



NOVARTIS

Проект помощи странам Африки в
борьбе с эпидемией малярии



146%

Changellenge >>

Команда Омского Государственного
Университета им Ф.М. Достоевского
«146%»



Бобров Виктор
ОмГУ им Ф.М.Достоевского,
Менеджмент, 1 курс
УПК ОмГУ им Ф.М.Достоевского,
Менеджмент, 3 курс
+7-913-966-77-70
angelinnight-vb@mail.ru



Буйный Алексей
ОмГУ им Ф.М.Достоевского,
Финансы и Кредит, 1 курс
+7-950-336-76-57
alexey_buyny@mail.ru



Морозан Регина
ОмГУ им Ф.М.Достоевского,
Экономическая теория, 1 курс
+7-962-033-70-44
remorozan@gmail.com



Лебедкин Михаил
ОмГУ им Ф.М.Достоевского,
Финансы и Кредит, 1 курс
+7-923-766-75-15
mexxno@rambler.ru

Анализ «5 П» (5 сил Портера, Five forces Analysis)

Вертикальные силы:

- Власть поставщиков: в связи с повышением спроса на сырье, поставщики могут повышать цены на них => повышение себестоимости товара;
- Власть потребителей: в связи с низкой платежеспособностью потребителей, Novartis вынужден продавать товар по низким ценам;

Горизонтальные силы:

- Угроза появления продуктов-заменителей: на рынке с 2005 года производится товар-субститут с меньшей себестоимостью => необходимость улучшения качества собственного товара;
- Угроза появления новых игроков: в последнее время популярность данного рынка повысилась, что привлекло внимание многих фармацевтических компаний и активизировало деятельность 3 крупных конкурентов;
- Уровень конкурентной борьбы: наличие крупных фирм в данной отрасли с товарами более низкой стоимости повышает уровень конкурентной борьбы, что требует более детального анализа ценовой политики самых активных игроков.

Меры по регулированию конкурентной борьбы

Власть поставщиков

Увеличение качества продукции,
понижение ее себестоимости

Заключение договора с наиболее активными конкурентами

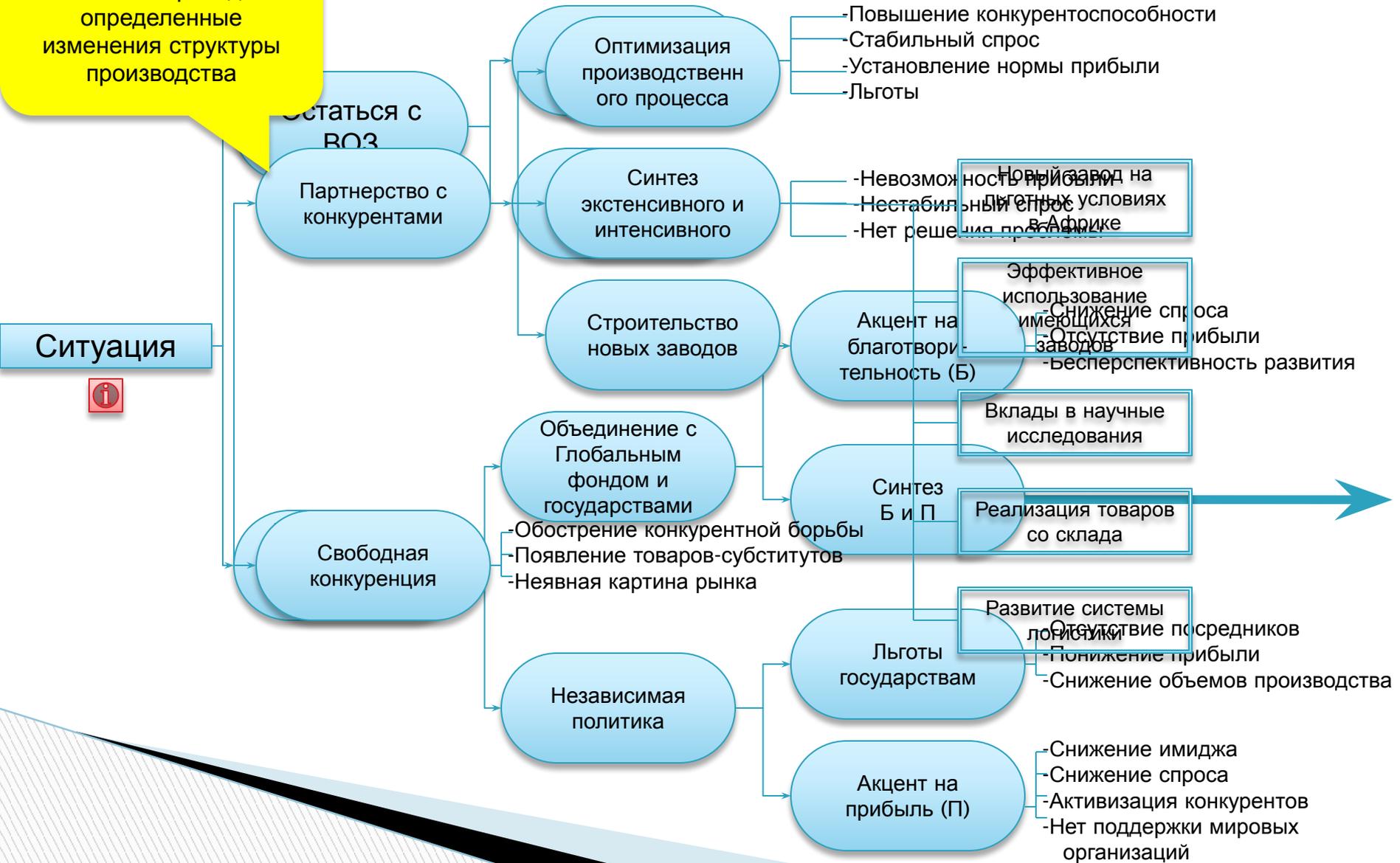
заменяемых поставщиков

Заключение договора с наиболее активными конкурентами

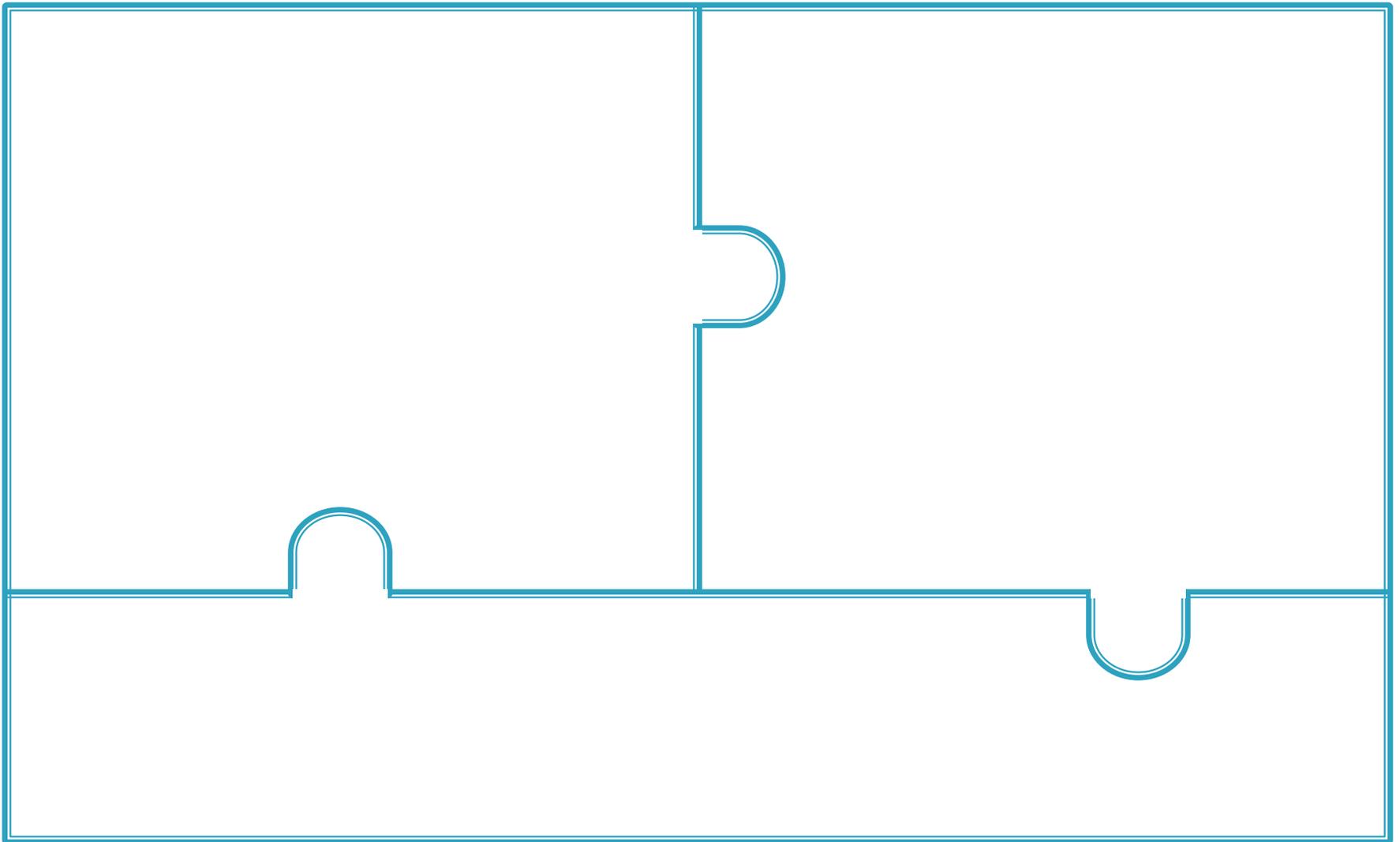
Власть потребителей

Анализ ситуации и альтернативных вариантов ее развития

Данное партнерство позволяет проводить определенные изменения структуры производства



ПОЛИТИКА NOVARTIS В ОБЛАСТИ ПАРТНЁРСТВА



Поэтапная реализация данного проекта:

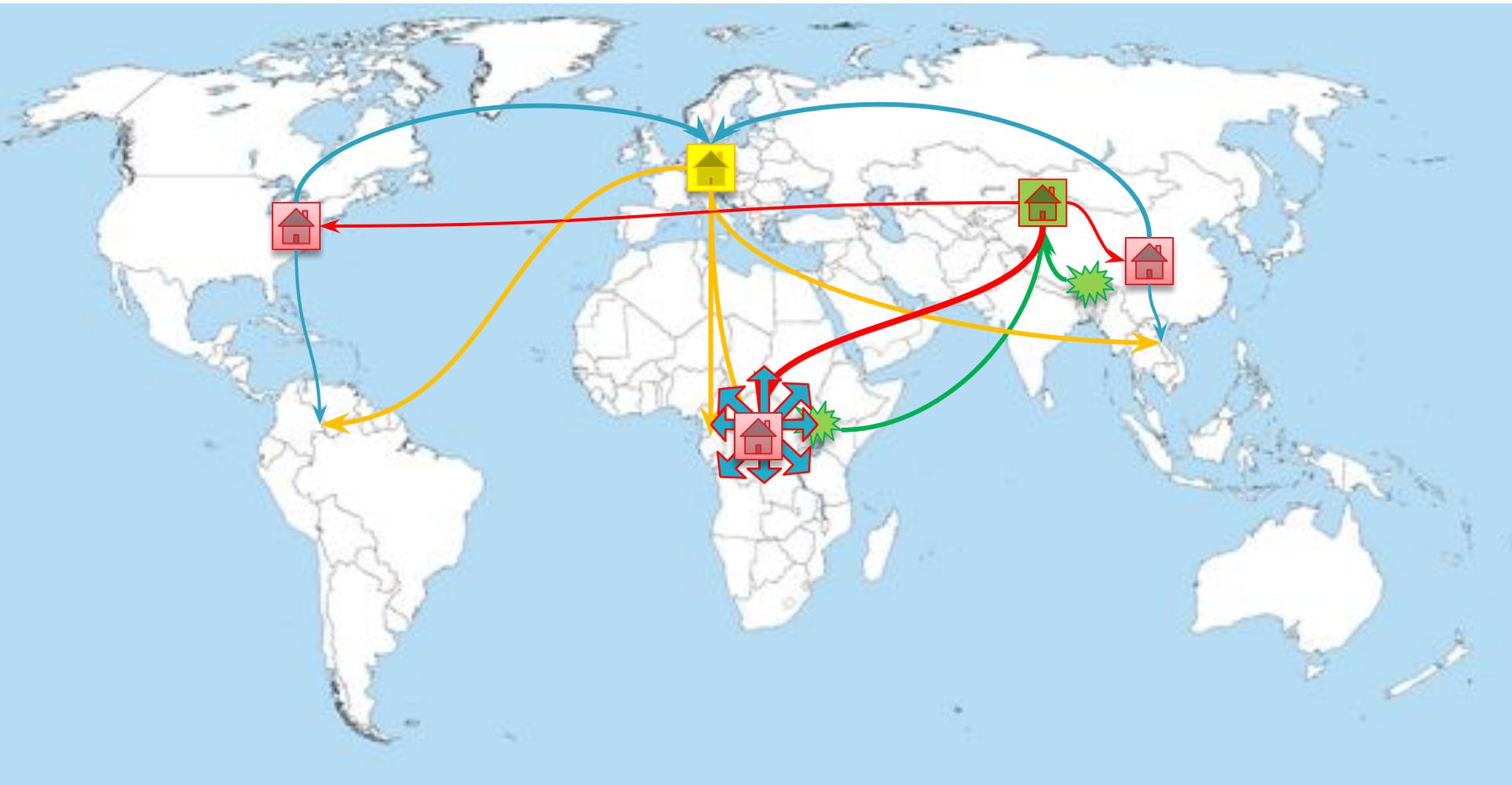
- Расторжение договора с ВОЗ в связи с невозможностью развития проекта Coartem в данных условиях;
- Соглашения напрямую с Глобальным фондом и правительствами нуждающихся стран о цене и объемах поставок;
- Организация нового благотворительного фонда с партнерами;
- Долгосрочные контракты с поставщиками однолетней полыни;
- Заключение договора с конкурентами о партнерстве в данной отрасли;
- Совместные научные исследования по борьбе с малярией (поиск вакцины);
- Развитие производственных мощностей;
- Оптимизация транспортных путей;
- Увеличение каналов сбыта;
- Снижение себестоимости других товаров Novartis за счет предоставления льготных условий по строительству основных фондов;
- Использование завода в Нью-Йорке для удовлетворения спроса на Croatem в Латинской Америке и для производства других товаров Novartis;
- Распределение прибыли по различным направлениям;
- Развитие здравоохранения в Африке;
- Выделение рабочих мест населению стран Африки (повышения его платежеспособности).



Приложение 1. Распределение полученной прибыли



Приложение 2. Производственный процесс



Проблемы Novartis

- Нестабильный спрос на товар => большой объем нереализованной продукции с ограниченным сроком годности;
- Ограниченность возможностей по договору с ВОЗ;
- Отсутствие прибыли => невозможность инвестирования в проект Coartem;
- Рост цен на сырье, необходимого для производства данного товара;
- Неэффективная система поставок в течение всего процесса производства;
- Дефицит денежных средств у населения стран Африки;
- Появление на рынке товаров-субститутов с более низкой себестоимостью;
- Критика общественности;
- Рост интереса к данной отрасли со стороны фармацевтических компаний;
- Долгосрочность технологического процесса.

