

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Понятие конкурентоспособность предприятия – его способность достигать собственные цели в условиях противодействия конкурентам в течение длительного времени. Конкурентоспособность предприятия – экономическая категория, отражающая его способность выпускать конкурентоспособную продукцию. Она оценивается только в рамках группы предприятий, находящихся в одной отрасли, поэтому уровень конкурентоспособности предприятия подразумевает выбор базовых объектов для сравнения. Сравнимые предприятия-конкуренты должны иметь: идентичные характеристики выпускаемой продукции по аналогичным потребностям; сегмент рынка, для которого предназначена выпускаемая продукция; фазы жизненного цикла, в котором функционирует данное предприятие [1]. Фармацевтические предприятия удовлетворяют данным условиям: выпускают аналогичную продукцию, находятся на стадии зрелости предприятия, размещаются в одном сегменте рынка.

В качестве метода оценки конкурентной среды фармацевтических предприятий выберем метод – SWOT-анализ [2]. Это метод стратегического планирования и стратегического управления, используемый, чтобы помочь руководителю или заинтересованной организации определить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, связанные с деловой конкуренцией.

Таблица – SWOT-анализ фармацевтической отрасли

Strenghts (сильные стороны)	Weaknesses (слабые стороны)
Высокая рентабельность производства, прогнозируемый спрос, динамично развивающийся рынок, высокий уровень потребления лекарств, сертификация GMP, ISO	Высокая текучесть кадров, высокая конкуренция с иностранными контрагентами, преобладание дженериков на рынке, долгосрочный процесс ввода на рынок новых лекарств
Opportunities (угрозы)	Threats (возможности)
Рост государственной поддержки, организация контрактного производства, интеграционные процессы, расширение рынка, развитие страховой медицины, открытие филиалов в других регионах	Риск монополизации рынка со стороны зарубежных фармкомпаний; зависимость от импорта фармацевтической, медицинской продукции, сырья и материалов

Оценку фармацевтического рынка Республики Беларусь будем производить на основе данных за 2019-2020 гг. В 2020 году объем вы-

пуска фармацевтических препаратов составил 1619,615 млн. руб. на территории всей республики, что выше на 15,7% выше, чем за 2019 год. Это можно объяснить ростом вирусных инфекции, которые увеличили потребность в лекарственных препаратах. Спрос на лекарственные препараты увеличился и соответственно выросли цены. Расходы населения на здравоохранение в 2020 г. составили 5,7% от общего объёма потребительских расходов, а в 2019 году – 4,5%. Наблюдается тенденция к увеличению роста удельного веса расходов на здравоохранение в общем объеме потребительских расходов. Такая тенденция может выступать в качестве фактора роста (развития) организаций фармацевтической отрасли [3]. Лидирующее положение на фармацевтическом рынке Республики Беларусь занимают такие компании как: РУП «Белмедпрепараты», ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов» (БЗМП) и СООО «Лекфарм». Объём производства ОАО «БЗМП» за 2019 год составляет 53,90 млн долл. США, РУП «Белмедпрепараты» – 48,80 млн долл. США, СООО «Лекфарм» – 48,13 млн долл. США.

На основании данных национального статистического комитета и проведенного SWOT-анализа фармацевтической отрасли, можно сделать вывод, что данная отрасль развивается системно и динамично. Особенностью фармацевтической отрасли Республики Беларусь является её специализация на дженериках, поддержка данной отрасли со стороны государства, упрощенное налогообложение для компаний и индивидуальных предпринимателей в данной отрасли. Фармацевтическая отрасль занимает стабильное положение на внутреннем рынке, однако позицию на внешнем рынке следуют укреплять. Например, для ее консолидации на международном рынке следует разрабатывать собственные лекарственные средства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мокронос, А.Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учебное пособие / А.Г. Мокронос, И. Н. Маврина. – Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2014. – 198 с.
2. Арутюнова, Д.В. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Д.В. Арутюнова. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 1998. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 20.04.2023.