

Стратегия управления продуктовым портфелем фармацевтической компании

Научный руководитель – Смирнов Станислав Романович

Козлакова Елена Васильевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Москва, Россия

E-mail: elenakozlakova@gmail.com

Фармацевтический и биотехнологический рынок является одним из крупнейших сегментов здравоохранения, он занимает 70% доли рынка и составляет более 1 трлн. долл. Согласно данным международной аналитической компании IMS Health, темпы роста до 2010 года были на уровне 7% ежегодно. Однако с 2010 года рост рынка резко замедлился. На сегодняшний день средние темпы находятся в пределах 2-5% ежегодно. Аналитики Frost & Sullivan полагают, что в период с 2016 по 2025 год средний прирост глобального рынка фармацевтики и биотехнологий составит около 4,6% и достигнет 1,7 трлн. долл. к 2025 году. [1]

Такому замедлению темпов роста рынка способствовал целый ряд причин. Одним из главных можно выделить глобальный финансово-экономический кризис 2008-2009 гг., вследствие которого правительства многих стран было вынуждено пересмотреть свои бюджеты на здравоохранение и оптимизировать расходы на закупки лекарств. Это стало возможным, поскольку именно в этот период истекли сроки действия патентов на многие лекарства-блокбастеры (ежегодные продажи которых превышают 1 млрд. долл.), и государства смогли переориентировать потребление в сторону более доступных по стоимости препаратов - дженериков и биоаналогов.

Кроме этого фармацевтические компании сталкиваются с такими проблемами как ужесточение государственного регулирования сферы обращения лекарственных препаратов, снижение цен на препараты в связи с ростом конкуренции во многих сегментах фармацевтического рынка, ограничительные меры правительств в отношении импорта препаратов, изменение структуры расходов на здравоохранение — развитие концепции превентивной медицины и др. [1,2]. Эти и другие проблемы оказывают сильное давление на деятельность фармацевтических компаний.

Главным залогом успеха любой фармацевтической компании является сильный продуктовый портфель. Именно он обеспечивает такие важные факторы для повышения стоимости компании как рост продаж, высокую рентабельность и устойчивость продаж.

Управление портфелем продуктов обеспечивает оперативное внесение необходимых изменений в его структуру, поддержание конкурентной позиции на рынке, а также возможность оптимизирования производственных мощностей и расходов. В итоге, управление портфелем помогает сохранять компании экономическую стабильность. Важная роль отводится процессу формирования продуктового портфеля с позиций сбалансированности и рациональности. [3]

Несмотря на то, что теме управления продуктовым портфелем посвящено достаточное количество исследований, многие компании привыкли использовать относительно упрощенные или приблизительные методы управления своим продуктовым портфелем. Но при этом современный и изменчивый рынок требует постоянной модификации существующих методов и моделей.

Сегодня большинство малых и средних фармацевтических компаний принимают решения, которые основаны на их интуиции и опыте, не уделяя при этом нужного внимания

на специализированные методы. Для успешного функционирования компании в современных условиях этот вопрос становится важным. [4]

Целью данной работы является разработка модели управления формированием продуктового портфеля фармацевтической компании. Объектами исследования являются фармацевтические и биотехнологические производственные компании лекарственных средств, а предметом - процессы формирования и управления продуктового портфеля.

В процессе исследования описываются различные стратегии управления продуктовым портфелем, существующие подходы к его анализу и формированию. Проводится анализ современного состояния российского фармацевтического рынка, и выделяются ключевые факторы, оказывающие влияние на продуктовый портфель производителей.

Дополнительно проводится исследование практического опыта ведущих игроков фармацевтической индустрии по развитию и формированию портфеля, описываются проблемы, с которыми чаще всего сталкиваются производители в данном процессе.

В заключении проводится анализ российской биофармацевтической компании, даются рекомендации по стратегическому развитию ее продуктового портфеля, а также разрабатывается модель для формирования сбалансированного и конкурентоспособного портфеля.

Источники и литература

- 1) 1. Обзор тенденций на глобальном и российском фармацевтическом рынке // Frost & Sullivan, 2016
- 2) 2. Biopharmaceutical research industry profile 2016 // Pharmaceutical Research and Manufacturers of America, April 2016
- 3) 3. Авдеева А.А. Формирование портфеля продукции. // Экономика и социум, №5 (24) 2016
- 4) 4. Ekaterina Tiseyko. A new perspective on the product portfolio management of pharmaceutical companies. // Kajaani University of Applied Sciences