

## **ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ АНТИКРИЗОВИХ СТРАТЕГІЙ У ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ**

**Посилкіна Ольга Вікторівна**

д.фарм.н., професор

Національний фармацевтичний університет

м. Харків, Україна

**Губар Мирослава Артурівна\***,

Студент

**Косяченко Константин Леонідович**

д.фарм.н., професор

Національний медичний університет ім. О.О. Богомольця\*

Умови, в яких нині перебуває сучасний фармацевтичний бізнес, характеризуються дедалі частішою появою кризових явищ. Кризи негативно впливають на діяльність фармацевтичних компаній, завдаючи значних збитків та знижуючи конкурентоспроможність. І тільки грамотний антикризовий менеджмент може мінімізувати або нівелювати вплив цих небезпечних явищ для фармацевтичних підприємств.

Метою роботи є визначення можливостей, які надає застосування антикризових стратегій для подолання криз різноманітного характеру у роботі фармацевтичних компаній.

Теоретичне визначення можливостей проводилось на базі аналізу відкритих джерел літератури та наукометричних баз даних в мережі Інтернет.

Згідно тлумачного словника сучасної української мови: «Криза (від грецького krisis – поворотний пункт, рішення) – різка зміна звичайного стану речей, злам, загострення становища [1]. Будь-яку кризу можна розцінювати як різкий момент у житті компанії, що потребує змін в усіх сферах діяльності. Відповідно, антикризове управління спрямоване на стабілізацію діяльності підприємства. Воно має забезпечити гнучкість та підвищити адаптивність підприємства до змін зовнішнього середовища, у тому числі і до тих, що негативно впливають на ринкову та фінансову стійкість підприємства. Крім

того, антикризове управління повинно бути спрямоване на ефективне використання всіх внутрішніх ресурсів підприємства – фінансових, матеріальних, людських, виробничих [2].

Антикризовий менеджмент реалізується завдяки реалізації антикризових стратегій, які створюють конкретну систему управління компанією, що дозволяє їй ефективно здійснювати свою діяльність з урахуванням певного рівня ризику.

Проаналізувавши теорію, ми визначили, що при розробці і впровадженні комплексних антикризових стратегій фармацевтична компанія може досягнути наступного:

1. Створення системи постійного моніторингу за ключовими показниками, що безпосередньо впливають на роботу підприємства, аби мати достовірну повну інформацію щодо ситуації, яка склалась, з метою швидкої оцінки та реагування на зміни.

2. Локалізація кризових явищ у майбутньому завдяки отриманню перевіреної інформації та негайному вживанню відповідних запланованих заходів.

3. Фінансова стабілізація підприємства, що досягається раціональною оптимізацією джерел фінансування компанії, залученням позикових коштів, зниженням рівня витрат, страхуванню.

4. Недопущення потенційного банкрутства компанії.

5. Збереження обсягів виробництва та реалізації продукції.

6. Підтримання запланованого рівня ефективності фармацевтичного підприємства.

7. Майбутня розробка більш ефективних заходів попередження появи різноманітних криз.

8. Забезпечення більш якісної підготовки персоналу, який матиме чіткий і зрозумілий план дій у тій чи іншій ситуації.

Беручи до уваги реалії сьогодення, можна виділити такі особливості впровадження антикризових стратегій у фармацевтичному бізнесі:

1. Оскільки фармація – всебічно регульована галузь, обрана антикризова стратегія не має порушувати вимог закону і Належних практик. Антикризова стратегія не може суперечити встановленим вимогам щодо виробництва, клінічного та до клінічного дослідження лікарських засобів, їхньої реєстрації та фармаконагляду. Також це стосується маркетингових стратегій, а надто коли мова йде про лікарські засоби.

2. Для обрання тієї чи іншої антикризової стратегії для фармацевтичного підприємства, власне, як і для будь-якої комерційної структури, необхідно звертати увагу на стадію життєвого циклу підприємства і причини виникнення криз.

3. Через значну нестачу спеціалістів реалізація антикризової стратегії не повинна супроводжуватись втратою кваліфікованих кадрів на підприємстві. Відомо, що за оцінками ВООЗ, у 2016 р. нестача робочої сили у світі в системі охорони здоров'я становила 7,2 млн осіб. За прогнозами, до 2035 р. вона збільшиться мало не в двічі — до 12,9 млн осіб. А беручи до уваги недосконалість системи підготовки провізорів та значні міграційні чинники, підбирати необхідний персонал стає дедалі складніше.

4. Впровадження антикризової стратегії жодним чином не має порушувати принципи соціальної відповідальності. Соціальна відповідальність для фармацевтичних компаній має особливе значення та є складовою репутації фармацевтичної компанії. В умовах жорстокої конкуренції, коли учасники фармацевтичного ринку пропонують споживачеві приблизно однакові продукцію і послуги за майже однаковою ціною, на перший план виходить такий фактор, як репутація (імідж) компанії. Соціальна відповідальність допомагає фармацевтичній компанії отримувати прибуток чи економити ресурси, особливо якщо йдеться про майбутній розвиток .

5. Нерідко топ-менеджерам фармацевтичних підприємств не вистачає необхідних знань для об'єктивної оцінки фінансового стану підприємства і виведення його з кризи. Тому також актуальним є залучення до роботи антикризових менеджерів. Професіоналізм антикризових менеджерів

забезпечений поєднанням знань з економіки, фінансів, менеджменту ризиків, умінням їх прогнозувати, застосовувати адекватну профілактику щодо кризових ситуацій, з одного боку, а з іншого – знаннями соціально-економічних особливостей у фармацевтичній галузі .

Кризи несуть потенційні загрози для здійснення діяльності фармацевтичної компанії, що зумовило появу антикризового менеджменту, який реалізується завдяки реалізації антикризових стратегій, які охоплюють всі сфери діяльності підприємства. Антикризові стратегії дозволяють мінімізувати або нівелювати негативний вплив кризових явищ на роботу фармацевтичних компаній завдяки розробці конкретних заходів попередження появи криз та плану визначених дій при їхньому виникненні.

#### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://padaread.com/?book=50054>
2. Інструменти антикризового управління / Т. Л. Мостенська, Е. О. Юрій // Український журнал прикладної економіки. - 2019. - Т. 4, № 1. - С. 64-72. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ujae\\_2019\\_4\\_1\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ujae_2019_4_1_10)