

модель ефективного розподілу бюджету між різними засобами масової інформації. Завдяки цьому процес обігу рекламних коштів (від визначення його обсягу до кінцевого вкладення) набуває вигляду математично обґрунтованого цілісного підходу.

Поставлену задачу було розв'язано для випадку рекламної кампанії на телебаченні. Задача розв'язується за допомогою застосування оптимізаційних задач лінійного дискретного програмування, зокрема задачі про рюкзак.

Завдання розподілу рекламного бюджету розглядається як два підзавдання: розподіл бюджету між різними ЗМІ й розподіл відповідних частин бюджету всередині цих ЗМІ. Відповідно модель розподілу рекламного бюджету складається з двох етапів. Перша підзадача була розв'язана на основі задачі про необмежений рюкзак з одним обмеженням. Другу підзадачу було розв'язано за допомогою задачі про цілочисельний рюкзак з мультिवибором. При вирішенні оптимізаційних задач використовувались статистичні показники, що характеризують рейтинг телеканалу Rating та ефективність програм кожного каналу – Share.

Послідовне вирішення цих підзадач дозволило отримати відповіді на питання про найбільш ефективний розподіл рекламного бюджету між каналами та збільшення аудиторії для

перегляду рекламних роликів впродовж набору телепрограм на кожному каналі.

Список використаних джерел

1. Песиков Э. Реклама–Модель–Бюджет. Методы расчета рекламного бюджета в примерах/ Э. Песиков, М.Фомичев // PRINT & PUBLISHING. – 1998. – №4(29).
2. Шведун В.А. Разработка методического обеспечения формирования совокупного рекламного бюджета предприятия / В.А. Шведун // Бизнес Информ. – 2008. – №9. – С. 60–68.
3. Зайченко Ю.П. Дослідження операцій. – К.: «Слово», 2006. – 815 с.
4. Dantzig, G.B. (1957) Discrete Variable Extreme Problems, Operations research, (5), pp. 266–277.
5. Gilmore P.C., Gomory R.E. (1966) The theory and computation of Knapsack functions, Operations Research, (14), pp. 1045–1074.
6. Особливості дослідження ТВ аудиторії в Україні [Електрон. ресурс]. Режим доступу: <http://tampanel.com.ua/about/faq/>
7. Статистика Індустріального телевізійного комітету України [Електрон. ресурс]. Режим доступу: <http://www.itk.ua/ua/press/item/id/1744>
8. Статистика Індустріального телевізійного комітету України [Електрон. ресурс]. Режим доступу: <http://www.itk.ua/ua/press/item/id/1774>

Л.Г. КУЗЬМЕНКО,

к.е.н., доцент, заслужений економіст України, с.н.с.

Центру комплексних досліджень з питань антимонопольної політики Антимонопольного комітету України

Вдосконалення державного регулювання захисту економічної конкуренції

У статті розкриваються проблемні та нерегульовані питання щодо захисту економічної конкуренції на ринках лікарських засобів. Доводиться необхідність запровадження більш прозорого та ефективного механізму здійснення державного регулювання захисту економічної конкуренції на цих ринках.

Ключові слова: економічне регулювання, конкуренція, нерегульовані питання, лікарські засоби, ринок.

Л.Г. КУЗЬМЕНКО,

к.э.н., доцент, заслуженный экономист Украины, с.н.с.

Центра комплексных исследований по вопросам антимонопольной политики Антимонопольного комитета Украины

Совершенствование государственного регулирования защиты экономической конкуренции

В статье раскрываются проблемные и неурегулированные вопросы защиты экономической конкуренции на рынках лекарственных средств. Доказывается необходимость внедрения более прозрачного и эффективного механизма осуществления государственного регулирования защиты экономической конкуренции на этих рынках.

Ключевые слова: экономическое регулирование, конкуренция, неурегулированные вопросы, лекарственные средства, рынок.

L. KUZMENKO,

PhD in economics associate professor

Improvement of State regulation of economic competition protection

The article reveals the problematic and outstanding issues on protection of economic competition in the markets for medicines. There is a need to introduce a more transparent and effective mechanism for the implementation of the State regulation of protection of economic competition in these markets.

Keywords: economic regulation, competition and outstanding issues, medicines, the market.

Постановка проблеми. Політика конкуренції покликана поставити ринки на службу інтересам споживачів за допомогою її основних елементів: впровадження законодав-

ства і пропаганда конкуренції. Нині конкуренція в економіці України, зокрема на фармацевтичних ринках, на прикладі яких розглядається дана проблема, розвинена недостатньо.

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Конкуренція в основному ведеться фармацевтичними компаніями не за споживача, а за вплив на осіб, що приймають рішення про державні закупівлі, і на лікарів.

У фармацевтичному секторі необхідно запроваджувати заходи по боротьбі з антиконкурентною поведінкою та зловживанням монопольним становищем для забезпечення більш широкого доступу споживачів до товарів. Слід приділяти більше уваги політиці конкуренції, оскільки вона є відносно слабо розвиненим, але перспективним механізмом і володіє потенціалом для доповнення зусиль в цій сфері.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Різноманітні питання економічної конкуренції як суспільного економічного явища досліджено у працях Г. Азоева, А. Юданова, Р. Фатхутдінова, К. Тотева, В. Єременка, З. Борисенко, В. Савчука, Н. Трегубець. Особливо вагомий внесок у теорію конкуренції зроблено відомими фахівцями М. Портером, І. Кирцнером.

Незважаючи на вагомий внесок цих та інших вчених, досліджувана проблема в їхніх працях розкрита частково, оскільки автори в основному зосереджуються на економічних аспектах конкуренції як механізму ринкової економіки. Властивості економічної конкуренції як об'єкта державного впливу майже не розглядалися.

Метою статті є аналіз невирішених проблемних питань щодо захисту економічної конкуренції та розробка пропозицій щодо формування конкурентного середовища, запобігання порушенням законодавства (на прикладі ринків лікарських засобів (надалі – ЛЗ)).

Виклад основного матеріалу. Конкуренція є найважливішим елементом ринкової економіки, що обумовлює розвиток ринкових відносин, визначає їхню суть. Нормативне закріплення поняття «економічна конкуренція» отримало у ст. 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції», відповідно до якого економічна конкуренція (надалі – конкуренція) – змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку.

Державне регулювання економічної конкуренції забезпечується за допомогою системи заходів, що здійснюються уповноваженими органами і спрямовані на запобігання недобросовісній конкуренції та зловживанням монопольним становищем, їх усунення та застосування заходів відповідальності до порушників відповідно до встановлених державою правил у сфері економічної конкуренції. Основні засади захисту економічної конкуренції визначені в Конституції України. Статтею 42 Конституції України гарантовано захист конкуренції в підприємницькій діяльності, заборонено обмеження конкуренції, зловживання монопольним становищем та недобросовісну конкуренцію. Статтею 92 Конституції України встановлено, що правила конкуренції та норми антимонопольного регулювання визначаються виключно законами України.

Виробництво фармацевтичної і медичної продукції і забезпечення населення і лікувально-профілактичних установ охорони здоров'я лікарськими засобами і виробами медичного призначення є одним з елементів національної безпе-

ки. У зв'язку з цим фармацевтична і медична промисловість об'єктивно займає особливе місце в економічній системі країни, що також обумовлюється цілим рядом чинників, таких як соціальна значущість вироблюваної продукції, наукоємність виробництва, висока міра державного регулювання.

У сучасних умовах розвитку українського суспільства особливе значення приділяється розвитку фармацевтичної галузі, яка повинна забезпечувати своєю продукцією сферу охорони здоров'я. Стратегічними завданнями фармацевтичної галузі є забезпечення населення якісними та доступними за ціною ЛЗ і виробами медичного призначення. Ці завдання можуть бути розв'язані тільки шляхом інтенсифікації розвитку фармацевтичних підприємств, що дозволить ефективно протидіяти конкурентному середовищу і поступово розширювати частку українського ринку фармацевтичних препаратів, що належить вітчизняним виробникам.

Вступ України до ЄС неминуче вплине на стан забезпечення населення ЛЗ, а також на конкурентоспроможність вітчизняних виробників. Уже сьогодні український фармацевтичний ринок насичений ЛЗ вітчизняного та зарубіжного виробництва. Після вступу України в ЄС треба очікувати здешевлення імпортованих ЛЗ за рахунок зниження митних тарифів на їх увезення. Це автоматично означатиме підвищення конкурентоспроможності продукції зарубіжного виробництва. Для того щоб вижити та розвиватися в умовах гострої конкурентної боротьби, українському виробникові вже зараз потрібно істотно підвищити якість ЛЗ та домогтися їх здешевлення.

У сучасних умовах формування фармацевтичного ринку особливу значущість набуває проблема розвитку конструктивної конкуренції. Метою конкуренції є досягнення, з одного боку, переваг споживача ЛЗ, з іншого – отримання економічних вигод підприємством, що забезпечило споживачів найбільш ефективними і оптимальними за ціною ЛЗ. У той же час необхідно враховувати, що особливістю фармацевтичного ринку є те, що від рівня розвитку конкурентного середовища на цьому ринку значною мірою багато в чому залежить ефективність лікарської допомоги населенню.

Процес реалізації конструктивної конкуренції передбачає вироблення правил соціально-нормативної регламентації способів ведення конкуренції, а також розподілу благ за її результатами із врахуванням суспільно корисного результату конкуренції. Соціально-нормативне регулювання конкуренції має бути спрямоване передусім на забезпечення її ефективності відносно усіх суб'єктів ринкових відносин, починаючи зі споживача і закінчуючи виробником лікарських засобів. В основі цього регулювання мають бути адекватні критерії оцінки соціально-економічної ролі учасників ринку. Роль цих критеріїв особливо важлива для сучасного фармацевтичного ринку. Широка асортиментна і цінова різноманітність сучасного фармацевтичного ринку без детального аналізу не дозволяє об'єктивно судити про соціально-економічні переваги, практично будь-якої комерційної пропозиції.

Державне регулювання ринку ЛЗ має комплекс завдань:

- захист прав учасників ринку, першою чергою споживачів;
- забезпечення функціонування ринку на засадах конкуренції має здійснюватися шляхом забезпечення:

1) наявності реальних виробничих та організаційних можливостей протистояти новим видам захворювань;

2) державної підтримки національного виробника ЛЗ та неприпустимість суттєвої залежності від імпорту ліків;

3) забезпечення постійного удосконалення якості і лікувальних властивостей ліків тощо.

Стратегія розвитку вітчизняної фармацевтичної промисловості ґрунтується на таких засадах:

- пріоритет інноваційної моделі розвитку галузі, якості, ефективності та безпечності ЛЗ;
- пріоритет вітчизняної фармацевтичної галузі в реалізації державних програм у сфері забезпечення ЛЗ;
- пріоритет експортоспроможних виробництв і новітніх розробок;
- пріоритет заміщення імпортованих ЛЗ вітчизняними, повний цикл виробництва яких знаходиться на території України;
- пріоритет фармацевтичної продукції, що вироблена на території України, закупівлях за бюджетні кошти.

Очікуваним результатом реалізації стратегії розвитку фармацевтичної промисловості України на період до 2020 року має стати:

- збільшення частки продукції вітчизняного виробництва в загальному обсязі споживання на внутрішньому ринку до 50% у вартісному виразі;
- структурна зміна в номенклатурі лікарських препаратів, що виробляються на території України, в тому числі збільшення частки інноваційних препаратів до 20% у вартісному вираженні [2].

Головними стримуючими причинами для вирішення питання зі створення ефективного конкурентного середовища, яке має можливість визначати процеси: зниження цін, мінімізації витрат обігу, вдосконалення ефективності лікарської допомоги та ін. у більшості країн є:

- недостатня увага підприємств виробників фармацевтичної продукції до питань фармакоєкономічних переваг продукції, що випускається;
- відсутність загальнодоступного інформаційного поля фармацевтичної комерційної інформації;
- відсутність конструктивної нормативної бази по регламентації конкуренції на фармацевтичному ринку;
- здійснення виходу на фармацевтичний ринок іноземних виробників, які за рахунок демпінгової політики ведуть підірвання конкурентоспроможного середовища вітчизняного ринку.

Для врегулювання проблем і забезпечення розвитку конструктивної конкуренції на фармацевтичному ринку необхідно:

- розробити стратегію розвитку вітчизняних виробництв фармацевтичної продукції на принципах фармакоєкономіки;
- розробити і впровадити в практичну діяльність суб'єктів фармацевтичного ринку загальнодоступного інформаційного поля комерційної інформації через створення незалежних регіональних (міських) фармацевтичних інформаційно-аналітичних центрів з використанням комп'ютерних і телекомунікаційних технологій, з подальшою можливістю створення на їх базі електронних регіональних лікарських бірж;
- розробити нормативну базу з регламентації продуктивної конкуренції в усіх секторах фармацевтичного ринку;
- ухвалити рішення у сфері лікарського забезпечення, у тому числі за об'ємом і порядку децентралізації і централізації, відповідно до принципів соціально-економічної ефективності і застосування критерію оптимальності В. Парето [2].

Питання розвитку конкуренції і боротьби з антиконкурентними практиками на фармацевтичному ринку є одними з найважливіших для конкурентних відомств багатьох країн.

Аналіз досвіду антимонопольних органів різних країн світу виявив ряд проблем розвитку конкуренції на усіх етапах обігу ЛЗ.

Перша проблема – це цінове регулювання. Ринок ЛЗ у всьому світі в тому або іншому ступені контролюється і регулюється державою. Проте державне регулювання цін на ЛЗ хоча і стримує зростання цін, часто через зникнення дешевших препаратів призводить до скорочення асортименту медикаментів і зрештою – до зростання витрат населення на ліки.

Друга проблема – це відсутність у більшості країн СНД регулювання стосунків між лікарями і фармацевтичним бізнесом. Це, своєю чергою, перешкоджає входу на ринок вітчизняних ліків, призводить до обмеження конкуренції на торгах і утиску прав пацієнтів, яким у результаті нав'язуються аналогічні, але дорожчі лікарські препарати, – попит на них формують не кінцеві споживачі, а лікарі і фармацевти.

Третя проблема – це незацікавленість найбільших міжнародних фармацевтичних компаній здійснювати постачання дорогих ліків на територію тих країн, які мають низьку місткість збуту подібного роду лікарських засобів, що, звичайно ж, знижує доступність лікарської допомоги для населення.

Інший ряд проблем пов'язаний з відсутністю в національному законодавстві окремих країн поняття взаємозамінюваності ЛЗ.

Впровадження цього поняття і визначення порядку встановлення взаємозамінюваності ЛЗ із подальшим формуванням відповідної інформаційної бази скоротить кількість порушень при проведенні торгів, забезпечить економію бюджетних коштів, а також стимулюватиме компанії знижувати ціни. Крім того, для розвитку конкуренції необхідно встановити однаковий зміст інструкцій відтворених і оригінальних ЛЗ.

Наразі у багатьох країнах світу ставиться завдання перейти усім підприємствам фармацевтичної галузі на стандарти GMP і ввести заборону на території відповідних країн на обіг ЛЗ, зроблених не за цими стандартами; встановити прозорий порядок формування їхнього переліків та встановити періодичність оновлення, а також більш високі вимоги для отримання патенту.

Висновки

Реалізація вищезазначених заходів стане важливим етапом розвитку конкуренції на відповідних фармацевтичних ринках, забезпечить підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників ЛЗ і задоволення потреб населення в доступних лікарських препаратах. При цьому на постійній основі антимонопольним органам країн необхідно проводити спільні розслідування відносно діяльності транснаціональних фармацевтичних компаній.

За останні декілька років виробники оригінальних ЛЗ розробили складні антиконкурентні стратегії, покликані заблокувати або затримати розробку або вихід на ринок непатентованої продукції, засновані, як правило, на постійному оновленні і зміні форми випуску ЛЗ, а також удаваних позовах.

Однією з головних проблем розвитку конкуренції на фармринку є поширена практика невизнання аналогічних ліків, що мають однаковий склад діючих речовин, взаємозамінними, що призводить до обмеження конкуренції на усіх етапах їх

обігу. Для вирішення таких проблем антимонопольні органи, як правило, повинні ініціювати поправки у законодавство про державні закупівлі, про обіг ЛЗ і в підзаконні нормативні правові акти, якими вводяться поняття взаємозамінюваності лікарських препаратів, вимоги визначення взаємозамінюваності ЛЗ при їх реєстрації, вимоги виписки і закупівлі ліків не за торговими найменуваннями, а по міжнародному непатентованому найменуванню і так далі.

Для вирішення проблем взаємовідносин домінуючих фармацевтичних компаній з дистриб'юторами антимонопольним органам в окремих країнах необхідно узагальнити вже надані рекомендації по розробці і застосуванню комерційних політик господарюючими суб'єктами, що займають домінуюче положення на ринках лікарських засобів і ринках медичних виробів, і розповсюдити їх для використання в антимонопольні органи інших країн світу, а також ініціювати створення Кодексу добросовісних практик виробників ліків.

Список використаних джерел

1. Стратегія розвитку фармацевтичної промисловості України на 2010–2020 роки. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://oornmpri.at.ua/news/obgovorennja_proektu_strategiji_rozvitku_farmaceutichnoji_promislovosti_ukrajini_na_2010_2020_rocki/2010-05-18-124.

2. Быстрицкий Л.Д., Конкурентная среда как фактор совершенствования деятельности фармацевтического предприятия / Л.Д. Быстрицкий, Л.Н. Перегудова, А.В. Гришин // Успехи современного естествознания. – 2003. – №6 – С. 40–41 URL: [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: www.rae.ru/use/?section=content&op=show_article&article_id=7779541

3. Smith A. The Wealth of Nations / A. Smith // Glazgo: R.X.Campbell, A.S.Skinner, 1976. – 1002 p.

4. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 198 с.

5. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика / А.Ю. Юданов. – М.: Изд-во «Гном-Пресс», 1998. – 232 с.

6. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА – М, 2000. – 325 с.

7. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство / И. Кирцнер; пер. с англ. под ред. проф. А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2001. – 435 с.

8. Савчук В.С. Механізми державного управління в сфері захисту економічної конкуренції в Україні: автореф. дис. канд. юрид. наук: 25.00.02 «Механізми державного управління» / Савчук В.С. – Львів, 2006. – 18 с.

9. Портер М. Международная конкуренция: пер. с англ. / М. Портер. – М.: Междунар. отношения, 1993. – 896 с.

*О.М. ПОЛИЩУК,
аспірант, Міжнародний університет бізнесу і права (Херсон)*

Організація системи паркування як основний напрям вдосконалення транспортної інфраструктури

У статті розглянуто проблеми забезпечення населення міста послугами паркування у достатній кількості та належної якості.

Доведено, що організація системи паркувального простору великих міст вирішить проблеми розвитку транспортної інфраструктури.

Ключові слова: транспортна інфраструктура, послуги паркування, паркінг, «мобільне паркування».

*Е.Н. ПОЛИЩУК,
аспірант, Международный университет бизнеса и права (Херсон)*

Организация системы парковки как основное направление совершенствования транспортной инфраструктуры

В статье рассмотрены проблемы обеспечения населения города услугами парковки в достаточном количестве и надлежащего качества.

Доказано, что организация системы парковочного пространства крупных городов решит проблемы развития транспортной инфраструктуры.

Ключевые слова: транспортная инфраструктура, услуги парковки, паркинг, «мобильная парковка».

*О. POLISCHUK,
postgraduate of the International University of Business and Law in Kherson*

In the article the problem of providing the population of parking in sufficient quantity and of good quality.

It is proved that the organization systems of parking space big cities solve the problems of transport infrastructure.

Keywords: transportna infrastructure, services, parking, parking, "mobile parking"

Постановка проблеми. Останні роки характеризуються швидкими темпами автомобілізації країни, істотно випереджають зростання протяжності вулично-дорожньої мережі (ВДМ) Така ситуація створює об'єктивні передумови створення організованого паркування легкових автомобілів.

В умовах гострого дефіциту машино-місць на позавуличних автостоянках проїжджа частина надає практично єдину

можливість здійснити стоянку при внутрішньоміських поїздах на автомобілях з різними цілями.

У даний час фактично відсутня єдина нормативно-методична база, яка дозволяла б визначати допустимість організації парковок і регламентувати їх параметри. У результаті навіть організовані парковки, в тому числі платні, в ряді випадків розміщуються без належного обґрунтування, що при-