

## **АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В условиях стремительного развития рыночной экономики каждое современное предприятие фармацевтической отрасли уделяет большое внимание вопросу о повышении уровня конкурентоспособности. Преимущественно, ситуация на рынке фармацевтической продукции зависит от результатов и состояния конкурентной борьбы предприятий. Поэтому для поддержания высокого уровня конкурентоспособности предприятие должно тщательно проанализировать свои сильные и слабые стороны для оценки реальных возможностей в конкурентной борьбе и разработке мер и средств, за счет которых предприятие может повысить конкурентоспособность и обеспечить свой успех.

Определяется конкурентоспособность фармацевтических предприятий рыночными условиями, степенью удовлетворения потребительских потребностей, производственными ресурсами, для поддержания которых необходимы сведения о продукции предприятий-конкурентов, маркетинговые возможности производителей, учет рыночных тенденций.

На сегодняшний день не существует конкретной методики для определения понятия и выработки концепции конкурентоспособности предприятий фармацевтической отрасли, но количество публикаций свидетельствует о большом внимании научного сообщества к этому вопросу и тем самым доказывает его актуальность.

Конкурентные преимущества фармацевтического предприятия делятся на внешние и внутренние. К внутренним преимуществам относятся качество фармацевтической продукции, эффективность менеджмента предприятия маркетинговой деятельности, скорость отгрузки товара, ориентация на потребителя, наличие патентов, лицензий, инновационные возможности, деловая активность и адаптивность, квалифицированный персонал и др. Среди внешних преимуществ учитывают емкость рынка, структуру конкуренции, отраслевую норму прибыли, социальную роль фармацевтического рынка, мониторинг количества зарегистрированных препаратов-аналогов на фармацевтическом рынке, известность торговой марки, репутацию предприятия, юридические ограничения и др. [1].

При оценке конкурентоспособности фармацевтического предприятия необходимо учитывать особенности выпускаемой продукции лекарственных препаратов, такие как: большая социальная значимость; высокая научная и финансовая емкость; наличие рецептурных и безрецептурных препаратов; селективность и ограниченность спроса; обязательное лицензирование; государственная регистрация; особенности хранения; особенности рекламы; особенности маркировки и упаковки; особенности работы с наркотическими средствами.

Можно выделить следующие оптимальные действия для определения и оценки конкурентоспособности фармацевтического предприятия:

- постановка целей и оценка проблем, связанных с обеспечением конкурентоспособности предприятия;
- оценка конъюнктуры фармацевтического рынка рыночных позиций предприятия;
- определение возможных конкурентных преимуществ;
- выбор показателей, характеризующих конкурентоспособности фармацевтического предприятия;
- подбор наиболее подходящих методик для оценки конкурентоспособности фармацевтического предприятия;
- анализ полученных результатов, разработка рекомендаций и поиск резервов повышения конкурентоспособности.

Анализ современной экономической литературы по вопросам повышения конкурентоспособности позволил выявить несколько методических подходов к оценке конкурентоспособности фармацевтических товаров. Одним из самых распространенных методов является матричный метод. Он является простым методом, даёт наглядную информацию так как все оценки проводятся в системе координат. Наиболее конкурентоспособными являются те фармацевтические предприятия, которые занимают значительную долю на быстрорастущем рынке. Анализ конкурентоспособности с учетом жизненного цикла товара услуги. Сущность оценки состоит в анализе матрицы, построенной по системе координат: ось ординат – темпы роста (сокращение), ось абсцисс – относительная доля товара, услуги на рынке [2].

Также выделяют методы, основывающиеся на оценивании конкурентоспособности производимого товара или услуги: базируются на оценивании продукции. Конкурентоспособность тем выше, чем выше конкурентоспособность его продукции. Методы довольно просты и наглядны, но не дают оценки о сильных и слабых сторонах фармацевтического предприятия. Примером данного метода является диффе-

ренциальный метод. Метод основан на использовании единичных параметров анализируемого товара или услуги и базы сравнения и их сопоставления [2]. Методы, в основу которых положены теории эффективной конкуренции: конкурентоспособными являются те фармацевтические предприятия, в которых налажена наилучшим образом работа всех подразделений и служб.

В основе метода лежит оценка: конкурентоспособности производимых товаров и услуг, финансового положения фармацевтического предприятия, эффективности производственной деятельности предприятия, а также его финансового положения, налаживание экспорта и импорта товара, услуги [3].

Проанализировав вышеприведенные методы, можно утверждать, что не существует идеальной проверенной методики по оценке конкурентоспособности фармацевтического предприятия. Для оценки и повышения конкурентоспособности предприятия разработано множество методов. Эти методы можно применять как по отдельности, так и совместно.

Такое разностороннее применение методов дает возможность подбора наиболее подходящих методов для оценки конкурентоспособности конкретного фармацевтического предприятия. Каждое фармацевтическое предприятие при выдвижении своей продукции на рынок должно быть готово к конкурентной борьбе. Для этого следует проводить анализ торговой деятельности, который покажет слабые и сильные стороны предприятия, а также подбирать наиболее подходящие методы для оценки конкурентоспособности.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Научно-теоретические подходы к исследованию конкурентоспособности фармацевтических производственных предприятий [Электронный ресурс] / Вестник КазНМУ, №5(3)- Казахстан. – 2013. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/> – Дата доступа: 17.04.2023.
2. Сучкова, Е. А. Методы оценки конкурентоспособности организации / Е. А. Сучкова, И. Ю. Харламова // Молодой ученый. – 2020. № 4 (294). – С. 156-159. [Электронный ресурс] / Молодой ученый. №4. – 2020. – Режим доступа: <https://moluch.ru/> – Дата доступа: 05.04.2023.
3. Колос, К.С. Методы оценки конкурентоспособности инновационных организаций / К.С. Колос: материалы конф. В 3 ч. Ч. 2, Минск, 13–24 мая 2019 г. / Белорус. гос. ун-т. – Минск : БГУ, 2019. – С. 372-375. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/> – Дата доступа: 10.04.2023.