

Гончарук Анатолій Григорович

д.е.н., професор
Міжнародний гуманітарний університет,
Одеса, Україна

Goncharuk A. G.

Dr.Ec.Sc., Professor
International Humanitarian University,
Odesa, Ukraine

Ляшенко-Щербакова Валерія Валеріївна

аспірантка кафедри менеджменту
Міжнародний гуманітарний університет,
Одеса, Україна

Leshenko-Shcherbakova V. V.

PhD student, Department of Management
International Humanitarian University,
Odesa, Ukraine

**УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ
ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ****PERFORMANCE MANAGEMENT
IN PHARMACEUTICAL COMPANIES****Анотація**

Проаналізовано тенденції розвитку фармацевтичної промисловості України. Виявлено втрату позицій вітчизняних фарма-компаній як на внутрішньому та і на зовнішньому ринках. Запропоновано менеджмент ефективності, зокрема бенчмаркінг задля стійкого зростання ефективності їхньої діяльності.

Summary

The tendencies of developing the pharmaceutical industry of Ukraine are analyzed. The loss of positions of domestic pharma companies in both domestic and foreign markets are revealed. Performance management, e.g. benchmarking, is suggested in order to sustainably improving the efficiency of their activities.

Ключові слова: фармацевтичні компанії, управління ефективністю, бенчмаркінг, ринок

Key words: pharmaceutical companies, performance management, benchmarking, market

Фармацевтична промисловість посідає значне місце в економіці багатьох країн (США, Індія, країни ЄС, тощо). Втім в Україні її частка у промисловому комплексі не є високою та змінюється від року до року у межах 1–2 % (рис. 1).

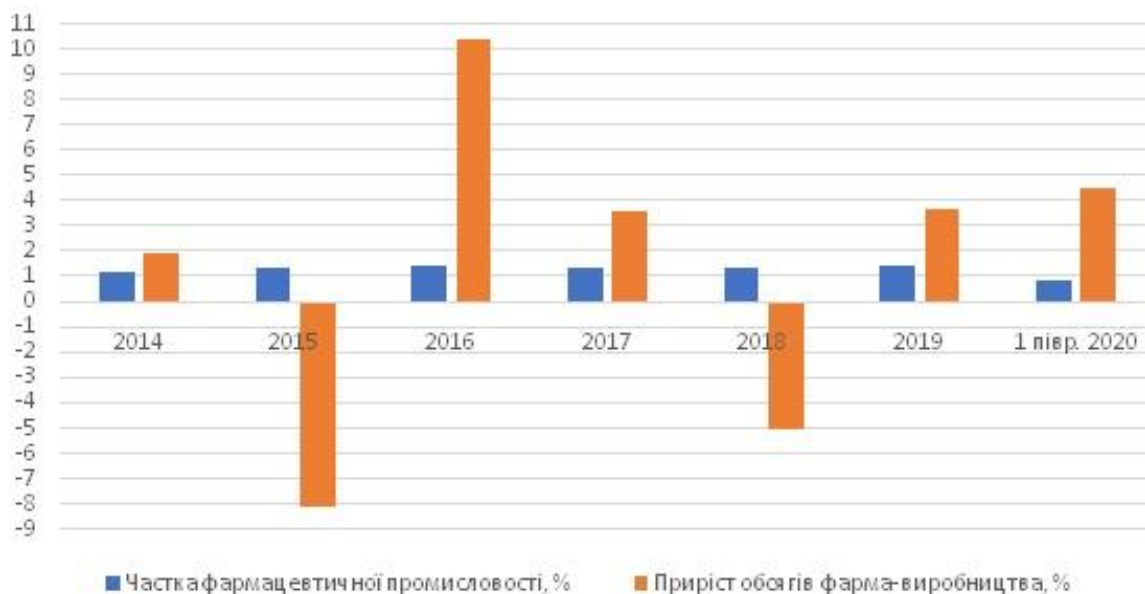


Рис. 1. Зміни частки та обсягів фармавиробництва в Україні у 2014–2020 рр.

За даними Державної служби статистики України

Крім того, темпи її розвитку є дуже нестабільними та мають хвилюподібний (синусоїдальний) характер (див. рис. 1). Така нестабільність не сприяє покращенню ефективності та результативності роботи фармацевтичних виробників, серед яких ледь частка припадає на топ-10 виробників: Фармацевтична фірма «Дарниця»; Київмедпрепарат; Фармак; Борщагівський ХФЗ, Галичфарм, тощо.

Втім, українські виробники ліків за останні десятиліття поступово втрачали свої позиції на внутрішньому ринку у порівнянні з іноземними фармакомпаніями, частка яких наприкінці 2019 р. досягла 50 % вітчизняного ринку (рис. 2).

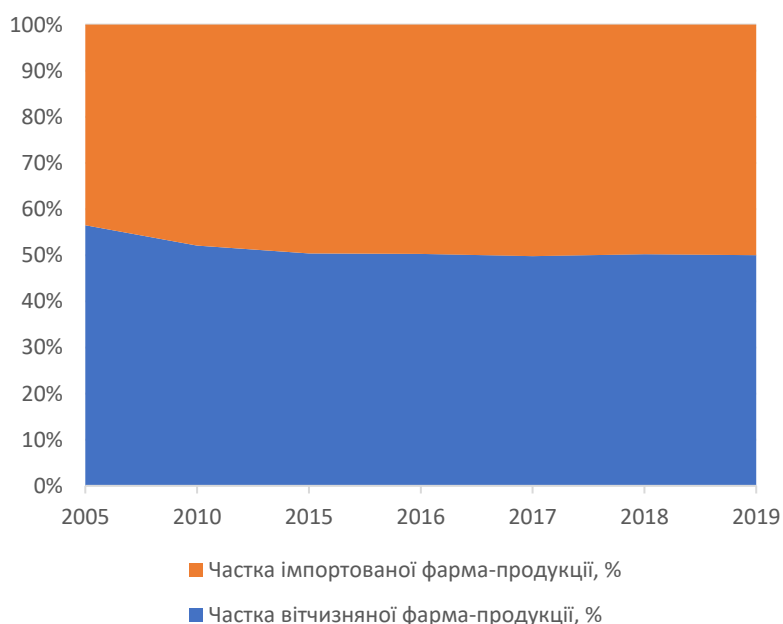


Рис. 2. Структура українського роздрібного ринку фармацевтичних продуктів у 2005–2019 рр.

За даними Державної служби статистики України

Більш того, скорочується не тільки частка на внутрішньому ринку, після 2014 р. відбувалось значне падіння й обсягів експорту фарма-продукції з 2,1 до 1 млн. т. на рік [1].

Поглиблюючись у причини втрачання вітчизняними фарма-виробниками своїх позицій на внутрішньому та зовнішніх ринків, слід зазначити кілька недоліків, які властиві як невеликим компаніям, так і лідерам ринку. Серед них, одним з найсуттєвіших є відсутність чіткої стратегії розвитку компанії. Це підтверджується на прикладі Борщагівського ХФЗ та двох іноземних компаній Teva (Ізраїль) та AstraZeneca (Велика Британія) [1]. Крім того, було встановлено, що вітчизняні фарма-компанії втрачають свої позиції через:

- слабку роботу маркетингових служб та відсутність маркетингових стратегій, зокрема міжнародних;
- відсутність спеціального тренування медичних представників фарма-компаній;
- відсутність трансформації медичних представників у медичних радників для докторів;
- відносно слабку науково-технічну базу, що здатна розробляти нові препарати та фарма-продукти;
- слабкий або відсутній менеджмент ефективності фарма-компаній.

Виправлення перерахованих недоліків вимагає реалізації стратегічних та тактичних рішень, що здатні забезпечити стійке зростання ефективності вітчизняних фарма-компаній та посилення їх позицій на ринках. Втім, в умовах обмеженості інвестиційних ресурсів та розробки власних інструментів і стратегій розвитку доречно використовувати найкращі практики, що запроваджені світовими лідерами фарма-ринку. Для цього доречно застосовувати бенчмаркінг ефективності, що є відомим у науці та практиці методом управління ефективністю діяльності підприємств різних форм власності та видів діяльності [3, 4]. В умовах помітного відставання у рівні конкурентоспроможності, бенчмаркінг ефективності [5] або конкурентний бенчмаркінг [6], а також міжнародний бенчмаркінг ефективності [7] в змозі забезпечити стійке зростання ефективності та результативності вітчизняних фармацевтичних компаній.

Література

1. Гарматюк, О.В. (2019). Сучасні тенденції розвитку фармацевтичної галузі України. *Економічні студії*, № 2 (24). С. 66-69.
2. Goncharuk, A.G., &Getman, M. (2014). Benchmarking to improve a strategy and marketing in pharmaceuticals. *Benchmarking: An International Journal*. Vol. 21 No. 3. pp. 364–385.

References

1. Harmatyuk, O.V. (2019). Suchasni tendentsiyi rozvytku farmatsevychnoyi haluzi Ukrayiny. *Ekonomichni studiyi*, № 2 (24). S. 66-69.
2. Goncharuk, A.G., &Getman, M. (2014). Benchmarking to improve a strategy and marketing in pharmaceuticals. *Benchmarking: An International Journal*. Vol. 21 No. 3. pp. 364–385.

3. Goncharuk, A.G., Lazareva, N. O., &Alsharf, I. A. (2015). Benchmarking as a performance management method. *Polish Journal of Management Studies*, 11(2), 27-36.

4. Гончарук, А.Г. (2008). Модель осуществления бенчмаркинга на промышленном предприятии. *Актуальні проблеми економіки*, № 1 (79), С. 18-25.

5. Goncharuk, A.G. (2012). Managing enterprise performance in the food industry. *Polish Journal of Management Studies*, 5, 86-101.

6. Goncharuk, A.G. (2014). Competitive benchmarking technique for “the followers”: a case of Ukrainian dairies. *Benchmarking: An International Journal*, 21 (2), pp. 218-225.

7. Goncharuk, A.G., Lazareva N.O. (2015). International performance benchmarking in wine making. *Benchmarking: An International Journal*, 24(1), pp. 24-33.

3. Goncharuk, A.G., Lazareva, N. O., &Alsharf, I. A. (2015). Benchmarking as a performance management method. *Polish Journal of Management Studies*, 11 (2), 27-36.

4. Goncharuk, A.G. (2008). Model' osushchestvlenyya benchmarkynha na promyshlennom predp-ryyatyy. *Aktual'ni problemy ekonomiky*, № 1 (79), S. 18-25.

5. Goncharuk, A.G. (2012). Managing enterprise performance in the food industry. *Polish Journal of Management Studies*, 5, 86-101.

6. Goncharuk, A.G. (2014). Competitive benchmarking technique for “the followers”: a case of Ukrainian dairies. *Benchmarking: An International Journal*, 21 (2), pp. 218-225.

7. Goncharuk, A.G., Lazareva N.O. (2015). International performance benchmarking in wine making. *Benchmarking: An International Journal*, 24(1), pp. 24-33.