

Кубарева І. В.,
асистент кафедри
стратегії підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима
Гетьмана», Україна

Kubareva I. V.,
Assistant,
Kyiv National Economic
University after Vadym Hetman,
Ukraine

**ОЦІНКА ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ
ГАЛУЗІ УКРАЇНИ
У КОНТЕКСТІ ІНВЕСТИЦІЙ-
НОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ
ЇЇ КОМПАНІЙ**

**ASSESSMENT
OF THE PHARMACEUTICAL
INDUSTRY OF UKRAINE
IN CONTEXT INVESTMENT
ATTRACTIVENESS
OF ITS COMPANIES**

Розглянуто особливості фармацевтичної галузі України, визначено основні чинники інвестиційної привабливості вітчизняних фармацевтичних компаній та їх інвестиційні інтереси, наголошено на необхідності використання управлінських важелів для залучення інвестицій

The features of the pharmaceutical industry in Ukraine were considered, key factors of investment attractiveness of pharmaceutical companies and their investment interests were defined, the need to use management levers to attract investments was emphasized

Стан і розвиток фармацевтичної галузі тісно пов'язані із науковими дослідженнями у різних галузях знань, технічними та технологічними досягненнями і інноваціями, соціально-економічними та демографічними процесами, а її продукція в цілому є товаром першої необхідності та має стійкий попит. Тому даний ринок вважається одним із найбільш прибуткових та перспективних і постійно перебуває у стані динамічних трансформацій. Не оминають ці процеси і фармацевтичну промисловість України, яка останніми роками демонструє значні темпи зростання та обіцяє перспективи щодо подальшого росту та структурних змін. Зрозуміло, що дані процеси неможливі без додаткових інвестицій.

Представники галузі (фармацевтичні компанії) однією із основних перепон на шляху подальшого розвитку вбачають відсутність дешевого та доступного фінансування, а основним джерелом коштів для них наразі залишаються кредитні ресурси. В той же час, фармацевтична галузь у світовій економіці є доволі привабливою для інвесторів. Що ж заважає фармацевтичним компаніям України отримати доступ до більш дешевих і «довгих» грошей? Для цього, на наш погляд, треба відповісти на три основні питання: по-перше, що є привабливим для інвесторів саме у вітчизняній фармацевтичній галузі в цілому та її компаніях зокрема; по-друге, в чому полягають інвестиційні інтереси фармацевтичних компаній; і по-третє, яким чином вітчизняні виробники фар-

мацевтичної продукції мають діяти, аби викликати зацікавлення інвесторів.

Дослідження динаміки розвитку та особливостей світового та національного фармацевтичних ринків дозволили нам виокремити наступні аспекти, які роблять українську фармацевтичну галузь та її компанії інвестиційно привабливими, а саме:

- очікування щодо подальшого зростання світового фармацевтичного ринку — відкриває можливості географічної експансії (розвитку експорту) для українських компаній та розширює їх ринки збуту;

- високі темпи зростання українського фармацевтичного ринку — сприяють розширенню продуктового портфелю та збільшенню обсягів реалізації;

- низький рівень споживання фармацевтичної продукції на душу населення — відкриває перспективи для збільшення обсягів споживання фармацевтичної продукції;

- приналежність українського фармацевтичного ринку до ринків, що розвиваються, та переважання на ньому генеричних препаратів — є перспективним для виробників оригінальних препаратів у частині укрупнення власного бізнесу (продуктової експансії), диверсифікації діяльності та розширення ринків збуту (угоди M&A);

- існуючий потенціал щодо проведення досліджень і розробок — є підґрунтям для розвитку сегменту оригінальних лікарських засобів (ОЛЗ) за умови належного фінансування;

- запровадження міжнародних стандартів щодо забезпечення та контролю якості фармацевтичної продукції — сприяє інтеграції у міжнародні процеси та підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних виробників.

Аналіз діяльності українських фармацевтичних компаній дозволяє зробити висновок, що їх інвестиційні інтереси в основному полягають у вкладанні коштів у наступні напрямки: модернізацію та розширення виробничих потужностей, підвищення технологічного рівня виробництва, забезпечення та контроль якості продукції відповідно до міжнародних стандартів, розвиток продуктового портфелю, дослідження та розробки нових препаратів, розвиток бренду.

Очевидною є обоюдна зацікавленість інвесторів і компаній української фармацевтичної галузі у співробітництві. А забезпечення доступу до інвестиційних ресурсів вітчизняних фармацевтичних компаній, на наш погляд, полягає у виходу на ринок інвестицій через запровадження дієвого механізму формування влас-

ної інвестиційної привабливості із використанням інструментів стратегічного, проектного, інвестиційного менеджменту та маркетингу.

Мельник К. М.,
аспірантка кафедри
менеджменту,
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет
імені Вадима Гетьмана»,
Україна

Melnyk Catherine,
postgraduate student
of Management Department
of SHEE «Vadym Hetman
Kyiv National Economic
University», Ukraine

**УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТ-
НИМИ ПОЗИЦІЯМИ ПІДПРИ-
ЄМСТВА: СУТНІСТЬ
І ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК
ОСНОВНИХ КАТЕГОРІЙ**

**MANAGING
OF THE COMPANY'S
COMPETITIVE POSITION:
NATURE AND CORRELATION
OF MAJOR CATEGORIES**

Розглянуто сутність управління конкурентними позиціями підприємства. Запропоновано авторські версії визначень базових понять і категорій, представлено логіку їх взаємозв'язку.

Essence of management of enterprise competition positions is considered. The authorial versions of determinations of base concepts and categories are offered and presented to the logic of their intercommunication.

Вітчизняні підприємства постійно стикаються зі складним завданням — необхідністю зміцнення їх конкурентних позицій, адже діяльність господарюючих суб'єктів перебуває у сфері впливу численних ринкових і конкурентних факторів.

Управління конкурентними позиціями — це сукупність управлінських заходів, що спрямовані на позиціонування підприємства відносно конкурентів у певному сегменті ринку. Управління конкурентними позиціями підприємства на ресурсних і товарних ринках потребує уточнення та визначення логіки взаємозв'язку категорій «конкурентоспроможність», «конкурентний потенціал», «конкурентна перевага», «конкурентна стратегія», «конкурентний статус».

Конкурентоспроможність — це характеристика, яка включає в себе сукупність можливостей, потенціалу та переваг підприємства, що дають змогу випереджати своїх суперників і займати бажану конкурентну позицію на ринку.

Під конкурентними перевагами слід розуміти унікальні якості підприємства, що відрізняють його від ринкових суперників і дають перевагу над ними.