

## İLAÇ SEKTÖRÜ İTİBAR YÖNETİMİ PERFORMANS DEĞERLENDİRMESİ

*“İlaç sektörü puan kaybediyor”*

RepMan İtibar Araştırmaları Merkezi tarafından GfK araştırma sponsorluğunda 4. senesine giren “Türkiye Halk Geneli Sektörler İtibar Yönetimi Performans Değerlendirmesi Araştırması” bu ay İlaç Sektörü’nün itibar yönetimi performansını mercek altın alıyor.

Araştırma kapsamında, Nisan-Mayıs 2014 tarihleri arasında tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak Türkiye’de 7 coğrafi bölgede, 15 ilde, kentte yaşayan halkı temsil eden 1.242 kişi ile yüz yüze görüşülmüştür.

Araştırma kapsamında sektörün %70’den fazla gücünü oluşturan 12 şirketin ve benchmark itibar yönetimi performansı sorgulanmıştır. Araştırma kapsamında yer alan şirketler; Abdi İbrahim, Abbott, Bayer, Bilim İlaç, Bristol-Myers Squibb, GlaxoSmithKline (GSK), Merck Sharp Dohme (MSD), Mustafa Nevzat, Novartis, Pfizer, Roche, Sanofi Aventis şeklinde dir. (şirketler alfabetik sıraya göre yazılmıştır.)

## **YÖNETİLMİYEN ALGIYI RAKİPLER YÖNETİR..**

İlaç sektörünün itibar yönetimi performansı (RMS) değerlendirildiğinde 3 senedir en büyük iyileştirme alanı olarak ön plana çıkan “Tanınma” boyutunda hala iyileştirme gerekliliği kendini göstermektedir. Sektör için 3 sene içerisinde bu boyutta minik iyileşmeler olduğu farkedilsede “Tanınma” boyutunda elde edilen skor ilaç sektörünün hak genelinde tanınmasını artırması için uzun yolu olduğunu göstermektedir.

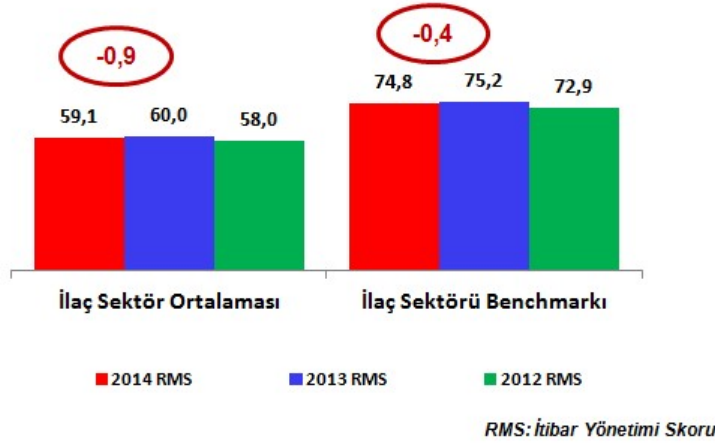
Sektör genel olarak tanınma boyutunda sınıfta kalsa da, tanınma konusunda ilaç sektöründeki en büyük iyileşme; 2012 senesinde sektörde sadece 2 şirket halkın %30’u nezdinde tanınırken, 2014 senesinde bu 2 şirket halkın %70’i tarafından tanınma başarısı göstererek sektör içerisinde farklılık yaratmaya başlamışlardır.

Sektörün bir iki şirket üzerinden tanınması, sektör algısının bu şirketler üzerinden oluşmasına neden olmaktadır. Bu durum sektörün tüm şirketlerinin algısını etkileyeceğinden şirketlerin algılarını kontrol altına almaları stratejik önem arz etmektedir.

## İLAÇ SEKTÖRÜ PUAN KAYBEDİYOR..

İlaç sektörünün itibar yönetimi performansında geçen seneye göre 1 puan civarında düşüş olduğu görülmektedir. Bu durumun en önemli nedeni, sorgulanan 12 şirketten 6 tanesi 3 puan civarında itibar yönetimi performanslarında artış gösterirken kalan 6 şirketin 5 puan civarında puan kaybetmesidir. Puan kaybeden şirketlerin çoğunun RMS'lerinin geçen sene 60-70 puan aralığında olması ve bu şirketlerin halk nezdindeki tanınmasının diğer ilaç şirketlerine göre çok daha fazla olması sektörün itibarı açısından dikkat edilmesi gerekli bir konudur.

### İlaç Sektörü İtibar Yönetimi Performansı (RMS) Son 3 Sene Karşılaştırması



□ 2014-2013-2012 senesi karşılaştırması, araştırma içerisinde yer alan 12 ilaç şirketi üzerinden hazırlanmıştır.

İtibar yönetimi performansı değerlendirmelerinde benchmark puanları genelde 85-90 aralığında kalmakta ve sadece birkaç sektörde bu puanın çok düşük olduğu görülmektedir. Benchmark puanının düşük olduğu sektörler genelde kendilerini halka tanıtamayan, algıları savrulan ya da kriz yaşamış ve halkın güvenini sarsmış sektörler olarak ön plana çıkmaktadır. İlaç sektörünün benchmark RMS'inin 74,8 olmasındaki en önemli neden kendini yeterince tanıtamamak ve algısını yönetmemesi olarak kendini göstermektedir.

## BAŞARILI BİR İTİBAR YÖNETİMİ PERFORMANSI İÇİN;

### MİNİMUM RMS 70 OLMALI

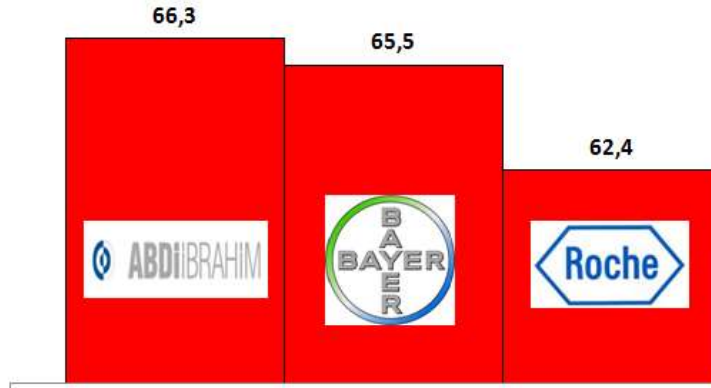
İlaç sektörü 2014 senesinde elde ettiği 59.1 RMS, sektörün itibar yönetimi performansının halk nezdinde zayıf algılandığını göstermektedir.

#### RepMan İtibar Yönetimi Skoru (RMS) nasıl okunmalıdır?

İtibar Skoru	0-49	50-59	60-69	70-79	80-89	90-100
İtibarı...	Çok zayıf	Zayıf	Orta	Güçlü	Çok güçlü	Mükemmel

Sektör şirketlerinin elde ettiği RMS'ler incelendiğinde sektörün en yüksek itibar yönetimi performansını gösteren ilk 3 şirket Abdi İbrahim, Bayer, Roche şeklindedir.

### İlaç Sektörü 2014 senesi RMS (İtibar Yönetimi Performansı) En Yüksek İlk 3 Şirket



Son 3 senede şirketlerin sıralamadaki değişimlerini incelendiğinde, Abdi İbrahim ve Bayer'in yer değiştirdiğini ve geçen sene 6. Sırada konumlanan Roche'un bu sene tekrar ilk 3 içerisine girdiği görülmektedir.

	SENELERE GÖRE SIRALAMA		
	2014	2013	2012
<b>Abdi İbrahim</b>	1	2	1
<b>Bayer</b>	2	1	7
<b>Roche</b>	3	6	2

İlk 3'te yer alan şirketlerin itibar yönetimi boyutlarında özellikle 3 ana boyut performansında ortalamaya göre daha yüksek performans gösterdikleri görülmektedir.

- Yönetim Kalitesi
- Ürün/ Hizmet Kalitesi
- Finansal Sağlamlık

Sektörün itibar yönetimi performansında genel olarak en zayıf alanları "Tanınma" dışında;

- Kurumsal Sosyal Sorumluluk
- Duygusal Bağlılık
- Çalışan Markası

şeklinde öne çıkmaktadır.

## İLAÇ SEKTÖRÜ EGE BÖLGESİ'nde NE YAPTI?

Ege bölgesinde yaşayan halk geneli nezdinde ilaç sektörünün elde ettiği itibar yönetimi performans başarısı ortalamanın çok üzerinde bir skor olarak yansımaktadır. (RMS 68) Ege bölgesinde 68 RMS elde eden ilaç sektörünün bu başarısının alt nedenlerini irdeleyerek Ege bölgesindeki bu algıyı sürdürülebilir başarıya döndürme şansı oldukça yüksektir.

### 2014 senesi İlaç Sektörü Demografik Kırılımlar Bazında Değerlendirme



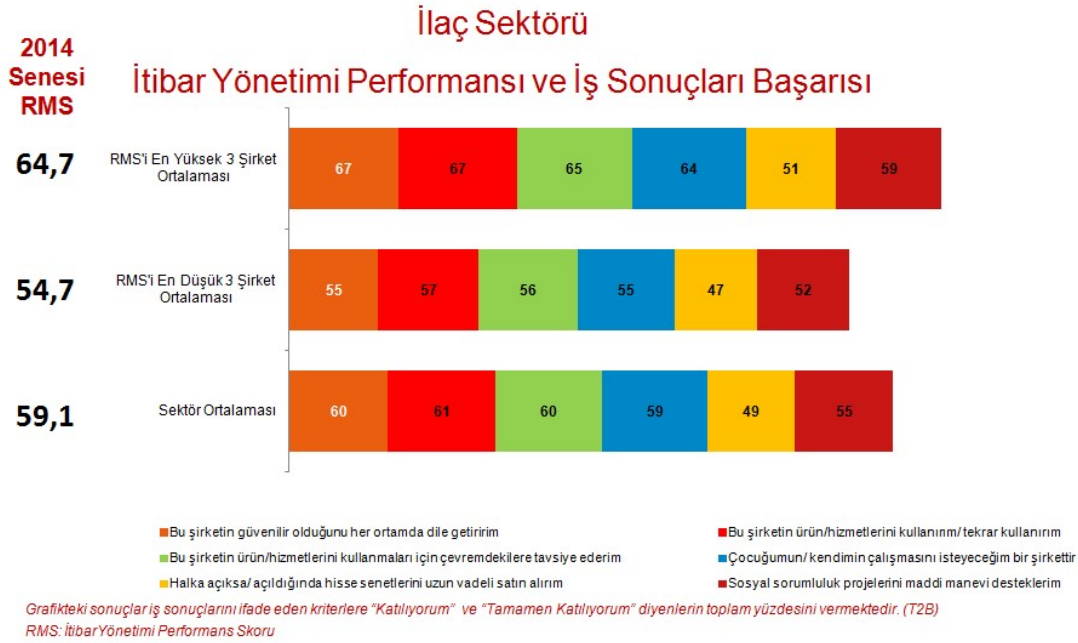
\*Sorgulanan 12 ilaç şirketinin (RMS) itibar yönetimi skorlarının aritmetik ortalamasını ifade etmektedir.

## İŞ SONUÇLARINDA BAŞARIYI ARTIRMAK İÇİN İTİBAR YÖNETİMİ ŞART..

İlaç sektörünün halk nezdinde elde ettiği itibar yönetimi performansı ile iş sonuçları arasındaki ilişki incelendiğinde itibar ve iş sonuçları arasında oldukça yüksek ilişki olduğu görülmektedir. İtibar yönetimi performansı yükseldikçe şirketlerin iş sonuçlarında elde ettiği başarının da arttığı farkedilmektedir.

Ancak sektörün itibar yönetimi performansının “zayıf” diye nitelendirilen 59 puanda olmasına paralel iş sonuçlarında da performansının düşük olduğu görülmektedir.

Özellikle “Hisse senedi satın alma”, “Sosyal Sorumluluk proejelerinin desteklenmesi” ve “Çalışılmak istenen şirket olma” iş sonuçlarında sektör çok düşük performans göstermektedir.



## ARAŞTIRMA ÖZET KÜNYE:

RepMan İtibar Araştırmaları Merkezi ([www.repman.com.tr](http://www.repman.com.tr)) için GfK Araştırma Şirketinin araştırma sponsorluğunda gerçekleştirilen ve 4. senesine giren Türkiye Halk Geneli Sektörler İtibar Yönetimi Performans Değerlendirmesi Araştırması'nda bu ay ilaç sektörü mercek altına yatırılıyor.

Araştırma Nisan-Mayıs 2014 tarihleri arasında tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak Türkiye'de 7 coğrafi bölgede, 15 ilde, kentte yaşayan halkı temsil eden 1.242 kişi ile yüz yüze görüşülerek gerçekleştirilmiştir.

Her sektör için pazarının en az %70'ini oluşturan şirketlerin itibar yönetimi performansı ölçümlenerek, sektörün itibarı hesaplanmaktadır.

Araştırma kapsamında paylaşılan RepMan İtibar Yönetimi Performans Skoru (RMS), kurumların yedi ana alandaki performanslarının ölçümlenmesi ile hesaplanmaktadır.

\*RMS: İtibar Yönetimi Performans Skoru

### RepMan İtibar Skoru (RMS)



Yukarıda kutuların içerisinde yer alan ana boyutlar olmak üzere 7 faktörde şirketlerin gösterdiği performansları ile hesaplanan bir takdir-güven göstergesidir. İtibar düzeyi, endeks puanı olarak hesaplanmakta olup 0 - 100 arasında ifade edilmektedir.

### RepMan İtibar Yönetimi Skoru (RMS) nasıl okunmalıdır?

İtibar Skoru	0-49	50-59	60-69	70-79	80-89	90-100
İtibar...	Çok zayıf	Zayıf	Orta	Güçlü	Çok güçlü	Mükemmel

65-70 arasında alınan itibar skoru "Kurum İtibar Yönetimi" için başlangıç noktası kabul edilebilir

Güçlü bir kurum itibar algısı için itibar skorunuzun en az 70 olması gerekmektedir

Türkiye'de ve dünyada "Benchmark" şirketlerin aldığı en yüksek itibar skoru 80-90 aralığındadır.