УДК 658.8:615

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ І ПРАКТИЧНА ЦІННІСТЬ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ В ПОКРАЩЕННІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

© 2014 **ГІЛЕТА Ю. І.**

УДК 658.8:615

Гілета Ю. І. Актуальні проблеми імпортозаміщення і практична цінність кластерного аналізу в покращенні маркетингової діяльності вітчизняних фармацевтичних підприємств

Мета статті полягає у визначенні актуальних проблем імпортозаміщення та практичної цінності кластерного аналізу в покращенні маркетингової діяльності вітчизняних фармацевтичних підприємств. Проаналізовано показники діяльності фармацевтичних підприємств України у 2011 р., проведено кластерний аналіз їхньої діяльності; представлено дендрограму кластерного аналізу діяльності фармацевтичних підприємств. У роботі подано змістовну характеристику фармацевтичного ринку України. Доведено необхідність вирішення проблеми імпортозаміщення шляхом розширення економічного простору функціонування ділової співпраці учасників фармацевтичного ринку. Одним із ефективних інструментів у маркетинговому аналізі виступає кластерний аналіз, результати якого апробовані для 19 фармацевтичних компаній. Сформовані кластери доцільно розглядати в контексті підвищення ефективності виробництва кожного підприємства через координацію спільних науково-дослідних робіт і передінвестиційних маркетингових досліджень.

Ключові слова: *фармацевтичний ринок, кластерний аналіз, маркетингова діяльність, лікарські засоби, імпортозаміщення, підприємство.*
Рис.: *1.* ***Табл.:*** *2.* ***Формул:*** *1.* ***Бібл.:*** *16.*

Гілета Юліяна Ігорівна – *аспірантка, кафедра маркетингу і логістики, Національний університет «Львівська політехніка» (вул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)*
E-mail: *YU.Gileta@gmail.com*

УДК 658.8:615

Гилета Ю. И. Актуальные проблемы импортозамещения и практическая ценность кластерного анализа в улучшении маркетинговой деятельности отечественных фармацевтических предприятий

Цель статьи заключается в определении актуальных проблем импортозамещения и практической ценности кластерного анализа в улучшении маркетинговой деятельности отечественных фармацевтических предприятий. Проанализированы показатели деятельности фармацевтических предприятий Украины в 2011 г., проведен кластерный анализ их деятельности, представлена дендрограмма кластерного анализа деятельности фармацевтических предприятий. В работе представлена содержательная характеристика фармацевтического рынка Украины. Доказана необходимость решения проблемы импортозамещения путем расширения экономического пространства функционирования делового сотрудничества участников фармацевтического рынка. Одним из эффективных инструментов в маркетинговом анализе выступает кластерный анализ, результаты которого апробированы для 19 фармацевтических компаний. Сформированные кластеры целесообразно рассматривать в контексте повышения эффективности производства каждого предприятия путем координации совместных научно-исследовательских работ и прединвестиционных маркетинговых исследований.

Ключевые слова: *фармацевтический рынок, кластерный анализ, маркетинговая деятельность, лекарственные средства, экспорт, импортозамещение, предприятие.*
Рис.: *1.* ***Табл.:*** *2.* ***Формул:*** *1.* ***Библ.:*** *16.*

Гилета Юлияна Игоревна – *аспирантка, кафедра маркетинга и логистики, Национальный университет «Львовская политехника» (ул. Степана Бандеры, 12, Львов, 79013, Украина)*
E-mail: *YU.Gileta@gmail.com*

UDC 658.8:615

Gileta Yuliyana I. Urgent Problems of Import Substitution and Practical Value of Cluster Analysis in Improvement of Marketing Activity of Domestic Pharmaceutical Enterprises

The goal of the article lies in identification of urgent problems of import substitution and practical value of cluster analysis in improvement of marketing activity of domestic pharmaceutical enterprises. The article analyses indicators of activity of pharmaceutical enterprises of Ukraine in 2011, conducts cluster analysis of their activity, and provides a dendrogram of cluster analysis of activity of pharmaceutical enterprises. The article contains an essential characteristic of the pharmaceutical market of Ukraine. It proves a necessity of solving the problem of import substitution through expansion of economic environment of functioning of business co-operation of participants of the pharmaceutical market. One of the efficient instruments in the marketing analysis is a cluster analysis, the results of which are approbated for 19 pharmaceutical companies. It is expedient to consider the formed clusters in the context of increase of efficiency of production of each enterprise through co-ordination of joint research and development works and pre-investment marketing studies.

Key words: *pharmaceutical market, cluster analysis, marketing activity, medications, export, import substitution, enterprise.*
Pic.: *1.* ***Tabl.:*** *2.* ***Formulae:*** *1.* ***Bibl.:*** *16.*

Gileta Yuliyana I.– *Postgraduate Student, Department of Marketing and Logistics, National University «Lviv Polytechnic» (vul. Stepana Bandery, 12, Lviv, 79013, Ukraine)*
E-mail: *YU.Gileta@gmail.com*

Фармацевтична галузь України перебуває на переломному етапі реформування галузі і реструктуризації виробництва як основних лідерів ринку, так і суб'єктів малого і середнього бізнесу. В умовах світової фінансової кризи в Україні залишаються нерозкритими потенційні можливості у напрямку розвитку маркетингової діяльності фармацевтичних виробників та їх посередників, зміцнення їхніх ринкових позицій на основі повноцінного використання матеріальних і нематеріальних активів з метою оптимізації співвідношення «ціна/якість» на всіх етапах створення доданої вартості і цінності медичних послуг [1].

Кластерний аналіз – це один із способів класифікації об'єктів за їхніми ознаками. В Україні процес кластеризації розпочався у 1997 р. з ініціативи С. І.Соколенко – Президента Міжнародного фонду сприяння ринку. У науковій літературі фармації України проблему кластеризації ще ґрунтовно не досліджено. До науковців, котрі займаються цією проблемою, належать О. В. Посилкіна та В. М.Толочко [2, 3].

Кластеризація отримала широке розповсюдження в розвинених країнах. У Фінляндії функціонує 9 кластерів, у тому числі кластер охорони здоров'я. У Нідерландах кластер охорони здоров'я є одним із 10 функціонуючих. У Польщі медичний кластер (Medycyna Polska) – один із 20 сформованих кластерів [4].

Кластеризація, з позицій фармацевтичної галузі,– це інструмент формування регіональної промислової політики, спрямованої на підвищення конкурентоспроможності суб'єктів фармацевтичного ринку та розвитку фармацевтичної галузі на мезорівні; об'єднання виробництва, дистрибуції та реалізації фармацевтичної продукції у територіальні кластери [4].

Метою статті є проведення кластерного аналізу діяльності вітчизняних фармацевтичних підприємств для покращення їхньої маркетингової діяльності, пошуку оптимальних важелів регулювання маркетингової діяльності.

Фармацевтичний кластер – це галузево-територіальне добровільне об'єднання підприємницьких структур, котрі взаємодіють з науковими установами, органами місцевого самоврядування та громадськими організаціями для підвищення соціальної забезпеченості населення фармацевтичною продукцією [3]. Ефективне використання взаємозв'язків у всіх сферах діяльності, котрі виникають всередині комплексу суб'єктів фармацевтичного ринку в результаті їх об'єднання в кластер, є основною метою кластеризації у фармації.

За допомогою створення фармацевтичних кластерів в Україні можна вирішити такі проблеми, як: технологічне відставання на всіх етапах життєвого циклу лікарських засобів; відсутність можливості розвитку фармацевтичних підприємств у зв'язку з низькою часткою доданої вартості генеричних лікарських засобів; відсутність взаємозв'язку між розробкою, виробництвом і впровадженням лікарських засобів у медичну практику, що збільшує ризики інвестицій в наукові дослідження [3].

Значна кількість середніх і малих компаній є різнорідними, при цьому можливості радикальних інновацій пов'язані з прийняттям ризику, гнучкістю і підприємницькою активністю. При участі в конкурентній боротьбі кластерний процес і пов'язана з ним кооперація з іншими компаніями можуть дати середнім і малим підприємствам важливі засоби для компенсації нестачі ефекту масштабу. Для розвитку кластерів у різних сегментах економіки потрібні різноманітні можливості. У кластері, який зосереджується навколо спільного маркетингу і продажів, комунікаційні можливості, ймовірно, будуть більш важливими в порівнянні з науково-дослідним кластером, в якому пріоритетне значення мають технічні знання. Кластери, орієнтовані на комерційну діяльність, можуть мати потребу в можливостях генерації ідей, у той час як кластерам, заснованим на нових ідеях, можуть знадобитися підприємницькі навички [5].

Ключові джерела знань розрізняються залежно від конкретної галузі. Наприклад, значення наукової бази та її зв'язків для промисловості вкрай важливе у фармацевтиці або ядерній фізиці. З досліджень компетенцій Уотсона Уайта [6], для галузі охорони здоров'я виставляються такі вимоги: аналітичні навики, знання справи, бажання навчатись, лідерські або управлінські здібності [5].

У пострадянських країнах є актуальною проблема переходу на кластерну модель розвитку фармацевтичної галузі з огляду на необхідність реалізації державних програм імпортозаміщення. Вітчизняний фармацевтичний ринок перебуває в глобальній залежності від імпортних виробників, що гостро ставить питання про фармакологічну безпеку України. Частка генеричних лікарських засобів на українському ринку у порівнянні з інноваційними продуктами складає близько 90%, Росії – 80%, США – 20%, Японії – 22%, Франції – 35% [7, 8]. У Росії створення фармацевтичних кластерів – це не лише інвестиції в будівництво заводів, а й у зміцнення взаємовигідних партнерських відносин із федеральною владою. Таке партнерство дозволяє брати участь у держзакупівлях на привабливих умовах. Статус локального виробника лікарських засобів у Росії дає змогу реалізовувати продукцію на тендерах на 15% дорожче, ніж пропонують імпортери. Таким чином, якщо врахувати розмір російського ринку, спостерігається значна економія, тож вкладені в інвестиційні проекти кошти окуповуються значно швидше [9].

Український фармацевтичний ринок включає виробництво лікарських засобів і виробів медичного призначення, оптовий і роздрібний продаж продукції через аптечні мережі, спеціалізоване зберігання, дистрибуцію, експорт та імпорт продукції. Обсяг фармацевтичного ринку в 2011 р. склав майже 27 млрд грн [10]. При цьому є певні проблеми у фармацевтичній галузі. Зокрема, це економічна площина. Україна на сьогодні має надзвичайно ліберальні правила допуску іноземних ліків на внутрішній ринок. Питома вага імпортної продукції майже у 2,6 разу перевищує вітчизняну. Не менше 30% лікарської продукції, допущеної на ринок України, тобто імпортного виробництва, не підтверджено сертифікатом GMP, і це робота, яка буде проводитися Урядом, Міністерством охорони здоров'я, Державною службою з лікарських засобів, що повинна вивести в рівні умови на фармацевтичному ринку як вітчизняних, так і іноземних виробників ліків [10, 11]. На сучасному етапі розвитку фармацевтичний ринок України є другим за обсягами серед країн СНД після Росії (за підсумками 2012 р. Україна займала 12 – 14% ринку СНД). Загальний обсяг фармацевтичного ринку України за результатами 2012 р. склав 31,7 млрд грн, що на 16,9 в. п. перевищує результати 2011 р. [11].

У 2012 р. український фармацевтичний ринок залишався імпортозалежним. Протягом року спостерігалось збільшення обсягів імпорту фармацевтичної продукції в Україну, що пов'язано з відновленням активності основних компаній-дистриб'юторів. За даними Державної служби статистики України, за результатами 2012 р. імпорт фармацевтичної продукції в Україну становив близько 3,3 млрд дол. США, що майже на 15% перевищує результат 2011 р. На ТОП-10 країн, які поставляють фармацевтичну продукцію в Україну, припадало близько 70% всього імпорту (у натуральному та грошовому вимірах) [10, 11]. Найбільшими країнами – імпортерами фармацевтичної продукції в Україну є: Німеччина, Індія, Угорщина, Франція та ін. Основними компаніями – імпортерами в Україну фармацевтичної продукції є: ТОВ «БаДМ», ТОВ СП «Оптима-Фарм» Лтд, ТОВ «ВВС-Лтд», ЗАТ «Альба Україна», ТОВ «Санофі-Авентіс Україна» [1].

Дослідження рейтингового агентства «Кредит-Рейтинг» демонструють ситуацію, де структура сировинної бази українських підприємств-виробників залишається залежною від імпортних поставок основної сировини та матеріалів. При цьому сировина та матеріали українського виробництва представлені насамперед допоміжними матеріалами [11].

За підсумками 2012 р. експорт готових лікарських засобів вітчизняного виробництва склав 243 млн дол. США (+24,8% порівняно з 2011 р.) [15]. Географія експортних поставок здебільшого представлена такими країнами, як: Узбекистан, Казахстан, Росія, Білорусь та інші країни. Концентрація експорту фармацевтичної продукції українського виробництва – переважно до країн СНД, що пояснюється наявністю жорсткої системи контролю за рівнем якості продукції на європейських ринках, а також необхідністю наявності у виробників GMP-сертифікатів. Найбільшими українськими виробниками-експортерами є ВАТ «Фармак», Корпорація «Артеріум» [1].

Станом на 2012 р. промислове виробництво фармацевтичної продукції в Україні здійснюють близько 120 підприємств. Найбільшими українськими виробниками фармацевтичної продукції є: ПАТ «Фармак», «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод», Корпорація «Артеріум» («Київмедпрепарат», «Галичфарм»), «Дарниця», «Здоров'я», «Лекхім» тощо. На частку п'яти основних компаній-виробників припадає більше 50% виробленої у країні продукції [11].

З метою проведення кластерного аналізу діяльності вітчизняних фармацевтичних підприємств у роботі розглянуто показники 19 фармацевтичних компаній-лідерів у 2011 р., що представлено в *табл. 1*. Сутність кластерного аналізу полягає у здійсненні класифікації об'єктів дослідження за допомогою численних обчислювальних процедур. У результаті цього утворюються «кластери», або групи дуже схожих об'єктів [12]. На відміну від інших методів цей вид аналізу дає можливість класифікувати об'єкти не за однією ознакою, а за декількома одночасно. Для цього вводяться відповідні показники, що характеризують певну міру близькості за всіма класифікаційними параметрами. Вихідними параметрами під час класифікації фармацевтичних підприємств прийняті такі показники: необоротні активи, нематеріальні активи, оборотні активи, власний капітал, активи, чистий дохід.

Метою кластеризації є групування подібних об'єктів. Найчастіше вживаною мірою близькості об'єктів у цьому випадку вважається так звана евклідова відстань. Вона є одним із показників кластерного аналізу та розраховується за формулою:

$$D(A, B) = \sqrt{(X_B - X_A)^2 + (Y_B - Y_A)^2},$$

де X_A, Y_A – координати точки А на осях X і Y; X_B,Y_B – координати точки B на осях X і Y [12, 14].

На *рис. 1* представлено дендрограму кластерного аналізу (для фармацевтичних підприємств у 2011 р.), що використовується у методі Варда, і показано результати формування кластерів (*табл. 2*). Метод Варда є методом, який заснований на втраті інформації, котра відбувається в результаті розподілення об'єктів на кластери та змінюється за допомогою загальної суми квадратів відхилень кожного об'єкта від центру свого кластера [12]. Вздовж вер-

Таблиця 1

Показники діяльності вітчизняних фармацевтичних підприємств у 2011 р.

№ з/п	Назва підприємства	Необор. активи, тис. грн	Нематер. активи, тис. грн	Оборотні активи, тис. грн	Власний капітал, тис. грн	Активи, тис. грн	Чистий дохід, тис. грн
1	ПАТ «Фармак»	1006645	4431	506847	977233	1513492	1477205
2	ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»	419724	1989	606546	601554	1050777	738620
3	ПАТ «Київмедпрепарат»	572413	701	641282	492134	1262985	550533
4	ПАТ «Київський вітамінний завод»	56996	458	212077	74024	269204	338016
5	ПАТ «Галичфарм»	438244	2256	309563	123716	749007	312426
6	ПрАТ «Біофарма»	128354	22989	190602	279531	360194	251467
7	ПАТ «Фітофарм»	19553	143	64974	70087	84604	229610
8	ПрАТ Виробничо-наукове підприємство «Укрзооветпромпостач»	22369	23	45389	45972	67873	150406
9	ПАТ «Фармстандарт-Біолік»	60446	21	111241	140469	285483	147256
10	ПАТ «Стома»	98334	8390	78744	129575	177085	115978
11	ПАТ «Лубнифарм»	19236	17	43193	22767	62623	115401
12	ПАТ «Монфарм»	50247	0	52870	28073	103122	94579
13	ПАТ «Хімзавод «Червона Зірка»	15984	0	54088	17741	70079	83708
14	ПАТ «Луганський хіміко-фармацевтичний завод»	13882	1986	41705	26466	55646	75897
15	ПАТ «Ліктрави»	45280	1600	49571	87691	94862	74111
16	ПрАТ «Лекхім-Харків»	39011	48	35445	18345	74456	72167
17	ПрАТ «Екологоохоронна фірма «КРЕОМА-ФАРМ»	24150	2393	26892	47367	51042	54442
18	ПрАТ «Інфузія»	35486	17	21710	17256	57258	42639
19	ТзОВ «Натур +»	9817	0	7038	8971	16855	35588

Джерело: складено автором на основі [13].

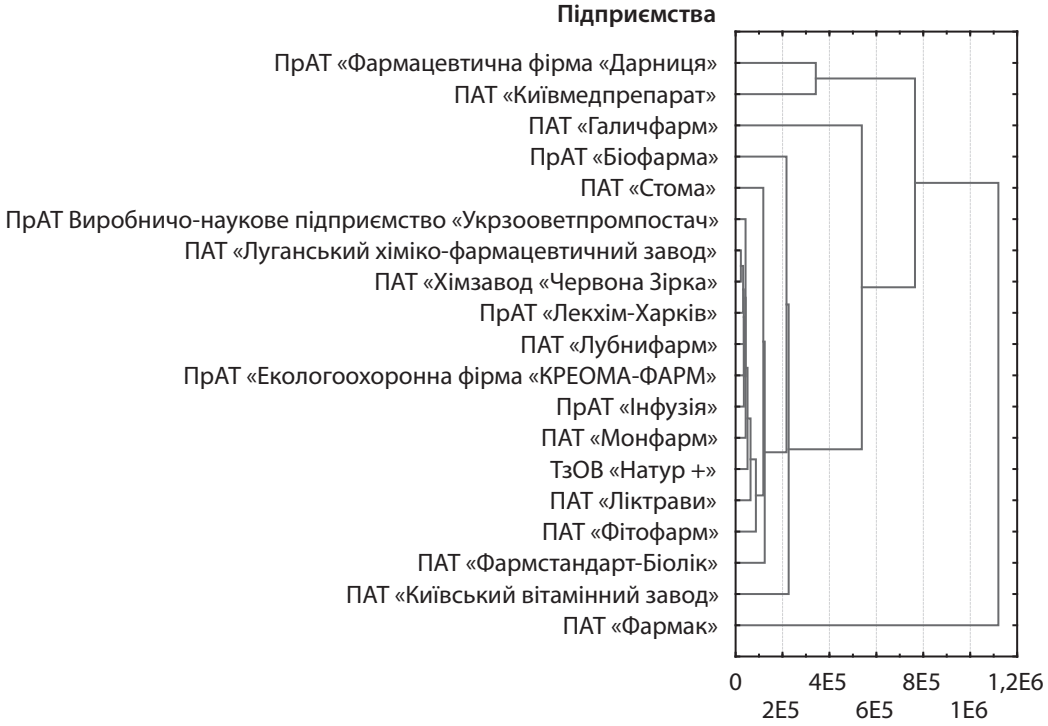

Рис. 1. Дендрограма кластерного аналізу для підприємств фармацевтичної промисловості, станом на 2011 р.

Таблиця 2

Результати формування кластерів для підприємств фармацевтичної промисловості, станом на 2011 р.

№ Кластера	Підприємства	Відстань до центра кластера
Кластер 1	ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»	159902,0
	ПАТ «Київмедпрепарат»	177717,9
	ПАТ «Фармак»	307929,6
Кластер 2	ПАТ «Галичфарм»	154673,3
	ПрАТ «Біофарма»	76920,1
	ПАТ «Київський вітамінний завод»	106695,1
Кластер 3	ПАТ «Стома»	55723,38
	ПАТ «Фармстандарт-Біолік»	93258,63
	ПрАТ Виробничо-наукове підприємство «Укрзооветпромпостач»	23799,60
	ПАТ «Ліктрави»	18759,21
	ПАТ «Фітофарм»	54614,66
	ПАТ «Луганський хіміко-фармацевтичний завод»	22306,88
	ПАТ «Хімзавод «Червона Зірка»	19262,01
	ПАТ «Лубнифарм»	19179,82
	ПрАТ «Екологоохоронна фірма «КРЕОМА-ФАРМ»	26868,70
	ПАТ «Монфарм»	12316,71
	ПрАТ «Інфузія»	32424,70
	ПрАТ «Лекхім-Харків»	19620,23
	ТзОВ «Натур+»	48113,65

тикальної осі дендрограми наведено назви підприємств, що підлягають класифікації, а вздовж горизонтальної осі відкладено відстані між об'єднаними об'єктами; при цьому відбувається поступове послаблення критерію об'єднання, тобто зниження граничного рівня критерію об'єднання двох об'єктів до одного кластеру. У результаті послаблення критерію відбувається агрегація кластерів, які мають у своїй структурі все більш відмінні об'єкти [15].

Таким чином, проведений кластерний аналіз дав змогу визначити групи підприємств з подібним рівнем розвитку та розміром фінансово-економічних показників діяльності [16].

За результатами кластеризації було отримано три кластери. Підприємства першого кластера є лідерами фармацевтичного ринку, котрі мають серйозні переваги за рівнем фінансово-економічних показників діяльності. Ці підприємства (ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця», ПАТ «Київмедпрепарат», ПАТ «Фармак») є конкурентами між собою, для яких характерним є найвищий рівень конкуренції [19]. До групи із середнім рівнем розвитку увійшло з підприємства (ПАТ «Галичфарм», ПрАТ «Біофарма», ПАТ «Київський вітамінний завод»). До групи з нижчим від середнього рівнем розвитку увійшло 13 компаній (ПАТ «Стома», ПАТ «Фармстандарт-Біолік», ПрАТ Виробничо-наукове підприємство «Укрзооветпромпостач», ПАТ «Ліктрави», ПАТ «Фітофарм",ПАТ «Луганський хіміко-фармацевтичний завод», ПАТ «Хімзавод «Червона Зірка», ПАТ «Лубнифарм», ПрАТ «Екологоохоронна фірма «КРЕОМА-ФАРМ», ПАТ «Монфарм», ПрАТ «Інфузія», ПрАТ «Лекхім-Харків» , ТзОВ «Натур +»).

Ключовим напрямком діяльності аналізованих підприємств є виробництво якісних та ефективних лікарських засобів для забезпечення здорового, тривалого та більш продуктивного життя населення. Окрім основного виду діяльності (виробництво фармацевтичних препаратів і матеріалів), присутня диверсифікація видів діяльності цих підприємств. Протягом аналізованого періоду українські фармацевтичні підприємства-лідери, котрі потрапили до першого кластера, єдині з-поміж інших розглянутих компаній займались виключно виробництвом, оптовою та роздрібною торгівлею фармацевтичними товарами. У решти компаній, котрі потрапили до інших кластерів, з нижчим рівнем розвитку, диверсифікація діяльності здебільшого не пов'язана з основним видом діяльності. Наприклад, ПАТ «Монфарм» займається обробленням неметалевих відходів і брухту; ПрАТ «Біофарма» та ПАТ «Київський вітамінний завод» – посередництвом у торгівлі товарами широкого асортименту, а ПрАТ «Лекхім-Харків» – здаванням під найм власної та державної нерухомості виробничо-технічного та культурного призначення. Підприємства, котрі в результаті проведення кластерного аналізу потрапили до одного кластера, можуть об'єднатись з метою: зниження капітальних витрат на одиницю продукції; зменшення маркетингових витрат на одиницю продукції; зміцнення конкурентних позицій через покращення якості управління; покращити свою діяльність завдяки спільному використанню науково-дослідної бази.

ВИСНОВКИ

Результати кластерного аналізу можуть бути органічно вбудованими в загальну стратегію розвитку фармацевтичної галузі завдяки можливостям ідентифікації невикористаних резервів промислового виробництва окремих підприємств. Крім того, розширюються альтернативи щодо вибору грамотних маркетингових стратегій у контексті зміцнення конкурентних переваг ділових партнерів і підвищується якість маркетингової інформаційної системи. Вирішення проблеми імпортозаміщення в Україні актуалізує науково-прикладні дослідження щодо оцінки реальних можливостей фармацевтичної галузі нарощувати темпи виробництва конкурентоспроможної продукції. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Мних О. Б. Актуальні проблеми розвитку фармацевтичного ринку та підходи до їх вирішення / О. Б. Мних, Ю. І. Гілета // Вісник «Логістика» Національного університету «Львівська політехніка», 2012. – № 749. – С. 207 – 214.

2. Кластерный анализ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.statsoft.ru/home/textbook/modules/stcluan.html

3. Сагайдак-Нікітюк Р. В. Концепція розвитку фармацевтичних регіональних кластерів в Україні / Р. В. Сагайдак-Нікітюк // Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. – 2009. – № 6(8). – С. 44 – 50.

4. Посилкіна О. В. Актуальність та проблеми створення фармацевтичних кластерів в Україні на підставі логістичного менеджменту та міжнародних стандартів якості / О. В. Посилкіна, Р. В. Сагайдак-Нікітюк, О. В. Козирєва. – 2012. – С. 337 – 339 [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://ena.lp.edu.ua

5. Вардапетян В. В. Условия развития и формирования кластеров / В. В. Вардапетян // Креативная экономика. – 2009. – № 8 (32). – С. 85 – 91 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.creativeeconomy.ru/articles/2673

6. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.towerswatson.com/

7. Безпека та нормативно-правовий супровід лікарських засобів: від розробки до медичного застосування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.mif-ua.com/archive/article/37690

8. Крикавський Є. В. Спеціальні економічні зони та кластерна політика України / Є. В.Кркавський, О. А. Похилченко // Бізнес Інформ. – 2011. – № 11. – С. 4 – 7.

9. Ліки мігрують із України в Росію [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ua.comments.ua/world/196195-liki-migruyut-iz-ukraini-v-rosiyu.html

10. Моїсеєнко Р. Обсяг фармацевтичного ринку в 2011 році склав майже 27 млрд грн / Р. Моїсеєнко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://jeynews.com.ua/news/d0/69525

11. Фармацевтичний ринок України за 2012 рік [Електронний ресурс]. –Режим доступу : http://www.credit-rating.ua/img/st_img/AS/2013/04.06.2013/Pharma_Ukr_2012.pdf

12. Украина и её регионы на пути к инновационному обществу : монография: [в 4 т.] / [И. П. Булеев, В. И. Дубницкий, М. П. Войнаренко и др.] ; под общ. ред. В. И. Дубницкого и И. П. Булеева ; НАН Украины. Ин-т экономики промышленности; донецкий экономико-гуманитарный институт ; Академия экономических наук Украины. – Донецк : Юго-Восток, 2011.

13. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.smida.gov.ua

14. Мних О. Б. Маркетинг у формуванні ринкової вартості машинобудівного підприємства: теорія і практика : монографія. – Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009. – 428 с.

15. Розен В. П. Кластерний аналіз використання паливно-енергетичних ресурсів на прикладі Черкаської області / В. П. Розен, С. М. Мильніченко // Вісник НТУУ «КПІ». Серія «Гірництво». – 2010. – Вип. 19. – С. 131 – 139.

16. Фролова В. Ю. Кластерний аналіз стратегічних груп конкурентів на прикладі фармацевтичних підприємств / В. Ю. Фролова // Інноваційна економіка. – 2012. – № 9 (35). – С. 103 – 107.

REFERENCES

"Bezpeka ta normatyvno-pravovyi suprovid likarskykh zasobiv: vid rozrobky do medychnoho zastosuvannia" [Safety and legal support drugs: from development to medical use]. http://www.mif-ua.com/archive/article/37690

Buleev, I. P., Dubnitskiy, V. I., and Voynarenko, M. P. *Ukraina i ee regiony na puti k innovatsionnomu obshchestvu* [Ukraine and its regions on the way to an innovative society]. Donetsk: Yugo-Vostok, 2011.

"Farmatsevtychnyi rynok Ukrainy za 2012 rik" [Pharmaceutical market in Ukraine in 2012]. http://www.credit-rating.ua/img/st_img/AS/2013/04.06.2013/Pharma_Ukr_2012.pdf

Frolova, V. Yu. "Klasternyi analiz stratehichnykh hrup konkurentiv na prykladi farmatsevtychnykh pidpryiemstv" [Cluster analysis of strategic groups of competitors in the case of pharmaceutical companies]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 9 (35) (2012): 103-107.

Krykavskyi, Ye. V., and Pokhylchenko, O. A. "Spetsialni ekonomichni zony ta klasterna polityka Ukrainy" [Special economic zones and cluster policy in Ukraine]. *Biznes Inform*, no. 11 (2011): 4-7.

"Klasternyy analiz" [Cluster analysis]. http://www.statsoft.ru/home/textbook/modules/stcluan.html

"Liky mihruiut iz Ukrainy v Rosiiu" [Medication migrate from Ukraine to Russia]. http://ua.comments.ua/world/196195-liki-migruyut-iz-ukraini-v-rosiyu.html

Mnykh, O. B., and Hileta, Yu. I. "Aktualni problemy rozvytku farmatsevtychnoho rynku ta pidkhody do ikh vyrishennia" [Actual problems of the pharmaceutical market and approaches to their solution]. *Lohistyka*, no. 749 (2012): 207-214.

Moiseienko, R. "Obsiah farmatsevtychnoho rynku v 2011 rotsi sklav maizhe 27 mlrd. hrn. " [The amount of the pharmaceutical market in 2011 amounted to nearly 27 billion]. http://jeynews. com. ua/news/d0/69525>.

Mnykh, O. B. *Marketynh u formuvanni rynkovoi vartosti mashynobudivnoho pidpryiemstva: teoriia i praktyka* [Marketing in establishing a market value engineering enterprise : theory and practice]. Lviv: Lvivska politekhnika, 2009.

Posylkina, O. V., Sahaidak-Nikitiuk, R. V., and Kozyrieva, O. V. "Aktualnist ta problemy stvorennia farmatsevtychnykh klasteriv v Ukraini na pidstavi lohistychnoho menedzhmentu ta mizhnarodnykh standartiv iakosti" [The urgency of the problem of creating and pharmaceutical clusters in Ukraine on the basis of logistics management and international quality standards]. http://ena.lp.edu.ua

Rozen, V. P., and Mylnichenko, S. M. "Klasternyi analiz vykorystannia palyvno-enerhetychnykh resursiv na prykladi Cherkaskoi oblasti" [Cluster analysis of the use of energy resources as an example of Cherkasy region]. *Visnyk NTUU «KPI». Seriia «Hirnytstvo»*, no. 19 (2010): 131-139.

Sahaidak-Nikitiuk, R. V. "Kontseptsiia rozvytku farmatsevtychnykh rehionalnykh klasteriv v Ukraini" [The concept of pharmaceutical regional clusters in Ukraine]. *Upravlinnia, ekonomika ta zabezpechennia iakosti v farmatsii*, no. 6 (8) (2009): 44-50.

Vardapetian, V. V. "Usloviia razvitiia i formirovaniia klasterov" [Conditions for the development and formation of clusters]. http://www.creativeeconomy.ru/articles/2673/

http://www.towerswatson.com/

http://www.smida.gov.ua

УДК 65.012.32

ОЦІНКА ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТА УПРАВЛІННЯ

© 2014 **ТОВМА О. А.**

УДК 65.012.32

Товма О. А. Оцінка ділової репутації торговельного підприємства як об'єкта управління

Метою статті є обґрунтування необхідності оцінювання ділової репутації торговельних підприємств для подальшого управління ними та виявлення основних тенденцій розвитку торговельних мереж України в даному напрямку. Досліджено кількісні та якісні методи, за допомогою яких здійснюється розрахунок гудвілу. На цій основі виявлено групи економічної оцінки ділової репутації: методи, які ґрунтуються на оцінці доходу, що обумовлений наявністю бренда, ринкові та порівняльні. У статті запропоновано дослідження ділової репутації підприємства через розрахунок гудвілу методом надлишкових прибутків (доходний підхід), а також визначення його переваг і обмежень у використанні. Здійснено розрахунок гудвілу торговельних мережевих підприємств України та аналіз його динаміки за 2009 – 2012 рр. Виявлено причини незацікавленості підприємців у підвищенні ділової репутації через розрахунок та аналіз гудвілу.

Ключові слова: *ділова репутація, гудвіл, ставка капіталізації, чисті скориговані активи.*
Рис.: *3.* ***Табл.:*** *2.* ***Формул:*** *1.* ***Бібл.:*** *9.*

Товма Ольга Анатоліївна *– аспірантка, кафедра економіки підприємств харчування та торгівлі, Харківський державний університет харчування та торгівлі (вул. Клочківська, 333, Харків, 61051, Україна)*
E-mail: *o.a.tovma@gmail.com*

УДК 65.012.32

Товма О. А. Оценка деловой репутации торгового предприятия как объекта управления

Целью статьи является обоснование необходимости оценки деловой репутации торговых предприятий для дальнейшего управления ими и выявление основных тенденций развития торговых сетей Украины в данном направлении. Исследованы количественные и качественные методы, с помощью которых осуществляется расчет гудвилла. На этой основе выявлены группы экономической оценки деловой репутации: методы, которые основываются на оценке дохода, который обусловлен наличием бренда, рыночные и сравнительные. В статье предложено исследование деловой репутации предприятия путем расчета гудвилла по методу избыточных прибылей (доходный подход), а также определение его достоинств и ограничений в использовании. Осуществлен расчет гудвилла торговых сетевых предприятий Украины и анализ его динамики за 2009 – 2012 гг. Выявлены причины незаинтересованности предпринимателей в повышении деловой репутации путем расчета и анализа гудвилла.

Ключевые слова: *деловая репутация, гудвилл, ставка капитализации, чистые скорректированные активы.*
Рис.: *3.* ***Табл.:*** *2.* ***Формул:*** *1.* ***Библ.:*** *9.*

Товма Ольга Анатолиевна *– аспирантка, кафедра экономики предприятий питания и торговли, Харьковский государственный университет питания и торговли (ул. Клочковская, 333, Харьков, 61051, Украина)*
E-mail: *o.a.tovma@gmail.com*

UDC 65.012.32

Tovma Olha A. Assessment of Business Reputation of a Trade Enterprise as an Object of Management

The goal of the article is justification of a necessity of assessment of business reputation of trade enterprises for their further management and revelation of main tendencies of development of trade networks of Ukraine in this direction. The article studies quantitative and qualitative methods with the help of which goodwill is calculated. Based on this the article reveals the following groups of economic assessment of business reputation: methods that are based on income assessment, which is caused by availability of a brand, and also market and comparative methods. The article offers to study business reputation of an enterprise through calculation of goodwill by the method of excessive profits (income approach) and also identification of its advantages and restrictions in use. It calculates goodwill of trade network enterprises of Ukraine and analysis of its dynamics for 2009 – 2012. It shows reasons of absence of interest of entrepreneurs in increase of business reputation through calculation and analysis of goodwill.

Key words: *business reputation, goodwill, capitalisation rate, net adjusted assets.*
Pic.: *3.* ***Tabl.:*** *2.* ***Formulae:*** *1.* ***Bibl.:*** *9.*

Tovma Olha A. *– Postgraduate Student, Department of Economics and catering trade, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (vul. Klochkivska, 333, Kharkiv, 61051, Ukraine)*
E-mail: *o.a.tovma@gmail.com*