

## МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Нікалаєнко Н.М., Демченко Н.В.*

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

**Актуальність.** Сучасний національний фармацевтичний ринок та економічні реалії вимагають від його учасників формування певної стратегії, яка забезпечить стабільний розвиток національних фармацевтичних виробників в умовах мінливого середовища, підвищить їх конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість.

**Мета і завдання** полягають в дослідженні моделей управління конкурентоспроможності фармацевтичних підприємств в сучасних умовах господарювання.

**Результати.** Механізм управління конкурентоспроможністю підприємства доцільно визначити як сукупність взаємопов'язаних організаційних та економічних важелів й інструментів, які впливають на генерування цінностей і примноження конкурентних переваг задля забезпечення успішного функціонування та розвитку підприємства [2].

Для того, щоб ефективно побудувати модель управління конкурентоспроможністю необхідно більш детально розглянути процес управління конкурентоспроможністю фармацевтичних підприємств, що складається з 5 блоків.

Блок 1. Дослідження ринку. На цьому етапі дуже важливий вибір джерел достовірної інформації. Для вчасного відстеження змін вимог покупців, своєчасного виявлення нових видів продукції, проведення моніторингу цін, своєчасне реагування на дії конкурентів, процес вивчення ринку продукції і конкурентів повинен проводитися регулярно.

Блок 2. Аналіз власних можливостей експортної діяльності. Цей блок починається з виявлення «сильних» і «слабких» сторін економічної діяльності підприємства. Це дозволяє виявити потенціал підвищення конкурентоспроможності, а також визначити обмеження.

Блок 3. Розробка функціональних планів та їх реалізація. Відповідно до затверджених положень конкурентної стратегії в області експорту, цінової політики, політики в області якості здійснюється розробка функціональних планів під-розділів (відділів) підприємства.

Блок 4. Конкурентна політика і стратегія та безпека. Цей містить систему управління конкурентними перевагами, яка включає [2]:

- планування конкурентних переваг;
- визначення чинників, що впливають на конкурентоспроможність господарської діяльності підприємства;
- формування портфеля конкурентних переваг;
- розробка заходів, що дозволяють нарощувати конкурентні переваги;
- визначення проблемних зон діяльності.

Блок 5. Оцінка і аналіз результуючих показників. При послідовній реалізації усіх стадій процесу управління конкурентоспроможністю господарської діяльності підприємства, елементи «входу» підприємства будуть представлені на «виході» у вигляді наступних результуючих показників:

- 1) Конкурентоспроможна продукція.
- 2) Збільшення частки ринку.
- 3) Ефективність зовнішньоекономічної діяльності.
- 4) Підвищення продуктивності.
- 5) Інноваційна активність.

Стратегічно важливим чинником забезпечення конкурентоспроможної позиції підприємства на ринку праці є сила та потенціал бренду. Адже специфіка фармацевтичного підприємства не дозволяє застосовувати агресивні методи маркетингу та просування товару, впливу на думку споживача

ЛЗ. При реалізації стратегічного плану маркетингових комунікацій фармацевтичні підприємства в основному керуються такими критеріями, як обсяг продажів товару та частка ринку.

Слід зазначити, що для реалізації перших двох блоків цієї концептуальної моделі необхідно сформулювати системи показників для дослідження конкурентоспроможності підприємств. З метою єдності аналізу внутрішньої та зовнішньої конкурентоспроможності підприємства та конкурентів слід використовувати однакову систему показників яку необхідно розглядати у двох розрізах: – часовий розріз дозволить прослідкувати динаміку конкурентоспроможності кожного підприємства; – просторовий розріз дозволить порівняти підприємства між собою, тобто дослідити конкурентоспроможність конкурентів.

Наочно модель показано на рис. 1.1.

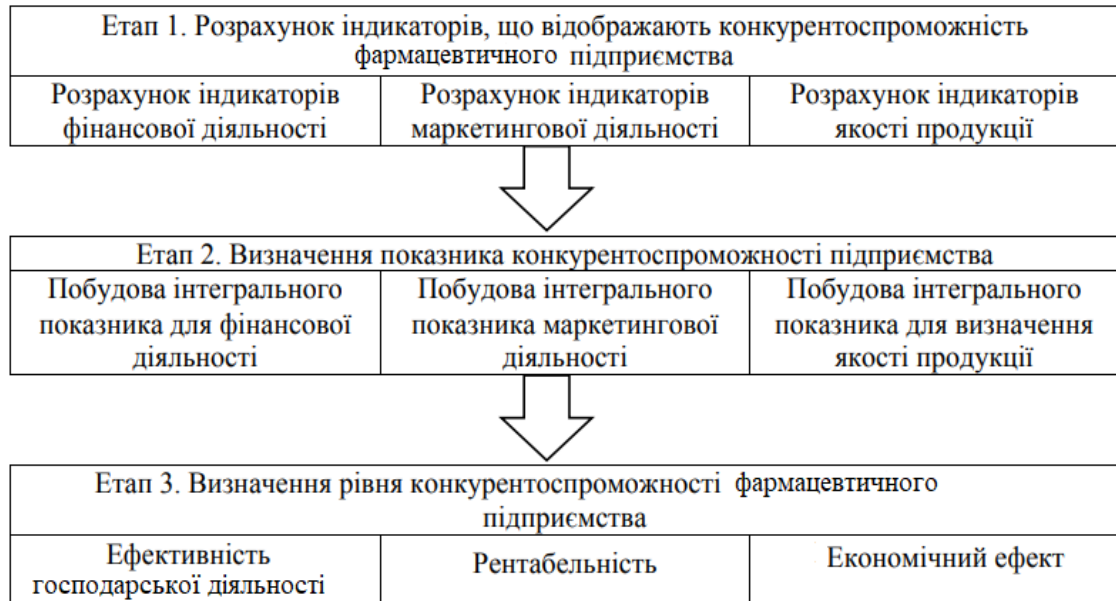


Рис. 1. Методичні рекомендації щодо визначення конкурентоспроможності фармацевтичного підприємства

**Висновки.** Управління конкурентоспроможністю доцільно розглядати як систему заходів щодо впливу на рівень конкурентоспроможності з метою приведення його до бажаного або оптимального рівнів та утримання на них у перспективі. Було сформовано складові та етапи побудови механізму управління конкурентоспроможністю підприємства а також виділено класифікацію факторів, що мають вплив на її рівень. Було розглянуто модель формування конкурентоспроможності фармацевтичного підприємства в умовах мінливого ринкового середовища.

Список літератури:

Лупак Р. Л. Конкурентоспроможність підприємства / Р. Л. Лупак, Т. Г. Васильців. – Львів : Видавництво ЛКА, 2016. – 484 с.

Коновал В. В. Системно-процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства / В. В. Коновал. // Економіка. Управління. Інновації. – 2011. – № 2. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2011\\_2\\_23](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_2_23)