢC PHẨM VIỆT NAM TRONG ĐIỀU KIỆN KHỦNG HOẢNG KINH TẾ TOÀN CẦU

Dương Công Doanh*, Nguyễn Đình Phan**

Trong những năm gần đây cùng với sự phát triển của nền kinh tế, ngành sản xuất thuốc và thiết bị y tế nước ta đã có nhiều bước tiến đáng kể. Các công ty Dược đã có sự đầu tư tích cực cho sản phẩm của mình. Nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới là rất cần thiết và vô cùng quan trọng, nó đảm bảo cho công ty phát triển đúng hướng và có hiệu quả. Bài viết này tập trung phân tích thực trạng nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới, đưa ra một số giải pháp nhằm tháo gỡ những khó khăn của các doanh nghiệp dược phẩm trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu ảnh hưởng tiêu cực tới nền kinh tế nước ta.

Từ khóa: nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới, doanh nghiệp dược phẩm Việt Nam, khủng hoảng kinh tế

1. Nghiên cứu- phát triển sản phẩm mới và vai trò của nó với phát triển doanh nghiệp trong điều kiện của khủng hoảng kinh tế

1.1. Bản chất của nghiên cứu phát triển sản phẩm mới

Sản phẩm mới là một yếu tố vô cùng quan trọng trong sự phát triển và tồn tại của công ty. Đặc biệt trong điều kiện khủng hoảng kinh tế toàn cầu như hiện nay, công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới ngày càng trở lên quan trọng hơn. Do liên tục phải đối mặt với thị trường cạnh tranh gay gắt, với nhu cầu thường xuyên thay đổi của khách hàng và với những tiến bộ trong công nghệ nên một công ty phải có chiến lược tung ra sản phẩm mới cũng như cải tiến những sản phẩm hiện tại để ổn định doanh thu.

Song việc phát triển và tung sản phẩm mới ra thị trường vô cùng tốn kém và không phải sản phẩm nào cũng có khả năng bám trụ được. Việc phát triển sản phẩm mới rất rủi ro và tốn kém nhưng đó là điều cần thiết để bù đắp tổn thất doanh thu từ các sản phẩm hiện hữu trong suốt giai đoạn suy tàn của một vòng đời sản phẩm. Các công ty có thể trì hoãn những tổn thất này bằng cách liên tục cải thiện sản phẩm họ đang cung cấp cho khách hàng. Các công

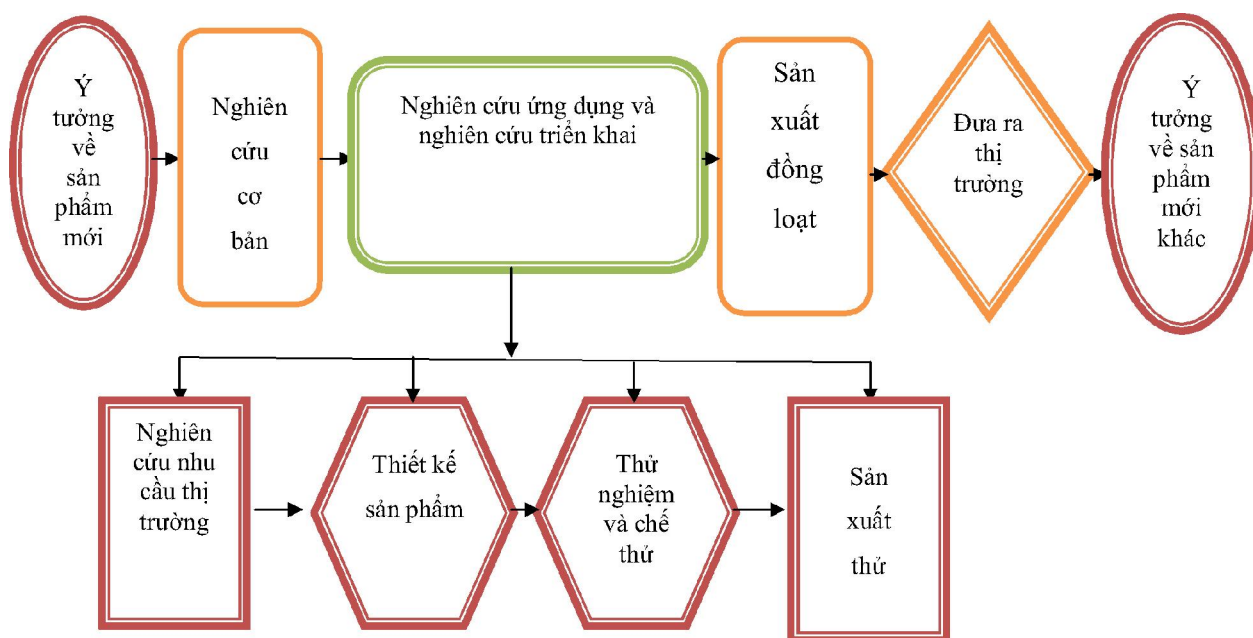
ty nhỏ thường chọn cách tạo nét mới cho sản phẩm cũ bằng bao bì, mẫu mã hoặc tăng thêm một số tính năng mới. Chỉ những công ty lớn hoặc tập đoàn đa quốc gia mới mạnh dạn tung ra sản phẩm mới đi trước thị trường, bởi lẽ họ tiến hành các công việc điều tra nghiên cứu nhu cầu người tiêu dùng thường xuyên.

Sản phẩm mới được chia làm hai loại: Sản phẩm mới tương đối và sản phẩm mới tuyệt đối.

Sản phẩm mới tương đối: Sản phẩm đầu tiên doanh nghiệp sản xuất và đưa ra thị trường, nhưng không mới đối với doanh nghiệp khác và đối với thị trường. Chúng cho phép doanh nghiệp mở rộng dòng sản phẩm cho những cơ hội kinh doanh mới. Chi phí để phát triển loại sản phẩm này thường thấp, nhưng khó định vị sản phẩm trên thị trường vì người tiêu dùng vẫn thích sản phẩm của đối thủ cạnh tranh hơn.

Sản phẩm mới tuyệt đối: Đó là sản phẩm mới đối với cả doanh nghiệp và đối với cả thị trường. Doanh nghiệp giống như “người tiên phong” đi đầu trong việc sản xuất sản phẩm này. Đây là quá trình tương đối phức tạp và khó khăn và chi phí dành cho nghiên cứu, thiết kế, sản xuất thử và thử nghiệm trên thị trường thường rất cao.

Hình 1: Quy trình nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới



Căn cứ theo chu kì của sản phẩm có thể chia quy trình nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới thành những bước trong Hình 1.

1.2. Các nhân tố ảnh hưởng tới nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới

Môi trường bên ngoài doanh nghiệp:

Môi trường kinh tế vĩ mô: Môi trường kinh tế vĩ mô sẽ ảnh hưởng đến ý tưởng về sản phẩm mới, nó có thể tạo điều kiện thuận lợi hoặc gây cản trở cho quá trình nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới.

Môi trường chính trị luật pháp: Sự ổn định về chính trị cũng như những đảm bảo về mặt pháp lý liên quan đến quyền sở hữu và tài sản có ý nghĩa quan trọng ảnh hưởng rất lớn đến ý định và hành vi của doanh nghiệp trong công tác nghiên cứu và phát triển. Chúng có thể tạo cơ hội, trở ngại, thậm chí là rủi ro thật sự cho nghiên cứu và phát triển sản phẩm của doanh nghiệp

Môi trường văn hóa xã hội: Môi trường văn hóa xã hội cũng ảnh hưởng không nhỏ tới quá trình hình thành ý tưởng. ví dụ như lối sống thay đổi nhanh chóng theo hướng du nhập những lối sống mới luôn là cơ hội cho các nhà sản xuất.

Môi trường tự nhiên và nguồn tài nguyên thiên nhiên có thể khai thác: Nghiên cứu môi trường tự nhiên nhằm tìm ra lợi thế trong việc khai thác nhiên liệu đầu vào cũng như đảm bảo cho quá trình sản xuất diễn ra bình thường như kế hoạch.

Môi trường khoa học công nghệ: Môi trường khoa học công nghệ có ảnh hưởng lớn, trực tiếp cho chiến lược kinh doanh của các lĩnh vực trong đó có công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới. Thực tế trên thế giới đã chứng kiến sự biến đổi công nghệ làm cho chao đảo, thậm chí làm mất đi và làm xuất hiện thêm nhiều lĩnh vực mới hoàn thiện hơn

Môi trường nội bộ doanh nghiệp.

Quy mô và hệ thống cơ sở vật chất của doanh nghiệp: Quy mô của doanh nghiệp càng lớn, công nghệ càng tiên tiến thì khả năng đổi mới công nghệ và đầu tư cho nghiên cứu phát triển càng lớn. Hệ thống cơ sở vật chất có ảnh hưởng rất nhiều đến quá trình nghiên cứu và phát triển của doanh nghiệp

Tình hình tài chính : Tình hình tài chính đóng vai trò là nguồn lực chủ yếu cho nghiên cứu và phát triển vì đầu vào cho nghiên cứu và phát triển là các nhân tố tác động trực tiếp và là nhân tố ảnh hưởng chủ yếu tới nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới.

Năng lực chuyên môn và kinh nghiệm của đội ngũ lao động trong doanh nghiệp: Năng lực chuyên môn và kinh nghiệm của đội ngũ lao động trong doanh nghiệp có vai trò quyết định tới quá trình nghiên cứu và phát triển bởi vì đội ngũ lao động hay nói chi tiết hơn là đội ngũ nghiên cứu phải có trình độ chuyên môn cao, có ý thức trách nhiệm trong công việc tốt mới có thể đảm nhiệm tốt vai trò của người nghiên cứu.

1.3. Vai trò của nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới trong điều kiện khủng hoảng kinh tế toàn cầu

Phát triển sản phẩm mới để đáp ứng tốt hơn những nhu cầu chưa được thoả mãn của khách hàng, nói rộng hơn, đổi mới sản phẩm giúp doanh nghiệp nắm bắt cơ hội từ môi trường kinh doanh. Và bên cạnh đó, đổi mới sản phẩm giúp doanh nghiệp tạo dựng sự khác biệt với đối thủ và phát huy lợi thế cạnh tranh của mình. Một thực tế khách quan hiện nay các doanh nghiệp đang phải đương đầu với điều kiện kinh doanh ngày càng trở nên khắt khe hơn: nhu cầu của người tiêu dùng ngày càng cao, khoa học kỹ thuật, công nghệ phát triển ngày càng mạnh thì chu kỳ sống của sản phẩm sẽ có xu hướng ngày càng ngắn đi. Trong những điều kiện đó, các doanh nghiệp phải không ngừng đổi mới và tự hoàn thiện mình trên tất cả phương diện.

Nhìn tổng thể cả nền kinh tế, tốc độ phát triển kinh tế cao đi đôi với việc thị trường được mở rộng. Tuy vậy, những sản phẩm được sản xuất từ hầu hết các doanh nghiệp trong nước vẫn kém khả năng cạnh tranh và chưa hấp dẫn ngay cả đối với thị trường trong nước chứ chưa nói gì tới thị trường nước ngoài. Để có thể đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới tại các doanh nghiệp cần thiết phải có sự nỗ lực và quyết tâm từ hai phía, đó là từ phía doanh nghiệp và từ phía Nhà nước bằng những cơ chế chính sách quản lý vĩ mô. Việc đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới trong các doanh nghiệp sẽ góp phần cho chúng ta vững vàng phát triển hơn trong giai đoạn khủng hoảng kinh tế toàn cầu như hiện nay.

2. Thực trạng nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới của các doanh nghiệp dược phẩm Việt Nam trong điều kiện khủng hoảng kinh tế toàn cầu

2.1. Những ưu điểm và thành tựu trong công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới ngành dược

Dược là ngành có vai trò quan trọng trong nền kinh tế xã hội, có ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển của xã hội thông qua việc chăm sóc sức khỏe cộng đồng bằng các sản phẩm của mình. Hoạt động nghiên cứu phát triển sản phẩm mới, sản xuất và phân phối thuốc luôn được Nhà nước quan tâm phát triển. Sau thời kỳ mở cửa, ngành Dược trong nước đã có những phát triển đáng khích lệ, đặc biệt là trong giai đoạn gần đây khi các công ty Dược bắt đầu cổ phần hóa thì tốc độ tăng trưởng qua các năm

rất khả quan.

Mặc dù công nghiệp dược trên thế giới tăng trưởng chậm lại trong 2 năm gần đây, nhưng công nghiệp Dược ở các nước đang phát triển, trong đó có Việt Nam, vẫn đạt tốc độ tăng trưởng 12% - 15% trong giai đoạn 2009 - 2012.

Tính cho đến thời điểm hiện tại, có thể nói một trong những thành công lớn nhất của các doanh nghiệp dược Việt Nam chính là việc nghiên cứu đầu tư và hiện đại hoá các sản phẩm đông dược. Ví dụ như các sản phẩm mới được nghiên cứu thành công được sản xuất từ các dược liệu như: Dầu khuynh diệp, thuốc trợ tim Cortonyl, thuốc bổ thần kinh Cao Ích Mẫu, viên an thần Mimosa, viên sủi Vitamin các loại, cồn nguyên liệu dược và các chế phẩm từ cồn, thuốc trị sỏi thận Kim Tiền Thảo...

Trong điều kiện tiềm lực về tài chính còn nhiều hạn chế, chưa có khả năng thực hiện việc nghiên cứu ở mức chi phí cao như các Công ty dược đa quốc gia, song các doanh nghiệp dược phẩm trong nước đã thực hiện đầu tư và nghiên cứu để đưa ra nhiều sản phẩm mới đối với thị trường Việt Nam.

Hiện nay các doanh nghiệp dược trong nước đang sử dụng các quy trình sản xuất ứng dụng công nghệ hiện đại phù hợp với tiêu chuẩn GPs của WHO, tiêu chuẩn ISO 9001:2000 và ISO 14001:2004. Ngoài ra, một số doanh nghiệp còn đầu tư hệ thống phụ trợ đạt tiêu chuẩn GMP - WHO như hệ thống xử lý nước cấp, nước thải, khí nén, không khí (HVAC).

Theo chiến lược phát triển của ngành dược đã phê duyệt, ngành dược trong nước phải đảm bảo 60% nhu cầu thuốc cho người dân và thay thế dần thuốc nhập khẩu. Thị trường trong nước có tiềm năng rất lớn đối với sản phẩm đông dược do dân số ngày càng tăng, mức thu nhập được cải thiện, người dân ngày càng quan tâm đến sức khỏe và ưa thích các sản phẩm được sản xuất từ các dược liệu tự nhiên do giá thành tương đối rẻ và đảm bảo chất lượng. Trong những năm qua, công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm đã giúp các doanh nghiệp dược phẩm trong nước có một chính sách sản phẩm hợp lý làm nền tảng cho doanh nghiệp phát triển. Dược phẩm của các công ty dược hiện nay đã bao phủ khắp toàn quốc và xuất khẩu sang nhiều nước Đông Âu, Châu Á và Châu Phi. Hiện nay nước ta có số lượng dược phẩm tăng trưởng khá cao, trung bình mỗi công ty có từ 23-24 sản phẩm mới mỗi năm. Ví dụ như công ty Cổ phần Dược phẩm trung ương 1 đã được cục quản lý dược cấp phép lưu hành 231 sản phẩm, phân

bỏ trên 12 nhóm. Trong đó đông dược là thế mạnh của công ty.

Qua Hình 3 nhận thấy số sản phẩm được cấp số đăng kí qua các năm có xu hướng tăng khá nhanh. Điều đó cho thấy các chính sách khuyến khích đầu tư cho nghiên cứu phát triển đã bắt đầu tác động tích cực đến công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới của các doanh nghiệp dược phẩm.

Qua hình 4 ta thấy, tỷ trọng số sản phẩm mới được cấp số đăng kí/ Tổng sản phẩm đưa vào sản xuất trong năm tăng đều qua các năm. Năm 2009 đến năm 2010 là những năm đầu doanh nghiệp tiến hành cổ phần hóa nên tỷ trọng này tăng từ 11,70% lên đến 22,12 %. Năm 2011 tăng chậm. Nhưng đến năm 2012 tỷ trọng số sản phẩm mới được cấp số

đăng kí/số sản phẩm cũ đã được đưa vào sản xuất tăng cao từ 22,81% lên đến 31,60%. Điều này chứng tỏ nhu cầu về thuốc mới ngày càng có xu hướng tăng mạnh do đó các sản phẩm thuốc cũ dần được thay thế bởi các sản phẩm thuốc mới có công dụng, hiệu quả và chất lượng cao hơn.

2.2. Những hạn chế còn tồn tại trong công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới ngành dược nước ta hiện nay

Bên cạnh những kết quả đã đạt được, công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới ngành dược còn tồn tại nhiều hạn chế, thể hiện cụ thể ở những mặt sau:

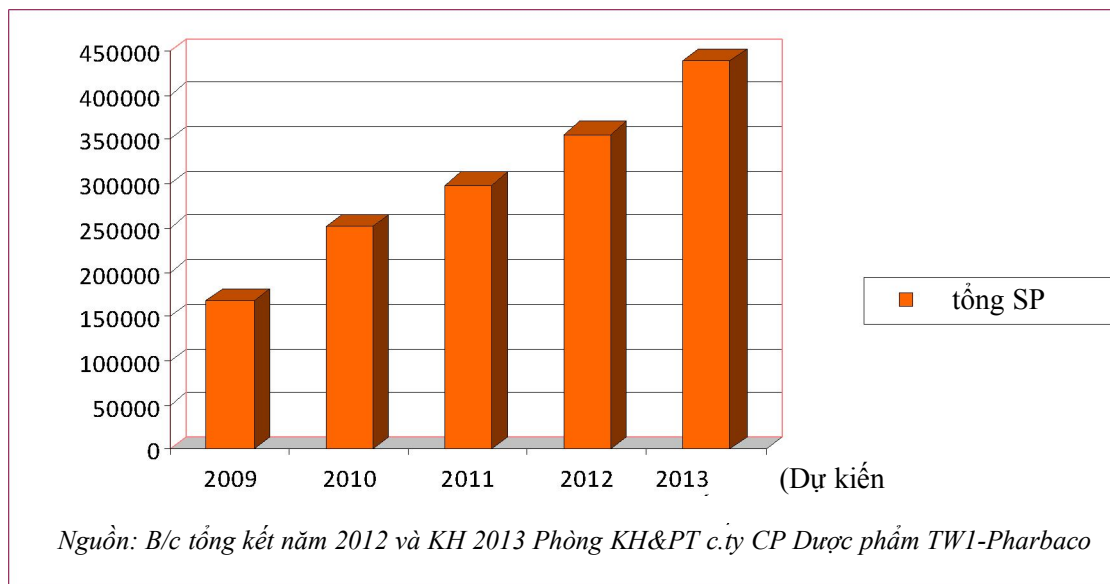
Trình độ kỹ thuật, công nghệ sản xuất thuốc còn

Bảng 1. Số lượng sản xuất sản phẩm 4 năm 2009-2012 và dự kiến năm 2013 của công ty Dược phẩm TW1-Pharbaco

Dạng bào chế	Đơn vị	2009	2010	2011	2012	2013 Dự kiến
Viên nén	1000 viên	116.000	194.000	237.000	289.000	368000
Viên hoàn	1000 gói	564	756	985	1175	1250
Thuốc mỡ, kem	1000 tuýp	1.100	1.250	1.454	1.666	1.860
Thuốc bột	1000 gói	800	980	1.120	1.260	1.540
Thuốc uống	1000 gói	49.000	55.000	58.000	63.000	65.000
Tổng		167.464	251.986	298.559	356.101	437.650

(Nguồn: Báo cáo tổng kết năm 2012 và kế hoạch 2013 Phòng kế hoạch và phát triển công ty cổ phần Dược phẩm TW1-Pharbaco)

Hình 2: Mức độ tăng trưởng của tổng sản phẩm



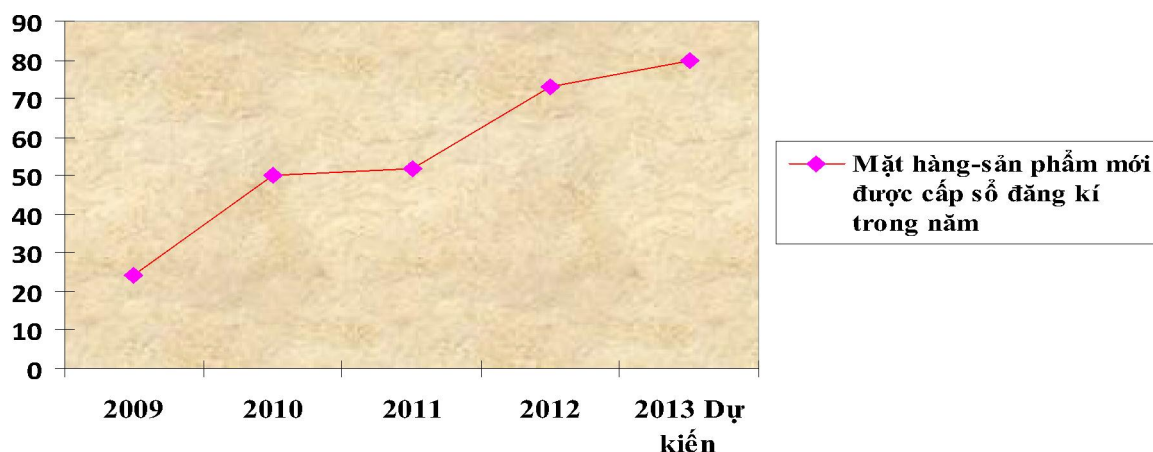
Bảng 2: Bảng số sản phẩm mới được Bộ Y tế cấp phép sản xuất từ năm 2009-2012 và dự kiến trong năm 2013 của công ty cổ phần dược phẩm TW1-Pharbaco

Đơn vị: Sản phẩm

Năm	2009	2010	2011	2012	2013 Dự kiến
Sản phẩm nghiên cứu mới trong năm	58	92	121	135	150
Sản phẩm mới được cấp số đăng kí trong năm	24	50	52	73	80
Sản phẩm cũ đã được đưa vào sản xuất trong năm	181	176	176	158	162
Tổng sản phẩm đưa vào sản xuất trong năm	205	226	228	231	242
Tỷ trọng sản phẩm mới trên tổng số sản phẩm của doanh nghiệp (%)	11,70	22,12	22,81	31,60	33,06

(Nguồn: Báo cáo tổng kết năm 2012 và kế hoạch 2013 Phòng kế hoạch và phát triển công ty cổ phần Dược phẩm TW1-Pharbaco)

Hình 3: Mức tăng trưởng số sản phẩm mới được cấp số đăng kí từ năm 2009-2012 và dự kiến năm 2013

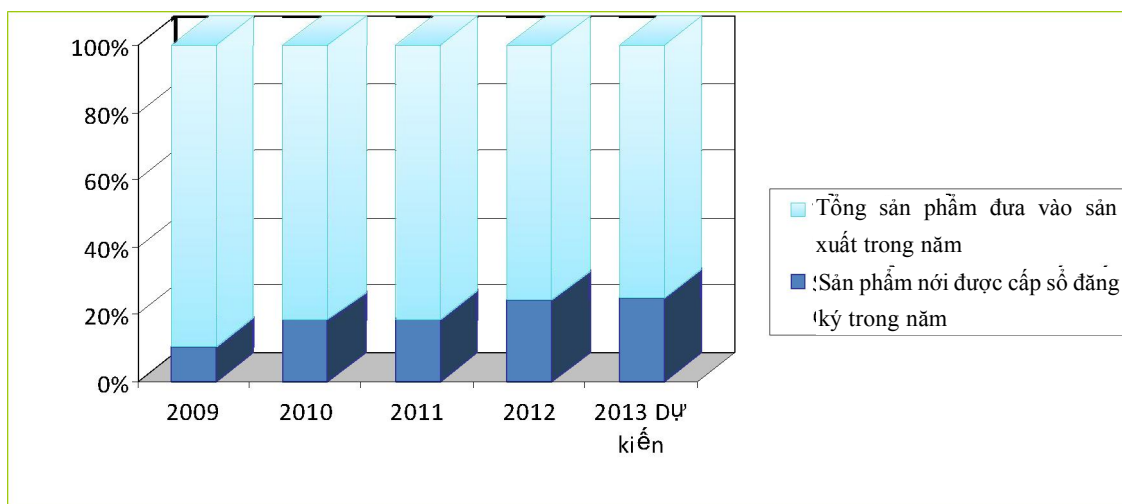


(Nguồn: Báo cáo tổng kết năm 2012 và kế hoạch 2013 Phòng kế hoạch và phát triển công ty cổ phần Dược phẩm TW1-Pharbaco)

thấp và chưa được đầu tư đúng đắn, đang diễn ra tình trạng đầu tư dây chuyền trùng lặp: Hầu hết các doanh nghiệp sản xuất thuốc chỉ tập trung vào công nghiệp bào chế đơn giản, hàm lượng kỹ thuật thấp, trùng lặp trong các dòng sản phẩm mà chưa chú trọng phát triển nguồn dược liệu, ít chú ý đầu tư vào các loại thuốc chuyên khoa đặc trị, các dạng bào chế đặc biệt... chính vì vậy, nguồn cung trong nước chỉ đáp ứng được 40% nhu cầu thị trường. Năm 2008 các doanh nghiệp vẫn chưa thực hiện nâng cấp dây chuyền sản xuất thì sẽ phải thu hẹp phạm vi sản xuất

và chỉ được phép gia công các sản phẩm cho những doanh nghiệp có tiêu chuẩn GMP. Theo báo cáo phân tích ngành dược tháng 03-2010 của công ty cổ phần chứng khoán MHB “Trong số 174 cơ sở sản xuất tân dược, mới chỉ có 59 cơ sở đạt tiêu chuẩn GMP (thực hành tốt sản xuất thuốc) với tổng doanh thu 5.369 tỷ đồng, 115 cơ sở chưa đạt GMP có doanh thu 874 tỷ đồng”. Vì vậy, các doanh nghiệp hiện nay đang nâng cấp các dây chuyền hiện đại theo tiêu chuẩn quốc tế, vì chỉ có tập trung đầu tư theo chiều sâu, nâng cấp dây chuyền sản xuất thì các

Hình 4: Tỷ trọng số sản phẩm mới được cấp số đăng kí/số sản phẩm cũ đã được đưa vào sản xuất trong năm



(Nguồn: Báo cáo tổng kết năm 2012 và kế hoạch 2013 Phòng kế hoạch và phát triển công ty cổ phần Dược phẩm TW1-Pharbarco)

doanh nghiệp Việt Nam mới có thể tồn tại trong môi trường cạnh tranh khốc liệt này.

Công tác nghiên cứu khoa học và phát triển chưa được coi trọng đúng mức: Các doanh nghiệp Việt Nam thiếu chuyên môn cũng như nguồn tài chính để hỗ trợ cho công tác nghiên cứu và phát triển. Thay vào đó, từ lâu Việt Nam đã là nơi để các công ty đa quốc gia tiến hành thử nghiệm lâm sàng. Việc đầu tư cho một nghiên cứu mới vô cùng tốn kém, trung bình phải mất 10 năm với chi phí từ 12-15 triệu USD. Hơn nữa, các doanh nghiệp chạy theo nhu cầu trước mắt của thị trường và hạn chế về trình độ nhân lực, công nghệ nên chỉ nhập công nghệ để sản xuất thuốc thông thường. Do đó, chi phí mà các doanh nghiệp Việt Nam công bố thường tập trung vào các

dự án mua sắm máy móc thiết bị mới. Chi phí dành cho nghiên cứu và phát triển chỉ khoảng dưới 3% doanh thu, đây là một tỷ lệ thấp so với các nước Châu Á dân số đông (khoảng 5%) và so với thế giới (12%-16%). Để tồn tại và sống còn, các doanh nghiệp Việt Nam cần đẩy mạnh phát triển nghiên cứu khoa học về công nghệ bào chế, công nghệ sinh học sản xuất các thuốc mới, thuốc thành phẩm. Đồng thời có chính sách thu hút đầu tư nước ngoài vào trong lĩnh vực sản xuất, nghiên cứu chuyển giao công nghệ.

Nguồn nhân lực trình độ cao cho hoạt động nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới còn ít, chưa đủ đáp ứng nhu cầu: Nguồn nhân lực ngành dược Việt Nam hiện nay vẫn còn thiếu. Theo số liệu thống

Bảng 3. Kế hoạch đầu tư ngành dược giai đoạn 2009-2015

KẾ HOẠCH ĐẦU TƯ 2009-2015			
Tên dự án	Công suất (Tấn/năm)	Vốn đầu tư (triệu USD)	Thời gian
Nhà máy hóa dược vô cơ và tá dược thông thường	200-400	5	2009-2010
Nhà máy chiết khấu dược liệu	150-200	20	2009-2011
Nhà máy sản xuất hóa dược	300-1000	20	2009-2011
Nhà máy sản xuất tá dược cao cấp	150-200	10	2010-2012
Nhà máy sản xuất kháng sinh (GDD1)	300	20	2010-2015
Nhà máy sản xuất sorbitol	10000	25	2012-2015

(Nguồn: Báo cáo phân tích ngành Dược, tháng 3-2010. Hiệp hội sản xuất kinh doanh dược)

kê vào tháng 6 năm 2009 của Cục Quản lý Dược, toàn quốc đang có 13.928 dược sĩ đại học và trên đại học, 29.785 dược sĩ trung học, 32.699 dược tá. Như vậy, tỷ lệ dược sĩ tại Việt Nam mới chỉ đạt 1,5 dược sĩ trên 1 vạn dân. Tuy nhiên, số dược sĩ này phân bố không đồng đều mà tập trung 52% tại hai thành phố lớn là TP.HCM và Hà Nội, riêng 2 vùng Đồng bằng sông Hồng và đồng bằng sông Cửu Long đã chiếm 2/3 số lượng dược sĩ đại học, khiến cho các tỉnh miền núi, vùng sâu, vùng xa vẫn thiếu cán bộ dược trầm trọng. Hơn nữa trình độ nhân viên ngành dược thấp và ít kinh nghiệm thực tế. Các dược sĩ có bằng sau đại học và trình độ tiếng Anh tốt rất hiếm, đây là một hạn chế lớn trong việc tiếp cận công nghệ tiên tiến từ các nước phát triển. Trong số đó, nguồn nhân lực trình độ cao cho hoạt động nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới còn ít, một số công ty dược lớn như công ty Dược phẩm Bến Tre, Công ty Dược phẩm Hậu Giang, Công ty Cổ phần TRAPHACO,... có trung bình từ 13-15 cán bộ phòng nghiên cứu-phát triển sản phẩm, trong đó bao gồm từ 2-3 họa sĩ có trách nhiệm thiết kế mẫu mã và quy cách đóng gói sản phẩm, từ 1-2 thạc sĩ Dược và 9-10 Dược sĩ Đại học có trách nhiệm trong quy trình nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới.

Công nghiệp dược Việt Nam vẫn phát triển ở mức trung bình - thấp, chưa sáng chế được nhiều thuốc mới: Hiện chỉ có hơn 52% doanh nghiệp dược đủ tiêu chuẩn sản xuất thuốc. Thuốc sản xuất trong nước chủ yếu là generic thuốc gốc (*generic drug*) là tương đương sinh học với biệt dược về các tính chất dược động học và dược lực học, được sản xuất khi quyền sở hữu công nghiệp của biệt dược đã hết hạn, nhờ đó thường được bán với giá rẻ, không có giá trị cao, mới chỉ đáp ứng được 50% nhu cầu tiêu thụ thuốc nội địa. Nguyên vật liệu phải nhập khẩu chủ yếu từ Trung Quốc, Ấn Độ, khiến cho các doanh nghiệp dược trong nước phải đối mặt với các khó khăn về tỷ giá. Trình độ công nghệ thấp trong khi nguồn nhân lực có trình độ còn ít, cản trở việc tiếp cận công nghệ, cải thiện quy mô sản xuất của công nghiệp dược trong nước. Với lợi thế về dân số đông và trẻ, Việt Nam là một thị trường tiêu thụ tiềm năng đối với các doanh nghiệp sản xuất thuốc trong nước cũng như đa quốc gia. Do đó các doanh nghiệp trong nước phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ nước ngoài, đặc biệt khi thời hạn bảo hộ các doanh nghiệp dược trong nước sau khi gia nhập WTO đã sắp hết (sau 5 năm kể từ khi gia nhập).

Vốn chi cho hoạt động nghiên cứu và phát triển

còn hạn chế: Hàng năm các doanh nghiệp chi cho hoạt động nghiên cứu và phát triển là 3% doanh thu. Điều này gây ra tình trạng thiếu đầu tư cho máy móc thiết bị cũng như dụng cụ nghiên cứu. Theo đánh giá của ông Nguyễn Việt Hùng, Phó Cục trưởng Cục Quản lý dược (Bộ Y tế), cả nguồn vốn FDI và vốn trong nước vào lĩnh vực bệnh viện, nghiên cứu và sản xuất dược phẩm, trang thiết bị, sinh phẩm y tế vẫn còn hạn chế. Vốn đầu tư phát triển được Chính phủ cân đối hàng năm cho toàn ngành y tế chỉ chiếm khoảng 5-6% tổng sản phẩm quốc nội (GDP), không đủ cho việc nâng cao chất lượng nghiên cứu-phát triển, xây dựng, nâng cấp cơ sở vật chất.

3. Thách thức và thời cơ, giải pháp nhằm đẩy mạnh nghiên cứu- phát triển sản phẩm mới trong điều kiện khủng hoảng

3.1. Thách thức và thời cơ

Thời cơ

Theo cam kết gia nhập WTO, Chính phủ Việt Nam đang dần dần tự do hóa ngành dược. Đặc biệt, các công ty có vốn đầu tư nước ngoài được phép nhập khẩu thuốc trực tiếp từ ngày 1/1/2009. Tuy nhiên, họ chưa được phép phân phối thuốc tại Việt Nam. Vì thế, hệ thống phân phối là một lợi thế của các công ty trong nước, cần phải tận dụng lợi thế này để chiếm lĩnh thị trường và tạo niềm tin nơi khách hàng nội địa.

Ngành dược Việt Nam có nhiều cơ hội để phát triển đó là chúng ta sẽ có môi trường đầu tư, kinh doanh thông thoáng, minh bạch và thuận lợi hơn; được tiếp cận với nhiều thị trường lớn, đa dạng với các điều kiện kinh doanh, cạnh tranh công bằng. Chúng ta sẽ có nhiều thuận lợi trong tiếp cận với các đối tác kinh doanh để hợp tác sản xuất và chuyển giao công nghệ. Từ ngày 01/01/2007, theo cam kết, các doanh nghiệp nước ngoài sẽ được quyền mở chi nhánh tại Việt Nam. Các doanh nghiệp sản xuất dược phẩm có quyền lựa chọn nguyên liệu đầu vào đa dạng hơn, mức chi phí và chất lượng cũng hợp lý hơn. Khi gia nhập WTO, các nước thành viên sẽ được giảm thuế suất đối với tất cả các loại mặt hàng, thuộc mọi lĩnh vực (trong đó có dược phẩm) nhằm đảm bảo sự thuận lợi và dễ dàng trong lưu thông hàng hóa. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp dược trong nước có cơ hội liên doanh, liên kết chuyển giao công nghệ, thu hút vốn đầu tư nước ngoài nhằm nâng cao hoạt động nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới.

Thách thức

Việt Nam chính thức gia nhập WTO, ngành dược Việt Nam cũng đứng trước không ít những thách thức và khó khăn. Cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu và khủng hoảng nợ công tại Châu Âu ảnh hưởng không nhỏ tới sản xuất kinh doanh dược phẩm tại nước ta. Đối với các doanh nghiệp dược, do chúng ta còn ít hiểu biết về thị trường thế giới và pháp luật quốc tế, năng lực quản lý còn yếu, trình độ công nghệ còn nhiều lạc hậu, hiệu quả sản xuất kinh doanh và khả năng cạnh tranh của sản phẩm còn yếu kém nên dễ dẫn tới nguy cơ bị mất thị phần và thị trường; nhiều doanh nghiệp sẽ bị phá sản do không cạnh tranh được với hàng hóa nhập khẩu. Đối với lĩnh vực sản xuất thuốc, các nhà máy sản xuất dược phẩm phải đạt được các tiêu chuẩn để hội nhập; phải cạnh tranh với thuốc ngoại về giá, chất lượng dịch vụ hậu mại so với các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài. Ngoài ra, đáng lo ngại nhất vẫn là nguyên vật liệu sản xuất thuốc tân dược phụ thuộc nhiều vào nguồn nhập khẩu từ nước ngoài. Giá nguyên liệu lại tăng mạnh cộng với tỷ giá hối đoái và tình hình lạm phát sẽ làm cho giá thành sản xuất thuốc trong nước sẽ tăng cao trong khi giá bán Chính phủ kiểm soát nên sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng sinh lời của các công ty.

Mặt khác, với tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ của nhu cầu sử dụng thuốc điều trị, ngành dược đang đứng trước rất nhiều thách thức liên quan đến việc phát triển các công nghệ bào chế thuốc tiên tiến, đảm bảo số lượng, chất lượng thuốc khi phân phối đến người tiêu dùng.

3.2. Giải pháp nhằm đẩy mạnh nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới của các doanh nghiệp dược phẩm Việt Nam trong điều kiện khủng hoảng kinh tế toàn cầu

Thứ nhất, Tăng cường công tác nghiên cứu thị trường.

Thị trường thuốc trong nước ngày càng trở nên sôi động. Bên cạnh đó mặc dù theo dự báo số dịch bệnh hàng năm đều có xu hướng tăng, nhưng gần đây có rất nhiều doanh nghiệp trong và ngoài nước sản xuất thuốc gia nhập vào thị trường với số lượng ngày càng đông, một trong những lý do đó là do Việt Nam đã là thành viên chính thức thứ 150 của WTO vì vậy thị trường thuốc đang có sự cạnh tranh gay gắt. Các doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển trên thị trường thì cần phải có các hoạt động nghiên cứu và dự báo thị trường nhằm đo lường, ước tính, dự báo thị trường hiện tại cũng như trong

tương lai, cần phải có những dự báo chính xác về tiềm năng của thị trường nhằm đầu tư đúng hướng và thu được hiệu quả cao. Do vậy các doanh nghiệp cần phải có những kế hoạch trước mắt cũng như lâu dài để duy trì và mở rộng thị trường sản phẩm và không ngừng nâng cao công tác nghiên cứu và dự báo thị trường, ngoài ra, cần thường xuyên nâng cao chất lượng sản phẩm, hạ giá thành sản phẩm và cần đặc biệt chú ý tới nhu cầu và đòi hỏi của thị trường.

Tăng cường công tác nghiên cứu thị trường:

Đảm bảo khả năng cạnh tranh của các sản phẩm, tránh rủi ro, công ty cần phải nắm vững thị trường thông qua các quá trình điều tra, thu thập, xử lý và phân tích các thông tin về thị trường.

Đối với thị trường hiện tại: Cần đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường và cần hiểu rõ khách hàng của mình cần gì, yêu cầu gì, đã thỏa mãn được nhu cầu của khách hàng chưa, các loại hình dịch vụ trước và sau bán hàng đã hợp lý hay chưa.

Đối với thị trường mới: Cần phải tìm hiểu kỹ hơn nữa vấn đề nhu cầu của khách hàng ra sao, có chấp nhận được mức giá mình đưa ra hay không. Từ đó quyết định kinh doanh trọng tâm cho sản phẩm thuốc nào, tìm hiểu các đối thủ cạnh tranh trong thị trường mục tiêu, tìm hiểu thị trường kỹ hơn để có những quyết định đúng đắn cho đầu tư.

Thứ hai, Coi trọng chiến lược sản phẩm mới.

Các phương án chiến lược sản phẩm mới phải được xây dựng trên cơ sở khai thác các thế mạnh về sản phẩm và các yếu tố thuận lợi từ môi trường. Các điểm mạnh về chất lượng sản phẩm hay về mẫu mã sản phẩm, mạng lưới phân phối rộng khắp, các chính sách giá linh hoạt...

Cần phải định lượng rõ các mục tiêu cụ thể của mình, đặc biệt là các mục tiêu khó định lượng như mục tiêu nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm mới. Nâng cao khả năng cạnh tranh cho khả năng mặt hàng truyền thống như: thuốc tiêm, thuốc bột, các loại thực phẩm chức năng... những loại mặt hàng mà doanh nghiệp không những đang chiếm ưu thế trên thị trường mà có nhiều ưu thế trong sản xuất kinh doanh, tạo thành lợi thế cạnh tranh riêng.

Trong giai đoạn 2010-2020 từ mục tiêu quan trọng nhất là tăng cường khả năng cạnh tranh cho các sản phẩm thuốc có thế mạnh và xâm nhập thị trường cho các sản phẩm mới, tiến tới cần mở rộng thị phần. Do vậy các doanh nghiệp cần đẩy mạnh các hoạt động:

Nghiên cứu các loại sản phẩm mới có thể đáp ứng được nhu cầu thuốc mới của thị trường

Nghiên cứu các nhu cầu mới của thị trường để có hướng đầu tư nghiên cứu mới.

Nâng cao công tác tìm đầu ra cho các sản phẩm cao cấp của Công ty trên thị trường đến tay người tiêu dùng trong nước và xuất khẩu ra thị trường nước ngoài.

Hoàn thiện chính sách về giá cả, chính sách phân phối sản phẩm, chính sách quảng cáo và marketing, các chính sách sản phẩm mới để xâm nhập thị trường.

Huy động nguồn vốn cho đầu tư của doanh nghiệp để đầu tư sản xuất và đầu tư nghiên cứu phát triển sản phẩm mới.

Nâng cao công tác đào tạo công nhân viên để tiếp thu công nghệ mới phục vụ tốt hơn cho quá trình nghiên cứu và sản xuất.

Thứ ba, Nâng cao chất lượng đội ngũ chuyên viên nghiên cứu và thiết kế.

Để nâng cao hiệu quả nghiên cứu phát triển sản phẩm mới và hiệu quả trong sản xuất kinh doanh và thực hiện đa dạng hóa các hoạt động đã đặt ra doanh nghiệp cần phải có đội ngũ chuyên viên nghiên cứu và cán bộ công nhân viên có kinh nghiệm và kỹ năng tốt. Muốn vậy, doanh nghiệp phải coi trọng công tác tuyển chọn, bố trí, đào tạo và bồi dưỡng nâng cao chất lượng đội ngũ chuyên viên nghiên cứu và các cán bộ công nhân viên. Đào tạo và bồi dưỡng nâng cao chất lượng chuyên viên nghiên cứu theo những hướng sau:

Đào tạo tại chỗ: Hình thức đào tạo này giúp cho công ty có thể khai thác tốt nhất khả năng làm việc của đội ngũ nghiên cứu, đồng thời bảo đảm cho chuyên viên nghiên cứu vừa làm việc vừa tham gia các lớp bồi dưỡng, huấn luyện nghiệp vụ trong công ty ngoài giờ hành chính, như: bồi dưỡng kiến thức về thị trường, pháp luật, tin học, ngoại ngữ...

Đào tạo ngoài doanh nghiệp: Lựa chọn những người xuất sắc, có khả năng phát triển và trong quy hoạch của cán bộ đi học tập ở nước ngoài để nâng cao trình độ, kiến thức và kinh nghiệm nghiên cứu mới. Ngoài ra có thể gửi đi các trường Đại học đào tạo sau đại học. Tùy theo từng đối tượng mà công ty xác định phương thức, loại hình đào tạo bồi dưỡng cho phù hợp với yêu cầu nghiên cứu mà nâng cao trình độ chuyên môn và tiếp cận kịp thời tiến bộ khoa học công nghệ

Doanh nghiệp thực hiện chế độ đãi ngộ nhân sự, kích thích bằng vật chất và tinh thần thông qua tiền lương và tiền thưởng tạo cơ hội cho cá nhân có thành tích, công tác tốt và trình độ nghiệp vụ đạt yêu cầu đề ra, bên cạnh đó khuyến khích bằng tinh thần như tổ chức các cuộc hội thảo, du lịch, tham quan tạo mối quan hệ thân thiện giữa lãnh đạo với công nhân viên.

Thứ tư, Xây dựng và thực hiện tiêu chuẩn hóa được phẩm.

Tiêu chuẩn là quy định về đặc tính kỹ thuật và yêu cầu quản lý đối với sản phẩm, dịch vụ, quá trình mà doanh nghiệp phải thực hiện nhằm đảm bảo và nâng cao chất lượng đáp ứng yêu cầu. Trong cơ chế thị trường các doanh nghiệp không thể không xây dựng và thực hiện tiêu chuẩn, vì đây là việc làm để khẳng định chất lượng và đảm bảo chất lượng của doanh nghiệp với khách hàng.

Theo cam kết gia nhập WTO, đến cuối năm 2010 các doanh nghiệp được Việt Nam đều phải đạt tiêu chuẩn của WTO về chất lượng sản xuất (GMP-WHO), sau thời hạn đó các doanh nghiệp không đạt tiêu chuẩn buộc phải ngừng sản xuất. Tính đến thời điểm cuối năm 2010, đã có 52% các doanh nghiệp được (bao gồm cả tân và đồng được) đạt được tiêu chuẩn GMP-WHO, trong đó số doanh nghiệp đạt được tiêu chuẩn GLP và GSP lần lượt là 51% và 63%. Thực tế, các doanh nghiệp Việt Nam mới chỉ bắt đầu chú trọng đến các tiêu chuẩn này trong vài ba năm gần đây, nhưng cũng đang nỗ lực gia tăng sức cạnh tranh để tồn tại và phát triển.

Thứ năm, Tăng cường đầu tư tài chính cho nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới.

Cần tăng cường đầu tư tài chính cho nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới để đổi mới máy móc, thiết bị và các dụng cụ thí nghiệm, tạo động lực cho đội ngũ cán bộ làm công tác nghiên cứu- phát triển nhằm nâng cao được năng lực nghiên cứu, thiết kế và phát triển sản phẩm mới. Bên cạnh đó, để thực hiện tốt các mục tiêu, các chiến lược phát triển kinh doanh, các hoạt động nghiên cứu và triển khai thì các doanh nghiệp cần phải có vốn. Hiện nay vốn cho công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm còn hạn chế. Để theo đuổi được những mục tiêu đã đề ra và đáp ứng nhu cầu thị trường khi có biến động thì các doanh nghiệp phải chú trọng vào việc huy động vốn. Ngoài ra, sử dụng nguồn vốn một cách có hiệu quả, tăng nhanh vòng quay vốn, nâng cao hiệu quả đồng vốn cũng góp phần đẩy mạnh hoạt động

nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới.

Huy động tối đa và sử dụng có hiệu quả các nguồn vốn từ ngân sách nhà nước, các nguồn vốn hợp tác song phương và đa phương của các tổ chức phi chính phủ, vốn đầu tư nước ngoài, vốn của các doanh nghiệp trong nước và của cộng đồng.

- Nguồn vốn ngân sách nhà nước tập trung cho nhu cầu nghiên cứu khoa học công nghệ mới, cho đào tạo nguồn nhân lực, phát triển tiềm năng được liệu và công nghiệp nguyên liệu làm thuốc, đầu tư

cho các doanh nghiệp công ích và nâng cao năng lực của cơ quan quản lý nhà nước và cơ quan kiểm nghiệm.

- Nguồn vốn đầu tư nước ngoài tập trung vào khu vực sản xuất dược phẩm, khuyến khích đầu tư những dây chuyền sản xuất có công nghệ hiện đại, ưu tiên cho sản xuất nguyên liệu làm thuốc.

- Nhu cầu về đầu tư cho phát triển sản xuất kinh doanh dược phẩm của các doanh nghiệp được huy động từ nguồn vốn vay, vốn tự có, cổ phần hoá. □

Tài liệu tham khảo:

Allam Afual, *Quản trị quá trình đổi mới và sáng tạo*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, 2012.

Công ty cổ phần chứng khoán MHB (2010), *Báo cáo phân tích ngành dược*.

H. John Bernardin(2007), *Human Resource Management, Fourth Edition*, Mc Graw-Hill.

Lê Anh Cương, Nguyễn Lê Huyền, Nguyễn Kim Chi (2004), *Nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới*, NXB Lao động xã hội.

Lê Công Hoa và Nguyễn Ngọc Huyền (2011), *Quản trị kinh doanh đương đại*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.

Simon A.Burtonshaw-Gunn (2010), *Essential tools for operations management*, John Wiley and Sons, UK.

Vũ Quế Hương (2001), *Quản lý đổi mới và phát triển sản phẩm mới*, NXB Khoa học kỹ thuật.

Developing new products of Vietnam pharmaceutical companies in global economic crisis

Abstract:

Recently, together with the development of economy, our country has achieved remarkable progress in the field of medicine and medical equipment manufacture. Pharmaceutical companies actively invested in their products. Research and development of new product is very necessary and essential to ensure that the Company is in the right and effective direction on the path of development. This paper focuses on analyzing status of research and development of new product and proposes some solutions to current difficulties of pharmaceutical enterprises in the context of negative impact of global economic crisis.

Thông tin tác giả:

* **Dương Công Doanh**

- *Nơi công tác:* Khoa Quản trị kinh doanh, trường Đại học Kinh tế quốc dân.

- *Lĩnh vực nghiên cứu chính:* Quản trị kinh doanh

Email: doanhdoanh.qtkd.neu@gmail.com

** **Nguyễn Đình Phan**, Giáo sư, tiến sĩ

- *Nơi công tác:* Khoa Quản trị kinh doanh, trường Đại học Kinh tế quốc dân.

- *Lĩnh vực nghiên cứu chính:* Quản trị kinh doanh

*Email:*phannguyendinh@yahoo.com