

комплексну оцінку всієї сукупності виробничих, комерційних, організаційних і економічних показників щодо виявлених вимог чи ринку властивостей іншого товару.

Література: 1. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства // Маркетинг і менеджмент інновацій.– 2012.– №4. – С. 230–235. 2. Прищепа М.С. Узагальнення теоретичних підходів до визначення поняття «конкурентоспроможність продукції» // www.rusnauka.com. 3. Степанкова А.А. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції // www.economy.nauka.com.ua.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Хаян І.А.

*Магістр Київського національного університету
технологій та дизайну*

Наук. керівник к.е.н., доцент Я.В.Лісун

Сучасний ринок фармацевтичної продукції є складним, багатофункціональним та багаторівневим із високими темпами зростання виробництва і продажів. Причинами такого зростання є особливості лікарських засобів, які задовольняють специфічні потреби споживачів, і, попит на які збільшується незалежно від економічних, політичних та інших видів чинників. Фармацевтичний сектор на сьогодні є одним із передових за капіталоємністю, наукоємністю, стабільними темпами зростання, соціальною значимістю для світової економіки.

В Україні виробництво фармацевтичної продукції на сьогодні здійснюють близько 117 вітчизняних підприємств, зокрема: ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця», ПАТ «Фармак», ПАТ НВЦ «Борщагівський хіміко–фармацевтичний завод», корпорація «Артеріум», Група компаній «Лекхім» та інші. Приблизно 50% медичних препаратів фармацевтичного ринку припадає саме на вітчизняні підприємства, що є позитивним Проте, стан українського ринку фармацевтики характеризується, по–перше, досить значною часткою імпорتنих медичних препаратів, по–друге, переважанням серед продукції застарілих, клінічно неефективних лікарських засобів. Тобто, фармацевтичний ринок України залишається імпортозалежним.

Медичні препарати, в основному, імпортуються з Німеччини, Індії, Франції, Італії, Угорщини, Словенії, Польщі та інших країн. Крім того, здійснюється імпорт не тільки готових медпрепаратів – більше 50% сировинної бази для виготовлення вітчизняних лікарських засобів також є залежними від імпорتنих поставок. Це впливає на собівартість та ціноутворення на лікарські засоби через вплив курсу валюти, митних платежів. Всіх учасників фармацевтичного ринку України можна поділити на такі основні групи: вітчизняні виробники, які перейшли до європейських стандартів GMP; східноєвропейські виробники («KRKA», «Gedeon Richter», «Berlin–Chemie»), які довгий час працюють на ринку України; нові генеричні компанії («Actavis», «Zentiva», «Teva», «Ratiopharm», «Sandoz»), які відрізняються гнучким ціноутворенням і оперативним формуванням товарного асортименту; інноваційні виробники («Novartis», «SanofiAventis», «Pfizer», «AstraZeneca»), що розвивають нові підходи до лікування, мають широку доказову базу, але й вищі ціни та нішеві компанії («Mili Healthcare», «Heel», «Bittner»), що мають успішні позиції тільки на окремих ринках. Саме ці компанії і формують структуру фармацевтичного ринку України.

Неодноразово Україна робила акцент на євроінтеграції для збільшення розвитку ринків різних видів діяльності, у тому числі, фармацевтичної. Також в Україні відносно жорсткою є система контролю якості ліків і досить розвинений механізм боротьби з фальсифікованими, неякісними і незареєстрованими лікарськими засобами. Основною проблемою фармацевтичного ринку України є проблема самолікування, внаслідок якої хворі скаржаться на неефективність як вітчизняних, так і імпортованих лікарських засобів. Проте, варто відмітити високий рівень довіри населення України до медичних препаратів вітчизняних виробників відомих брендів, а також іноземних високоякісних препаратів, не зважаючи в деяких випадках на досить високий рівень цін. На даний час Україна знаходиться на шляху євроінтеграції, тому доцільно досліджувати досвід країн ЄС у питаннях розвитку фармацевтичної галузі. Зокрема, Г.В. Костюк і А. В. Коваленко провели порівняльний аналіз фармацевтичної промисловості України, Німеччини (представника ЄС з розвинутою економікою) та Польщі (країни, яка нещодавно пройшла шлях інтеграції до ЄС). Результати показали, що Німеччина на даний час має розвинену фармацевтичну промисловість, а Польща успішно впроваджує комплексні заходи, необхідні для забезпечення розвитку фармацевтики при здійсненні діяльності у складі ЄС. Для фармацевтичного сектору Європейського Союзу характерно: 1) розвиток власної фармацевтичної галузі; 2) зрілий фармацевтичний ринок зі стійкими темпами росту в середньому 3–5% щороку; 3) інноваційність, якої бракує для розвитку даного виду діяльності підприємствам інших країн, включаючи і Україну (країни ЄС займають друге місце в світі за розробками лікарських засобів – 18% після США – 62%).

Факторами успіху фармацевтичних компаній ЄС були: застосування європейськими виробниками медичних препаратів сучасних бізнес-моделей розвитку з використанням переваг інтернаціоналізації виробництва та капіталу при відкритті нових виробництв на території країн з позитивною динамікою попиту на фармпродукцію, аутсорсингу НДДКР, міжнародного обміну технологіями, державного та приватного партнерства; поглиблення внутрішньорегіонального і транскордонного партнерства (в середині ЄС–28 та при взаємодії з фармвиробниками США та інших країн світу), зокрема в рамках коопераційних союзів, стратегічних альянсів, а також повної інтеграції – процесів злиття і поглинання; диверсифікація портфелю продукції фармацевтичних компаній (оригінальні медпрепарати і дженерики), з перенесенням акцентів на виробництво дженериків, що пов'язано з поширеною зараз тенденцією закінчення дії більшості патентів. За показниками останніх років обсяги вітчизняного виробництва медичних препаратів в Україні становили приблизно 270 млн. дол. США, у той час як показник національного виробництва у Польщі в 7 разів більший, а у Німеччині – у 71 раз, що пояснюється також і кількістю фармацевтичних виробників на ринку. Якщо в Україні не відмічена тенденція інвестування фармацевтичних виробників у здійснення НДДКР, то польськими виробниками витрачається щороку в середньому більше 78 млн. дол. США на інновації, німецькими виробниками медпрепаратів – більше 3 млрд. дол. США.

В умовах зростання конкурентної боротьби на ринку України між вітчизняними і закордонними виробниками фармацевтичної продукції інвестиції в інновації можуть відіграти ключову роль у формуванні конкурентних переваг. Перспективи розвитку фармацевтичного ринку України в умовах поглиблення процесів євроінтеграції пов'язані з реалізацією ряду заходів: поглиблення

міжнародної кооперації вітчизняних виробників фармацевтичної продукції із зарубіжними, зокрема з країн ЄС для обміну досвідом, технологіями та залучення інвестицій у розвиток; реалізація стратегій розвитку, які дозволять підвищити рівень конкурентоспроможності українських фармкомпаній в рамках інтенсифікації євроінтеграційних процесів; забезпечення інвестування вітчизняних виробників медпрепаратів у проведення НДДКР, що може призвести до кращої результативності діяльності, зменшення часу впровадження продукції фармацевтичної промисловості від етапу клінічних досліджень до створення кінцевого продукту; оптимізація логістичних ланцюгів постачання, виробництва та збуту фармацевтичної продукції; удосконалення системи ціноутворення відповідної внутрішнім і зовнішнім факторам функціонування фармацевтичних компаній; удосконалення маркетингової діяльності українських фармкомпаній, спрямованої на зменшення ризиків; прискорення процесу реалізація реформ у системі охорони здоров'я та впровадження європейських стандартів у фармацевтичній галузі.

Фармацевтичний ринок як Європейського Союзу, так і України динамічно розвивається. Структура українського ринку значно відрізняється від ринків розвинутих країн ЄС наявністю брендового створення лікарських препаратів, що впливає на ціну, сплачену кінцевим споживачем. Проте, українські підприємства мають великий потенціал для підвищення рівня фармацевтичної діяльності вітчизняних підприємств і, як результат, підвищення конкурентоспроможності при виході на європейський ринок. Головним завданням учасників фармацевтичного бізнесу на сьогодні є пошук та впровадження ефективних методів управління компаніями, а також стратегій для підвищення незалежної діяльності українського фармацевтичного ринку. Першочергового вирішення потребують такі проблеми, як впровадження новітніх технологій виробництва, приваблення інвестицій, покращення дослідницьких та експериментальних робіт для виготовлення медичних препаратів, удосконалення системи ціноутворення.

Література: 1. Котлер Ф. Основи маркетингу. – Новосибірськ: Наука. 1992. – 736 с. 2. Крушельницька О. В. Удосконалення системи управління витратами на реалізацію продукції на підприємствах /О. В. Крушельницька // Вісник ЖДТУ. – 2010.– № 1.– С. 125 – 129. 3. Мигурска О. Н. Формування дистриб'юторської системи збуту лікарських препаратів для фармацевтичного підприємства/ Щербак В.Г., О. Н. Мигурска // Збірник наукових статей “Економіка” – Випуск 86. – Харків: Видавництво ХДЕУ, 2005. – С. 828–834.

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ І ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Баранець О.О.

*Магістр Київського національного університету
технологій та дизайну*

Науковий керівник к.е.н., доц. Лісун Я.В.

Інтеграція в європейське співтовариство обумовлює формування дієвої політики щодо забезпечення якості продукції підприємств в напрямках впровадження сучасних методів управління якістю та діловою досконалістю, розроблення і впровадження систем управління якістю, екологічного управління, інших систем управління, принципів всеохоплюючого управління якістю, визнаних у Європі та в світі.

Управління якістю продукції – це безперервний та замкнутий цикл, який включає в себе декілька основних етапів: аналіз ринкового середовища, аналіз