

**ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“
СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
КАТЕДРА „МЕНИДЖМЪНТ И МАРКЕТИНГ“**

Светлана Руменова Тимофеева

**ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ
ПОТЕНЦИАЛ ВЪВ ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В
БЪЛГАРИЯ**

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

на дисертационен труд за присъждане на образователна
и научна степен „доктор“ по научна специалност
„Икономика и управление (индустрия)“

Научен ръководител:
проф. д-р Рая Мадгерова

Благоевград

2017

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

Дисертационният труд съдържа увод, изложение в три глави, заключение и е в обем от 220 стандартни текстови страници. Използвани са 200 литературни източника. В текста са включени 52 таблици и 32 фигури. Към дисертационния труд има 11 приложения в обем от 69 страници, които съдържат 59 таблици и 8 фигури. Общият обем на дисертационния труд е 310 страници.

Авторът на дисертационния труд е редовен докторант в катедра „Мениджмънт и маркетинг“ при Стопански факултет на ЮЗУ „Неофит Рилски“ – Благоевград.

Защитата на дисертационния труд ще се състои
на 26.01.2018 г. от 10.00 часа
в зала 8312 на Стопанския факултет.

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Актуалност и значимост на темата

Конкуренцията е основата на пазарните взаимоотношения, както и един от най-важните елементи на пазарния механизъм. Тя спада към най-значимите фактори за икономически растеж и стимулиране на развитието на предприятието като цяло. Конкурентоспособността на предприятието е качеството му да устоява на конкуренцията на вътрешните и външните пазари и да полага непрекъснати усилия в поддържането и формирането на конкурентни предимства. Притежаваните конкурентни предимства са в основата на изготвянето на конкурентна стратегия, която стратегия изразява стремежа на фирмата да заеме конкурентна пазарна позиция в отрасъла.

За успешното функциониране и развитие на предприятието в условията на пазарна икономика, се изисква прилагане на подходящ подход към формирането на собствена конкурентна стратегия, определяне на разполагаемите конкурентни предимства, а това, от своя страна, означава, че е необходимо да се определи ролята и значението на конкурентния потенциал на предприятието.

Постигането на целите, заложили в конкурентната стратегия, освен от качествено управление на конкурентоспособността, се нуждае и от развитие на конкурентния потенциал.

В съвременните пазарни условия темата за конкурентоспособността и конкурентния потенциал на предприятията запазва своята значимост и актуалност за всички функциониращи пазарни субекти. Във високоспециализираните производства, каквото е фармацевтичното, компаниите също водят своята конкурентна борба с останалите фирми в бранша.

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

Актуалността и значимостта на изследването в настоящия дисертационен труд се определя на основата на следните аргументи:

- Фирмите извършват дейността си в силно конкурентна среда, което налага полагането на непрестанни усилия за разкриване и оползотворяване на възникналите или очертаващи се за в бъдеще възможности за повишаване на конкурентоспособността и за развитие на конкурентния потенциал. Тези възможности полагат основата на създаване на конкурентни предимства и постигане на пазарен успех.

- Необходимостта от изследване на конкурентния потенциал става все по – важна задача в днешно време, тъй като познаването на неговите основни компоненти и тяхната степен на развитие в дадена фирма ще определи бъдещата посока на дейност.

- Проблемите, свързани с ефективното функциониране на предприятието все по – често са свързани с непълното използване на потенциала на фирмата, а варианта, в който ефективността на дадено ниво се постига чрез намаляване на потенциала, се признава за непродуктивен. За да бъде достигнат международният управленски опит в сферата на развитие на конкурентния потенциал и конкурентоспособността на предприятието, се изисква теоретичен анализ на същността и тенденциите на развитие на потенциала на компанията, както и определяне на факторите, които влияят върху неговото състояние и тенденции за развитие.

Степен на разработеност на проблема

Проблемът, свързан с конкурентния потенциал на организацията и неговото развитие представлява интерес за редица учени в тази сфера. Изучаването на конкуренцията,

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

конкурентоспособността, конкурентните предимства и стратегии, е занимавало чуждестранни и наши учени като Смит А., Рикардо Д., Мил Дж.С., Хайне П., Маршал А., Томпсън А.А. мл., Стрикланд А.Дж., Минцберг Г., Юданов А. Ю., Азоев Г.Л., Котльър Ф., Портър М., Салавелис Д.Е., Салихова Я.Ю., Ступин Т.А., Суска А.А., Тарануха Ю.В., Шумпетер И.А., Гибало Н.П., Кирцнер И., Фатхутдинов Р.А., Миронов М.Г., Воронов Д.С., Ламбен Ж.Ж., Фальцман В.К., Григориян Е.С., Рибов М., Палешутски К., Мадгерова Р., Георгиев Р., Димитрова Р. и др.

Конкурентния потенциал, неговите елементи и взаимовръзката му с факторите на неговото развитие и условията за реализация са посветени трудовете на Семененко С.В., Фрум О.Л., Фасхиев Х.А., Чайникова Л.Н., Чайников В.Н., Фомченкова Л.В., Баринов В.А., Арбатская Е.А., Ерохин Д.В., Суска А.А., Салихова Я.Ю., Аренков И.В., Салавелис Д.Е., Ковалев В.В., Старостина Т.Г., Ступина Т.А. и др.

Изготвените научни трудове и приложни разработки от посочените и други изследователи по проблематиката, свързана с конкурентния потенциал, заслужават висока оценка.

Въпреки че повечето научни разработки по посочения проблем разглеждат конкурентния потенциал на индустриалното предприятие, за конкурентния потенциал във фармацевтичната индустрия и възможностите за неговото повишаване липсва достатъчна разработеност на проблема. Представените теоретични разработки не защитават една и съща позиция относно същността, структурата и елементите на конкурентния потенциал, както и факторите, оказващи влияние върху него. Липсата на еднозначно мнение налага необходимост от конкретизиране на теоретичните аспекти във връзка с формиране на конкурентния потенциал. Съществува необходимост и от разработване на методология за

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ

АВТОРЕФЕРАТ

анализ и оценка на конкурентния поенциал и разкриване на възможностите за неговото повишаване.

Цел и задачи на изследването

Целта на дисертационното изследване е да се оцени конкурентния потенциал на фармацевтичната индустрия в България и да се изведат възможности за неговото развитие.

За да бъде постигната така формулираната цел, е необходимо да се изпълнят няколко **изследователски задачи**:

1. Дефиниране на същността и съставните елементи на конкурентния потенциал и обосноваване на значението му за повишаване нивото на конкурентоспособност на фармацевтичните предприятия в България.

2. Доказване на влиянието на конкурентния потенциал върху нивото на конкурентоспособност на предприятието.

3. Извършване на оценка на конкурентния потенциал на фармацевтичните предприятия в България.

4. Установяване на възможностите за развитие на конкурентния потенциал на фармацевтичните предприятия.

Изследователска теза

Научноизследователската теза на дисертационния труд е:

Ефективното развитие на конкурентния потенциал на предприятията от фармацевтичната промишленост е важна предпоставка за повишаване на конкурентоспособността им и за нарастване на продажбите, респективно на приходите от продажби, както и на финансовия резултат от дейността.

Обект и предмет на изследването

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ

АВТОРЕФЕРАТ

Обект на изследването в настоящия дисертационен труд е конкурентния потенциал на предприятията от фармацевтичната индустрия в България.

Предмет на изследването са възможностите за развитие на конкурентния потенциал на предприятията от фармацевтичната индустрия в България.

Методи на изследването

Използваните методи за постигане на целите на изследването са следните: метод на сравнението, анализа и синтеза, метод на групировката, табличен и графичен метод, методи за разкриване на структурата, динамиката и териториалното разположение на изследваните предприятия, интегрални методи за изчисление на нивото на конкурентоспособността и конкурентния потенциал на предприятието, модел на Дюран за оценка на платежоспособността. Изброените методи предоставят възможност за решаване на изследователските задачи.

За изпълнението на формулираните задачи са анализирани финансови данни от публикуваните годишни финансови отчети на изследваните предприятия. Систематизирана е информация относно стойностното изражение на важни за целта на изследването показатели. Такива са: стойност на текущи и нетекущи активи, собствен капитал, текущи и нетекущи задължения, печалба преди и след данъчно облагане, както и приходи от продажби. Въз основа на събраните данни са изчислени коефициенти, необходими за анализа и оценката на конкурентния потенциал и установяване на влиянието му върху нивото на конкурентоспособност. Използваните коефициенти в изследването са: коефициенти за рентабилност, коефициенти на задължнялост и финансова автономност, коефициенти на

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

ликвидност, коефициент на финансов ливъридж, коефициент на финансова устойчивост.

Основни информационни източници

Основните източници на информация са научни разработки, данни от годишните финансови отчети на изследваните фармацевтични предприятия, публикувани в Търговския регистър или на сайтовете на фирмите; отчети за дейността на фирмите; публикувани в медиите интервюта с ръководители на разглежданите фирми.

Научни уговорки

Възможностите за развитие на конкурентния потенциал във фармацевтичната индустрия в България са изведени въз основа на анализ на конкурентния потенциал на предприятията, функциониращи в изследваната индустрия.

Дисертационното изследване е ограничено по отношение на избора на предприятия от фармацевтичния сектор, които да бъдат анализирани. За целта на дисертационния труд ограниченията се свеждат до разглеждане на предприятия от индустриален сектор С „Преработваща промишленост”, раздел 21.1. Производство на лекарствени вещества и продукти. Анализирани са предприятията, произвеждащи лекарствени средства за хуманната медицина.

Изследването е **ограничено по отношение на изследвания период**, а именно от 2010 до 2016 г.

Разработването на дисертационния труд беше съпроводено с известно затруднение във връзка с липсата на достатъчно информация за 2016 г. в Търговския регистър. Посоченото затруднение възникна поради ненавременното публикуване от част от изследваните фирми на техните годишни финансови отчети.

2. Структура и съдържание на дисертационния труд

Дисертационният труд съдържа увод, изложение в три глави и заключение. Той е в обем от 220 стандартни текстови страници. Използвани са 200 литературни източника. В текста са включени 52 таблици и 32 фигури. Към дисертационния труд има 11 приложения в обем от 69 страници, които съдържат 59 таблици и 8 фигури. Общият обем на дисертационния труд е 310 страници.

Структурата на изложението е следната:

УВОД

Първа глава. Конкурентният потенциал на предприятието като предпоставка за формиране на конкурентни предимства и нарастване на конкурентоспособността – теоретико – методологически основи

1. Основни теоретични постановки за конкуренцията и конкурентоспособността

1.1. Конкуренция

1.2. Конкурентоспособност

1.3. Фактори, влияещи върху конкурентоспособността

2. Конкурентни предимства на предприятието

3. Конкурентният потенциал като предпоставка за формирането на конкурентни предимства и конкурентоспособността на предприятията

3.1. Същност, структура, елементи и направления за развитие на конкурентния потенциал

3.2. Роля на конкурентния потенциал за формиране на конкурентни предимства и конкурентоспособност

3.3. Развитие на конкурентния потенциал чрез прилагане на конкурентна стратегия

Втора глава. Методология за изследване на конкурентния потенциал във фармацевтичната индустрия

1. Анализ на съществуващите подходи и методи за оценка на конкурентния потенциал на предприятието
2. Методи за оценка на конкурентния потенциал на предприятията от фармацевтичната промишленост
3. Методика за сравнителен анализ и определяне препоръките и насоките за развитие на конкурентния потенциал на предприятието

Трета глава. Оценка на конкурентния потенциал на предприятията от фармацевтичната промишленост в България и възможности за развитието му

1. Характеристика на предприятията от фармацевтичната промишленост в България
 - 1.1. Отраслов анализ
 - 1.2. Конкурентен анализ
2. Конкурентен потенциал на предприятията от фармацевтичната промишленост – анализ и оценка
3. Проблеми и възможности за развитие на конкурентния потенциал на предприятията от фармацевтичната индустрия

Заклучение

Литература

Списък на таблиците в дисертационния труд

Списък на фигурите в дисертационния труд

Списък на приложенията в дисертационния труд

Приложения

Справка за приносите в дисертационния труд

Списък на публикациите по дисертационния труд

II. КРАТКО ИЗЛОЖЕНИЕ НА СЪДЪРЖАНИЕТО НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Първа глава. Конкуrentният потенциал на предприятието като предпоставка за формиране на конкурентни предимства и нарастване на конкурентоспособността – теоретико-методологически основи

Първа глава на дисертационния труд обхваща теоретико-методологическите основи на конкуренцията, конкурентоспособността, конкурентния потенциал и конкурентните предимства.

В първия параграф вниманието е фокусирано върху ключовите понятия конкуренция и конкурентоспособност. Разгледани са също и факторите, които влияят върху конкурентоспособността.

Разграничени са три подхода при формулиране на определение за понятието „конкуренция”. Първият подход е поведенческият. Той е характерен за представителите на класическата икономическа теория като Адам Смит, Дейвид Рикардо, Джон Стюарт Мил, Карл Маркс и Фридрих Енгелс и др. За представителите на неокласическото направление също е характерен поведенческият подход. При вторият подход, структурният, допринесли най-много за развитието му са: Антоан Курно, Едуард Чембърлейн, Джон Мейнард Кейнс, Джон Голбрайт и др. При функционалния подход се поставя аспект върху функцията, изпълнявана от конкуренцията като елемент на пазарния механизъм. Най-голям принос в развитието на този подход имат учени като Йозеф Шумпетер, Фридрих Хайек, Израел Кирцнер, Уилям Лашър.

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

В резултат на подробното изследване на дефинициите за конкуренция, давани от различни автори са обобщени следните няколко извода:

А) Според поведенческия подход:

- Конкуренцията е съперничество между индивидуалните купувачи и продавачи за по – изгодни условия на производство, продажба и покупка, и за получаване на по – висока печалба;

- Конкуренцията служи за ценово регулиране на пазара и обуславя механизмът на преливане на капитала от един отрасъл в друг, което води до установяване на средно ниво на нормата на печалба в икономиката;

- Тя е свързана с борбата за оскъдните икономически блага и се явява стремежът към възможно най – доброто удовлетворение на критериите за достъп до тях;

- Борба за пазарна власт, водена от фирмите на достъпния за тях пазарен сегмент, не само с непосредствените конкуренти, а и чрез своите клиенти и доставчици, с цел привличане и запазване на ограничения обем от платежоспособно търсене;

Б) Според структурния подход:

- Акцентът се пренася от борбата между стопанските субекти към структурата на пазара, определящ характера на тяхната конкурентна конфронтация;

- Дори при наличие на голям брой конкуренти на пазара и ниско ниво на входните и изходните бариери, стопанският субект може да придобие монополна власт чрез контрол над доставките и на цената, което се постига посредством взаимозаменяемост на конкурентните стоки;

- Възниква тенденция към експлоатация на факторите на производството чрез образуване на големи обединения, поглъщащи по – рано конкуриращите се една с друга фирми;

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

- За съществуването на конкуренцията е необходимо наличие на пазара на голям брой независими един от друг купувачи и продавачи на конкретен продукт или ресурс, действащи при пълна свобода да навлизат или да напускат даден пазар, спрямо техния личен икономически интерес;

В) Според функционалния подход:

- Конкуренцията е елемент на пазарния механизъм и процес на изместване на старото от новото;

- Единствено ефективна е конкуренцията на база иновации;

- Конкуренцията е способна сама да приведе пазара в състояние на равновесие, чрез наличие на съответствие между търсенето на стоки и услуги, парична маса за поддържане на това търсене и предлагане на стоки и услуги посредством ценовия механизъм.

След установяване на изводите от гореизложените определения за понятието конкуренция, според различните подходи, по наше мнение е подходящо да предложим следното определение:

Конкуренцията е съревнование между независими един от друг пазарни субекти, свободни да търсят по – добри условия на производство, предлагане и търсене на достъпен за тях пазарен сегмент, регулирайки процеса чрез ценовия механизъм и прилагане на иновативност при борбата за оскъдните икономически блага и пазарна власт.

След анализ на конкуренцията като понятие, е разгледана конкурентоспособността на предприятието. Изследвани са равнищата на конкурентоспособността, структурата ѝ на микро-, мезо- и макрониво, както и съставляващите я елементи. Разграничени са според нас, в зависимост от методологическия подход за оценка на нивото на конкурентоспособност, няколко

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

подхода при дефиниране, а именно – системен, динамичен и сравнителен подход. Освен групиране според използвания подход, таблично са представени дефиниции, включващи в състава си като основа стопанската дейност на предприятието и произведената продукция като главен източник на конкурентоспособност.

Анализирайки съдържанието на гореизложените определения, по наше мнение могат да бъдат направени няколко обобщаващи извода във връзка с понятието конкурентоспособност на предприятието:

- Способност на предприятието да проектира, произвежда и продава конкурентоспособни стоки;

- Стоките да отговарят на потребителското търсене, да са в състояние да донесат реално и потенциално удовлетворение на конкретни потребности, да са по – привлекателни за потребителите и да превъзхождат конкурентните по своите ценови и неценови (качествени) характеристики;

- Свойство на предприятието да постига набелязаните цели;

- Комплексно понятие, обусловено от системата и качеството на организация и управление, качеството на продукцията, широчината и дълбочината на асортимента, потребностите на обществото или на дадени членове от него, стабилното финансово състояние, техническото оборудване на работните места, управленски технологии, човешки капитал, стратегически маркетинг, техническа, инвестиционна и иновационна политики;

- Способността на предприятието да се приспособява към пазарната икономика и да заема лидерски позиции и определен пазарен дял на външния и вътрешния пазар;

- Способност на предприятието да създава превъзходство над конкурентите, без да отстъпва завоюваните вече позиции;

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

- Производството да е в максимален обем и без загуби за производителя, чрез ефективно използване на ресурсите и производствения, кадровия и финансов потенциал.

- Способност за получаване на приходи и реализиране на печалба от вложения капитал в краткосрочен период, както и разширяване на пазарните продажби.

Въз основа на посочените изводи, конкурентоспособността, според нас може да се разглежда като *способността на предприятието да влага ефективно реалните и потенциалните си финансови и организационно-управленски възможности в производство и реализация на стоки, покриващи завишаващите се потребителски изисквания, с цел заемане на желания пазарен дял и реализиране на печалба от дейността.*

В първия параграф са разгледани и факторите, влияещи върху конкурентоспособността. Анализирани са техните основни класификации в съвременните икономически теории, групирането им във външни и вътрешни фактори според различните автори. Представена е теорията на Майкъл Портър относно факторите за конкурентоспособността. Разграничаването на мобилни и авангардни, общи и специализирани фактори.

На основата на твърденията на учени като Р. Фахутдинов, Л. Чайникова и В. Чайников относно състава на ключовите фактори за успех на предприятието, са изведени *ключовите фактори за успех във фармацевтичната промишленост.* Според нас те могат да се сведат до четири: *иновационен, производствен, финансов и човешки ресурси* (като към човешкия са отнесени и управленските кадри). Техният избор се дължи на спецификата на дейността в изследвания отрасъл и ключовите дейности извършвани в него. В процеса на производство на първо място биват извършвани клинични проучвания и съответните иновационни внедрявания.

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ

АВТОРЕФЕРАТ

Това е първият ключов етап от разработката на едно ново оригинално лекарство. Дори при производство на генерични медикаменти, производствения процес има начална фаза на клинични проучвания. Самият производствен процес следва да се извършва чрез високотехнологични методи, гарантиращи европейско и световно ниво на качество на продукта. Високите технологии и правилното им приложение са съпътствани от инвестиции в съвременна техника и висококвалифициран човешки капитал. Ръководенето на целия производствен процес и поддържане на всичките му елементи на високо ниво е пряко свързано с наличието на висок финансов ресурс, което обуславя и изборът на финансовият фактор като ключов за отрасъла.

Изброените ключови фактори всъщност представляват част от елементите на конкурентния потенциал на предприятието. В тази връзка е направен извод, че чрез развитие и усъвършенстване на елементите на конкурентния потенциал, за всеки един поотделно, може да бъде постигнато желаното ниво на конкурентоспособност, както текуща, така и потенциална.

С цел по-конкретно теоретично обосноваване на основните фактори, е характеризирана взаимозависимостта и взаимовръзката, по наше мнение, между ключовите фактори за успех на фармацевтичните предприятия.

Вторият параграф е посветен на конкурентните предимства на предприятието. Изследвани са етапите от развитието на теорията за конкурентните предимства, разгледан е проблемът за устойчивостта им като същите са разделени на устойчиви и неустойчиви конкурентни предимства. Показана е връзката между пазарният и ресурсният подход за формиране на конкурентни предимства и външните и вътрешните фактори за формирането им. Изяснена е същността на конкурентните предимства от гледна

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

точка на техните основни източници, както и тяхната факторна обусловеност. Анализирано е въздействието на петте съпернически си сили, според теорията на Майкъл Портьър, върху фармацевтичната индустрия.

Благоприятни фактори за фармацевтичната индустрия са силата на доставчиците, силата на купувачите и съперничеството между съществуващите конкуренти поради високото ниво на регулация в сектора. Съществуват високи заплахи във връзка с навлизането на нови конкуренти и появата на нови заместители. Оттук следва и изводът, че ключовите фактори за успех във фармацевтичната индустрия са именно тези, които чрез развитието си биха довели до понижаване на съществуващите заплахи.

В параграф три на първа глава се разглежда конкурентният потенциал като предпоставка за формирането на конкурентните предимства и конкурентоспособността на предприятието. Изследвани са основните същностни аспекти при тълкуването на категорията конкурентен потенциал на предприятието, както и основните определения за него, групирани според аспектите на тълкуване на понятието. Установен е многоаспектният характер на конкурентния потенциал като икономическа категория.

Въз основа на представените основни определения за изследваната категория, според нас могат да бъдат обосновани следните изводи, разкриващи неговите характеристики:

- В основата на конкурентния потенциал на предприятието като понятие основополагащи са наличието на конкуренция и нивото на конкурентоспособност на конкуриращите се предприятия;

- Също така трябва да се отбележи, че конкурентния потенциал на предприятието е в неразривна причинно-следствена

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

връзка с конкурентните предимства, ключовите компетенции на предприятието и неговата конкурентоспособност;

- Конкурентният потенциал изразява пътя на трансформиране на наличните ресурси на предприятието и неговите възможности за развитие в ключови компетенции, чрез които се изграждат устойчиви конкурентни предимства, необходими за ефективно участие в конкурентната борба за заемане на пазарен дял;

- Конкурентният потенциал се формира под въздействието на редица външни и вътрешни фактори от обкръжаващата среда на предприятието, и се изразява посредством сравняването му с потенциала на други стопански субекти, функциониращи на същия пазар, т.е. налице е относителния характер на категорията;

- Конкурентният потенциал представлява част от общия потенциал на предприятието, осигуряваща достигане на конкурентни предимства;

- Въз основа на стратегическия подход при определянето му, конкурентният потенциал може да бъде разглеждан като стратегически и иновационен потенциал, състоящ се от професионализъм, знания, производствен процес, адаптивност и иновативност;

- Позовавайки се на стоковия аспект при тълкуване, конкурентният потенциал може да се характеризира като способност на компанията да разработва, произвежда, продава и обслужва конкурентоспособен продукт;

- Също така, конкурентният потенциал на предприятието може да бъде определен като ключов фактор за успех, според два признака – функционален и ресурсен.

На база гореизложените изводи е предложено следното определение за конкурентен потенциал на предприятието,

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

позовавайки се най-вече на относителния и оценъчния аспект за тълкуване на същността на изследваната категория:

Конкурентният потенциал на предприятието е сравнителна характеристика, изразяваща способността му да осигурява водеща конкурентна позиция през целия производствен процес, чрез адаптивност към променящите се пазарни условия, иновативност и професионализъм, което да доведе до повишаване на конкурентоспособността на предприятието и неговата конкурентна позиция сред останалите стопански субекти, трансформирайки наличните ресурси и възможности в конкурентни предимства по начин, осигуряващ по-високо ниво на оценка на дейността на предприятието в сравнение с останалите участници в конкурентната борба.

Представен е схематично моделът на конкурентния потенциал, съдържащ в себе си външни и вътрешни възможности.

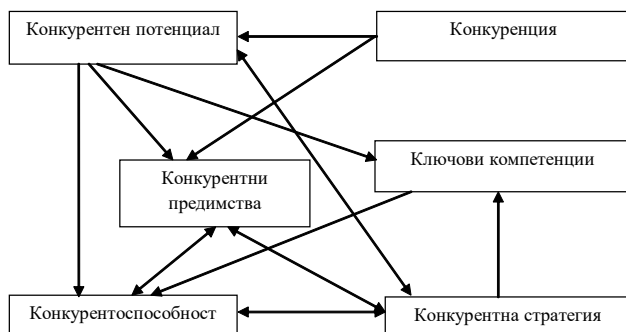
Конкурентният потенциал на предприятието отразява наличието на възможности за изграждане на конкурентни предимства. Той, от една страна, гарантира ефективното изпълнение на конкурентната стратегия, способства за поддържане или увеличаване на пазарния дял на фирмата, като по този начин запазва нейната конкурентоспособност. От друга страна, конкурентният потенциал създава условия за подобряване и развитие на конкурентната позиция на предприятието за в бъдеще. По този начин се формират два компонента на конкурентния потенциал – алокационен или вътрешен конкурентен потенциал и адаптивен или външен конкурентен потенциал¹.

¹Фомченкова Л.В., Дли М.И. Конкурентный потенциал – основа повышения конкурентоспособности промышленного предприятия // Российское предпринимательство. – 2006. – № 5., с.66-71.

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ АВТОРЕФЕРАТ

Определена е ролята на конкурентния потенциал за формиране на конкурентни предимства и конкурентоспособност чрез анализ на съществуващите формулировки за структурата на конкурентния потенциал и изграждането на авторова гледна точка по въпроса, представяне на управлението на конкурентния потенциал като необходим процес за неговото развитие. Конкурентният потенциал, базиран на конкуренцията и конкурентоспособността като понятия, способства за осигуряване на конкурентни предимства, които са в основата на изграждането на подходяща конкурентна стратегия. Връзката между понятията е изразена схематично чрез следната фигура (Фиг. 1)

Фигура 1. Взаимозависимост между основните категории, свързани с конкурентния потенциал



Източник: съставено от автора

За да се осъществява конкуренцията между пазарните субекти, е необходимо да се развива конкурентният им потенциал. Той, от своя страна, води до формиране на конкурентни предимства и повишаване на конкурентоспособността, а също и до развиване на ключовите компетенции на стопанския субект. Конкурентните предимства способстват за изграждането на адекватна

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

конкурентна стратегия, която при реализирането си работи в посока повишаване на конкурентоспособността и на ключовите компетенции.

За да се покаже развитието на конкурентния потенциал чрез прилагане на конкурентна стратегия, е извършен анализ на понятието стратегическа конкурентоспособност, схематично е представено мястото на конкурентната стратегия сред другите типове стратегии на предприятието, сравнени са петте базови конкурентни стратегии на Портьър с представените още няколко вида според Томпсън и Стрикленд². Характеризирани са конкурентните стратегии, основаващи се на създаването на конкурентно предимство. Видно е, че с най-нисък риск е прилагането на стратегия на дезинтеграция и аутсорсинг, която е и в основата на насоките за развитие на конкурентния потенциал на база външни възможности за развитие според съставните му елементи. За отрасъла, предмет на анализ в настоящия дисертационен труд, най-често прилагана в практиката е стратегията на сливания и поглъщания, както и стратегията на вертикална интеграция.

Конкурентната стратегия има за основна цел създаване на конкурентно предимство или подобряване на конкурентната позиция на предприятието. За да бъде определена правилната стратегия за дадено предприятие, следва да се вземат предвид факторите, оказващи най-силно влияние върху дейността на компанията и нейната конкурентоспособност.

Разглеждайки конкурентния потенциал на компанията като предпоставка за формиране на конкурентни предимства и

² Томпсън А.А. - мл. И Стрикленд А.Дж. Стратегическият менаджмент концепции и ситуации для анализа, 12-е издание, „Вилъямс“Москва-Санкт Петербург-Киев, 2006.

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

нарастване на конкурентоспособността, са изведени основните по наше мнение взаимовръзки и взаимозависимости между понятията, имащи роля при изследването на конкурентния потенциал. Установено е и влиянието на конкурентния потенциал върху нивото на конкурентоспособност на предприятието.

Въз основа на анализа на теоретичните постановки за конкуренция, конкурентоспособност и конкурентен потенциал в първа глава са направени следните основни изводи:

- В резултат от подробното изследване на дефинициите за конкуренция, давани от различни автори, са обобщени следните три подхода: поведенчески, структурен и функционален;

- Макроконкурентоспособността е в основата на успешното развитие и на мезо- и микроконкурентоспособността, и за да се стигне до високо равнище на конкурентоспособност на предприятието и продукцията, трябва да е устойчиво нивото на националната конкурентоспособност в сравнение с другите страни;

- Реалната конкурентоспособност, според нас изразява текущото състояние на предприятието по ключови показатели. Предприятията се конкурират помежду си не само въз основа на заемания пазарен дял. Финансовото състояние, внедряването на иновации, реализирането на по-висок доход и печалба, също са критерии за определяне нивото на конкурентоспособност. Потенциалната конкурентоспособност изразява нивото на конкурентоспособност, измерено чрез оценка на влиянието на отделните елементи, съставляващи конкурентния потенциал на предприятието;

- В зависимост от методологическия подход, използван при оценка на нивото на конкурентоспособността на предприятието, според нас могат да бъдат разграничени няколко подхода при

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

дефиниране, а именно – системен, динамичен и сравнителен подход. При системния подход определенията за конкурентоспособност на предприятието изразяват в основата си конкурентоспособността на предприятието като система. При динамичния подход, във фокуса на дефинициите е степента на динамичност на приспособяване на предприятието към изменящите се фактори на обкръжаващата го среда. Третият подход, сравнителният, съдържа в себе си определения за конкурентоспособност, разглеждайки я като относителна величина, т.е. сравнявайки по различни признаци едно предприятие с друго;

- По наше мнение, ключовите фактори за успех във фармацевтичната индустрия могат да се сведат до четири: иновационен, производствен, финансов и човешки ресурси;

- Проявлението на конкурентоспособността е възможно чрез конкурентни предимства, които по своята същност се явяват основа за осигуряването и развитието на конкурентоспособността;

- Конкурентните предимства са в неразривна връзка също и с конкуренцията. Там, където е налична конкуренция, съществуват и се развиват конкурентни предимства. В същото време те се оказват ключови при формиране на конкурентната стратегия на предприятието;

- Благоприятни фактори за фармацевтичната индустрия са силата на доставчиците, силата на купувачите и съперничеството между съществуващите конкуренти поради високото ниво на регулация в сектора. Съществуват високи заплахи във връзка с навлизането на нови конкуренти и появата на нови заместители. Оттук следва и изводът, че ключовите фактори за успех във фармацевтичната индустрия са именно тези, които чрез развитието си биха довели до понижаване на съществуващите заплахи;

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

- Според нас елементите на конкурентния потенциал на производственото предприятие следва да бъдат: икономически потенциал и ефективност на дейността на предприятието, ниво на управление, производствен и продажбен потенциал, научно-изследователски и иновационен потенциал, финансов потенциал, маркетингов потенциал, стратегически потенциал (включващ избраната пазарна стратегия и възможните варианти за реализация), състояние и квалификация на трудовите ресурси;

- Във фармацевтичната промишленост, най-често прилагана в практиката е стратегията на сливания и поглъщания, както и стратегията на вертикална интеграция.

Втора глава. Методология за изследване на конкурентния потенциал във фармацевтичната индустрия

Във втора глава на дисертационния труд е извършен анализ на съществуващите подходи и методи за оценка на конкурентния потенциал на предприятието, разработена е собствена методология за оценка и сравнителен анализ на конкурентния потенциал на предприятията от фармацевтичната промишленост и за определяне препоръките и насоките за развитие на конкурентния потенциал на предприятието.

В първия параграф е извършен анализ на съществуващите подходи и методи за оценка на конкурентния потенциал на предприятието. В табличен вид е представена кратка характеристика на подходите като за изготвянето на таблицата е използвана информация от научните разработки на С.В. Семененко³ и Я.Ю. Салихова⁴. Формулирани са две основни

³ Семененко, С.В. Конкурентный потенциал торговой организации: теоретико-методологические основы формирования, методический инструментарий исследования, концепция развития, диссертация, Белгород, 2014 г., с. 79

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

категории подходи – предметно-функционални и обектно-интегрални. Разгледаните подходи са: ресурсен, резултативен, управленски, резервен, стойностен, матричен, пазарен, факторен, сравнителен, структурно-аналитичен, проблемно-аналитичен и конкурентно-статусен. След извършения анализ, бе установено според нас, че подходите, които до най-голяма степен могат да послужат за оценка конкурентния потенциал на фармацевтичните предприятия, обект на текущото изследване, са стойностен, матричен, ресурсен и сравнителен. Използваният от нас метод включва елементи от няколко подхода. В научните разработки на анализирания автори, този подход бива разглеждан като комплексно-комбиниран. Анализирания е също така и методът за оценка на конкурентния потенциал въз основа на оценката на неговите съставни елементи.

С цел разкриване влиянието на конкурентния потенциал върху конкурентоспособността, са анализирани също подходите и методите за оценка на конкурентоспособността на предприятието. Трите основни подхода за оценка на конкурентоспособността са: маркетингов, факторен и комплексен. Обвързвайки съществуващите подходи и методи за оценка на двете анализирани категории, след извършено сравнение, може да твърдим, че съществува припокриване на голяма част от подходите. Това позволява при формирането на собствена методика за анализ и оценка на конкурентния потенциал и на конкурентоспособността да се изберат сходни по характеристика подходи и методи с цел по-ефективното сравняване на получените резултати.

⁴ Салихова Я.Ю. Конкурентный потенциал предприятия: сущность, структура, методика оценки. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011, с. 52

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

Във **втория параграф** на глава втора от дисертационния труд е разработена методология за оценка на конкурентния потенциал на предприятията от фармацевтичната промишленост. Изхождайки от темата на настоящия дисертационен труд, ние считаме, че методиката за оценка на конкурентния потенциал на предприятието, която най-ефективно би била приложена в нашия случай, трябва да осигурява възможност за последващ анализ и оценка и на конкурентоспособността на предприятието. Вземайки предвид и спецификата на отрасъла, за който ще бъде приложено изследването, изборът на подходяща методика за оценка трябва да включва и анализ на финансовата дейност на предприятията, тъй като анализираният сектор, а именно фармацевтичното производство, е сектор, характеризиращ се с високо ниво на разходи за извършване на дейността си.

На основата на наличните методи от първия параграф, предлагаме методиката за оценка на конкурентния потенциал на предприятието да разкрива и влиянието му върху нивото на конкурентоспособност. Оценката и съпоставката на методите водят до извода, че най-подходящ подход за анализ на конкурентния потенциал на предприятията, производители на лекарствени средства в България, е комплексно-комбинираният подход, в частност прилагането на стойностен и сравнителен метод, сравнявайки редица финансови показатели, формиращи конкурентоспособността и конкурентния потенциал на предприятието.

Разработен е алгоритъм за извършване на отраслов анализ, който включва в себе си следните стъпки:

- Анализ на структурата на отрасъла (динамика в числеността на предприятията, относителен дял според размера на предприятията, отраслова структура според правната форма,

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

географски особености, структура по брой производствени мощности, анализ на износа – изнасят ли фирмите, колко и за къде (структура според крайните точки на износ);

- Общ преглед на текущото състояние на отрасъла в България, Европа и по света (Фактори, ограничаващи развитието на отрасъла, ключови фактори за успех на отрасъла, финансово състояние);

- Анализ на жизнения цикъл на отрасъла;

- Тенденции за развитие на сектора (в печалбата/ рентабилността, внедряването на иновации).

Следващата стъпка от методологията за анализ и оценка на конкурентния потенциал и на конкурентоспособността на предприятията, е конкурентният анализ. Разработеният от нас алгоритъм за извършване на конкурентен анализ включва следните стъпки:

- Етап 1: Избор на критерии за сравнителен анализ на предприятията от изследвания сектор;

- Етап 2: Извършване на финансова диагностика по определен алгоритъм (Избор на подход и система от показатели, характеризиращи финансовото здраве на предприятието; Определяне на финансови критерии за сравнение; комплексен анализ (детайлизиран); Определяне на ключовите фактори за успех на предприятията);

- Етап 3: Определяне на настоящите и на бъдещите конкуренти на предприятието чрез анализ на конкурентната структура на отрасъла (по теорията за петте сили на Портьър), изготвяне на конкурентна карта на предприятията на база прилагане на метода за ранжиране на предприятията, анализ на стратегическите групи конкуренти на пазара таблица групи

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

предприятия: лидери на пазара, със силна конкурентна позиция, със слаба конкурентна позиция, аутсайдери на пазара);

- Етап 4: Постановяне на диагноза чрез изготвяне на SWOT-анализ за всяка от формираните групи предприятия;

- Етап 5: Формиране на препоръки по основни дейности по подобряване конкурентното състояние на предприятията от изследвания сектор и повишаване на конкурентния им потенциал.

В параграф три на втора глава е предложена методика за сравнителен анализ и определяне препоръките и насоките за развитие на конкурентния потенциал на предприятието. В основата на методиката е отново стойностният подход за оценка на конкурентния потенциал. След прилагане на необходимите изчисления, изследваните предприятия се разпределят според показателите и принадлежността си към границите на съответния клас по разглеждания показател. Накрая, следвайки алгоритъма за прилагане на комплексния подход за оценка и анализ на конкурентоспособността, е необходимо да бъде съставена таблица, сравняваща нивото на конкурентоспособност на предприятията с нивото на развитие на конкурентния им потенциал, с цел изготвяне на интегрална оценка на конкурентоспособността и съответно – предлагане на препоръки и насоки с цел подобряване на развитието на конкурентния потенциал на изследваните предприятия.

Това се извършва чрез построяване на матрица, изразяваща съотношението между класовете на конкурентоспособност и конкурентен потенциал, която е представена на следващата таблица (Табл. 1).

**ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ**

Таблица 1.

Матрица за определяне на интегрална оценка на потенциалната
конкурентоспособност

		Клас на Конкурентоспособност на предприятието		
		I	II	III
Клас на Конкурентен потенциал	I			
	II			
	III			
	IV			
	V			

Източник: съставено от автора

Формулираната по този начин матрица спомага за изготвянето на интегрална оценка на конкурентоспособност, като класа на конкурентоспособност се изчисли спрямо влиянието на конкурентния потенциал според съответния му клас.

Клас Конкурентоспособност (Ксп) 1=бал 3;

Клас Ксп 2=бал 2;

Клас Ксп 3=бал 1.

За Клас Конкурентен потенциал (КП) 1- 0 бала

За клас КП 2 – 0.25 бала;

За клас КП 3 – 0.50 бала

За клас КП 4 – 0.75 бала

За клас КП 5 – 1 бал.

Формулата за изчисление на интегралната оценка ще бъде следната:

За предприятие с клас 1 КСп и клас 1 КП:

$$ОКСп=3-0=3$$

$$\text{Клас КСп 2 и КП 1}=2-0=2$$

$$\text{Клас 1 КСп и Клас 2 КП}=3-0.25=2.75$$

Максималната оценка ще е 3, минималната 0.

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ

АВТОРЕФЕРАТ

Изпълнявайки всички стъпки при прилагането на комплексния подход за оценка и анализ на конкурентоспособността и конкурентния потенциал на предприятието, като финална стъпка следва да се изведат насоки и препоръки за развитие на конкурентния потенциал на предприятията, функциониращи към момента под нивото на възможния си конкурентен потенциал, както и препоръки и насоки за повишаването му при предприятията, които са достигнали определено ниво на конкурентоспособност, но конкурентния им потенциал е по-нисък от текущото им състояние, което може да доведе до повишаване на риска от загуба на конкурентната позиция, изпадане в несъстоятелност и банкрут.

Като последователност при интерпретиране резултатите от изследването с цел формулиране на препоръки, могат да бъдат определени следните стъпки:

- Интерпретиране резултатите от извършения SWOT-анализ на отрасъла и на предприятията в него;
- Интерпретиране резултатите от извършения анализ на конкурентоспособността и на конкурентния потенциал, като въз основа на дадените анализи се определят предприятията с нисък конкурентен потенциал и се формулират насоки за повишаването му.

На база проведеното изследване на съществуващите подходи и методи за оценка на конкурентния потенциал на предприятието и разработването на подходяща за целта на изследването методика за оценка, са направени следните изводи:

- В научната литература и практика съществуват множество различни подходи и методи за оценка на конкурентоспособността на предприятието. Но конкурентоспособността е категория,

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

влияеща се от много фактори, както от външната, така и от вътрешната обкръжаваща среда;

- Налице е ясна връзка и припокриване между съществуващите подходи и методи за оценка на конкурентоспособността и тези за оценка на конкурентния потенциал. В същото време конкурентният потенциал е величината, оказваща влияние върху нивото на конкурентоспособност на предприятието;

- Най-подходящите подходи за оценка на конкурентния потенциал, според целта на настоящето изследване, са: ресурсният, стойностният, матричният, сравнителният и комплексно-комбинираният;

- Най-пълната и достоверна информация за наличния потенциал на предприятията, към текущия момент и в процеса на формирането му за определен период от време в парично измерение, се представя във финансовия отчет;

- Една от най-важните съставни части на конкурентния потенциал е ресурсната съставна част, т.е. ресурсният потенциал. Той включва в себе си производствен, кадрови, финансов и организационен потенциал;

- С цел извършване на оценка на конкурентния потенциал на фармацевтичните предприятия в България, е необходимо да бъде формулирана методика, позволяваща оценката на конкурентния потенциал да бъде съобразена със спецификата на отрасъла и спрямо ключовите елементи, оказващи най-голямо влияние;

- Конкурентоспособността на предприятието е интегрална величина по отношение на текущата конкурентоспособност и конкурентния потенциал;

- Конкурентният потенциал, това е потенциалната възможност (в текущи условия) за запазване или увеличаване на

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ

АВТОРЕФЕРАТ

конкурентоспособността в дългосрочен период – разглеждано от авторите като отношение на текущия потенциал на предприятието към оптималния потенциал (нормативен капацитет), като се има предвид нивото на бъдеща нестабилност на външната среда;

- След изучаването и анализа на методите и подходите за оценка на конкурентния потенциал и конкурентоспособността на предприятието, отново се потвърждава изводът, че подходите за оценка на двете категории до голяма степен се припокриват;

- За да бъде доказана научноизследователската теза на настоящия дисертационен труд и да се покаже цялостната картина за влиянието на конкурентния потенциал върху конкурентоспособността на предприятието, съществуващите подходи и методи за оценка на конкурентния потенциал трябва да се обвържат с тези на конкурентоспособността.

Трета глава. Оценка на конкурентния потенциал на предприятията от фармацевтичната промишленост в България и възможности за развитието му.

В третата глава от дисертационния труд е извършена оценка на конкурентния потенциал на предприятията от фармацевтичната промишленост и са направени изводи. Разкрити са основни проблеми и са установени възможностите за развитие на конкурентния потенциал на фармацевтичните предприятия в България като предпоставка за повишаване на конкурентоспособността им.

Първият параграф на трета глава включва в себе си извършения отраслов анализ, както и конкурентният анализ.

След приключване на отрасловия анализ разполагаме със събрана и систематизирана информация за структурата на отрасъла, направен кратък анализ на фармацевтичния пазар на

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ

АВТОРЕФЕРАТ

национално, европейско и световно ниво, за да се добие по-ясна представа относно европейския и световен опит, анализ на жизнения цикъл на отрасъла според фазата от жизнения цикъл на всяко от анализираните предприятия, както и определени тенденции за развитие в сектора.

При извършване на конкурентния анализ, за изпълнение на първия етап е използван финансов подход за извършване на фундаментална външна диагностика на предприятията. Критериите за сравнителен анализ са свързани с основните финансови показатели за определяне резултатите от дейността на предприятията. Приложен е метод за ранжиране на предприятията, с цел анализът им да бъде извършен по групи, за да се избегнат грешни интерпретации на резултатите поради големия обем информация. Формирани са четири групи според пресметнатата бална оценка.

Анализирани са измененията на ключовите финансови показатели за изследвания период. Определено е мястото на всяко от предприятията в конкурентната карта на пазара, определяща текущата им пазарна позиция. Чрез изготвянето на конкурентната карта на пазара става ясно кои от фирмите са преки конкуренти помежду си и кои са в непряка конкуренция.

Извършен е комплексен анализ на финансовото състояние на предприятията, при който се формират две групи към всяка от четирите групи предприятия въз основа отговорите на шест диагностични въпроса. Според резултатите от обобщаващата таблица, която изразява финансовото състояние на предприятията, обект на анализ, е видно, че въпреки формираните групи въз основа на ключовите финансови показатели, при по-задълбочен анализ, някои от предприятията следва да бъдат преместени в

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ

АВТОРЕФЕРАТ

друга група, поради негативната оценка за част от условията за финансова стабилност.

За по-детайлен анализ на финансовото състояние, са формирани пет групи от предприятия. Тези с отрицателна оценка по някои от диагностичните въпроси, са отнесени към следващата група.

За провеждането на анализа е приложен един от често използваните матрични методи като елемент от предложението от нас комплексен подход за анализ на конкурентоспособността, а именно - SWOT-анализът.

Както е известно, SWOT-анализът се състои от два основни етапа – определяне на състоянието (силни и слаби страни) и тенденциите (възможности и заплахи) на развитие на организацията.

Първата стъпка за определяне състоянието на изследваните предприятия е да се установят силните и слабите страни на отрасъла, към който принадлежат и пазара, на който функционират. Разгледани са и възможностите и заплахите пред анализиранията предприятия.

Следваща стъпка от SWOT-анализа е изготвянето на матрица, включваща съотношение на силните страни към възможностите и слабите страни към вероятните заплахи, с цел извеждане на препоръки за подобряване дейността на предприятията, развивайки възможностите си и ограничавайки риска от вероятните заплахи. Допълнителен елемент към SWOT-анализа е разграничаването на силните и слабите страни на предприятията според различните елементи, принадлежащи към конкурентния потенциал на предприятието, както и въвеждането на колона, включваща факторите от обкръжаващата среда, оказващи най-силно въздействие върху дейността на предприятието. Целта е

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

впоследствие по-лесно да бъдат трансформирани получените резултати в препоръки за подобряване на конкурентното състояние на предприятието.

Последен етап от прилагането на SWOT-анализа е показване на връзката между конкурентния потенциал на предприятието и евентуалните възможности и заплахи, изведени на база текущото финансово състояние на предприятието и съответно текущата му конкурентна позиция.

В параграф две се извършва анализ и оценка на конкурентния потенциал.

Проследена е тенденцията в изменението на показателя за конкурентоспособност, основан на съотношението между брутната печалба и приходите от продажби. Според общата оценка за първите пет години се формира една средна стойност, която съответно причислява предприятието към един от трите възможни класа по показател конкурентоспособност – съответно висока, умерена и ниска.

За определяне развитието на конкурентния потенциал на предприятието е приложен моделът на Дюран за оценка на платежоспособността на предприятието. Чрез него според формираната бална оценка могат да се направят изводи относно платежоспособността и финансовата устойчивост на предприятията, като сравнявайки тенденциите в изменението на величините, получени като резултат, може да се прогнозира посоката на развитие на конкурентния потенциал на предприятието във връзка с платежоспособността му.

Извършено е групиране на предприятията в класове според нивото на конкурентен потенциал. За съпоставяне на изследваните фирми по показателите „конкурентоспособност на предприятието“

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

и „конкурентен потенциал“ се използва матрица, адаптирана според отрасловата специфика.

Изчислена е интегрална оценка за определяне нивото на конкурентоспособността според мястото в матрицата за всяка от разглежданите фирми.

Резултатите от пресметнатата интегрална оценка са изведени в таблица. Според обобщената оценка най-общо може да се определят три степени на потенциална конкурентоспособност:

- 1 - с оценка от 3 до 2.25 – висока потенциална конкурентоспособност;
- 2 - с оценка от 2 до 1.25 – умерена потенциална конкурентоспособност;
- 3 - с оценка от 1 до 0 – ниска потенциална конкурентоспособност.

Според формираната бална оценка може да се направи изводът, че с оценка от 0 до 1 включително са 6 предприятия; от 1.25 до 2 вкл. са 14 предприятия; от 2.25 до 3 вкл. са 6 предприятия.

Таблично данните са представени в Табл. 2.

Таблица 2.

Брой предприятия според нивото на потенциална конкурентоспособност

	Брой предприятия
С висока потенциална конкурентоспособност	6
С умерена потенциална конкурентоспособност	14
С ниска потенциална конкурентоспособност	6

Източник: съставено от автора

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

В сектор производство на лекарствени средства, видно от извършения анализ, 54% от изследваните предприятия са с умерена потенциална конкурентоспособност.

В трети параграф, според основните резултати от проведеното изследване са направени изводи и са очертани някои проблеми. **Проблемите**, които възникват от анализа на дейността на предприятието и при извършването на отрасловия и конкурентния анализ, по отношение развитието на конкурентния потенциал, се изразяват в следните основни направления:

- Отделяне на по-малко средства за научни изследвания и клинични изпитвания;

- Нарушена връзка при комуникацията с други научноизследователски мрежи;

- Риск от загуба на висококвалифицирани кадри в управлението и производството.

Анализирайки представената в глава първа на настоящия дисертационен труд информация относно елементите на конкурентния потенциал и факторите, оказващи влияние върху него, е установено, че:

1. Конкурентният потенциал на предприятието се подразделя на вътрешен и външен.

2. Обвързвайки конкурентния потенциал с понятието ресурсен потенциал, можем да разглеждаме влияещите върху него фактори в две насоки: фактори, влияещи върху външния ресурсен потенциал и фактори, оказващи влияние върху вътрешния ресурсен потенциал.

3. Факторите, влияещи върху конкурентния потенциал, формирани в хода на изследването чрез прилагане на ресурсен подход, всъщност съвпадат с елементите на конкурентния потенциал.

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ АВТОРЕФЕРАТ

4. Влияние от страна на фирмата може да бъде оказано върху въздействието на факторите, свързани с вътрешния ресурсен потенциал.

Въз основа на установената връзка между компонентите на конкурентния потенциал и факторите, оказващи влияние върху тях, е изготвен модел (Фиг. 2), който според нас представя влиянието върху конкурентния потенциал на предприятието от страна на редица фактори.

Фигура 2. Фактори, влияещи върху развитието на конкурентния потенциал на предприятието



Източник: съставено от автора

За да бъдат установени възможностите за развитие на конкурентния потенциал на предприятието, са разгледани възможностите за подобряване влиянието на факторите, които му въздействат.

Посочените в предходната фигура (Фиг. 2.) фактори могат да бъдат съотнесени към четирите ключови фактора за успех във фармацевтичната индустрия. Даденото групиране, както бе представено и в глава първа на настоящия дисертационен труд, може да се извърши по следния начин:

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

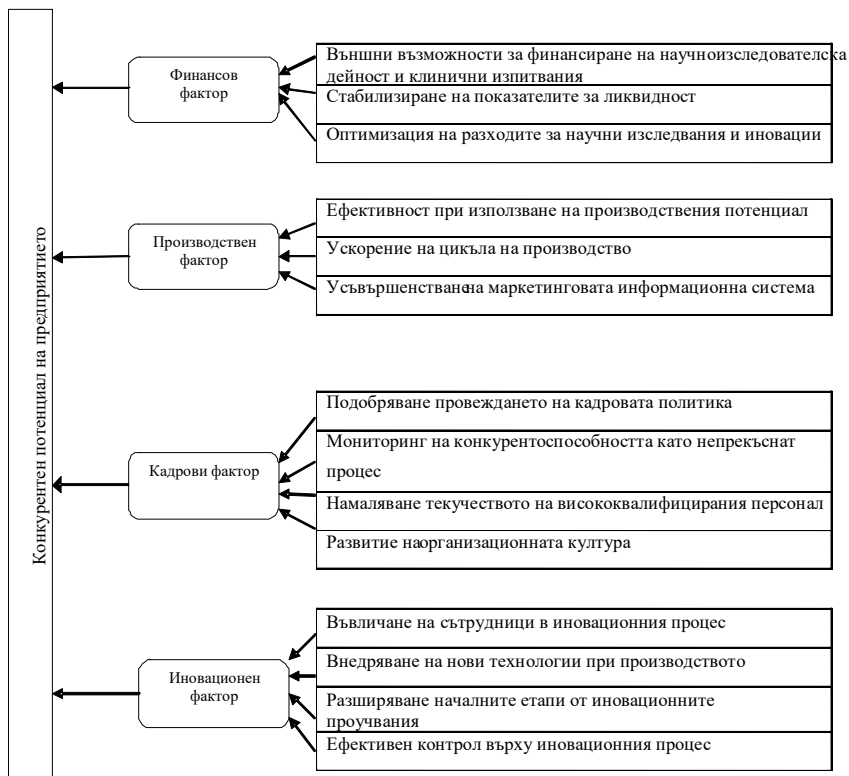
- иновационният фактор се разглежда самостоятелно;
- към производствения фактор могат да се включат информационният (от гледна точка на информацията като производствен ресурс) и материалният фактор;
- финансовият фактор е от изключително значение и по тази причина се разглежда самостоятелно;
- към кадровия фактор може да бъде отнесен и организационният от гледна точка на управлението на организацията като ключов процес; също така маркетинговият потенциал е в пряка връзка с творческия потенциал на човешките ресурси от гледна точка на влиянието на човешките ресурси върху развитието му.

След извършване на систематизацията на факторите, са определени и насоките за подобряване влиянието им върху равнището на конкурентния потенциал на организацията. Разработен е модел, разкриващ възможностите за развитие на конкурентния потенциал на фармацевтичната индустрия. Той разкрива влиянието на редица фактори върху конкурентния потенциал, както и какво следва да бъде направено, за да се подобри положителното им въздействие върху него (Фиг. 3):

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ

АВТОРЕФЕРАТ

Фигура 3. Модел за възможностите за развитие на конкурентния потенциал на предприятието



Източник: съставено от автора

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

В **заключението** се обобщават постигнатите основни резултати, характеризиращи теоретичната и практическата значимост на настоящия дисертационен труд в **теоретичен, методологичен и приложен аспект**.

В резултат на направените анализи и на изведените по-горе основни резултати, получени в хода на изследването, е направен извода, че **заложена в дисертационния труд цел е постигната чрез решаване на поставените задачи**.

Описана е перспективата за по-нататъшни изследвания.

III. СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Систематизирани и обобщени са теоретичните възгледи за конкуренция, конкурентоспособност и конкурентен потенциал на предприятието, анализирани са известните към настоящия момент в икономическата литература подходи за определяне на същността на понятията и е формулирана взаимовръзката помежду им.
2. Изведени са факторите за конкурентоспособност и формиране на конкурентно предимство. На тази база е разгледан конкурентния потенциал на предприятието като предпоставка за формиране на конкурентни предимства и нарастване на конкурентоспособността.
3. Систематизирани и изследвани са съществуващите методики за анализ и оценка на конкурентоспособността и конкурентния потенциал. Разработена е методология за анализ, оценка и разкриване възможностите за повишаване на конкурентоспособността и конкурентния потенциал на индустриалните предприятия от фармацевтичния сектор в България.
4. На базата на публикувани официални финансови данни за проучените фармацевтични предприятия с помощта на предложената методология е извършена оценка и сравнителен анализ на техния конкурентен потенциал и конкурентоспособност и са направени изводи за фармацевтичната индустрия в България.
5. Изведени са проблеми и са установени основни възможности за развитие на конкурентния потенциал на фармацевтичните предприятия в България като предпоставка за повишаване на текущата и потенциалната конкурентоспособност.

**IV. СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ТЕМАТА НА
ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД**

1. Timofeeva, Sv. 2017. Development of Competitive Potential, as a Condition for Increasing the Competitiveness of the Pharmaceutical Companies in Bulgaria, ECONOMIC PROCESSES MANAGEMENT international scientific e-journal (ISSN 2311-6293) epm.fem.sumdu.edu.ua №3 – 2017.
2. Тимофеева, Св. 2017. Отрасловият анализ като средство за определяне възможностите за развитие на конкурентния потенциал на фармацевтичните компании в България, Юбилейна международна научна конференция „Новите реалности в управлението”, гр. Варна, 20-21 октомври 2017 г, с. 383-389.
3. Timofeeva, Sv. 2017. Opportunities for the Building of Circular Economy in the Pharmaceutical Industry in Bulgaria, International Journal for Science and Arts - “IDEA”, Vol.1, Skopje, 2017, http://www.eurm.edu.mk/publikacii/idea/Idea_International_Journal_Nov_2017.pdf
4. Тимофеева, Св. 2016. Усъвършенстване управлението на конкурентоспособността на предприятията, производители на лекарствени продукти в България, Икономика и управление, ЮЗУ „Неофит Рилски”, Благоевград, Стопански факултет, №2, с. 165-182.
5. Тимофеева, Св. 2016. Иновационният потенциал като фактор за повишаване на конкурентоспособността на предприятията във фармацевтичната индустрия, Предприемачество, ЮЗУ „Неофит Рилски”, Благоевград, Стопански факултет, №1, с. 144-165.

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНИЯ ПОТЕНЦИАЛ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ИНДУСТРИЯ В БЪЛГАРИЯ
АВТОРЕФЕРАТ

6. Тимофеева, Св. 2015. Конкурентен потенциал на предприятието – елементи, модел и насоки за развитие, Предприемачество, ЮЗУ „Неофит Рилски”, Благоевград, Стопански факултет, №1, с. 16-30.