

до вищого як своєрідна протидія усередненню, оскільки усереднений результат завжди нижчий за найкращий. Глобалізація як явище, притаманне сучасній світогосподарській системі, є інструментом «усереднення», нівелювання національно-культурних відмінностей країн, а показник конкурентоспроможності кожної країни, натомість, стверджує пріоритет національного над безнаціональним, підкреслюючи суб'єктивні цілі конкретної країни — об'єкту оцінки.

Враховуючи, що мета розвитку — прагнення до ідеального (до процвітання суспільства), а конкурентоспроможність — це досягнення і перевищення найкращого результату з множини реально існуючих, побудова прогнозних макроекономічних показників на основі сучасного рівня конкурентоспроможності країни з використанням методів, як екстра-, так і інтерполяції буде найбільш дієвою.

Слід відзначити, що концепція конкурентоспроможності країни покликана максимально враховувати фактор мінливості умов розвитку економічних суб'єктів, що, закономірно, накладає певні обмеження при формалізації теорії на рівні факторів-показників. Хоча це й створює певні складнощі на шляху побудови цілісної концепції використання показника конкурентоспроможності в якості узагальнюючого макроекономічного критерію, але ніякою мірою не зменшує актуальність останнього.

УДК: 658.589:615.01 (477)

С. М. Щегель, аспірантка
кафедри «Економіка підприємств»,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ЯК ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Доповідь присвячена актуальній проблемі, оскільки фармацевтична галузь у світі є однією з найбільш наукоємних і вносить чималий вклад у забезпечення інноваційного розвитку провідних країн. Автор детально висвітлює проблеми розвитку фармацевтичних підприємств України, зокрема у частині інноваційної складової, та надає рекомендації щодо можливих напрямків їх розв'язання.

В умовах постійного посилення біфуркаційності розвитку жити й забезпечити високу конкурентоспроможність можливо

лише за рахунок високої інноваційності економічної діяльності. Сучасні українські підприємства повинні слідкувати за появою нових наукових ідей, залучати перспективні наукові розробки та створювати на їх базі інноваційну конкурентоспроможну продукцію.

Розробкою різних проблемних аспектів фармацевтичної галузі займаються такі українські спеціалісти, як Федулова Л. І., Жебровська Ф. І., Мех О. А., Півень О. П., Посилкіна О. В., Тіманюк В. М. та інші. Проте питання інноваційного забезпечення розвитку підприємств фармгалузі залишається недостатньо вивченим. Тому автор ставить за мету аналіз стану досліджуваної галузі у розрізі інноваційних процесів.

На сьогоднішній день фармацевтична галузь України налічує близько 130 вітчизняних підприємств основним видом, або одним із видів діяльності яких є виробництво фармацевтичних препаратів та понад 80 представників іноземних виробників лікарських засобів [1, 2]. Проте лише мала частка цих підприємств займається науковими дослідженнями та впровадженням інноваційних технологій.

Загальну картину щодо інноваційної активності вітчизняних фармвиробників можна скласти на основі аналізу даних Держкомстату: спостерігається тенденція до збільшення кількості підприємств, що займаються інноваційною діяльністю, дослідженнями та розробками. Це можна пов'язати з початком впровадження міжнародних стандартів. Те саме стосується придбання нових технологій. Також виробники концентрують увагу і на оновленні основних фондів. Частка інноваційно активних фармпідприємств значна і становила близько 27 % у 2006 р. проти 2—3 % в інших галузях, що є досить позитивним явищем [3].

Щодо структури витрат, то у 2006 р. переважали витрати на придбання машин, обладнання, установок, інших основних фондів (41,8 %), на другому місці — дослідження і розробки, на них припадає 24 % загальних витрат на інновації (показник майже на рівні 2005 року — витрати зменшилися на 0,34 %, але в порівнянні з попередніми роками — збільшилися більше ніж вдвічі), 11,2 % коштів було витрачено на придбання нових технологій, що на 8,9 % більше ніж у попередній рік. Можна відмітити, що значні кошти виділяються на маркетинг та рекламу — 9,8 %. У той же час помітно скоротилися витрати на придбання права власності на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, ліцензій на використання зазначених об'єктів та витрати на виробниче проектування, інші види підготовки виробництва для випуску нових продуктів, впровадження нових методів їх виробництва. У 2006 році витрати за цими напрямками були найменшими — 0,8 % та

2 % відповідно (для порівняння, показники 2003 року були на рівні 1,6 % та 19 %). Пояснити таку структуру витрат на інновації можна тим, що виробники сконцентрували зусилля на оновленні основних фондів та розробці оригінальних препаратів, тестування та впровадження яких — дуже вартісний та розтягнутий у часі процес. Окрім зазначених причини, розвиватися по всім напрямкам одночасно підприємствам заважає нестача власних коштів та відсутність підтримки з боку держави.

Ліва частка фінансування інноваційної діяльності відбувається за рахунок власних коштів. На розвиток інноваційних процесів негативно впливає також відсутність чіткої державної політики щодо підтримки інноваційної продукції. Як зазначають самі виробники, вони змушені конкурувати в одній цінній категорії з підприємствами, які не вкладають кошти в модернізацію, реконструкцію та інші наукоємні процеси.

Попри всі існуючі складнощі та перепони, лідери вітчизняного фармринку намагаються не просто слідкувати за світовими тенденціями, але брати в них активну участь [4]. Так, на сучасному світовому фармринку головною інноваційною тенденцією є розробка та виробництво біотехнологічних препаратів. Біотехнології визнаються одними з найперспективніших сфер людської діяльності, ООН оголосила їх технологіями XXI століття. Світовий ринок біотехнологій оцінюють у 250 млрд дол. Незважаючи на відсутність національної програми розвитку біотехнологій в Україні, провідні вітчизняні фармовиробники розвивають новий напрямок власними зусиллями. Основні підприємства, що впроваджують інноваційні біотехнології, — ЗАТ «Біофарма», Ват «Фармак» [5, 6].

Можна зробити висновок, що фармацевтична галузь в Україні відрізняється стрімкими темпами розвитку та високою динамікою змін. Основним досягненням 2006 року можна назвати те, що обсяги продажів препаратів вітчизняного виробництва почали рости, потрохи витісняючи продукцію іноземних виробників з внутрішнього ринку (доля десяти найкрупніших українських компаній виросла з 29 % у 2005 році до 37 % у 2006 р.) [7].

Література

1. Матеріали Державної інспекції з контролю якості лікарських засобів Міністерства охорони здоров'я України в Рівненській області. - <http://www.officina.rivne.com>
2. Матеріали компанії «МОРИОН». — <http://www.morion.ua>

3. Державний комітет статистики. Україна в цифрах.- <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Будущее украинского фармынка: источники оптимизма и пессимизма. — <http://www.apteka.ua/archives/528/22953.html>
5. Андрущенко О. Украина имеет шанс догнать европейских производителей // Бизнес. — №51 (674).
6. В зеркале программы ДЛО // Фармацевт практик review. — червень 2006.
7. Панюшкина С. Здоровые доходы // ТОП-100 Лучшие компании Украины. — 2005—2006.

УДК 338.03

О. В. Щербина, канд. екон. наук,
доц. кафедри менеджменту,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ЛІДЕРСТВО ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто місце лідерства в системі управління сучасними підприємствами, а також його вплив на конкурентоспроможність діяльності підприємства в довгостроковій перспективі.

Досвід розвинених країн переконує, що для досягнення успіху на ринку, тобто задоволення вимог усіх зацікавлених у діяльності підприємства сторін — споживачів, партнерів, держави, суспільства тощо — воно повинно мати ефективно діючу, орієнтовану на ринкові вимоги систему управління.

Для створення такої системи управління недостатньо спрямовувати зусилля керівництва на досягнення лише оперативних цілей (як правило це рішення спрямовані на пошук обігових засобів та залучення інвестицій). За нових умов господарювання необхідно прагнути забезпечити успішну діяльність підприємства в довгостроковому періоді, а значить необхідно змінити стратегічні орієнтири діяльності, приділяючи увагу організаційному розвитку. Одним із ключових елементів у діяльності підприємства, без якого не можливо досягнення успіху в процесі організаційних перетворень є лідерство.

Поняття «лідер» та «лідерство» необхідно розглядати в нерозривній єдності. При цьому похідною є поняття «лідер» — особистість з певним набором яскраво виражених здібностей. Лідерство ж це інструмент, що використовують лідери за певних ситуацій. По своїй суті лідерство є спробою використовувати не примусові форми впливу з метою спонукання персоналу на досягнення пев-