

Отже, ефективному розвитку транспортної системи України постає низка системних проблем, які потребують комплексного вирішення на державному рівні, через реалізацію транспортної стратегії.

Транспортна стратегія України на період до 2020 р. так і не набула розвитку в конкретних програмних документах, тобто не існує затверджених програм розвитку транспортних галузей на середньострокову перспективу. Відповідно розвиток залізничного, водного, авіаційного, автомобільного транспорту та дорожнього господарства України відбувається значною мірою за інерцією і не спрямований на досягнення конкретних і обґрунтованих цілей.

Отже, проведений аналіз розвитку транспортної системи України довів, що в останні роки транспортна система України переживає період нестабільності й демонструє від'ємну динаміку обсягів вантажних і пасажирських перевезень. Показники роботи транспортної системи свідчать про загострення проблем, що накопичувались у ній протягом останніх 20 років, які не дозволяють швидко і з мінімальними втратами вийти з кризового стану.

Головною причиною такого стану транспортної системи України стало порушення положень економічних законів, які регулюють процеси простого та розширеного відтворення основних виробничих фондів. Для ефективного розвитку транспортної системи України доцільно вирішення системних проблем, які потребують комплексного вирішення на державному рівні, через реалізацію транспортної стратегії. Оскільки на державному рівні і досі не сформульовано стратегічне бачення конкурентних переваг транспортно-дорожнього комплексу України порівняно з іншими країнами, перспектив розвитку транзитних вантажопотоків з урахуванням світової кон'юнктури ринку і глобальної виробничої спеціалізації країн, що знижує можливості інтеграції України до світової транспортної системи і участі в обслуговуванні транснаціональних вантажо- і пасажиропотоків. Така ситуація вимагає проведення компаративного аналізу розвитку транспортних систем регіонів.

Розвиток фармацевтичної промисловості в Україні

*Попова І.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування
Національного фармацевтичного університету
ira_porova_dik@ukr.net*

*Чернікова Т.С. студентка 2 курсу спеціальності «Менеджмент
організацій» Національного фармацевтичного університету
t3431633000@gmail.com*

Найважливішим соціально-економічним ресурсом суспільства і пріоритетною соціальною цінністю в розвинених країнах світу та в країнах, що стрімко розвиваються, є здоров'я нації, тому фармацевтична промисловість в цих країнах відноситься до високотехнологічних і наукоємних секторів економіки. Фармацевтична галузь відрізняється від інших галузей промисловості тим, що потребує високого рівня відповідальності влади і бізнесу за якість

виготовленої продукції та її доступність за ціною для широких верств населення з метою збереження здоров'я нації, підвищення продуктивності праці, а також якості і тривалості життя людей.

Фармацевтичний ринок – це потужний промисловий сектор, який входить у п'ятірку найбільш прибуткових галузей світового господарського комплексу. Фармацевтична галузь посідає значне місце і в економіці України, оскільки є важливим сегментом національного ринку, багато в чому визначає національну і оборонну безпеку країни, відрізняється великою наукоємністю і розвиненою кооперацією.

Підвищенню ефективності виробництва, якості продукції, логістичному менеджменту тощо у фармацевтичній галузі присвячено багато праць як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, серед яких: Мех О.А. [1]; Мнушко З.М. [2]; Посилкіна О.В. [3]; Балашов О.І. [4] та інші. Незважаючи на значну кількість наукових праць, роботи щодо обґрунтування стратегічних напрямів розвитку фармацевтичної промисловості України майже відсутні. Тому вирішення проблеми пошуку стратегічних напрямів розвитку фармацевтичного ринку України є актуальним напрямком досліджень.

Незважаючи на падіння економічних показників, український фармринок продовжує розвиватися. Фармацевтична галузь в останні три роки демонструє колосальне зростання. У 2015 році продаж ліків, вироблених в Україні, досягли 767 млн упаковок. Зазначимо, що всього за рік на внутрішньому ринку було реалізовано близько 1 млрд упаковок. Така популярність препаратів, вироблених в Україні пояснюється високою якістю і невисокою ціною продукції. Важливо, що розвинута промислова інфраструктура дозволила виробникам задовольнити високий попит українців на ліки.

Так, за підсумками I півріччя 2015 темпи приросту обсягу роздрібних продажів у грошовому вираженні складають 23,6%. Також сповільнюються темпи спаду продажів в упаковках. Структура споживання поступово зміщується в бік вітчизняної продукції. Внаслідок чого українські виробники значно зміцнили свої позиції в рейтингу за обсягом продажів лікарських засобів в грошовому вираженні.

Помісячна динаміка обсягу продажів свідчить про триваючу тенденцію до збільшення обсягів продажів у гривневому вираженні і зменшенню – у натуральному і доларовому вираженні. Проте варто зазначити, що темпи зменшення обсягу аптечних продажів в упаковках значно сповільнилися. Стабілізація курсу гривні по відношенню до долара сприяла уповільненню темпів спаду і в доларовому вираженні.

Ключовий вплив на зміну структури споживання вітчизняних і зарубіжних лікарських засобів надає їх вартість. За підсумками I півріччя 2015р. середньозважена вартість 1 упаковки препарату зарубіжного виробництва склала 105,5 грн., У той час як для українських ліків цей показник майже в 5 разів нижче і залишає 21,4 грн. Також у I півріччі 2015 обсяг продажів лікарських засобів склав 20,8 млрд. грн. за 506 млн. упаковок. У грошовому вираженні обсяг продажів збільшився на 22,6%, в той час як в натуральному вираженні показники динаміки обсягів продажів залишаються негативними і складають -14,6%. У

доларовому вираженні також відзначається зменшення обсягу продажів на 40,2%.

Результати аналізу кореляції основних показників, котрі відображають тенденції розвитку ринку дають змогу стверджувати, чи реалізована і продукована продукція дійсно відповідає процесам демовідтворення, сприяє покращенню суспільного здоров'я, а не є результатом комерційної діяльності. Результати довели, що обсяги реалізації основних фармпродуктів і препаратів в Україні сильно корелюють із рівнем смертності населення та його захворюваністю, детермінуючи їх скорочення. Водночас при зростанні обсягів реалізації на вітчизняному фармацевтичному ринку зростає і середня очікувана тривалість життя населення.

Власне одним з ключових висновків аналізу кореляційного зв'язку є тісний взаємозв'язок середньої очікуваної тривалості життя та обсягів реалізації основних фармпродуктів (у вартісному вимірі). Це важливий «сигнал», що вітчизняний ринок за своєю асортиментною й збутовою структурами розвивається коректно, а це потребує подальшої підтримки з неприпустимістю деформацій під впливом глобальних чи інших чинників.

Незважаючи на розвиток фармацевтичний ринок має деякі проблеми, які пов'язані з відсутністю кваліфікованих кадрів та розвинутого фінансового ринку. В сучасних умовах багато українських компаній переорієнтовуються з виробництва генериків на створення власних брендів з метою збільшення своєї частки на ринку, а також підвищення лояльності споживачів.

Узагальнюючи вищенаведене слід зазначити, що незважаючи на погіршення макроекономічних показників, фармацевтичний ринок продовжує зростати. Аналіз стану фармацевтичного ринку Україні дає підстави охарактеризувати його як складну, багаторівневу динамічну систему. Серед факторів, що стримують його зростання можна виділити потужну фрагментованість, дисбаланс у зростанні ринку в грошовому та натуральному вираженнях, перевищення пропозиції над попитом, недостатність використання ресурсного потенціалу. Але наявність сприятливих умов і ресурсів створюють передумови для формування якісного високорозвиненого, конкурентоздатного фармацевтичного ринку України. Таким чином, для сталого розвитку та динамічного зростання українського фармацевтичного ринку важливими умовами стають консолідація, створення сильніших і більших мереж, підвищення рівня організаційного менеджменту, впровадження нових методів оптимізації процесів управління економічної діяльності та механізмів управління торгівельними процесами фармацевтичних підприємств, стабілізація конкурентних позицій останніх та підвищення рівня інформаційного забезпечення ринку.

Використана література

1. Мех О. А. Інноваційно-соціальні аспекти розвитку фармацевтичної галузі України: монографія / О. А. Мех. – К., 2008. – 408 с.

2. Мнушко З.Н. Международный маркетинг в фармации: монография / З. Н. Мнушко, Н. В. Чмыхало, Н. М. Мусиенко и др. – Х. : Изд-во НФаУ: Золотые страницы, 2006. – 392 с.

3. Посилкіна О.В., Сагайдак-Нікітюк Р.В., Громовик Б.П. Фармацевтична логістика: Монографія / М-во охорони здоров'я України; Нац. фармац. університет. – Х.: Вид-во НФаУ, 2004. – 437 с.

4. Балашов А.И. Формирование механизма устойчивого развития фармацевтической отрасли: теория и методология. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. - 160 с.

5. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Система збалансованих показників як інструмент ринкової сталості підприємства

*Розсоха К.Р., магістрант спеціальності «Економіка підприємства»
Національного фармацевтичного університету*

*Науковий керівник: Гладкова О.В., к.е.н., доцент кафедри управління та економіки підприємства Національного фармацевтичного університету
olgladkova25@gmail.com*

Сучасні кризові явища, що відбуваються в економічній та фінансовій сферах держави потребують від підприємців розробки дійових заходів щодо їх подолання на макрорівні, пошуку ефективних інструментів управління з метою забезпечення конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Дійовим інструментом такого забезпечення виступає система збалансованих показників.

В даний час багато іноземних підприємств впроваджують систему збалансованих показників (СЗП) та продовжують дослідження ефективності її роботи. Широкого використання вона знайшла в таких областях як банківська справа, охорона здоров'я, урядові установи, страхування, телекомунікації (АТ & Т), харчова галузь («Coca-Cola», «McDonalds»), хімічна промисловість («DuPont», «L'Oreal»), електротехнічна («General Electric», «Samsung Electronics») та автомобільна («BMW») промисловості тощо.

Система збалансованих показників викликає інтерес і в українських підприємців. Вона зарекомендувала себе як досить гнучка, яка надає можливість проникнути в усі сфери діяльності того чи іншого підприємства, тому розвиток складу показників, що входять до СЗП, і особливо показників ефективності діяльності підприємства залишається актуальним і в даний час.

На сьогоднішній день, враховуючи тактичні цілі багатьох підприємців щодо мінімізації дебіторської заборгованості, зростання грошових надходжень та посилення фінансової сталості, в якості основної стратегічної мети, керівництво компаній бачить у зростанні його вартості (запорукою чого є саме посилення фінансової сталості). Це пов'язано з тим, що підтримування на належному або