

конкурентних переваг на протязі тривалого періоду часу. Тому забезпечення та підвищення конкурентоспроможності передбачає динамічне пристосування фармацевтичного підприємства до змінних факторів і умов бізнес-середовища.

Фармацевтична промисловість України на сьогодні представлена 127 суб'єктами господарської діяльності, які мають ліцензію на виробництво лікарських засобів у промислових умовах. На сьогодні не всі вітчизняні виробники змогли досягти рівня, встановленого прийнятими у Європейському Союзі стандартами на виробництво лікарських засобів.

Однак, на нашу думку, на фармацевтичному ринку є всі передумови для забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної фармпродукції і, як наслідок, її підвищення. Про це свідчить поєднання комплексу публічних та приватних інтересів, зокрема: 1) публічний інтерес щодо підвищення ефективності вітчизняної фармацевтичної промисловості поєднується з приватним інтересом щодо забезпечення реалізації фармпродукції як такої; 2) публічний інтерес щодо бюджетно-фіскальних інтересів держави поєднується з приватним інтересом щодо збільшення обсягів реалізації вітчизняної фармпродукції; 3) публічний інтерес щодо зниження енерго-, матеріало- та капіталоемності виробництва поєднується з приватним інтересом щодо підвищення ефективності (затрати виробництва зменшуються/прибуток зростає); 4) публічний інтерес щодо готовності національного фармвиробництва до постійної структурної перебудови, до опанування нових технологічних укладів (гнучкість) поєднується з приватним інтересом щодо розширення та переходу до нових видів вітчизняного фармвиробництва; 5) публічний інтерес щодо забезпечення інтересів національної безпеки поєднується з приватним інтересом щодо захисту економічних інтересів вітчизняних фармацевтичних суб'єктів господарювання; 6) публічний інтерес щодо соціальної відповідальності фармбізнесу поєднується з приватним інтересом щодо усунення соціальної суперечності, посилення підприємницької ідеології.

Держава також може впливати на забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів фармацевтичного ринку наступним чином: 1) шляхом застосування спеціальних механізмів державного регулювання щодо цін та тарифів на фактори фармацевтичного виробництва, зокрема енергоносії; 2) шляхом встановлення спеціальних режимів інноваційної діяльності для учасників фармринку в частині імпорту, експорту інноваційної продукції, визначення ключових правових форм залучення технологій: а) за допомогою комерційної концесії; б) передачі технологій за ліцензійними угодами; в) передачі технологій до статутного капіталу господарських товариств; 3) шляхом дерегуляції як засобу мінімізації транзакційних витрат через реформування дозвільних процедур; 4) шляхом застосування регресивного оподаткування для виробників та імпортерів інноваційної фармацевтичної продукції.

Забезпечення наведених інтересів та реалізація заходів державної підтримки сприяють зміцненню конкурентоспроможності вітчизняної фармації.

Гладун О.С.
студ. групи ЕВ-24

Науковий керівник – к.е.н., доц. каф. ММП Босак А.О.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ

У майбутньому Україна може бути однією з найбільш привабливих для іноземних інвестицій країною. Цьому сприяє великий внутрішній ринок, ратифікація угоди про зону вільної торгівлі з Канадою та підписання угод про асоціацію України з ЄС, що в комплексі позитивно впливає на імідж України на міжнародній арені.

Поєднання людського капіталу з високим рівнем освіти та відносно невеликою вартістю праці робить українців більш конкурентоспроможними. До того ж маємо концентрацію родючих земель, зручне транзитне розташування, близькість до ринку ЄС та недооцінені активи [4].

Україна фактично відштовхує іноземних інвесторів. Стандарти бухгалтерського обліку не відповідають міжнародним, існують безпекові ризики, немає судового захисту інвестицій. Проте великі ТНК інвестують кошти в розвиток мобільної мережі третього покоління у населених пунктах поруч із зоною конфлікту, натомість інші (FujiKura) розміщують свої виробничі потужності на заході України, подальше від зони конфлікту [4].

Важливою перешкодою для іноземних інвесторів є недостатньо розвинута інфраструктура бізнесу, а саме відсутність потужної страхової компанії, яка б покривала комерційні ризики під час реалізації особливо масштабних інвестиційних проектів, обмеженість довгострокових і недорогих банківських ресурсів; відсутність швидкісного транспортного сполучення з промисловими та сировинними центрами [2].

Також потрібно врахувати й бюрократію. Щоб завірити один документ, потрібно відвідати з десяток кабінетів. Про корупцію взагалі мовчимо (хоча й не варто).

Для покращення інвестиційного клімату в Україні потрібні реформи, причому реальні [1]. Маємо боротися з корупцією на всіх ланках влади, знижувати інфляцію і рівень безробіття. Маємо запевнити інвесторів у безпеці капіталовкладень і можливості репатріації прибутку.

Найпривабливішими галузями для інвестування є медицина, фармацевтика, сільське господарство та ІТ. У фармацевтиці маємо 19,7% зростання капітальних інвестицій. В Україні досить кваліфікованого кадрового потенціалу, ринок відносно вільний, є державні програми підтримки бізнесу [3].

Медицина також перспективна. Світ розвивається, не всі дослідження вдалі, з'являються нові хвороби. Слід шукати нові ліки, тому медицина є інвестиційно привабливою [3].

Населення Землі зростає, тому росте попит на продукти харчування, отже сільське господарство буде залишатися одним з найбільш перспективних секторів для інвестування. Україна в аграрному секторі має певні переваги: сприятливі погодні умови, велика територія родючих земель та традиційна спеціалізація на агропромисловості.

В Україні є надзвичайно великий потенціал щодо ІТ-технологій. Ми займаємо перше місце в Європі за кількістю сертифікованих фахівців. Вітчизняний ІТ-бізнес вже нині працює на зарубіжного замовника майже на 100%. Стартовий капітал для входження на цей ринок порівняно невисокий, а вартість послуг у нас суттєво нижча. Сьогодні ринок показує 30-35% зростання щорічно, а інвестиції у вітчизняні стартапи цього сегменту за останні 5 років перевищили 240 млн. дол., що набагато більше, ніж середній показник по Східній та Центральній Європі [3].

1. http://www.rusnauka.com/24_NTP_2009/Economics/50490.doc.htm

2. <https://biz.nv.ua/ukr/publications/chomu-zrostaie-investitsijna-privablivist-ukrajini-eksperti-1594579.html>

3. <https://www.epravda.com.ua/publications/2015/12/9/570529/>

4. <https://agronews.ua/node/73883>

Горячка А. І.

студ. групи ЕВМЕ-21

Науковий керівник – зав. каф. ММП, проф. Пирог О.В.

ДИНАМІЧНІСТЬ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Електронна комерція стала невід'ємною сучасною складовою життя кожного жителя України [1]: ще десять років тому, коли на електронному ринку домінували великі компанії побутової техніки, ніхто з точністю не міг уявити, яку роль відіграватиме онлайн-сегмент у побуті сучасного українця. За даними державної служби статистики України [3], 80% громадян України щомісяця здійснюють мінімум одну онлайн-операцію, а 50% споживачів – щодня відвідують інтернет-магазини переглядаючи різноманітні товари: від дитячого одягу до великої побутової техніки та авто. За результатами 2017 р. обсяг електронної комерції України збільшився на 30% (на 50 млрд. грн.). І хоча це складає лише 3,5% товарообороту країни, стрімкий розвиток даного сектору з огляду на масове використання онлайн-платформ прогнозується шаленими темпами.

Аналізуючи ринок інтернет-товарів можна стверджувати, що станом на вересень 2018 р. [3] найпопулярнішими товарами онлайн є товари категорії одяг та взуття, жіночі та чоловічі аксесуари, книги та мобільні додатки. Однак, на інтернет-ринку також домінують й нові товари: товари щоденного вжитку (80% приросту у порівнянні з минулим 2017 р.), продукти харчування та напої (75%), сировина та матеріали (68%), електрообладнання (61%) та зоотовари (56%). Отже, беручи до уваги сучасні тенденції, можна прогнозувати перехід у майбутньому на повністю новий вид ринкових відносин, де головними учасниками ринку стануть саме інтернет-компанії з широким асортиментом продукції, який охоплюватиме всі сфери життя людини, а також модернізацію традиційних супермаркетів, які поруч з реальними покупками пропонуватимуть купівлю онлайн.

Згідно досліджень [2], український середньостатистичний онлайн-споживач – це людина у віці 26-35 р., з повною вищою освітою, середній дохід якої складає 4 978 грн. При цьому, можна виділити такі характеристики онлайн-покупців:

- чверть онлайн-покупців України не працює;
- гендерне співвідношення: чоловіків і жінок є практично однакова кількість: 48% чоловіки та 52% жінки;
- спосіб здійснення покупок: 51% споживачів воліють здійснювати покупки за допомогою мобільних додатків, при цьому користувачі android є в 3,5 р. активнішими ніж користувачі apple.

Українському інтернет-ринку притаманні 5 трендів динамічного розвитку:

- безпека покупки – полягає у використанні різних форм оплати товару, рейтингуванні продавців, запровадженні можливості оскарження товару та відкриття спору з продавцем;
- сервіс – полягає у наданні гарантій покупцеві на обраний товар, онлайн-консультації щодо обраного товару, подарункове пакування тощо;
- вторинний ринок – сьогодні більшість покупців бажає оновлювати предмети побуту та особистого користування вдвічі частіше, тому виникають вторинні онлайн-платформи, які здійснюють продаж вживаних товарів;
- нові функції – інтернет-магазини не перестають дивувати функціями, що замінюють похід у реальний магазин: з'являються віртуальні примірки, віртуальні полиці супермаркету, використовуються чатботи – онлайн помічники з шопінгу, тощо;
- відеоконтент – все частіше інтернет-магазини запроваджують відео-представлення товару при виборі покупки, що дає можливість покупцям побачити весь функціонал товару.

Отже, сфера електронної комерції України динамічно зростає та змінюється щороку, все більше інновацій з'являється на віртуальному ринку та залучає все більше онлайн-споживачів.

1. Пирог О. В. *The development of e-commerce in terms of virtualization industry / О. В. Пирог, А. І. Горячка. // Economics, entrepreneurship, management. - 2016. - Vol. 3, Num. 1.*

2. *Ecommerce in Ukraine. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://ecommercenews.eu/e-commerce-per-country/e-commerce-in-ukraine>*

3. *Державна служба статистики України. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>*