

7. Амблер Т. Маркетинг і фінансовий результат: Нові метрики багатства корпорації / Т. Амблер. – Москва, 2003. – 248 с.
8. Біленький О. Ю. Аналіз конкурентних стратегій ТНК в умовах глобалізації економічної діяльності [Текст] / О. Ю. Біленький // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; ред. кол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2015. – Том 21. – № 2. – С. 36–41. – ISSN 1993-0259
9. Портер М. Японська економічна модель. Чи може Японія конкурувати? / М. Портер, Х. Такеучи, М. Сакакибара. – «Альпіна Паблішер», 2005. – 262 с.

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ США ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ІННОВАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ АМЕРИКАНСЬКИХ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ

*К. С. Анікєєва, студентка 6 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародні економічні відносини» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти
С. І. Туль, ст. викладач – науковий керівник*

Анотація. Стаття присвячена дослідженню інвестиційного клімату США та його впливу на інноваційну діяльність американських фармацевтичних компаній.

Ключові слова: інвестиційна діяльність, інноваційний розвиток, капіталізація, науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи, світовий ринок, ТНК, фармацевтична галузь.

US INVESTMENT CLIMATE AND ITS INFLUENCE ON THE INNOVATION ACTIVITIES OF AMERICAN PHARMACEUTICAL COMPANIES

Abstract. The article is devoted to the study of the US investment climate and its impact on the innovation activities of US pharmaceutical companies.

Keywords: investment activity, innovative development, capitalization, research and development work, world market, TNCs, pharmaceutical industry.

Постановка проблеми. Нині актуальною темою досліджень є вивчення світових інвестиційно-інноваційних процесів. До числа найбільш значущих високотехнологічних галузей відноситься фармацевтична промисловість, що займає важливе місце в міжнародній

інвестиційній діяльності господарюючих суб'єктів. Фармацевтична галузь характеризується специфічними інноваційними процесами, складною структурою, великим числом високотехнологічних робочих місць, високою інвестиційною привабливістю.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Особливості інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання досліджували такі зарубіжні та вітчизняні вчені С. Л. Брю, А. О. Задоя, Ф. Кене, К. Р. Макконнелл, Дж. М. Кейнс, Д. Г. Лук'яненко та ін.

Метою статті є оцінка інвестиційного клімату США та аналіз інвестиційної діяльності господарюючих суб'єктів фармацевтичної галузі США.

Виклад основного матеріалу дослідження. Американський фармацевтичний ринок є найбільшим за капіталізацією. У США розташовані штаб-квартири більшості фармацевтичних ТНК (найбільшій американській компанії «Pfizer» належить 5,56 % світового ринку фармацевтичних товарів за обсягом продажів), ринкова капіталізація цих компаній величезна, і за біржовими позиціями вони прирівняні з сировинними і телекомунікаційними компаніями. За підсумками 2017 р. США займають 39 % світових продажів продукції галузі, а ринок одних тільки рецептурних препаратів в країні досяг рекордних 320 млрд дол. США [1].

Сукупні інвестиції в науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР) у фармацевтичній галузі в 2018 р. перевищили 150 млрд дол. США. За прогнозами експертів очікується щорічне зростання інвестицій на 2,8 % до 182 млрд дол. США у 2022 р. [2].

Частка США в загальному обсязі світових витрат на НДДКР на 2018 р. становить 26,4 %, а в загальному обсязі у фармацевтичній галузі (включаючи біотехнології) – більше 43 %. Витрати на НДДКР у фармацевтичній галузі США складають 21 % (2017 р.) в загальному обсязі приватних витрат на інноваційний розвиток всіх галузей економіки, випереджаючи сферу розробки програмного забезпечення (11 % в 2017 р.).

Інвестори вважають фармацевтичний бізнес прибутковим і надійним, тому обсяги підтримки галузі істотні, що підтверджується значною кількістю стартапів в фармацевтичних кластерах – наприклад, у Каліфорнії і Массачусетсі залучають фахівців з усього світу, а одержуваний ТНК прибуток дозволяє їм фінансувати НДДКР у великих обсягах. Талановита молодь в США швидко знаходить роботу у фармацевтичній галузі, чому сприяє також висока активність малого бізнесу і університетських дослідних лабораторій.

За підсумками 2017 р. сукупний обсяг витрат на лікарські засоби в США досяг 323 млрд дол. США. Згідно з прогнозами компанії

«QuintilesIMS» протягом наступних 5 років витрати на лікарські засоби в США будуть підвищуватися в середньому на 2–5 % щорічно і до 2021 р. досягнуть близько 375–405 млрд дол. США. У значній мірі цьому сприятимуть виведення на ринок нових лікарських засобів і збільшення споживання препаратів для лікування рідкісних і хронічних захворювань [2].

Висновки. Ринкова капіталізація американських фармацевтичних ТНК останні 20 років інтенсивно зростає, і компанії утримують високі обсяги продажів як на внутрішньому ринку, так і в глобальному масштабі. Хоча в останні роки компанії зіткнулися з подорожчанням випуску нових препаратів і актуалізацією проблем системи охорони здоров'я США. Домінування американських компаній на світовому ринку триває, їх прибуток і дивіденди залишаються одними з найвищих на ринку, а вчені США займають передові позиції в галузі. Основним напрямом інвестиційної стратегії американських компаній є вихід на нові ринки, вкладання фінансового та інтелектуального капіталу у НДДКР, а також посилення міжнародного патентного контролю.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мамедьяров З. А. Инструменты государственной инновационной политики в фармацевтической отрасли США и ЕС / З. А. Мамедьяров // МИР (Модернизация Инновации Развитие) – 2017. – № 1. – Т. 8. – С. 105–114.
2. The Pharmaceutical Industry in the United States 2018: Market Trends & Challenges, R&D, Patents and Leading Players [Electronic source] // Business Wire, Inc. – 2018. – Available at: <https://www.businesswire.com/news/home/20180621005557/en/Pharmaceutical-Industry-United-States-2018-Market-Trends>

СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ БРЕНДІВ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ: ОСНОВИ ТЕОРІЇ ТА ПРИКЛАДИ З ПРАКТИКИ

О. О. Барановський, студент 6 курсу спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини освітня програма «Міжнародні економічні відносини» за другим (магістерським) рівнем вищої освіти

О. В. Шкурупій, д. е. н., професор – науковий керівник

Анотація. Стаття присвячена особливостям створення та просування брендів у маркетинговій діяльності міжнародних компаній.

Ключові слова: бренд, стратегія просування, зарубіжний ринок, маркетингові комунікації, товарообіг, міжнародний маркетинг.