



УДК 614.27:339.12

ФОРМИРОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО ПОДХОДА К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АПТЕЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Н.Б. ДРЕМОВА
Н.С. БУШИНА

*Курский государственный
медицинский университет*

e-mail: n-bush@mail.ru

В статье представлен методический подход к оценке конкурентоспособности аптечных организаций. На основе анализа научной литературы и экспертного опроса определен набор экономических и социальных показателей (параметров) конкурентоспособности. Апробация сформированного метода осуществлена на примере оценки конкурентоспособности пяти аптечных организаций, функционирующих на региональном фармацевтическом рынке. Предложены стратегические направления развития аптек.

Ключевые слова: конкуренция, оценка конкурентоспособности, методический подход, аптечная организация.

Неотъемлемой частью функционирования розничного фармацевтического рынка является конкуренция между его игроками (продавцами) – аптечными организациями (АО). Она действует как принудительная сила, заставляющая АО бороться за оптимальное удовлетворение потребностей покупателей фармацевтической и парафармацевтической продукции и увеличение прибыли, что достигается посредством использования новейших маркетинговых технологий, стимулирования деловой активности, поиска рациональных подходов к управлению.

В этих условиях определяющим фактором коммерческого успеха АО становится конкурентоспособность (КСП), которая понимается как многоаспектная экономическая категория, обуславливающая способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на рынке. Изучая конкурентов и условия конкуренции в отрасли, организация может определить сильные и слабые стороны своей деятельности и выработать собственную стратегию для поддержки имеющихся конкурентных преимуществ.

Анализ современной отечественной и зарубежной экономической литературы свидетельствует о сложности такой многофакторной задачи, как оценка КСП предприятий и организаций. Существующие разработанные методические подходы сводятся к выявлению наиболее значимых показателей КСП и их интегрированию, которые не всегда можно применить к такой специфической сфере деятельности как фармацевтическая [1, 2, 9, 12, 16, 17].

Цель исследования: формирование методического подхода к оценке КСП АО на региональном уровне.

Объекты исследования: АО, имеющие лицензию на осуществление розничной фармацевтической деятельности на территории Курской области (АО действуют, названия обозначены буквами).

Методы исследования: экономико-статистические (метод средних величин, таблично-графический), методы финансового анализа (метод коэффициентов), социологические (метод экспертных оценок, анкетирование), маркетинговый анализ.

Обоснование методического подхода к оценке КСП АО

На основе анализа и обобщения современного методического обеспечения оценки КСП предприятий и организаций установлен достаточно широкий спектр оригинальных и адаптированных к условиям конкретной сферы деятельности методик и подходов. В то же время ни один из них не нашел широкого применения в практике экономического анализа и маркетинговых исследований. Данное обстоятельство обусловлено тем, что предлагаемые методы обладают целым рядом частных недостатков, к которым можно отнести необходимость учитывать значительное количество факторов, отсутствие нужной информации, использование сложного математического аппа-

рата для оценки, значительная трудоемкость работ, невозможность отразить особенности функционирования предприятия.

Теоретические и практические аспекты оценки КСП фармацевтических организаций и товаров отражены в работах З.Н. Мнушко, С.А. Сафоновой, Л.И. Василенко, Л.Н. Рыжковой, М.В. Перегудовой, Е.А. Максимкиной, Н.Б. Дремовой, Т.А. Олейниковой и др. [14, 4, 18, 17, 11, 5, 6]. Стоит подчеркнуть, что оценка КСП лекарственных средств используется в т. ч. и в процессе позиционирования и расчете маркетингового потенциала на фармацевтическом рынке [7].

С учетом преимуществ и недостатков рассмотренных методических подходов нами отобран метод идеальной точки, который относится к математическим и базируется на использовании теории многокритериальной оптимизации. Сущность подхода, применительно к проблематике настоящего исследования, заключается в сопоставлении анализируемых объектов с условной эталонной организацией (УЭО), являющейся условным конкурентом, имеющим наилучшие результаты по всем сопоставляемым параметрам. Преимуществом данного подхода является то, что основой для оценки конкурентоспособности организации служат не субъективные предположения экспертов, а сложившиеся в реальных условиях наиболее высокие результаты из всей совокупности сравниваемых объектов. Кроме того, подход позволяет производить оценку при наличии отрицательных значений изучаемых параметров и показателей. Представленный метод использовался, как в экономических исследованиях (рейтинговая оценка финансового состояния предприятия [20]), так и в маркетинговых (определение уровня конкурентоспособности предприятий [16]). Следует отметить, что в исследованиях КСП АО применение данного метода не отражено.

Формирование критериев и показателей КСП АО

АО представляет собой экономической субъект фармацевтического рынка, которому свойственны параметры коммерческой организации и организации системы здравоохранения [19]. Как коммерческое предприятие аптека имеет качественные (показатели удовлетворенности) и количественные параметры (экономические показатели деятельности). Особенности АО как элемента системы здравоохранения связаны с сохранением и укреплением здоровья населения. В настоящем исследовании рассмотрены только параметры коммерческой организации, т. к. оценить вклад АО в сохранение здоровья нации достаточно трудно.

Опираясь на вышеуказанные положения, нами разработан **дизайн исследования**, представленный на рис. 1. В нём выделены два направления, обуславливающие КСП АО: 1) исследование экономических параметров; 2) исследование социальных параметров.

Экономическая компонента КСП означает наилучшее использование трудовых, материальных, денежных средств и получение максимальных финансовых результатов деятельности, что способствует ускорению достижения целей АО.

Социальная компонента дает оценку удовлетворенности потребителей-покупателей обслуживанием в АО, а также персонала работой в данной аптеке, что напрямую влияет на уровень лояльности клиентов и их желание приходить в данную аптеку за лекарственными средствами.

Формирование перечня критериев и показателей КСП АО осуществлено на основе обобщения научных публикаций по изучаемой проблеме [4, 11, 13, 14, 15, 18, 19]. Для выявления наиболее значимых из них нами разработана анкета экспертного опроса, включающая полный набор экономических (47) и социальных показателей (20).

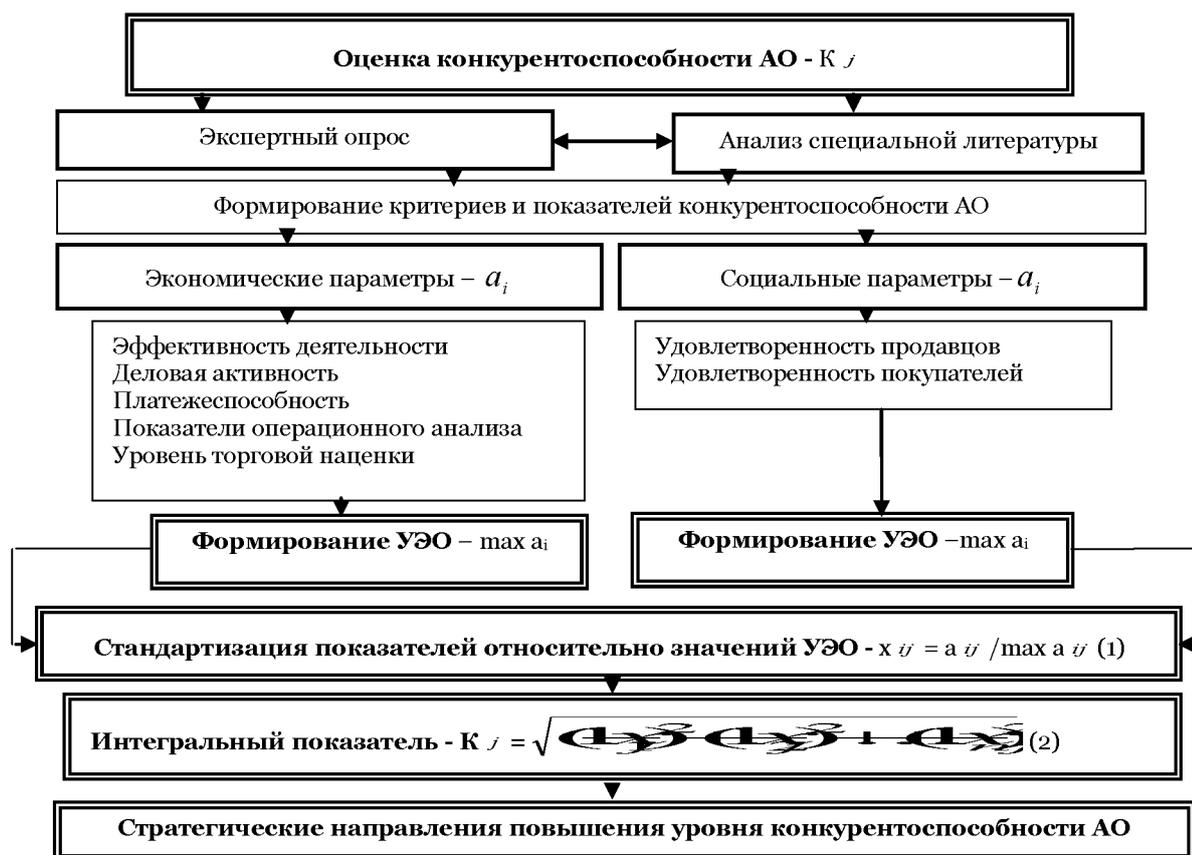


Рис. 1. Дизайн исследования конкурентоспособности АО

Для получения репрезентативных данных (доверительная вероятность $p=0,95$, допустимая ошибка $\Delta=0,05$) использована методика малых выборок, в соответствии с которой при неизвестном объеме генеральной совокупности выборка составляет 50 человек [3]. В исследовании размер целевой выборки для отбора экономических параметров составил 50 (руководители АО г.Курска, Белгорода, Воронежа), для отбора социальных – 100 (потенциальные покупатели – жители г.Курска (50); потенциальные продавцы – работники АО г.Курска (50)). Согласованность мнений экспертов определена с использованием коэффициента конкордации (используется наиболее часто [1, 10]), который характеризует близость индивидуальных мнений экспертов. По результатам математической обработки анкет отобрано по 13 показателей в каждой группе (всего 26). В табл. 1 представлены экономические параметры КСП.

Таблица 1

Показатели экономической компоненты КСП АО

Показатель	Математический аппарат	Интерпретация показателя
1	2	3
Эффективность деятельности АО		
Рентабельность продукции (издержек)	$(\Pi/\text{З}) \cdot 100\%$ (3) Π – прибыль от реализации З – затраты по реализованной продукции	Характеризует окупаемость издержек
Рентабельность продаж	$(\Pi/\text{В}) \cdot 100\%$ (4) В – выручка от реализации	Характеризует эффективность предпринимательской деятельности
Прибыль на одного работника	$\Pi/\text{ЧР}$ (5) ЧР – численность работающих	Определяет эффективность использования трудовых ресурсов
Реализация на рубль затрат	$\text{В}/\text{З}$ (6)	Показывает доходность основной деятельности



Окончание табл. 1

1	2	3
Прибыль на единицу площади	P/S (7) S – площадь торгового зала	Определяет рациональное использование торговой площади
Деловая активность АО		
Оборачиваемость кредиторской задолженности	$V/KЗ$ (8) KЗ – среднегодовая величина кредиторской задолженности	Показывает, сколько раз за период оборачивается кредиторская задолженность
Оборачиваемость оборотного капитала	V/OC (9) OC – среднегодовая величина оборотных средств	Характеризует скорость обращения оборотных средств
Оборачиваемость запасов	$V/TЗ$ (10) TЗ – среднегодовая величина товарных запасов	Показывает, сколько раз за период оборачиваются товарные запасы
Платежеспособность АО		
Коэффициент текущей ликвидности	TA/TO (11) TA – оборотные средства TO – краткосрочные обязательства	Отражает способность погашать текущие обязательства за счёт оборотных активов
Коэффициент абсолютной ликвидности	$ДС/ТО$ (12) ДС – денежные средства	Отражает способность погашать текущие обязательства за счёт наиболее ликвидных активов
Показатели операционного анализа деятельности АО		
Доля маржинальной прибыли	$[(V-ПЗ)*100\%]/V$ (13) ПЗ – общие переменные затраты	Отражает удельный вес прибыли и постоянных затрат (маржинальной прибыли) в выручке от продажи
Уровень запаса финансовой прочности	$(V-TБ)/V$ (14) TБ – точка безубыточности (в стоимостном выражении)	Показывает, на сколько процентов может снизиться объем продаж, чтобы предприятию удалось избежать убытка
Уровень торговой наценки		
Средняя торговая наценка	$\frac{\sum AC_i * TH_i}{\sum AC}$ (15) TH _i – торговая наценка ΣAC _i – число позиций с данным уровнем наценки	Характеризует среднюю по всем видам товаров наценку, необходимую для покрытия издержек и получения прибыли

В табл. 2 отражены показатели социальной компоненты КСП АО.

Таблица 2

Показатели социальной компоненты КСП АО

Показатель	Математический аппарат	Интерпретация показателя
1	2	3
Факторы удовлетворенности покупателей		
Ассортимент	$Ч_a/Ч$ (16) Ч _a – число респондентов, удовлетворенных ассортиментом Ч – общее число респондентов для изучаемой АО	Определяет степень удовлетворенности ассортиментом лекарственных препаратов АО
Ценовая политика	$Ч_ц/Ч$ (17) Ч _ц – число респондентов, удовлетворенных ценовой политикой	Характеризует уровень удовлетворенности уровнем цен на лекарственные препараты
Месторасположение	$Ч_м/Ч$ (18) Ч _м – число респондентов, удовлетворенных расположением АО	Определяет процент покупателей, удовлетворенных месторасположением торговой точки
Качество обслуживания	$Ч_о/Ч$ (19) Ч _о – число респондентов, удовлетворенных качеством	Определяет степень удовлетворенности качеством обслуживания (этические нормы поведения)
Уровень профессионализма персонала	$Ч_п/Ч$ (20) Ч _п – число респондентов, удовлетворенных профессионализмом персонала	Процент покупателей, удовлетворенных умением работников оказать консультативную помощь, предложить замену отсутствующих в ассортименте лекарственных средств
Режим работы	$Ч_р/Ч$ (21) Ч _р – число респондентов, удовлетворенных режимом работы ОА	Определяет степень удовлетворенности режимом работы (время открытия и закрытия, перерывы, выходные дни)



Окончание табл. 1

1	2	3
Интерьер торгового зала	Чи/Ч (22) Чу – число респондентов, удовлетворенных интерьером торгового зала	Показывает процент покупателей, удовлетворенных интерьером торгового зала (расположение витрин и окон, освещение)
Выкладка товара	Чв/Ч (23) Чв – число респондентов, удовлетворенных выкладкой товара	Определяет степень удовлетворенности выкладкой товара (высота и освещение витрин, наличие стеллажей в зале)
Конструкция здания	Чк/Ч (24) Чк – число респондентов, удовлетворенных конструкцией здания	Процент покупателей, удовлетворенных конструкцией здания (удобный вход, наличие перил, пандусов)
Факторы удовлетворенности персонала работой в АО		
Микроклимат в коллективе	Чмк/Ч (25) Чмк – число респондентов, удовлетворенных микроклиматом в коллективе	Определяет процент удовлетворенности сотрудников АО взаимоотношениями с коллегами, руководителем
Размер заработной платы	Чз/Ч (26) Чз – число респондентов, удовлетворенных заработной платой	Процент сотрудников АО, удовлетворенных уровнем оплаты труда, стимулирующими выплатами
Режим труда	Чрт/Ч (27) Чрт – число респондентов, удовлетворенных режимом труда	Показывает степень удовлетворенности режимом труда (продолжительность смены, наличие перерывов в работе)
Организация рабочего места	Чо/Ч (28) Чо – число респондентов, удовлетворенных организацией рабочего места	Процент сотрудников АО, удовлетворенных организацией рабочего места (оснащение, автоматизация рабочего места)

Исследование экономических параметров КСП АО

Расчет фактических значений экономических показателей КСП произведен на основании данных официальной бухгалтерской и статистической отчетности исследуемых АО (формулы 3-15). По каждому параметру установлено наилучшее значение и сформирована УЭО, относительно значений которой проведена стандартизация показателей по формуле 1. Результаты стандартизации даны в табл. 3.

Таблица 3

Стандартизированные данные экономической компоненты КСП АО

Показатель	Аптека ОФ	Аптека ЛФ	Аптека ЮФ	Аптека ГО	Аптека ГФ
Показатели эффективности деятельности					
Рентабельность издержек	0,31	0,73	0,78	0,46	1,00
Рентабельность продаж	0,00	0,34	1,00	-0,60	0,33
Реализация на 1 рубль затрат	0,81	0,91	1,00	0,84	0,91
Прибыль на 1 работника	0,75	0,90	1,00	-0,15	0,54
Прибыль на единицу площади	0,22	0,68	1,00	-0,08	0,49
Показатели оборачиваемости					
Оборачиваемость кредиторской задолженности	0,50	0,97	1,00	0,62	0,84
Оборачиваемость оборотного капитала	0,56	0,59	1,00	0,64	0,92
Оборачиваемость запасов	0,66	0,55	1,00	0,60	0,93
Показатели ликвидности					
Коэффициент текущей ликвидности	0,57	1,00	0,46	0,59	0,67
Коэффициент абсолютной ликвидности	1,00	0,11	0,24	0,07	0,33
Показатели операционного анализа					
Доля маржинальной прибыли	0,37	0,78	0,82	0,53	1,00
Уровень запаса финансовой прочности	0,00	0,96	1,00	0,90	0,99
Уровень торговой наценки					
Средняя торговая наценка	0,87	1,00	0,58	0,38	0,72

Прим.: жирным шрифтом выделены лучшие значения параметра из всех объектов.

Анализ данных табл. 3 показал, что наиболее высокое место в рейтинге имеет Аптека ЮФ, у которой 8 наилучших значений из 13 исследуемых параметров. Также по два лучших значения установлено у Аптеки ГФ и Аптеки ЛФ. Аптека ОФ имеет только

одно наилучшее значение – коэффициент абсолютной ликвидности, остальные стандартизированные показатели относительно невысокие. Аптека ГО по итогам года получила отрицательный финансовый результат, кроме того, низкий уровень выручки и отсутствие абсолютно ликвидных активов привели к тому, что данная АО не имела ни одного наилучшего значения из исследуемых показателей.

Исследование социальных параметров КСП АО

С целью выявления степени удовлетворенности респондентов, в качестве которых выступили покупатели исследуемых АО (по пятьдесят в каждой) и списочный состав сотрудников изучаемых объектов, проведено очное анкетирование по отобранным показателям. Результаты обработки анкет позволили определить фактические значения показателей (форм. 16-28), выявить наилучшие из них и сформировать УЭО. Стандартизированные показатели (форм. 1), характеризующие социальную компоненту КСП АО, представлены в табл. 4.

Таблица 4

Стандартизированные данные социальной компоненты КСП АО

Показатель	Аптека ОФ	Аптека ЛФ	Аптека ЮФ	Аптека ГО	Аптека ГФ
Факторы удовлетворенности потребителей					
Месторасположение	0,96	0,86	0,84	0,82	1,00
Режим работы	0,98	0,84	1,00	0,94	0,90
Ценовая политика	0,60	1,00	0,55	0,83	0,79
Ассортимент	0,60	1,00	0,71	0,78	0,93
Интерьер торгового зала	1,00	0,86	0,80	0,90	0,90
Качество обслуживания	0,98	1,00	1,00	0,90	0,98
Профессиональные навыки персонала	0,96	1,00	0,96	0,89	0,94
Выкладкой товара	0,92	1,00	0,88	0,80	0,92
Факторы удовлетворенности персонала работой в АО					
Микроклиматом в коллективе	0,83	0,86	1,00	0,50	1,00
Уровнем заработной платы	0,78	1,00	0,78	0,87	0,87
Режимом труда	1,00	0,86	0,67	0,75	0,75
Организацией рабочего места	1,00	0,72	1,00	0,75	0,50

Прим.: жирным шрифтом выделены лучшие значения параметра из всех объектов.

По количеству наилучших значений исследуемых параметров КСП АО распределились следующим образом. На первом месте – Аптека ЛФ, имеющая 6 наилучших значений; на втором – Аптека ЮФ (4 показателя); на третьем – Аптека ОФ (3 значения); на четвертом – Аптека ГФ (только 2 наилучших значения). Также, как и по экономической компоненте, Аптека ГО не имеет ни одного наилучшего значения показателей удовлетворенности. Данное обстоятельство отрицательно влияет и на финансовые результаты деятельности, и на уровень КСП данной АО в целом.

Определение интегрального показателя КСП АО

С учетом значений стандартизированных показателей по экономическим и социальным параметрам произведен расчет интегрального показателя КСП по формуле 2, результаты расчетов представлены в форме лепестковой диаграммы (рис. 2).

На основании полученных данных произведено ранжирование исследуемых АО по уровню КСП в порядке убывания. Согласно процедуре разработанного подхода, наиболее конкурентоспособной является АО, имеющая минимальное значение интегрального показателя.

Первое место в рейтинге принадлежит Аптеке ЮФ, значение интегрального показателя которой находится на уровне 1,28. Сильными сторонами деятельности данной аптеки являются высокий уровень выручки и прибыли, которые обеспечивают эффективность функционирования и высокий запас финансовой прочности. Слабые позиции связаны с нерациональной ценовой политикой и недостаточностью ликвидных средств.

На втором месте по уровню КСП находятся две АО: Аптека ЛФ и Аптека ГФ, которые незначительно отстают от лидера. Об этом свидетельствует разница в значениях интегральных показателей (0,14 пункта). Основным конкурентным преимуществом



Аптека ЛФ является оптимальный уровень торговой наценки, который в будущем позволит ей конкурировать с Аптекой ЮФ за первое место в рейтинге. Достаточно высокие значения стандартизированных показателей социальной компоненты КСП Аптеки ГФ свидетельствуют об удовлетворенности покупателей проводимой руководством АО политикой.

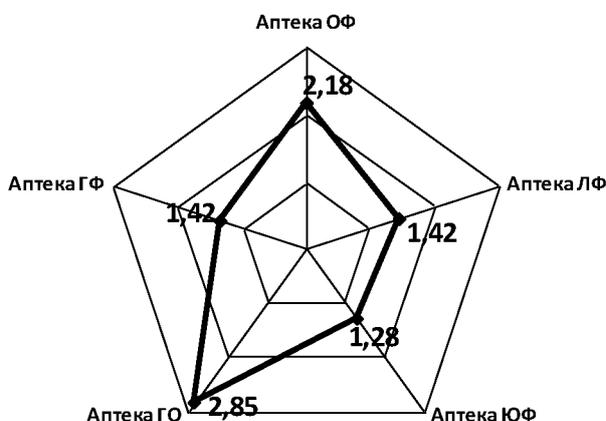


Рис. 2. Значения интегральных показателей КСП АО

Третье место заняла Аптека ОФ, которая имеет только 4 наилучших значения исследуемых показателей из 26 рассматриваемых. Практически все её показатели находятся на уровне средних значений, при этом АО не имеет явных конкурентных преимуществ.

Аутсайдером среди анализируемых АО является Аптека ГО. По сравнению с ближайшим конкурентом значение интегрального показателя КСП у неё ниже на 0,67 пункта, а по отношению к лидеру эта разница составляет 1,57. В определяющей степени низкая КСП обусловлена наличием отрицательного финансового результата, полученного АО по итогам года.

Стратегические направления повышения уровня КСП АО

Заключительным этапом оценки КСП явилась разработка стратегических направлений развития изученных АО. На сегодняшний день в научной литературе по вопросам управления предприятиями и организациями представлено множество различных стратегий, отражающих подходы к росту фирмы [8]. В рамках настоящего исследования нами предложены следующие стратегии.

Аптеке ЮФ, занимавшей 1 место в рейтинге, целесообразно использовать стратегию лидера и стремиться к расширению рынка, привлекая новых потребителей, оптимизируя ассортимент лекарственных препаратов и парафармацевтической продукции. Для большего привлечения потребителей можно использовать брэндинг, т.к. данная АО позиционирует себя как «Аптека Пастера».

Руководство Аптек ГФ и ЛФ может использовать стратегию последователя за лидером. В связи с тем, что разрыв между лидером и данными АО невелик, они могут избрать «ценовую войну»: поддержание пониженной наценки на дорогостоящие рецептурные препараты и сохранение высокой наценки на парафармацевтическую продукцию.

Аптеки ОФ и Аптека ГО имеют достаточно низкий уровень конкурентоспособности, поэтому для них целесообразна стратегия окопавшихся в рыночной нише. Аптеке ОФ следует обслуживать определенный небольшой сегмент рынка (ближайшее население) и ввести для них накопительную систему скидок. В связи с получением убытка Аптеке ГО необходимо проследить динамику в ближайшие годы и при сохранении негативной тенденции можно произвести слияние с другими АО.

С целью сокращения затрат и оптимизации процесса разработан алгоритм для программного обеспечения процесса оценки конкурентоспособности АО.

Выводы. Предложенный методический подход к оценке КСП АО, в основе которого положен метод идеальной точки, позволяет АО не только определить и проанализировать показатели своей деятельности, но и знать свои позиции на фармацевтическом рынке. Методический подход, реализованный в автоматизированной форме, не требует серьезных затрат материальных, финансовых и трудовых ресурсов. По результатам математических расчетов возможна разработка стратегических направлений управления АО на ближайшую перспективу.

Литература

1. Абдразаков, Р.И. Интегральный подход к определению конкурентоспособности организаций / Р.И. Абдразаков / Р.И. Абдразаков // Менеджмент в России и за рубежом. – 2011. – № 2. – С. 103-111.
2. Баумгарнер, Л.В. Анализ методов определения конкурентоспособности учреждений и продукции / Л.В. Баумгарнер // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 4. – С. 72-85.
3. Божук, С.Г. Маркетинговые исследования / С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. – СПб. : Питер, 2003. – 304 с.
4. Василенко, Л.И. Изучение конкурентоспособности аптеки [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.lawmix.ru/med.php?id=4536>
5. Дремова, Н.Б. Маркетинг в фармации : учеб. пособие / Н.Б. Дремова. – Белгород : БелГУ, 2010. – 272 с.
6. Дремова, Н.Б. Маркетинговые исследования конкурентоспособности лекарственных средств / Н.Б. Дремова, Т.А. Олейникова, Е.В. Лазарева // Экономический вестник фармации. – 1998. – сентябрь. – С. 62-69.
7. Дремова, Н.Б. Разработка комплексного подхода позиционирования лекарственных средств / Н.Б. Дремова, И.Н. Совершенный, А.М. Николаенко / Человек и лекарство : сб. материалов XVII Рос. нац. конгресса (Москва, 12-16 апр. 2010 г.). – М. : Общерос. фонд «Здоровье человека», 2008. – С. 606-607.
8. Дремова, Н.Б. Стратегические направления развития ассортиментной политики аптечной организации – методические подходы : учеб.-метод. пособие / Н.Б. Дремова, И.Н. Совершенный. – Курск : КГМУ, 2011. – 198 с.
9. Зулькарнаев, И.У. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий / И.У. Зулькарнаев, Л.Р. Ильясова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 4. – С. 17-27.
10. Лотов, В.А. Многокритериальные задачи принятия управленческих решений : учеб. пособие / В.А. Лотов, И.И. Поспелова. – М. : МАКС Пресс, 2008. – 197 с.
11. Максимкина, Е.А. Конкурентоспособность фармацевтической организации в условиях рынка / Е.А. Максимкина, Е.Е. Лоскутова, В.В. Дорофеева. – М. : МЦФЭР, 1999. – 256 с.
12. Методики рейтингового анализа [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://cde.ael.ru/electronik/ekonom_analiz/24.html.
13. Мильберг, Б.Е. Определение потребностей покупателей и достижение конкурентных преимуществ (взгляд из региона) / Б.Е. Мильберг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 4. – С. 72-85.
14. Мнушко, З.Н. Изучение конкурентоспособности аптеки / З.Н. Мнушко, Н.А. Сафонова // Провизор. – 2002. – № 7. – С. 2-12.
15. Музыра, Ю.А. Оценка показателей экономической эффективности аптечных предприятий / Ю.А. Музыра, Т.А. Канакина // Фармация. – 2008. – № 6. – С. 34-37.
16. Мухина, Д.В. Экономические и методические основы повышения конкурентоспособности хлебопекарных предприятий (на примере Приморского края) : автореф. дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.05 / Д.В. Мухина; ПГСХА. – Уссурийск, 2005. – 22 с.
17. Перегудова, Л.Н. Научно-методические подходы повышения конкурентоспособности фармацевтического предприятия (на примере НПО «Вирион») : автореф. дис. ... канд. фарм. наук: 15.00.01 / Л.Н. Перегудова; ГОУ ВПО «Курский государственный медицинский университет». – Курск, 2005. – 24 с.
18. Рыжкова, М.В. Практический опыт применения интегрированного показателя конкурентоспособности в аптеке / М.В. Рыжкова, Н.А. Дукельская // Ремедиум. – 2012. – февраль. – С. 55-61.
19. Управление и экономика фармации: учебник/ под ред. В.Л. Багировой. – М. : Медицина, 2004. – 720 с.
20. Шеремет, А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности : учебник / А.Д. Шеремет. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 416 с.



DEVELOPMENT OF METHODOLOGICAL APPROACH FOR ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF PHARMACEUTICAL ORGANIZATIONS

N.B. DREMOVA
N.S. BUSHINA

*Kursk State Medical
University*

e-mail: n-bush@mail.ru

This article presents a methodical approach for the assessment of competitiveness of pharmaceutical organizations. A set of economic and social indicators (parameters) based on the analysis of the scientific literature and experts' interviews is determined. Approbation of this method is performed on the five pharmaceutical organizations operating at the regional pharmaceutical market. The main strategic directions of pharmacies development are determined.

Key words: competition, assessment of competitiveness, methodological approach, the pharmaceutical organization.