



Рис. 1. Ключові важелі організаційного потенціалу підприємства

Література

1. Гречан А. П. Інноваційний підхід до формування стратегії підприємства // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. — № 3. — К.: КНУТД, 2003. — С. 106—109.
2. Должанський І. З., Загорна Т. О. та ін. Управління потенціалом підприємства. — К.: Центра навч. літ-ри, 2006. — 362 с.
3. Капітан І. Б. Формування структури інноваційного потенціалу підприємств й управління його розвитком // Актуальні проблеми економіки. — 2006. — № 12 (66). — С. 130—137.

УДК [339.37:334.735] (477.53)

О. М. Зінченко, аспірант
кафедри економіки підприємства,
Полтавський університет споживчої кооперації України

ОЦІНКА СТАНУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ У СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ

В нових умовах господарювання особливої актуальності набуває проблема розвитку роздрібно торгівлі споживчої кооперації у сільській місцевості. Це об'єктивно вимагає ґрунтовного вивчення проблем і явищ, що накопичуються в торгівлі на селі, наукового аналізу нових тенденцій і процесів розвитку роздрібно торгівлі споживчої кооперації у сільській місцевості.

The problem of development consumer co-operatives retail trade enterprises is actual in modern conditions. It naturally needs to do researches in problems appeared in co-operative trade and analyze new tendencies of its development.

Глибокі трансформації вітчизняної економіки докорінно змінили в останні роки середовище функціонування господарських систем, соціальних організацій, у тому числі підприємств споживчої кооперації. Водночас вони зумовили серйозні кризові явища. В результаті в споживчій кооперації України різко знизилась віддача економічного і соціального потенціалу, звузилася її частка в економічному обороті, різко ослабла соціальна роль і ефективність цього важливого сектора економіки.

Серйозну тривогу викликає той факт, що в структурі каналів реалізації товарів у сільській місцевості зменшується роль організованої торгівлі — споживчої кооперації. Домінуюче становище в реалізації сільськогосподарської продукції займають натуральний (товарний) обмін і неорганізований ринок.

Тенденція розвитку споживчої кооперації за останні роки показує, що система поступово витісняється з сільського ринку. Маючи достатній економічний потенціал, вона не забезпечує ефективне функціонування торгівлі у сільській місцевості, не відповідає у повній мірі реальним можливостям вирішення соціально-економічних перетворень на селі. Особливої актуальності набуває проблема розвитку роздрібно торгівлі споживчої кооперації щодо оперативного доведення значних мас товарів до споживачів і організації сучасної системи торговельного обслуговування.

Саме перебудова сільської роздрібно торгівлі найбільш суттєво відстає і гальмує процес оновлення торговельної сфери. При цьому найбільш проблематично розвивається роздрібна торгівля в сільській місцевості. З одного боку, в торгівлі на селі спостерігається демонополізація, конкуренція суб'єктів торгівлі, а з іншого боку — помітно погіршується загальна характеристика роздрібно мережі. Так, протягом 2002—2006 рр. значно скоротилася чисельність роздрібних підприємств споживчої кооперації на се-

лі, зруйнована типізація і спеціалізація торговельних об'єктів, деформована структура роздрібної мережі. Наведені негативні тенденції ведуть до серйозного блокування процесу обігу товарів та послуг, різкого погіршення забезпечення матеріальних та духовних потреб сільського населення, загострення соціальних проблем на селі.

Все це об'єктивно вимагає ґрунтовного вивчення проблем і явищ, що накопичуються в торгівлі на селі, наукового аналізу нових тенденцій і процесів розвитку роздрібної торгівлі споживчої кооперації у сільській місцевості.

Разом з тим, питання розробки механізму ефективного функціонування сільської роздрібної торгівлі споживчої кооперації в умовах ринкової трансформації економіки України, формування роздрібної мережі нового типу із врахуванням сільського розселення, ринкових процесів, конкурентного середовища, асортиментної політики, соціального стану села, проблеми активізації та привабливості торгових процесів у сільській місцевості потребують глибшого та подальшого науково-методичного обґрунтування.

Проведене дослідження дало змогу зробити висновок, що на розвиток торгівлі споживчої кооперації Полтавської області визначальний вплив мали як негативні тенденції розвитку економіки держави в цілому, так і стан та трансформаційні процеси, які відбувалися в діяльності споживчої кооперації. На нашу думку, зміцненню позицій споживчої кооперації на сільському ринку буде сприяти збереження організаційної єдності системи і спільності економічних інтересів господарюючих суб'єктів, наявність розвинутої матеріально-технічної бази, наявності постійних споживачів на ринку товарів та послуг (пайовики, сільські жителі), довіри з боку населення; виконання комунікаційної ролі в сільській місцевості, державної підтримки та наявності кваліфікованого кадрового потенціалу.

Література

1. *Гринів Б. В.* Аналіз товарообороту підприємств роздрібної торгівлі: Навч. посібник. — Львів: Львівська комерційна академія, 2005. — 148 с.
2. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Полтавської облспоживспілки за 2002—2006 рр. — Полтава: Полтавська облспоживспілка.
3. Роздрібна торгівля Полтавщини в 1995—2005 рр. Стат. збірник / Керів. авт. кол. В. Русинов. — Полтава: Полт. обл. упр. статистики, 2006. — 63 с.

4. Статистичний щорічник Полтавської області за 2002—2006 рр. / За ред. Т. А. Бугайченко. — Полтава: Полт. обл. упр. статистики.

5. Фролков А. В. Планування та прогнозування соціально-економічного розвитку регіонів. — Суми: Університетська книга, 2004. — 442 с.

УДК 658

І. А. Іванов, асистент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ В РОЗРІЗІ ОРИГІНАЛЬНИХ І ГЕНЕРИЧНИХ ПРЕПАРАТІВ

Представлено методичні підходи та результати дослідження структури фармацевтичного ринку України в розрізі оригінальних і генеричних препаратів.

Methodical approaches and results of research of structure of pharmaceutical market of Ukraine are presented in a cut original and generic preparations

Аналіз тенденцій розвитку фармацевтичного ринку України в розрізі оригінальних і генеричних препаратів має певні проблеми. Головними причинами цього є незавершеність процесу впровадження концепції аналогічності (відсутність переліку референтних препаратів), а також існування значної кількості препаратів, які неможливо віднести до оригінальних чи генеричних («бабусині» ліки, деякі геленові препарати). Для вирішення цієї проблеми в ході проведення аналізу до оригінальних були віднесені всі референтні інноваційні препарати, рекомендовані ВОЗ, а всі інші були віднесені до генериків.

В свою чергу в рамках генериків було виділено:

- загальні генерики — не мають особливих відмінностей;
- парасолькові генерики — препарати, що мають різні фармакотерапевтичні властивості, але виготовляються під однією торговою маркою або фігурування інформації про виробника у назві генеричного препарату;
- брендovanі генерики — мають певні відмінності від оригінального препарату та потужний бренд виробника.

Загальний обсяг аптечних продажів лікарських засобів у 2006 році в Україні склав 8,1 млрд грн у грошовому та 1,2 млрд уп. у натуральному виразі, що перевищило значення 2005 року на 22,4 та 3,6 % відповідно. В розрізі досліджуваних груп у 2006 році част-