

ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут міжнародних економічних відносин
ім. Б.Д. Гаврилишина
КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

**Аналіз залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України:
теорія і практика (макро)**

Студентки 2 курсу групи МЕНМФ -21

Складанюк Софія Василівна

Керівник к.е.н., доцент Новак Ю.Р.

Національна шкала _____

Кількість балів _____ Оцінка:ECTS _____

Члени комісії _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

Тернопіль - 2016

ЗМІСТ

Вступ.....	3
1. Теоретичні аспекти функціонування фармацевтичного ринку як ринку монополістичної конкуренції.....	5
2. Характеристика та аналіз функціонування фармацевтичної промисловості в Україні	10
3. Перспективи розвитку фармацевтичного ринку України.....	18
Висновки	21
Список використаної літератури	23

Вступ

Монополістична конкуренція є найбільш досліджуваною формою галузевих структур. Для подібної галузі не може бути побудовано абстрактної моделі, як це можна зробити у випадках чистої монополії і чистої конкуренції. Чиста конкуренція і чиста монополія є винятками, а не правилом в ринковому середовищі. Більшість ринкових структур знаходяться десь між цими двома винятками. Монополістична конкуренція припускає змішання монополії і конкуренції: точніше, монополістична конкуренція містить у собі дуже значний обсяг конкуренції, змішаної з невеликою дозою монопольної влади. Проблеми монополізації господарського життя, конкуренції на товарних ринках привертають сьогодні пильну увагу не тільки спеціалістів, але і широких прошарків населення.

Ринок монополістичної конкуренції являється поширеною організацією ринку на сьогоднішній день. Така ринкова структура сприяє здоровій конкуренції та розвитку інноваційних проєктів. Ринок монополістичної конкуренції влаштований таким чином, що спонукає його учасників до постійного розвитку та вдосконалення. Продавці змушені постійно працювати над вдосконаленням диференційованого продукту, створювати його нові конкурентоспроможні форми. В розвинутому суспільстві ринок монополістичної конкуренції є тою рушійною силою, яка веде його в напрямку прогресу, тому його розвиток важко переоцінити.

Ринок монополістичної конкуренції в Україні має свої особливості. Оскільки тут не створено на державному рівні умов за яких цей ринок міг би успішно розвиватися. На прикладі фармацевтичної галузі видно, що диференційований продукт мало вдосконалюється, інноваційні процеси ледь жевріють через відсутність фінансування, хоч розвиток галузі є дуже важливим, і Україні потрібні ліки, але створення нових лікарських препаратів – це процес тривалий і дорогий. Активізація досліджень щодо проблем фармацевтичного ринку у різних аспектах – історичному, економічному, фінансовому та аналітичному свідчать про те, що останнім часом питання стосовно розвитку

фармацевтичного ринку були предметом дослідження багатьох українських та зарубіжних учених. Зокрема, слід зазначити наукові праці І. М. Губського, А. Б. Краснокутського, В. І. Крикова, А. А. Луганова, М. М. Литвиненка, В. І. Прокопишена, в яких основна увага була зосереджена на дослідженнях стану організації та економіки фармацевтичного ринку[5, с. 107].

Мета курсової роботи – дослідити поняття монополістичної конкуренції, проаналізувати фармацевтичний ринок в Україні, та визначити перспективи його розвитку.

Головними завданнями в роботі є:

- розглянути особливості функціонування фармацевтичного ринку як ринку монополістичної конкуренції;
- проаналізувати діяльність фірм на ринку ліків в Україні;
- визначити основні напрямки розвитку фармацевтичної галузі.

1. Теоретичні аспекти функціонування фармацевтичного ринку як ринку монополістичної конкуренції

Фармацевтичний бізнес - один із найвигідніших і найприбутковіших, така думка у всьому світі. Державна економіка деяких країн цілком зконцентрована на фарміндустрії. Медикаменти випускаються у розвинутих країнах. На частку ринку найбільших фармацевтичних компаній із США, Японії, Франції, Німеччини, Великобританії, Італії, Швейцарії, Іспанії, Нідерландів припадає більше 75% [4, с. 126].

Виробники лікарських засобів в Україні – це біля 180 підприємств, 23 з них мають стратегічне значення у економіці і безпеці країни. 90 підприємств – приватні. Працює на фармацевтичних підприємствах більше 25 тис. осіб. Через фарміндустрію забезпечується 50% внутрішніх потреб у лікарських засобах в Україні. Також слід відмітити, що 50% державних підприємств фінансуються з державного бюджету, а заводи у приватній власності здатні витратити на НДДКР не більше 3% від обсягів продаж продукції [4, с.126].

Український ринок фармацевтичної продукції можна охарактеризувати як ринок монополістичної конкуренції, оскільки йому притаманні такі ознаки: наявна досить велика кількість фірм-виробників, продукт диференційований, нецінова конкуренція здійснюється через торгові знаки і марки, вхід в галузь легкий. [8, с. 221].

Детальніше охарактеризуємо риси ринку з монополістичною конкуренцією.

1. На ринку функціонує відносно велика кількість продавців, продукти яких схожі між собою, але не ідентичні. Одна з відмінностей монополістичної конкуренції від досконалої конкуренції – кількість підприємств. На ринку їх можуть бути десятки, а не тисячі, як за умов досконалої конкуренції.

Враховуючи таку кількість підприємств монополістична конкуренція набуває таких ознак:

- кожне підприємство фірма займає невелику частку від усього ринку, і, як наслідок, контроль над ринковою ціною у нього обмежений;
- порівняно велика кількість підприємств унеможлиблює їх таємну змову у цілях обмеження обсягів випуску і, як наслідок, штучного підвищення цін;
- значна кількість підприємств призводить до того, що між ними немає взаємної залежності; кожне окреме підприємство самостійно визначає свою політику.

2. На ринку монополістичної конкуренції представлені різні модифікації певного товару (товар диференційований). Такий товар має досить високу перехресну еластичність попиту за ціною. Диференціація продукту може відбуватися наступним чином:

- різниця у фізичних або якісних параметрах товарів (диференціація за якістю). Функціональні відмінності за хімічним складом, дизайном і якістю – надзвичайно важливі сторони у диференціації фармацевтичних продуктів. Окремі медичні препарати, наприклад, можуть розрізнятися за хімічним складом, дозами тощо. Існує, наприклад, багато конкуруючих протизастудних препаратів, які відрізняються за складом, формою виготовлення і способами вживання;

- окремим аспектом диференціації продукту є післяреалізаційні продажні послуги та умови реалізації. У приватних аптеках, наприклад, надають особливого значення якості обслуговування покупців, консультуючи та упаковуючи їх покупки.

- фармацевтичні товари також можна диференціювати на основі розміщення і доступності. Наприклад, окремі категорії ліків продаються за завищеними цінами у аптеках, що знаходяться в лікарнях і дещо дешевше у звичайних аптеках. Деколи диференціація товарів – результат уявних відмінностей, які створені рекламою, упаковкою або використанням фірмових знаків і торгових марок.

Одним з наслідків диференціації фармацевтичного продукту є те, що, незважаючи на відносно велику кількість підприємств, виробники за умов

монополістичної конкуренції контролюють ціни на свою продукцію. Споживачі, з метою задоволення своїх потреб, можуть платити вищу ціну за продукцію окремих виробників. Продавці і покупці не пов'язані стихійно, як на ринку досконалої конкуренції.

3. В умовах монополістичної конкуренції виробники фармацевтичної продукції, які створюють щось нове і досконаліше, як нагороду отримують більший економічний прибуток, через це для збільшення попиту на свій продукт кожне підприємство постійно шукає шляхи його удосконалення. Підприємство буде намагатися вберегти свої прибутки і бути попереду конкурентів через подальше удосконалення продукту, збільшення реклами і покращення її якості. Ці заходи в цілому відносяться до нецінової конкуренції, методами якої є вдосконалення продукту та рекламно-пропагандистські дії [8, с. 224].

Конкуренція продуктів життєво важлива під час науково-дослідних робіт щодо поліпшення якості продукту. Удосконалення продукту може бути корисне із наступних причин. Якщо покращення продукту вдалося одному з підприємств, конкуренти також будуть старатися зробити свої продукти аналогічними або навіть кращими, щоб здолати тимчасову ринкову рівновагу цієї фірми, інакше вони можуть отримати збитки. Також, прибутки, що отримані через поліпшення продукту, можуть бути використані як фінансовий ресурс для подальших його вдосконалень. Тому, в умовах монополістичної конкуренції, на відміну від чистої монополії, підприємства безпосередню зацікавлені у реалізації наукових і технічних новинок. Трапляються випадки, коли окремі підприємства планують моральне старіння продукції або провокують його з метою створення більш сприятливих умов щодо виводу нових товарів на ринок.

Однак і тут можна знайти деякі зауваження. Критики вказують на те, що велика кількість модифікацій окремого продукту у дійсності не покращують ефективність лікувальної дії або корисності продукту, а виражаються в кращій упаковці та агресивнішій рекламі [12]. Також існує думка, що товари тривалого

користування і товари з обмеженим строком використання покращують за принципом «заплановане моральне зношення», тобто підприємства удосконалюють свій продукт лише до тієї межі, коли пересічний споживач почне відчувати незадоволення попередньою моделлю [3, с. 290].

Тимчасові переваги над конкурентами також досягаються завдяки активної рекламної діяльності, саме реклама це механізм, через який підприємство збільшує свою частку ринку і старається ще більше прив'язати споживача до власного диференційованого продукту.

Підприємства багато часу витрачають на розробку рекламного повідомлення. Вдале поєднання провідної ідеї реклами, форми її подання і обсягу у кінцевому результаті визначають ефективність усього рекламного процесу. Вибираючи засіб інформації для рекламного повідомлення, враховують його зміст, потенційних споживачів, тип реклами (інформаційна, переконлива чи нагадувальна) тощо. Ціль реклами - збільшення ринкової частки продукту підприємства та збільшення лояльності споживачів до товару. Багато підприємств користуються торговими марками і мають фірмові знаки, для того, щоб переконати споживача в тому, що їх продукція краща, ніж у конкурентів. [7, с.109]

4. Одна з особливостей ринку монополістичної конкуренції – вільний вхід і вихід з нього. Виробники, як правило, невеликі за розміром підприємства, ефект масштабу і необхідний капітал порівняно невеликі [8, с. 223]. Але, на відміну від ринку з досконалою конкуренцією, можуть виникнути додаткові фінансові витрати на отримання диференційованого від конкурентів продукту і потребою його активного рекламування. Підприємства, учасники ринку, можуть мати патенти на свою продукцію і авторські права на окремі фабричні знаки і торгові марки, що ускладнює їх копіювання новими підприємствами.

Ринок монополістичної конкуренції характеризується неефективним розподілом ресурсів, недостатнім фінансуванням на виробництво благ, більшими цінами, які лягають на споживачів [2, с.210].

У короткостроковому періоді, за умов монополістичної конкуренції, підприємства будуть встановлювати ціну й обсяг випуску, які максимізуватимуть прибуток або мінімізуватимуть збитки, виходячи з принципу рівності граничного доходу і граничних витрат. [11, с. 267]

Так будуть діяти і у довгостроковому періоді. Максимізація прибутку у цьому періоді, за умов монополістичної конкуренції, передбачає обсяг випуску, за якого граничний дохід рівний довгостроковим граничним витратам [11, с. 267].

Отже, монополістична конкуренція – це ринкова структура, за існування якої наявні багато продавців, які конкурують між собою, щоб продати диференційований продукт на ринку, на якому можлива поява нових продуктів. Доступ нових підприємств на ринок легкий. Кожна фірма займає невелику частку ринку і, як результат, має обмежений контроль над ринковою ціною. У конкурентній боротьбі поширеним є використання методів нецінової конкуренції. Ринок монополістичної конкуренції характеризується неефективним розподілом ресурсів.

2. Характеристика та аналіз функціонування фармацевтичної промисловості в Україні

Український ринок лікарських препаратів досить розвинений і формується як за рахунок внутрішнього виробництва, так і за рахунок імпорتنих поставок. Діяльність у сфері виробництва, а також оптової і роздрібною торгівлі лікарськими засобами підлягає ліцензуванню та сертифікації Державною службою України з лікарських засобів (Держлікслужба України).

Протягом 2011-2013 рр. темпи росту обсягів виробництва лікарських препаратів українськими виробниками поступово сповільнювалися (за підсумками 2013 р. обсяг виробництва навіть скоротився на 0,7%) . У 2014 р. відбувся приріст обсягів виробництва у розмірі 9% (рис.2.1).

Третина вироблених в Україні лікарських препаратів експортується, обсяг експорту (у натуральному вимірі) поступово збільшується (рис.2.2). За підсумками 2014 р. обсяг експорту склав 13,8 тис. тонн лікарських засобів (+5,7% порівняно з 2013 р.) (рис.2.2.) загальною вартістю 212,6 млн. дол. США (рис.2.3.).

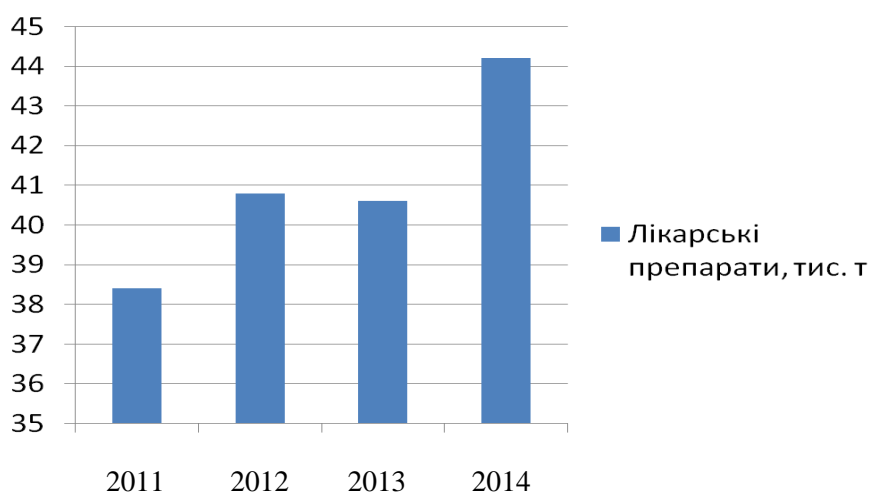


Рис.2.1. Обсяги виробництва лікарських засобів українськими виробниками у 2011-2014 рр., тис. т, [12]

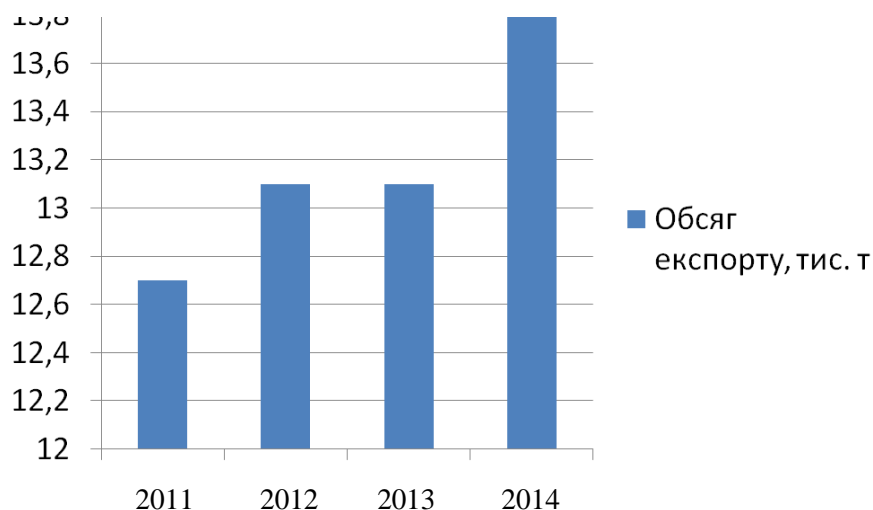


Рис.2.2. Обсяг експорту лікарських препаратів з України протягом 2011-2014 рр., [12]

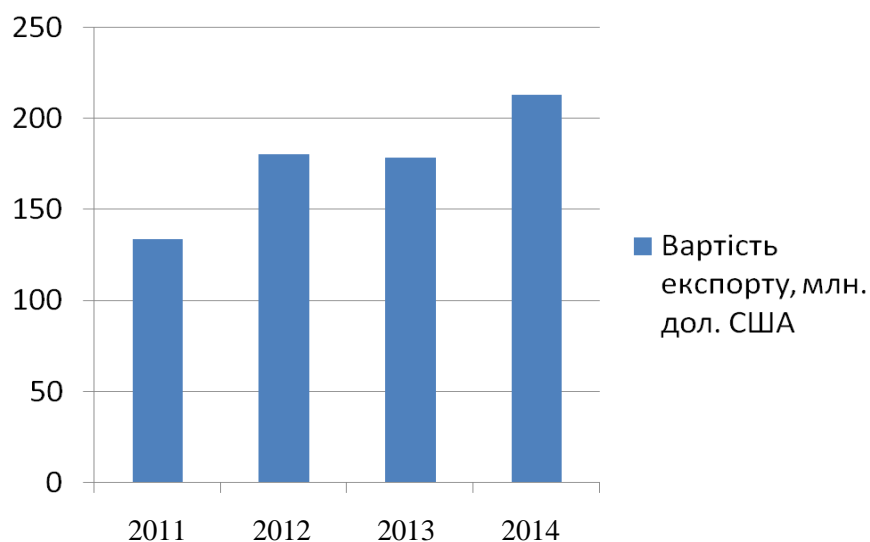


Рис.2.3. Вартість експорту лікарських препаратів з України протягом 2011-2014 рр., [12]

Обсяги імпорту лікарських засобів в Україну протягом 2011-2013 рр. мали позитивну динаміку, проте у 2014 р. відбулось зниження обсягів на 4% до 32,5 тис. т (рис.2.4.). При цьому вартість імпортованих лікарських засобів стабільно зростає (рис.2.5.).

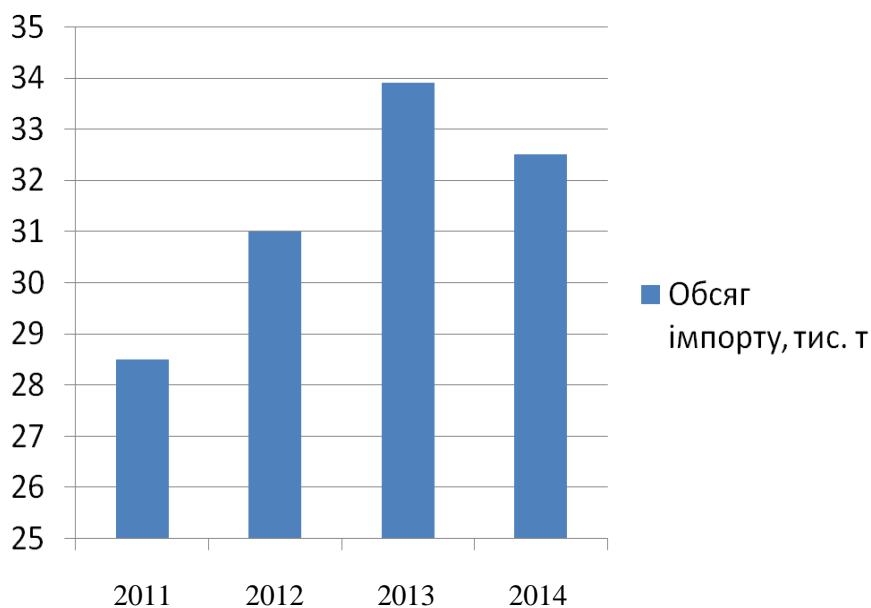


Рис.2.4. Обсяг імпорту лікарських препаратів в Україну протягом 2011-2014 рр., [12]

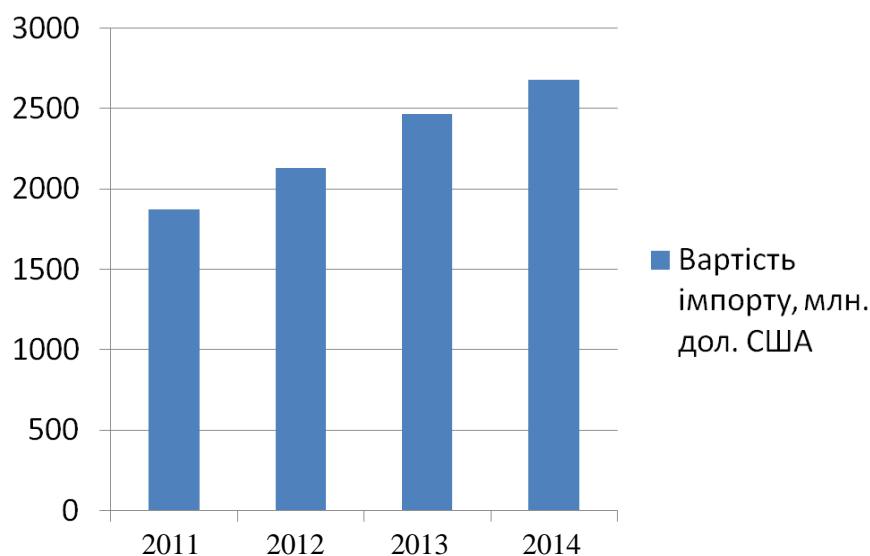


Рис.2.5. Вартість імпорту лікарських препаратів в Україну протягом 2011-2014 рр., [12]

Стосовно географічної структури експорту та імпорту, слід зазначити, що вітчизняні лікарські препарати експортуються переважно до країн СНД (рис.2.6), тоді як основна частина імпорту припадає на європейські країни, а також Індію та Росію (рис.2.7.).

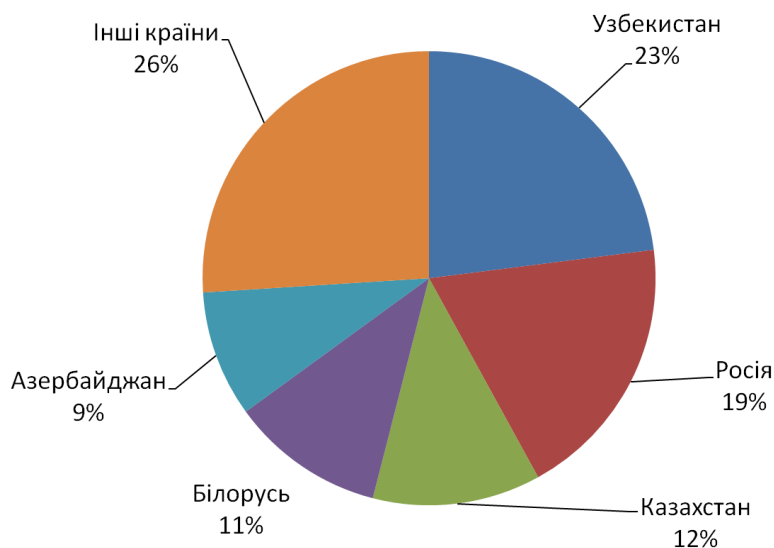


Рис.2.6. Географічна структура експорту (у грошовому вимірі) лікарських препаратів з України у 2014 р, [12]

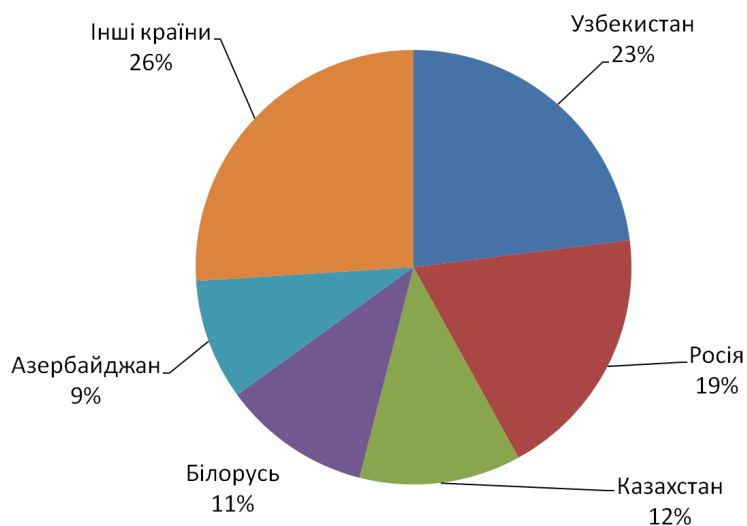


Рис.2.7. Географічна структура імпорту (у грошовому вимірі) лікарських препаратів в Україні в 2014 р., [12]

Орієнтація вітчизняного експорту лікарських препаратів на країни Митного союзу посилює ризик впровадження або ж посилення захисних митних заходів з його сторони.

Товарооборот фармацевтичних товарів у роздрібній торгівлі демонструє позитивну динаміку. Незважаючи на деяке сповільнення темпів росту у 2014 р. (115% проти 120% за 2013 рік), очікуваний обсяг роздрібного товарообороту перевищив 25 млрд. грн. (рис.2.8).

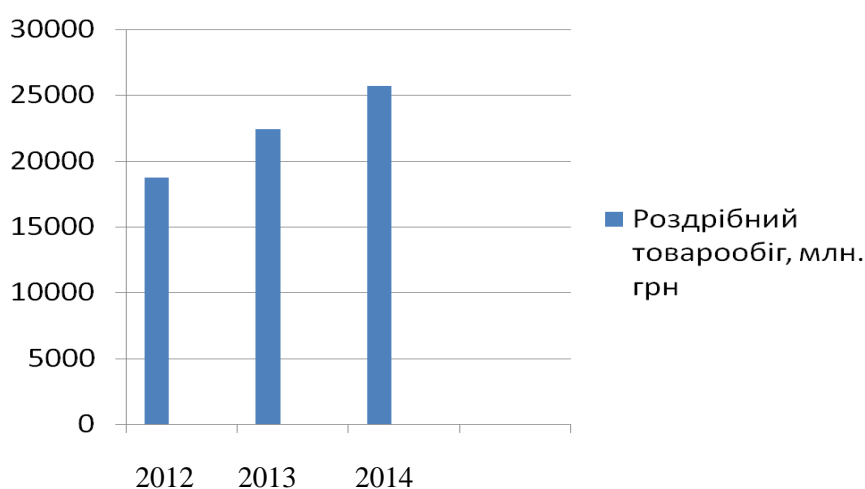


Рис.2.8. Динаміка продажів фармацевтичних товарів у роздрібній торгівлі України, млн. грн. [12].

З переліку найбільших підприємств основні розташовані в Києві та Харкові. Відповідно до таблиці 2.1, український ринок лікарських засобів помірно диверсифікований – питома вага 5 найбільших виробників у структурі оптових продажів за I півріччя 2014 р. складала близько 50% (табл. 2.1.). Також слід зазначити, що найбільші виробники належать українським власникам, що свідчить про можливість активізації ринку у разі приходу іноземних учасників.

Найбільші українські виробники фармацевтичної продукції, [12]

Виробник	Оптові продажі у першому півріччі 2014 року, млн. дол. США	Питома вага, %
«Фармак»	94	15.3
«Артеріум»	68	11
«Дарниця»	62.88	10
«Здоров'я»	47	7.6
«ІнтерХім»	31.63	5.1
«Борщагівський ХФЗ»	30.25	4.9
«Юрія – Фарм»	28.88	4.7
«Київський вітамінний завод»	25.25	4.1
«Про – Фарм»	16	2.6
Інші	213.75	34.7
Всього	617.64	100

Актуальним питанням фармацевтичного ринку є питання ціни ліків. Для розуміння даного питання важливо здійснити порівняння цін стосовно різних країн. Розглянемо Білорусь, Молдову, Росію, Україну – країни – сусіди, що пов'язані ментально. Оскільки асортимент в аптечних установах країн різниться, розглянемо для порівняння 10 найбільш популярних медикаментів, які продаються в аптеках всіх чотирьох країн. Для зручності ціни перераховані з національних валют в гривні і наведені у вигляді таблиці 2.2. [20].

, Згідно наведених даних по більшості позицій ціни в Україні не вищі, ніж у сусідів. Найбільша різниця з цінами на лікарські засоби у Росії. Так Траватан, Конкор Кор та Супрастин там коштують дешевше ніж у інших країнах, а Афлутоп, Азопт, Есенціале та Канефрон — дорожче (табл.2.2).

Ціни на медикаменти в Україні та країнах-сусідах в 2014 р., [20]

Найменування медикаменту	Ціна у гривнях, липень 2014 р.			
	Білорусь	Молдова	Росія	Україна
Траватан, кап. 2,5 мл. №1	193.28	218.4	166.85	178.35
Афлутоп амп. 1 мл. №10	404.41	323.71	463.83	287.6
Азопт кап. 5 мл. №1	147.18	140.63	180.46	123.38
Есенціале ФОРТЕ Н капс. 300 мг. №30	88.78	76.26	150.3	150.3
Панангін таб. № 50	51.55	45.29	43.68	42.98
Конкор Кор табл. 2,5 мг. №30	71.11	59.93	53.66	65.98
Спазмалгон табл. №20	32.99	34.3	28.85	20.88
Німесил гран. 100 мг. №30	136.49	137.09	178.75	105.21
Супрастин таб. 25 мг. №20	46.2	42.98	39.75	41.96
Канефрон Н табл. №60	110.15	103.9	117.63	97.35
Загальна вартість	1282.13	1182.48	1423.75	1072.21

Також слід відмітити, що популярність високоефективних оригінальних препаратів в Україні, які пропонуються визнаними лідерами фармацевтичної індустрії, відносно низька порівняно з популярністю дешевих препаратів – генериків (генеричні препарати – це еквіваленти оригінальних лікарських препаратів, строк патентної охорони яких закінчився). Незначні обсяги продажу інноваційних препаратів в Україні пояснюються тим, що вони не можуть бути закуплені за рахунок бюджетного фінансування у зв'язку з високою вартістю і залишаються недоступними для більшої частини населення. Вивчення цінових пропозицій по зарубіжних інноваційних препаратах свідчить, що вартість нових препаратів в 5-10 разів вища за середню вартість тих лікарських засобів цього ж виробника, які вже тривалий час присутні на фармацевтичному ринку [4, с. 127].

Фармацевтичні підприємства України в розробку принципово нових лікарських засобів (ПНЛЗ) кошти вкладають гранично обмежено через тривалість розробки і високі витрати, пов'язані як із проведенням науково-дослідних робіт (НДР) і клінічних досліджень, так і з маркетинговим супроводженням лікарських засобів на ринку. Крім цього, фінансування

пошукових досліджень зі створення ПНЛЗ у даний час у промисловості взагалі припинено. Така тенденція переважного відтворення препаратів – генериків і не виділення засобів на розробку ПНЛЗ приводить до сповільнення темпів розвитку фармацевтичної промисловості, різко знижує її експортні можливості і не сприяє підвищенню доступності лікарських засобів.

Українські виробники лікарських засобів працюють переважно з генеричними препаратами I і II поколінь (на відміну від західних країн, де виробляються в основному генерики нових поколінь III, IV навіть V), тому витрати на впровадження генеричних препаратів у них нижчі у порівнянні з Росією та державами Західної Європи і США. Так, в Україні вони дорівнюють в середньому 1,6%, в Росії - 2,5%, а в Західній Європі і США - 6% від обсягу продажу [4, с. 128]. Оскільки генерики в більшості є дешевою продукцією, їх виробники обмежені щодо можливостей вкладати інвестиції в інноваційні дослідження і забезпечувати потрібний рівень розвитку науково-технічного прогресу.

Сьогодні з високою часткою вірогідності можна прогнозувати, що в найближчі 5-10 років навіть провідні вітчизняні фармацевтичні підприємства без залучення серйозних стратегічних інвесторів не будуть мати змоги займатися розробкою і впровадженням у виробництво нових оригінальних лікарських засобів [4, с. 128]. У зв'язку з цим можна стверджувати, що тенденція домінування генериків у загальному обсязі виробництва на вітчизняних підприємствах збережеться ще на тривалий термін. Найбільші прибутки і найвищу рентабельність зможуть одержати ті виробники, які активно будуть впроваджувати у виробництво генеричні препарати нового покоління. На думку експертів, найбільш сприятливим періодом для виробництва генериків нового покоління є період від шести місяців до трьох років після закінчення терміну дії патенту [19].

3. Перспективи розвитку фармацевтичного ринку України

Українські стандарти охорони здоров'я все ще відстають від розвинутих країн світу. А це позначається на можливостях подальшого розвитку фармринку, системі забезпечення населення лікарськими засобами, удосконаленні системи ціноутворення у сфері обігу ліків [19].

Розвиток галузі охорони здоров'я України та фармацевтичних підприємств зокрема характеризується необхідністю постійного підвищення рівня продуктивності медичних послуг, якості та конкурентоспроможності вітчизняних лікарських засобів на основі всебічного та безперервного використання нововведень.

Господарський кодекс України у статті 327 визначає напрями інноваційної діяльності, а саме:

- проведення наукових досліджень і розробок, спрямованих на створення об'єктів інтелектуальної власності, науково-технічної продукції;
- розробка, освоєння, випуск і розповсюдження принципово нових видів техніки і технології;
- розробка і впровадження нових ресурсозберігаючих технологій, призначених для поліпшення соціального й екологічного становища;
- технічне переозброєння, реконструкція, розширення, будівництво нових підприємств, що здійснюються вперше як промислове освоєння виробництва нової продукції або впровадження нової технології [13].

Особливості державного регулювання інноваційної діяльності підприємств фармацевтичної галузі України в сучасних умовах:

1. Особливість державного регулювання соціально – інноваційної діяльності та розвитку вітчизняних фармацевтичних підприємств, що пов'язана

з організаційною сферою, характеризується відсутністю відповідних механізмів захисту авторського права, а також – відсутністю правової легалізації в Господарському кодексі України.

2. Науково-виробнича сфера інноваційного розвитку в фармацевтичній галузі та галузі охорони здоров'я характеризується відсутністю відповідної державної підтримки наукових досліджень у частині фінансового та непрямого стимулювання, недосконалістю галузевих нормативно-правових актів у частині правової ідентичності застосування торгової назви лікарського засобу та торговельної марки, недосконалого захисту інтелектуальної власності, як наслідок – великою кількістю виробництва генеричних лікарських засобів, що втратили право патентного захисту та менш ефективні, ніж оригінальні препарати, відсутні критерії ввезення в Україну медичної техніки та виробів медичного призначення, що пов'язані зі стандартами лікування захворювань, новизни обладнання тощо.

Впровадженню заходів щодо реформування та вдосконалення механізмів державного регулювання інноваційного розвитку підприємств фармацевтичної галузі України також буде сприяти:

1. Взаємне визнання міжнародних законів та стандартів, їх гармонізація.
2. Сертифікація лікарських засобів на відповідність стандартам GMP, яка пов'язана передусім з підтвердженням відповідності якості, ефективності та безпеки нововведень, а також системи забезпечення та управління, тобто є комплексною процедурою.

Варто виділити основні перспективи розвитку фармацевтичного ринку України:

- формування і реалізація державної політики у сфері інвестиційного режиму;
- створення законодавчих і адміністративних засад регулювання фармацевтичного ринку;
- підвищення рівня організаційного менеджменту у фармацевтичних підприємствах;

- формування національної політики забезпечення населення України ефективними і доступними лікарськими засобами;
- удосконалення цінової політики;
- фінансування наукових розробок зі створення лікарських засобів;
- удосконалення нормативно – правової бази щодо покращення організаційних засад регулювання обігу лікарських засобів з урахуванням законодавства Європейського співтовариства, порядку державної реєстрації лікарських засобів;
- удосконалення державного управління у цій сфері;
- забезпечення безпечності лікарських засобів;
- удосконалення клінічного контролю генеричних препаратів;
- формування системи фармацевтичної освіти;
- оптимізація системи підготовки кадрів з урахуванням необхідності запровадження правил GMP.

При цьому слід широко використовувати інновації, які накопичені державою, створити механізм інноваційної активності фармацевтичних підприємств і фінансування цих проектів, забезпечити нерозривність науково – технічних та інноваційних процесів.

Висновки

Отже, монополістична конкуренція – це ринкова структура, за існування якої наявні багато продавців, які конкурують між собою, щоб продати диференційований продукт на ринку, на якому можлива поява нових продуктів. Доступ нових підприємств на ринок легкий. Кожна фірма займає невелику частку ринку і, як результат, має обмежений контроль над ринковою ціною. У конкурентній боротьбі поширеним є використання методів нецінової конкуренції. Ринок монополістичної конкуренції характеризується неефективним розподілом ресурсів.

Ринок ліків – приклад ринку монополістичної конкуренції. Фармацевтична промисловість України - це близько 180 підприємств, 23 з яких визнані стратегічно важливими для економіки і безпеки держави. Український ринок лікарських засобів помірно диверсифікований. Третина вироблених в Україні лікарських препаратів експортується. Вітчизняні лікарські препарати експортуються переважно до країн СНД, тоді як основна частина імпорту припадає на європейські країни, а також Індію та Росію. Товарооборот фармацевтичних товарів у роздрібній торгівлі демонструє позитивну динаміку. Підприємства України в розробку принципово нових лікарських засобів (ПНЛЗ) кошти вкладають гранично обмежено. Тенденція переважного відтворення препаратів - генериків і не виділення засобів на розробку ПНЛЗ приводить до сповільнення темпів розвитку фармацевтичної промисловості, різко знижує її експортні можливості і не сприяє підвищенню доступності лікарських засобів.

Фармацевтична галузь – одна із стратегічно важливих галузей нашої держави, що має бути в центрі уваги при розробці стратегії піднесення економіки та підвищення їх технологічного рівня. Проте маючи певні позитивні зрушення в основних проблемах наукових досліджень, у цілому ж ситуація на ринку ліків залишається складною й нестабільною. Відсутня загальна, для більшості характеристик науково-технологічного прогресу, тенденція

оздоровлення. Вітчизняний науково-дослідний сектор переживає складні часи. За останні роки практично призупинені програми державного фінансування, що призвело до відкладання або закриття багатьох наукових досліджень.

Варто виділити перспективи розвитку фармацевтичного ринку України: формування і реалізація державної політики у сфері інвестиційного режиму; створення законодавчих і адміністративних засад регулювання фармацевтичного ринку; підвищення рівня організаційного менеджменту у фармацевтичних підприємствах; формування національної політики забезпечення населення України ефективними і доступними лікарськими засобами; удосконалення цінової політики; фінансування наукових розробок зі створення лікарських засобів; удосконалення нормативно – правової бази щодо покращення організаційних засад регулювання обігу лікарських засобів з урахуванням законодавства Європейського співтовариства, порядку державної реєстрації лікарських засобів, удосконалення державного управління у цій сфері; забезпечення безпечності лікарських засобів; удосконалення клінічного контролю генеричних препаратів; формування системи фармацевтичної освіти; оптимізація системи підготовки кадрів з урахуванням необхідності запровадження правил GMP.

Список використаної літератури

1. Берсенєва М. А. Люди та ліки / М. А. Берсенєва // Вісник Пенсійного фонду України. –2010. –№ 10. –с. 36 – 37.
2. Буряк П. Мікроекономіка: Підручник / П. Буряк, О. Гупало, І. Стасюк. – К. Хай-Тек Прес, 2008. –367 с.
3. Гальчинський А. Економічна теорія: Підручник / А. Гальчинський, П. Єщенко. –К. Вища школа, 2007. –504 с.
4. Єрмолаєва В. В. Сучасний стан та тенденції інноваційних процесів у вітчизняній фармацевтичній промисловості / В. В. Єрмолаєва // Формування ринкових відносин в Україні. –2010. –№11. –с. 124 – 130.
5. Єрмолова В. В. Перспективи розвитку фармацевтичного ринку України в умовах кризи / В. В. Єрмолаєва // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. –№6. –с. 107–113.
6. Карамішев Д. В Реалізація та оцінка ефективності інноваційних проєктів у системі охорони здоров'я / Д. В. Карамішев // Економіка та держава. –2010. – № 2. –с. 15-19.
7. Лісовий А. В. Мікроекономіка / А. В. Лісовий. – К.: ЦУЛ, 2003. –192 с.
8. Мікроекономіка: Навчальний посібник / За ред. Ю. В. Піча. –К.: Каравела, 2008. –312 с.
9. Мікроекономіка: Навчальний посібник / За ред. В. М. Лісовицького. –К.: Кондор, 2007. –164 с.
10. Мікроекономіка: Навчальний посібник / За ред. В. В. Пилипенка. – Львів: Новий світ, 2000. –280 с.
11. Мікроекономічна теорія: Навчальний посібник / За ред. д. е. н., проф. Г. І. Башнянина і к. е. н., доц. О. В. Щедрої. –Львів: Новий Світ, 2007. –640 с.
12. Огляд ринку лікарських препаратів України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ibi.com.ua/fileadmin/files/Farmrynok_ukr.pdf
13. Особливості державного регулювання інноваційної діяльності фармацевтичних підприємств: [Електронний ресурс]. –Режим доступу:

http://papers.univ.kiev.ua/ekonomika/articles/The_essence_of_state_innovation_regulation_of_pharmaceutical_enterprises_16574.pdf

14. Про проблеми підвищення науково – технічного потенціалу та вдосконалення інноваційного розвитку фармацевтичної галузі України: [Електронний ресурс]. –Режим доступу : www.unian.net

15. *Родіонов О.А.* Фармацевтична промисловість України: сучасний стан розвитку наукових досліджень / *О.А. Родіонов* // Регіональні аспекти розвитку і розміщення продуктивних сил України. –2006. – №5. –с. 17.

16. *Сагайдаченко А. В.* Здорово живемо / *А. В. Сайченко* // Контракти. – 2010. –№ 52. –с. 26.

17. Стан та перспективи розвитку фармацевтичної промисловості в Україні: Статистичний досвід / За ред. В. Ф. Москаленка. – К.: Каравелла, 2007. – 149 с.

18. Фармаринок України: реальність і перспективи: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vkurse.ua/ua/business/realnost-i-perspektivy.html>

19. Фармацевтичний ринок України: реалії і перспективи: [Електронний ресурс]. –Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/liukr/2015_7/10VFRIP.pdf

20. Ціни на ліки в Україні у порівнянні з іншими країнами: [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://liky.org/ciny-na-liky-v-ukrajini-u-porivnjanni-z-inshymy-krajinamy>

Advego Plagiatus 1.2.0.91 *

Файл Півка Влд Проверка унікальності Справка

Адрес:

індустрії, відносно низька порівняно з популярністю дешевих препаратів – генериків (генеричні препарати – це еквіваленти оригінальних лікарських препаратів, строк патентної охорони яких закінчився). Незначні обсяги продажу інноваційних препаратів в Україні пояснюються тим, що вони були закуплені за рахунок бюджетного фінансування у зв'язку з високою вартістю і залишаються недоступними для більшої частини населення країни. Цінових пропозицій по зарубіжних інноваційних препаратах свідчить, що вартість нових препаратів в 5-10 разів вища за середню вартість тих препаратів цього ж виробника, які вже тривалий час присутні на фармацевтичному ринку [4, с. 127].

Фармацевтичні підприємства України в розробку принципово нових лікарських засобів (ПНЛЗ) кошти вкладають гранично обмежено через високі витрати, пов'язані як з проведенням науково-дослідних робіт (НДР) і клінічних досліджень, так і з маркетинговим супроводом нових лікарських засобів на ринку. Крім цього, фінансування пошукових досліджень зі створення ПНЛЗ у даний час у промисловості взагалі припинено. Тенденція переважного відтворення препаратів – генериків і не виділення засобів на розробку ПНЛЗ призводить до сповільнення темпів розвитку фармацевтичної промисловості, різко знижує її експортні можливості і не сприяє підвищенню доступності лікарських засобів.

Українські виробники лікарських засобів працюють переважно з генеричними препаратами I і II покоління (на відміну від західних країн, де виробниками є переважно генерики нових поколінь III, IV навіть V), тому витрати на впровадження генеричних препаратів у них нижчі у порівнянні з Росією та державами Західної Європи і США. Так, в Україні вони дорівнюють в середньому 1,6%, в Росії - 2,5%, а в Західній Європі і США - 6% від обсягу продажів [4, с. 128]. Оскільки генерики в більшості є дешевою продукцією, їх виробники обмежені щодо можливостей вкладати інвестиції в інноваційні дослідження, щоб забезпечувати потрібний рівень розвитку науково-технічного прогресу.

Сьогодні з високою часткою вірогідності можна прогнозувати, що в найближчі 5-10 років навіть провідні вітчизняні фармацевтичні підприємства залучення серйозних стратегічних інвесторів не будуть мати змоги займатися розробкою і впровадженням у виробництво нових оригінальних лікарських засобів [4, с. 128]. У зв'язку з цим можна стверджувати, що тенденція домінування генериків у загальному обсязі виробництва на вітчизняному фармацевтичному ринку збережеться ще на тривалий термін. Найбільші прибутки і найвищу рентабельність зможуть одержати ті виробники, які активніше впроваджувати у виробництво генеричні препарати нового покоління. На думку експертів, найбільш сприятливим періодом для виробництва нових препаратів є період від шести місяців до трьох років після закінчення терміну дії патенту [19].

Редактор текста "Чистый" документ

[13:44:43] Найдено: 758 страниц. Проверено без ошибок: 623
 [13:44:43] Найдено 13% совпадений всего
 [13:44:43] Уникальность текста 87%
 Высокая уникальность текста

Журнал

Плагиатус готов к работе

