

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА»

(на матеріалах ПАТ «Фармак», м. Київ)

Студентки 2 курсу, 7мз групи,
факультету
міжнародної торгівлі та права,
спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини»
Спеціалізації «Міжнародний бізнес»

Аблаєва Марія
Сергіївна

(підпис студента)

Науковий керівник
д-р економічних наук,
професор кафедри світової економіки

Калюжна Наталія
Геннадіївна

(підпис наукового
керівника)

Гарант освітньої програми
д-р економічних наук,
професор кафедри світової економіки

Калюжна Наталія
Геннадіївна

(підпис гаранта
освітньої
програми)

Київ 2020

АНОТАЦІЯ

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження у роботі є процес формування інвестиційної стратегії підприємства на зовнішніх ринках.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти формування інвестиційної стратегії підприємства ПАТ «Фармак» на зовнішніх ринках.

Метою дослідження випускної кваліфікаційної роботи є науково-теоретичне обґрунтування напрямів та практичних рекомендацій щодо формування інвестиційної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.

Методи дослідження. У процесі дослідження були використані загальнонаукові методи: теоретичного узагальнення та порівняння; статистичного аналізу, індукції, дедукції, системного підходу, синтезу.

Інформаційна база дослідження: офіційні матеріали Державного комітету статистики України, монографічні дослідження, дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців, опубліковані в спеціальних літературних джерелах.

Практичне значення проведеного дослідження полягає у тому, що його результати та розроблені пропозиції можуть бути використані у практичній діяльності підприємства ПАТ «Фармак» в процесі розробки інвестиційної стратегії на зовнішніх ринках.

Перелік ключових слів: інвестиції, інвестиційна стратегія, міжнародний бізнес, експорт.

ANNOTATION

Object and subject of research. The object of research in the work is the process of forming the investment strategy of the enterprise in foreign markets.

The subject of research is the theoretical and practical aspects of the formation of the investment strategy of the enterprise PJSC "Farmak" in foreign markets.

The purpose of the study of the final qualifying work is a scientific and theoretical justification of the directions and practical recommendations for the formation of the investment strategy of the enterprise-subject of international business.

Research methods. In the course of the research general scientific methods were used: theoretical generalization and comparison; statistical analysis, induction, deduction, systems approach, synthesis.

Information base of the research. The information basis of the study was the current legal framework, official materials of the State Statistics Committee of Ukraine, monographs, materials of international and national scientific conferences, studies of domestic and foreign scientists, published in special literature sources.

The practical significance of the study is that its results and developed proposals can be used in the practice of PJSC "Farmak" in the process of developing an investment strategy in foreign markets.

List of keywords: investment, investment strategy, international business, export.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА-СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	6
1.1. Теоретично-методологічні підходи до формування інвестиційної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу	6
1.2. Аналіз фінансової та інвестиційної діяльності ПАТ «ФАРМАК»	15
Висновки до розділу 1	26
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СЕРЕДОВИЩА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ПАТ «ФАРМАК»	28
2.1 Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу ПАТ «ФАРМАК»	28
2.2 Вибір приймаючої країни ПАТ «ФАРМАК» для міжнародної інвестиційної діяльності	33
Висновки до розділу 2	36
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПАТ «ФАРМАК»	37
3.1. Розробка заходів щодо формування інвестиційної стратегії ПАТ «ФАРМАК» на зовнішньому ринку	37
3.2. Прогнозна оцінка впливу запропонованих заходів на результати діяльності ПАТ «ФАРМАК»	45
Висновки до розділу 3	52
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	57
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасних умовах динамічного розвитку міжнародної економічної діяльності підприємства постійно перебувають у процесі розширеного відтворення, що супроводжується різними циклами інвестиційної активності. Така ситуація пояснюється тим, що для функціонування на міжнародному ринку необхідні інвестиційні вкладення, пов'язані як формуванням матеріального базису господарської діяльності (запаси, готова продукція), так і фінансування операційних витрат (адміністративних, збутових, транспортних, тощо). Головну роль у процесі забезпечення розвитку підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу відіграє його інвестиційна стратегія.

Формування інвестиційної стратегії підприємства є пріоритетним напрямком впровадження його загальної стратегії та довгостроковим інструментом забезпечення його господарської діяльності. Особливо нагальною є проблема формування інвестиційної стратегії у межах оптимальної структури капіталу, що має вирішальну роль в умовах фінансової кризи та дефіциту коштів. Підприємства-суб'єкти міжнародного бізнесу в умовах нестабільності економічної ситуації в Україні змушені здійснювати пошук оптимальних напрямків реалізації їх інвестиційних ініціатив. Тому, в сучасних умовах процеси формування інвестиційної стратегії підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу потребують використання науково-обґрунтованих підходів та сучасного інструментарію управління бізнес-процесами.

У економічній літературі проблематику інвестиційної стратегії підприємств (у т.ч. у сфері міжнародного бізнесу) досліджували такі науковці як Галазюк Н. М., О. М. Зелінська, О. Я. Кравчук, Касянок К.Г., Козак Ю.Г., Притула Н.В., Єрмакова О.А., Король М.М., Манаєнко І. М., Очередько О.О., Рибаківа Т. О., Суханова А.В., Ткаченко Т.М, Шевчук Н.В., Тридід О.М., Яценко М.С., Максименко Ю.С., тощо. Проте не зважаючи на здобутки вчених у наукових роботах залишається невирішеним питання, щодо визначення

особливостей формування інвестиційної стратегії підприємств-суб'єктів міжнародного бізнесу.

Метою дослідження випускної кваліфікаційної роботи є науково-теоретичне обґрунтування напрямів та практичних рекомендацій щодо формування інвестиційної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу.

Досягнення мети передбачає вирішення таких завдань:

- обґрунтувати теоретично-методологічні підходи до формування інвестиційної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу;
- провести аналіз фінансової та інвестиційної діяльності ПАТ «ФАРМАК»;
- здійснити оцінку сприятливості середовища міжнародного бізнесу ПАТ «ФАРМАК»;
- обґрунтувати вибір приймаючої країни ПАТ «ФАРМАК» для міжнародної інвестиційної діяльності;
- здійснити розробку заходів щодо формування інвестиційної стратегії ПАТ «ФАРМАК» на зовнішньому ринку;
- навести прогнозну оцінку впливу запропонованих заходів на результати діяльності ПАТ «ФАРМАК».

Об'єкт та предмет дослідження. Об'єктом дослідження у роботі є процес формування інвестиційної стратегії підприємства на зовнішніх ринках.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти формування інвестиційної стратегії підприємства ПАТ «Фармак» на зовнішніх ринках.

Методи дослідження. У процесі дослідження були використані загальнонаукові методи: теоретичного узагальнення та порівняння; статистичного аналізу, індукції, дедукції, системного підходу, синтезу.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною основою дослідження стала чинна нормативно-правова база, офіційні матеріали Державного комітету статистики України, монографічні дослідження, матеріали міжнародних і

всеукраїнських науково-практичних конференцій, дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців, опубліковані в спеціальних літературних джерелах.

Практичне значення проведеного дослідження полягає у тому, що його результати та розроблені пропозиції можуть бути використані у практичній діяльності підприємства ПАТ «Фармак» в процесі розробки інвестиційної стратегії на зовнішніх ринках.

Апробація результатів дослідження. За результатами проведеного дослідження було підготовлено наукову статтю на тему «Теоретичні аспекти формування інвестиційної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу» і опубліковано у збірнику наукових праць студентів КНТЕУ.

Структура дипломної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури із 28 джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 53 с.

РОЗДІЛ 1

АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА-СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

1.1. Теоретично-методологічні підходи до формування інвестиційної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу

Сучасні умови господарювання характеризуються високою динамічністю економічних процесів, різноспрямованими темпами їх динаміки, істотною невизначеністю у виборі найбільш раціональних напрямків розвитку, значним впливом на параметри підприємства факторів зовнішнього середовища. За рахунок цього зростає роль і значення довгострокових програм розвитку галузей, які зазвичай виражаються у вигляді інвестиційної стратегії розвитку.

Тому, розкриваючи зміст статті, пропонуємо спочатку розглянути визначення теоретичних підходів до трактування поняття «інвестиційна стратегія» та «інвестиційна діяльність» підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу. Варто відмітити, що в більшості наукових праць розкривається зміст переважно поняття «інвестиційна діяльність» в сфері міжнародного бізнесу. Водночас обґрунтування поняття «інвестиційна стратегія суб'єкта міжнародного бізнесу» є практично відсутнім. Дане поняття розглядається в загальному плані, без відношення до виду господарської діяльності підприємства (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Наукові підходи до визначення понять, які виражають сутнісні ознаки інвестиційної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу

Автор 1	Визначення 2
Бланк І.О., Ситник Г.В., Андрієць В.С. [1, с. 170]	інвестиційна стратегія є системою довгострокових цілей інвестиційної діяльності підприємства, які визначені загальними завданнями його розвитку й інвестиційною ідеологією, а також вибір найбільш ефективних шляхів їхнього досягнення
Бестужева С. В., Козуб В. О. [2, с. 17]	міжнародна інвестиційна стратегія - це система довгострокових цілей міжнародної інвестиційної діяльності суб'єкта (держави або підприємства), що визначається довгостроковими завданнями його розвитку з метою досягнення бажаного ефекту шляхом вибору найбільш ефективних напрямів досягнення поставлених цілей.

продовження табл. 1.1

1	2
Матюшенко І.Ю. [10, с. 12]	міжнародна інвестиційна стратегія – комплекс цілей довгострокового розвитку інвестиційної діяльності підприємства на міжнародному рівні, що характеризується довгостроковими завданнями функціонування
Ляхович. Л.А. [8, с. 167-168]	інвестиційна стратегія є головним планом дій підприємства в сфері його інвестиційної діяльності, який визначає пріоритети її напрямків і форм, характер формування інвестиційних ресурсів і послідовність етапів реалізації довгострокових інвестиційних цілей, що забезпечують ефективний розвиток підприємства.
Козак Ю.Г., Притула Н.В., Єрмакова О.А. [6, с. 8]	міжнародна виробничо-інвестиційна діяльність – це стратегічний рівень тому, що ЗЕД у цьому випадку втілює генеральну тенденцію соціально-динамічного процесу, має визначальний вплив на характер розвитку як національних економік, так і на функціонування міжнародної економіки, а також стандарти якості і критерії ефективності виробництва і використання ресурсів, стандарти якості життя, норм поведінки тощо
Шиш О.П. [21]	інвестиційна стратегія - це комплекс рішень, планів і заходів, пов'язаних із ефективним управлінням інвестиційними потоками.
Галазюк Н. М., О. М. Зелінська, О. Я. Кравчук [3, с. 69-70]	інвестиційну діяльність можна розглядати з двох позицій. З одного боку – це діяльність, пов'язана із вкладенням коштів в об'єкти інвестування з метою одержання прибутку, а з другого – це власне інвестування, що визначається як процес перетворення ресурсів у вкладення. Практика міжнародної інвестиційної діяльності, що виражає політику стимулювання надходження іноземних інвестицій

*розроблено за матеріалами: [1, 2, 6, 5, 19, 3, 10]

Як бачимо, в економічній науці немає єдиного підходу до визначення змісту інвестиційної стратегії. Наприклад, Галазюк Н. М., О. М. Зелінська, О. Я. Кравчук [3, с. 69-70], під міжнародним інвестуванням розглядають як набір активностей, через які відбувається реалізація як економічних, соціальних заходів, так і юридичних норм, що є невід'ємним складником інвестиційного законодавства держави, яка приймає капітал іноземних інвесторів.

Бланк І.О., Ситник Г.В. та Андрієць В.С. [1, с. 170] інвестиційну стратегію розглядають в загальному аспекті, без віднесення її до виду господарської діяльності. На думку авторів, інвестиційна стратегія виражає набір цілей довгострокового інвестиційного розвитку підприємства, що характеризуються певними завданнями інвестиційної діяльності та реалізації підходів до управління нею.

Бестужева С. В., Козуб В. О. [2, с. 17] відзначають, що поняття інвестиційної стратегії відносять як до інвестиційного, так і до стратегічного

менеджменту. Із погляду стратегічного менеджменту інвестиційна стратегія є однією з функціональних стратегій у стратегічному наборі підприємства, тобто однією з підтримуючих стратегій, яка визначає стратегічну орієнтацію інвестиційної діяльності, що забезпечує її досягнення поставлених цілей. На думку авторів, міжнародна інвестиційна стратегія підприємства є системною концепцією, яка відображає сутність інвестиційної діяльності підприємства і спрямовує її розвиток. Процес її розроблення є найважливішою складовою частиною загальної системи стратегічного вибору підприємства, основними елементами якого є місія, загальні стратегічні цілі розвитку, система функціональних стратегій у розрізі окремих видів діяльності, способи формування і розподілу ресурсів [2, с. 17].

Матюшенко І.Ю. [10, с. 12] та Шиш О.П. [21] під міжнародною інвестиційною стратегією визначають комплекс цілей довгострокового розвитку інвестиційної діяльності підприємства на міжнародному рівні, що характеризується довгостроковими завданнями функціонування.

На думку Ляхович Л.А. [8, с. 167-168], інвестиційна стратегія є головним планом дій підприємства в сфері його інвестиційної діяльності, який визначає пріоритети її напрямків і форм, характер формування інвестиційних ресурсів і послідовність етапів реалізації довгострокових інвестиційних цілей, що забезпечують ефективний розвиток підприємства.

Підсумовуючи, може стверджувати, що у найзагальнішому сенсі під інвестиційними стратегіями розуміється комплекс довгострокових цілей в сфері капіталовкладень (реальних інвестицій) і вкладень у фінансові активи, розвитку виробництва, формування оптимальної структури інвестування, а також сукупність дій по їх досягненню. Однак, дане визначення має розглядатися світлі міжнародних економічних відносин [2].

У сфері міжнародної економіки використовуються кілька взаємопов'язаних понять стосовно інвестиційних стратегій: «інвестиційна діяльність», «інвестиційна стратегія», «інвестиційна політика», «ефективне інвестування». Така різноманітність термінів обумовлена розвитком і

ускладненню міжнародних ринкових відносин, зростанням взаємозв'язку компаній, підвищенням ролі ТНК, а також розвитком глобалізації та інтеграції у світовій економіці, де в якості конкурентних переваг домінують знання. Інвестиційні стратегії є динамічною категорією, причому їх динаміка зумовлена, перш за все, зовнішніми факторами, значна частина яких може розглядатися як керовані параметри. Однак таке розуміння інвестиційних стратегій підходить тільки для рівня дослідження, де локальні інвестиції прирівнюються до іноземних інвестицій. Також слід враховувати загальну ринкову ситуацію і оцінювати конкурентоспроможність [4].

Було запропоновано удосконалене визначення поняття «інвестиційна стратегія підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу: сукупність форм, методів, способів міжнародної інвестиційної діяльності, спрямованих на модернізацію нині існуючих або захоплення нових сфер впливу на зовнішніх ринках через механізм прямого іноземного інвестування.

Відповідно до сказаного вище можемо сформулювати мету інвестиційної стратегії як вироблення і реалізацію конкретних дій в системі обраних напрямків щодо поліпшення інвестиційних параметрів підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу з урахуванням існуючих і потенційних умов і обмежень на ресурси, способи діяльності і досяжність цілей. Таким чином, інвестиційна стратегія конкретизує цілі інвестиційної діяльності підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу, шляхи їх досягнення за допомогою вибору конкретних методів, засобів, організаційних механізмів і інструментів ефективного управління процесами формування, розподілу і використання інвестиційних ресурсів [1, 8].

Інвестиційна стратегія є одним з ключових напрямків міжнародної інвестиційної діяльності, завдяки якому підприємство може досягти своїх інвестиційних цілей. Інвестиційна стратегія включає конкретні стратегії діяльності на цільових сировинних та фінансових ринках, використовуваний комплекс міжнародного проектного інвестування та витрати на нього. Стратегії міжнародної інвестиційної діяльності деталізують стратегії розвитку

підприємства в цілому, останні виявляються і аналізуються в стратегічному плануванні компанії. Слід виділяти ключові моменти: рішення про форму виходу на зовнішній ринок та планування міжнародного маркетинг - міксу (розробка товарної та цінової політики, а також політики просування і розподілу) [6, 10]. Реалізацію інвестиційної стратегії слід вважати успішно завершеною, якщо досягнуті всі основні стратегічні цілі інвестиційного розвитку підприємства при заданому рівні планових витрат на реалізацію стратегії. Основні види інвестиційних стратегій та фактори, що впливають на їх вибір, критерії ефективності стратегій представлені в табл. 1.2 [2, 4, 7, 9].

Таблиця 1.2

Основні критерії вибору і оцінки ефективності інвестиційної стратегії

<i>Вид інвестиційної стратегії</i>	<i>Мета</i>	<i>Фактори, що зумовлюють вибір інвестиційної стратегії</i>	<i>Умови використання</i>	<i>Целевые критерии эффективности</i>
Стратегія розширення інвестиційного потенціалу	Забезпечення високих темпів інвестиційної діяльності підприємства	Високий рівень економічного потенціалу обраних стратегічних галузей. Наявність доступу до зовнішніх джерел інвестування. Сильна конкурентна позиція компанії на ринку	Застосовується компаніями в динамічно розвиваються, а також компаніями при диверсифікації їх діяльності	Забезпечення високих темпів зростання доходів і прибутку компанії. Високий рівень рентабельності. Зростання чистого грошового потоку.
Стратегія обмеженого інвестиційного потенціалу	Забезпечення збалансованості параметрів обмеженого зростання інвестиційної діяльності та необхідного рівня інвестиційної безпеки компанії	Високий і середній рівень економічного потенціалу галузі. Високий рівень фінансової стійкості. Наявність власних фінансових ресурсів і доступ до зовнішніх джерел інвестування.	Застосовується компаніями на стадії зрілості, а також компаніями в галузях зі стабільними технологіями	Підтримка необхідного рівня фінансової безпеки підприємства. Забезпечення заданих обсягів доходів і прибутку. Забезпечення стабільності грошових надходжень. Ефективне використання іноземного капіталу.
Стратегія скорочення	Інвестиційна стабілізація компанії в умовах нестабільності	Низький рівень економічного потенціалу. Дефіцит власного фінансування, відсутність доступу до внутрішніх позикових джерел. Низька конкурентоспроможність.	Обирається компаніями, що знаходяться на останніх стадіях життєвого циклу, а також в стадії галузевого і фінансової кризи.	Відновлення платоспроможності. Підвищення фінансової стійкості. Формування достатнього рівня інвестиційної безпеки.

*розроблено за матеріалами [2, 4, 7, 9]

Характеризуючи теоретичні аспекти формування інвестиційної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу, варто звернути увагу на визначення окремих підсистем управління, які досить ґрунтовно описані Манаєнком І. М. та Просяником І. В. [9] (рис. 1.1).

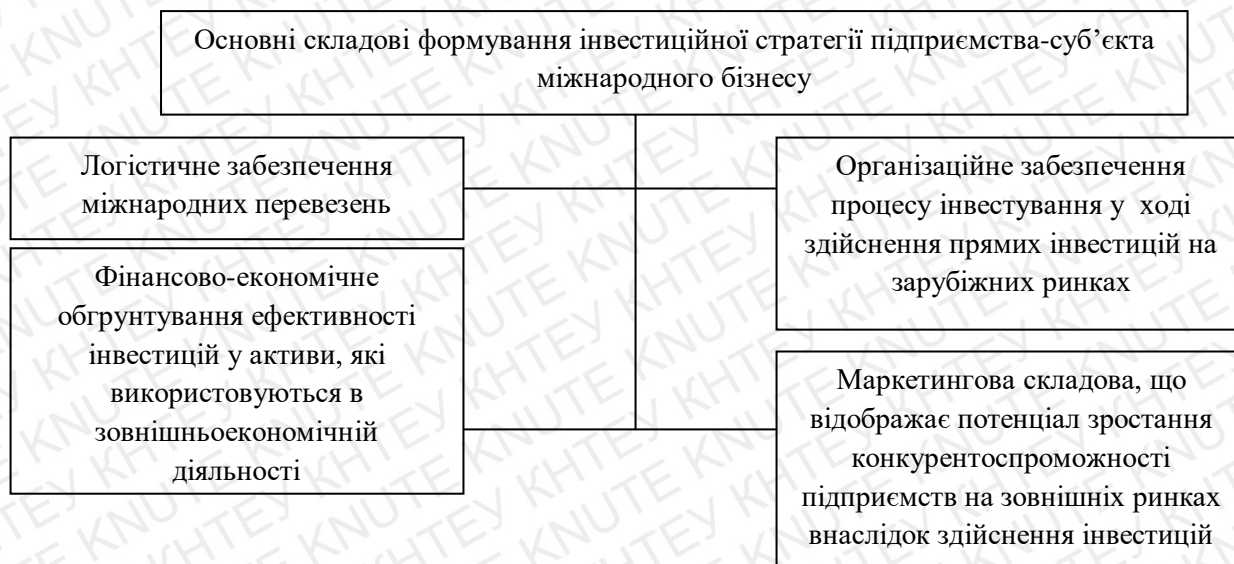


Рис. 1.1. Основні складові формування інвестиційної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу

Джерело: побудовано автором на основі [9]

Логістичне забезпечення відповідає за транспортні процеси, процеси переміщення матеріальних потоків у процесі здійснення інвестиційної діяльності. У цьому плані для підприємств, які здійснюють інвестиційну діяльність на зовнішніх ринках, досить актуальним є питання географії розміщення бізнес-одиниць та транспортного забезпечення. Якщо мова йде про будівництво виробничих підприємств, то фактор здійснення міжнародних перевезень між різними країнами формує доволі значну статтю операційних витрат, яка впливає на загальну результативність інвестиційного проекту. Також лгістичне забезпечення дозволяє забезпечувати рух інформаційних потоків та є основою для забезпечення системи документообороту.

Фінансово-економічне обґрунтування ефективності інвестицій у активи, які використовуються в зовнішньоекономічній діяльності, передбачає

обґрунтування основних економічних та фінансових параметрів процесу інвестування, а також визначення цільових показників інвестиційної привабливості проектів. Усі інвестиційні проекти повинні бути економічно доцільними та обґрунтованими. Інвестиційна стратегія повинна містити чітке формулювання основних цільових економічних показників (KPI), до яких повинне прагнути підприємство. Економічне обґрунтування інвестиційної стратегії на зовнішніх ринках відображає рух інвестиційних ресурсів та напрямки розширеного відтворення на різних географічних рівнях, а також в умовах дії правового поля різних юрисдикцій. Фінансова складова виконує функції керування фінансовими ресурсами компанії при виході на міжнародні ринки.

Організаційне забезпечення процесу інвестування у ході здійснення прямих інвестицій на зарубіжних ринках передбачає формування бажаної структури бізнес-процесів, до якої повинно прагнути підприємство у довгостроковій перспективі. Дана складова відповідає за формування організаційної структури підприємства та визначення рівнів управління окремими напрямками зовнішньоекономічної діяльності.

Приміром, інвестиції у розвиток підрозділів компанії на території різних країн в кінцевому випадку повинні бути підкріплені створенням відповідних органів управління інвестиційними проектами з метою забезпечення функцій координації та контролю. Дана складова є центральним механізмом, що забезпечує безперервність операційного циклу та дозволяє підтримувати основні бізнес-процеси.

Маркетингова складова, що відображає потенціал зростання конкурентоспроможності підприємств на зовнішніх ринках внаслідок здійснення інвестицій. Ця складова відповідає також за впровадження у роботу підприємства новинок, ноу-хау і передбачає організацію міжнародного трансферу технологій в межах різних інвестиційних проектів. Маркетингова складова має на меті обґрунтування комплексу маркетингу підприємства при виборі зовнішніх ринків та його імплементацію у основні сфери міжнародного

бізнесу.

Далі розглянемо елементи механізму формування інвестиційної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу. Деякі вчені [3, 5, 7] виділяють ряд складових елементів у процесі формування системи управління інвестиційними процесами в міжнародній економічній діяльності (рис. 1.2).

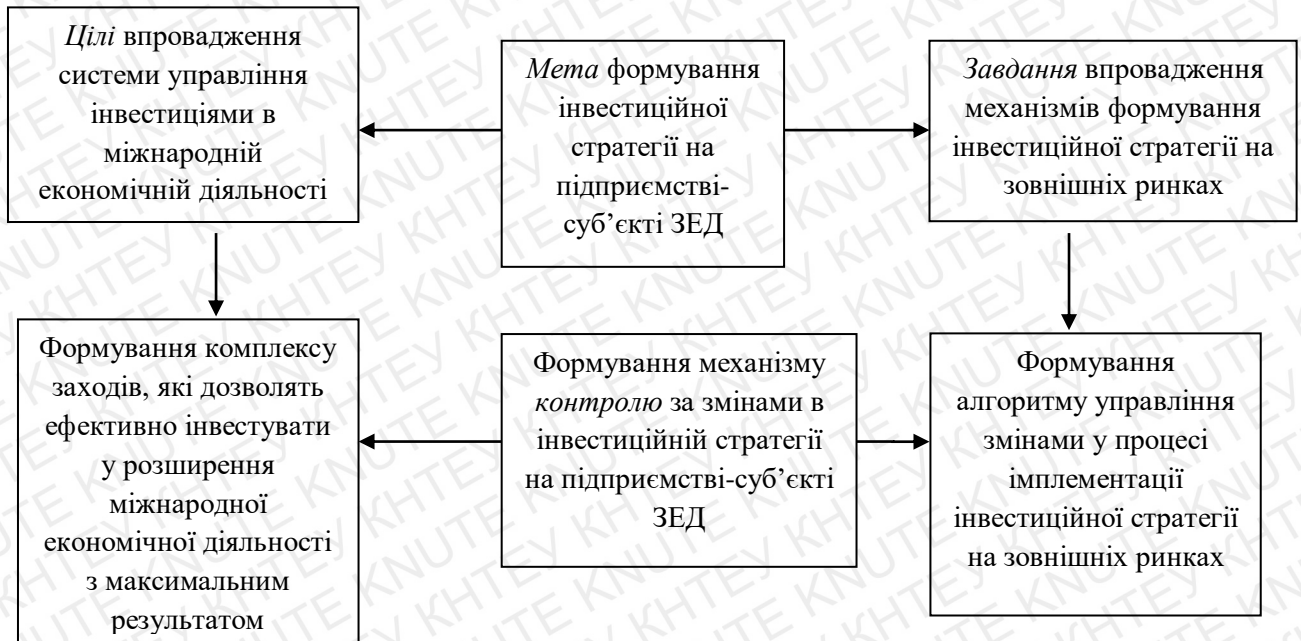


Рис. 1.2. Основні елементи механізму формування інвестиційної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу

Джерело: побудовано автором на основі [3, 5, 7]

З рис. 1.2 можна помітити, що формування інвестиційної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу включає в себе мету, цілі, завдання, комплекс заходів, алгоритм управління змінами та систему контролю за ним. На думку автора, мета впровадження ефективного процесу формування інвестиційної стратегії на зовнішніх ринках передбачає наступні завдання: вдосконалення організаційної структури управління бізнесом в умовах, коли підрозділи компанії працюють в різних країнах; забезпечення цільових показників ефективності впровадження інвестицій у бізнес-процеси зовнішньоекономічної діяльності (удосконалення технологічного забезпечення та оновлення обладнання для міжнародних перевезень, будівництво складів,

впровадження нових ліній виробництва з метою експорту продукції, тощо); забезпечення у довгостроковій перспективі зростання вартості міжнародних бізнес-підрозділів компанії [10].

Інвестиційні стратегії та організаційні структури, ефект економії на масштабах в глобальному діапазоні посилили динамічні процеси міжнародної олігополістичної конкуренції, вже почали проявлятися в стратегіях простої інтеграції. З одного боку, глобальна концентрація виробництва триває в ряді галузей, і ТНК пристосувалися до цієї за допомогою формування регіональних, а деяких випадках і глобальних ринків для певного асортименту продукції. Тенденція до конвергенції способів побудови - посилила транскордонну стандартизацію продукції. Вихід на ринок нових компаній з розвинених і країн, що розвиваються, став легшим за рахунок зниження ринкових бар'єрів та зростання технологічної складності виробництва національних компаній, що призвело до інтенсифікації міжнародної конкуренції в багатьох галузях. У той же час багато видів стандартної продукції потребують пристосовування до національних або регіональних стандартів. Ці тенденції змусили ТНК шукати нові шляхи отримання конкурентних переваг і змусили їх приділяти більшу увагу способам, за якими поєднуються і координуються окремі елементи [11, 12].

Зростання ефективності формування інвестиційної стратегії визначається довго- та короткостроковими перспективами розвитку кожного окремо взятого підприємства на міжнародному ринку. Довгострокові перспективи полягають у забезпеченні зростання доходності та розширення обсягів діяльності, якісних показників його результативності. Короткострокові перспективи зростання ефективності формування інвестиційної стратегії залежать переважно від стану управління інвестиційними процесами.

Оскільки формування інвестиційної стратегії підприємства має універсальний, динамічний та інтегрований характер, то універсальність даного процесу полягає у поєднанні концептуальних положень управління, збалансованої системи діагностики показників інвестиційного розвитку та їх

прогнозування, управління компетенціями та системою прийому, підготовки, перепідготовки керівного складу і персоналу, налаштованого на інновації, безперервності вдосконалень, розвитку та навчання, що дасть змогу застосувати його в будь-якій фазі життєвого циклу.

Було запропоновано удосконалене визначення поняття «інвестиційна стратегія підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу: сукупність форм, методів, способів міжнародної інвестиційної діяльності, спрямованих на модернізацію нині існуючих або захоплення нових сфер впливу на зовнішніх ринках через механізм прямого іноземного інвестування.

Таким чином, інвестиційна стратегія підприємства на зовнішніх ринках відображає сукупність форм, методів, способів міжнародної інвестиційної діяльності, спрямованих на модернізацію нині існуючих або захоплення нових сфер впливу на зовнішніх ринках через механізм прямого іноземного інвестування. Міжнародна інвестиційна стратегія характеризується системою довгострокових цілей міжнародної інвестиційної діяльності суб'єкта (держави або підприємства), що визначається довгостроковими завданнями його розвитку з метою досягнення бажаного ефекту шляхом вибору найбільш ефективних напрямів досягнення поставлених цілей.

1.2. Аналіз фінансової та інвестиційної діяльності ПАТ «ФАРМАК»

ПАТ «Фармак» – виробниче підприємство фармацевтичної галузі, яке є лідером серед інших фарм-виробників України. На сьогодні підприємство здійснює експорт у більш ніж 20 країн світу. Щорічно підприємство випускає більш ніж 20 нових препаратів. Загальний штат працівників налічує понад 2500 осіб.

На підприємстві функціонують 20 виробничих ліній, що відповідають вимогам GMP. 14 виробничих ліній сертифіковані європейським регуляторним органом. Усе обладнання провідних європейських брендів: Siemens, GEMÜ, AQUAFLOT, SBM, Bosch. З 2015 року в ПАТ «Фармак» працює власний

продовження табл. 1.3

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
за виданими авансами	30949	42199	58410	57497	134975	36	38	-2	135
з бюджетом	89877	29641	35914	19043	99689	-67	21	-47	423
Інша поточна дебіторська заборгованість	9577	9410	7241	9563	32812	-2	-23	32	243
Поточні фінансові інвестиції	0	0	20472	0	1092			-100	
Гроші та їх еквіваленти	182549	41782	43363	103577	155483	-77	4	139	50
Витрати майбутніх періодів	0	2779	4910	5984	4181	-	77	22	-30
Інші оборотні активи	821	1476	688	2548	1622	80	-53	270	-36
Усього за розділом II	1610037	1743723	2188091	2717713	3119080	8	25	24	15
Баланс	3444341	4278316	5011917	6040769	6851833	24	17	21	13

*складено за даними фінансової звітності (додаток А)

Як можемо бачити з даних табл. 1.3, обсяг активів підприємства станом на кінець 2019-го року становив 6851833 тис.грн. При цьому зростання обсягу активів склало 13% по відношенню до рівня 2018-го року. Зростання активів відбулося як за рахунок оборотних (на 15%), так і необоротних активів (+12%). У складі оборотних активів найбільші темпи зростання були характерні для запасів (зросли у 2019 році на 35% та склали 1554977 тис.грн). У складі необоротних активів найбільші темпи зростання були характерні для незвершених капітальних інвестицій (зросли у 2019 році на 35% та склали 705049 тис.грн).

Динаміку показників обсягу джерел фінансування активів (капіталу) наведено у табл. 1.4. Як можемо бачити з даних табл. 1.4, обсяг капіталу підприємства станом на кінець 2019-го року становив 6851833 тис.грн. При цьому зростання обсягу капіталу було аналогічним до динаміки активів та склало 13% по відношенню до рівня 2018-го року.

Зростання капіталу відбулося як за рахунок власного капіталу (на 21%), так і за рахунок довгострокових зобов'язань (+67%). При цьому варто відмітити, що обсяги поточних зобов'язань мали тенденцію до скорочення на 29% внаслідок погашення підприємством короткострокових кредитів банків. У складі власного капіталу найбільші темпи зростання були характерні для нерозподіленого прибутку (зросли у 2019 році на 29% та склали 5480565 тис.грн). У складі довгострокових зобов'язань найбільші темпи зростання були

характерні для пенсійних зобов'язань (зросли у 2019 році на 29% та склали 145493 тис.грн).

Таблиця 1.4

Динаміка капіталу підприємства ПАТ «Фармак» за 2015-2019 рр.

Капітал	Станом на кінець року, тис.грн					Відносне відхилення, %			
	2015	2016	2017	2018	2019	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
I. Власний капітал									
Зареєстрований (пайовий) капітал	36366	36366	36366	36366	36366	0	0	0	0
Додатковий капітал	23967	21284	21284	28366	28475	-11	0	33	0
Накопичені курсові різниці	2683	6313	9441	7082	7191	135	50	-25	2
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	2070560	2731455	3712260	4515285	5480565	32	36	22	21
Усього за розділом I	2130535	2789105	3769910	4580017	5545406	31	35	21	21
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення									
Пенсійні зобов'язання	20331	28566	91777	112421	145493	41	221	22	29
Довгострокові кредити банків	261278	246250	0	0	168397	-6	-100		
Інші довгострокові зобов'язання	970	7798	7544	162861	146417	704	-3	2059	-10
Усього за розділом II	282694	282614	99321	275282	460307	0	-65	177	67
III. Поточні зобов'язання і забезпечення									
Короткострокові кредити банків	443359	414093	325274	334669	0	-7	-21	3	-100
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	161815	223747	159284	54334	104639	38	-29	-66	93
товари, роботи, послуги	291015	309314	342446	432634	451455	6	11	26	4
розрахунками з бюджетом	5607	42051	76717	74735	12748	650	82	-3	-83
у тому числі з податку на прибуток	0	33933	66846	61852	1498		97	-7	-98
розрахунками зі страхування	805	4126	5540	7153	7945	413	34	29	11
розрахунками з оплати праці	80428	126251	127575	211108	177862	57	1	65	-16
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	136	329	671	10828	10992	142	104	1514	2
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	11442	518	736	451	449	-95	42	-39	0
Поточні забезпечення	29746	62702	75321	32580	27282	111	20	-57	-16
Доходи майбутніх періодів	306	115	1006	6075	3966	-62	775	504	-35
Інші поточні зобов'язання	6453	23351	28116	20903	48782	262	20	-26	133
Усього за розділом III	1031112	1206597	1142686	1185470	846120	17	-5	4	-29
Баланс	3444341	4278316	5011917	6040769	6851833	24	17	21	13

*складено за даними фінансової звітності (додаток А)

Динаміку обсягу доходів, витрат та фінансових результатів наведено у табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Динаміка капіталу підприємства ПАТ «Фармак» за 2015-2019 рр.

Показники	Роки					Відносне відхилення, %			
	2015	2016	2017	2018	2019	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3578033	4612715	5583124	6346224	6400843	29	21	14	1
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	-1467686	-	-	-2802614	-2772473	41	16	17	-1
Валовий прибуток	2110347	2545862	3195360	3543610	3628370	21	26	11	2
Інші операційні доходи	40204	28450	25581	10506	22301	-29	-10	-59	112
Адміністративні витрати	-316668	-448023	-511489	-638008	-710764	41	14	25	11
Витрати на збут	-832050	-949501	-	-1241195	-1324383	14	12	17	7
Інші операційні витрати	-192861	-215083	-265913	-313576	-404120	12	24	18	29
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	808972	961705	1380342	1361337	1211404	19	44	-1	-11
Дохід від участі в капіталі	1543	1350	3965	3680	3363	-13	194	-7	-9
Інші фінансові доходи	1696	2169	2364	7437	9592	28	9	215	29
Інші доходи	0	122	523	0	73879	-	329	-100	-
Фінансові витрати	-29048	-47193	-47681	-41172	-44395	62	1	-14	8
Інші витрати	-287884	-90701	-62924	-34929	0	-68	-31	-44	-100
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	495279	827452	1276589	1296353	1253843	67	54	2	-3
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-89864	-151069	-241372	-243993	-206239	68	60	1	-15
Чистий фінансовий результат: прибуток	405415	676383	1035217	1052360	1047604	67	53	2	-0,45

*складено за даними фінансової звітності (додаток А)

Як свідчать дані «Звіту про фінансові результати» підприємства ПАТ «Фармак», воно мало позитивну динаміку доходів, яка, однак, постійно уповільнювалась. У 2015-2016 рр. обсяги доходів зросли на 29%, у 2016-2017 рр. – на 21%, у 2017-2018 рр. – на 14%, а у 2018-2019 рр. – усього на 1%. Така ситуація може свідчити про досягнення підприємством відповідного рівня заповнення своєї ринкової ніші.

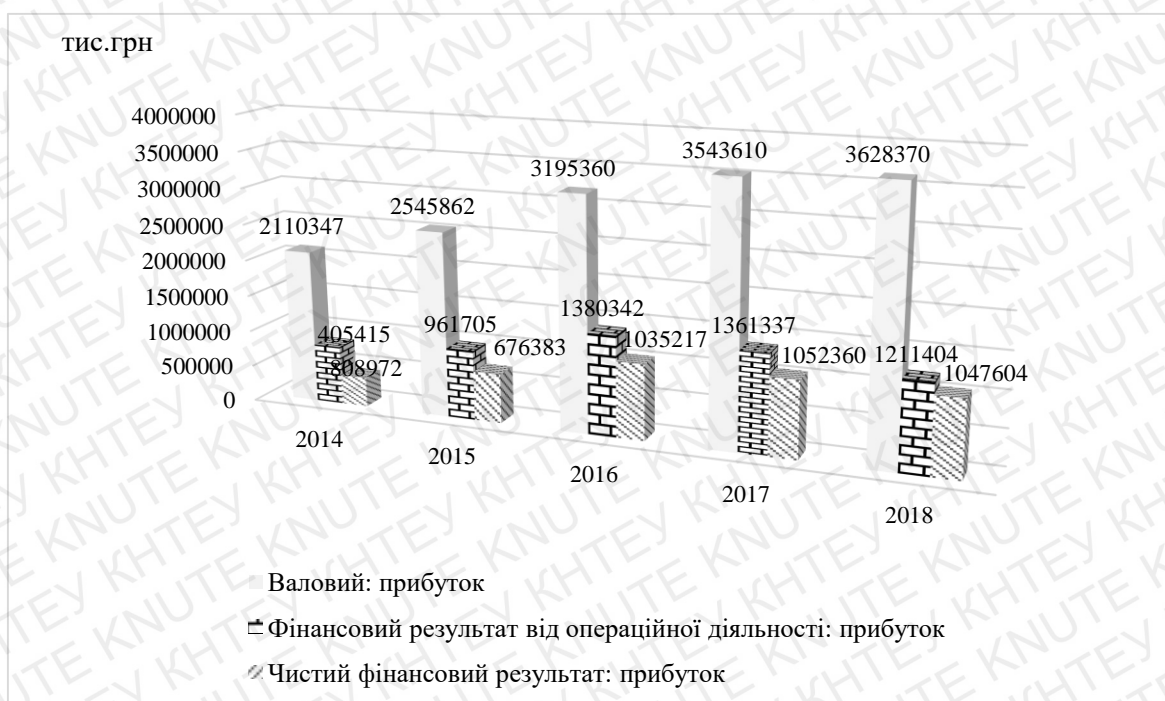


Рис. 1.3. Динаміка фінансових результатів підприємства ПАТ «Фармак» за 2015–2019 рр., тис.грн.

*складено за даними фінансової звітності (додаток А)

Аналогічну динаміку мали і фінансові результати. У 2015-2016 рр. обсяги чистого прибутку зросли на 67%, у 2016-2017 рр. – на 53%, у 2017-2018 рр. – на 2%, а у 2018-2019 рр. – значення прибутку навіть незначно зменшилося на 0,45%. Наведена тенденція може свідчити про те, що підприємство у 2019 році знаходилося в точці граничної маржинальності і подальше зростання обсягів діяльності вже не призводило до зростання чистого прибутку.

Зростання обсягу валового прибутку у 2019 р. склало 84760 тис.грн. або 2%. При цьому фінансовий результат до оподаткування скоротився на 11%, що було спричинено збільшенням постійних витрат підприємства. Зокрема, адміністративні витрати зросли на 11%, витрати на збут - на 7%, інші операційні витрати – на 29%. Специфікою діяльності підприємства також було зростання фінансових витрат у 2019 році на 8%.

Надалі проаналізуємо показники рентабельності, платоспроможності та фінансової стійкості ПАТ «Фармак».

Динаміку показників ліквідності та платоспроможності підприємства показано у таблиці 1.6.

Таблиця 1.6

**Показники ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості
підприємства ПАТ «Фармак» за 2015-2019 рр.**

Показники	Станом на кінець року, пунктів					Абсолютне відхилення, пунктів			
	2015	2016	2017	2018	2019	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Показники ліквідності та платоспроможності									
Коефіцієнт загального покриття	0,55	0,70	0,77	0,87	1,02	0,15	0,06	0,10	0,15
Коефіцієнт проміжної ліквідності	0,37	0,38	0,40	0,48	0,56	0,02	0,02	0,08	0,09
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,03	0,01	0,01	0,02	0,03	-0,01	0,00	0,01	0,00
Коефіцієнт ліквідності дебіторської заборгованості	0,24	0,30	0,31	0,34	0,42	0,06	0,01	0,03	0,08
Показники фінансової стійкості									
Коефіцієнт самофінансування	0,26	0,28	0,35	0,40	0,39	0,03	0,06	0,05	0,00
Коефіцієнт маневренності власного капіталу	-1,09	-0,65	-0,39	-0,19	0,03	0,44	0,26	0,20	0,21
Коефіцієнт заборгованості	0,74	0,72	0,65	0,60	0,61	-0,03	-0,06	-0,05	0,00
Коефіцієнт фінансового леверіджу	5,67	6,44	8,46	12,72	3,61	0,77	2,01	4,26	-9,11

*складено за даними фінансової звітності (додаток А)

Аналізуючи динаміку показників ефективності формування оборотного капіталу, варто відзначити, що для ПАТ «Фармак» характерним є постійне зростання загального рівня платоспроможності. Значення коефіцієнту загальної платоспроможності станом на 31.12.2019 р. збільшилося на 0,15 пунктів порівняно зі попереднім періодом. Коефіцієнт проміжної ліквідності зріс на 0,09 пункти. Наведена тенденція у зміні цих двох коефіцієнтів свідчить про те, що підприємство збільшило обсяги запасів та дебіторської заборгованості переважно за рахунок власного капіталу, а не поточних зобов'язань. Зростанню рівня платоспроможності також сприяло закриття кредитної лінії банку ПАТ «Альфабанк» у 2019 році.

Динаміка зміни коефіцієнта самофінансування дає підстави зробити висновки про поступове скорочення рівня боргового навантаження на фінансування активів ПАТ «Фармак». Коефіцієнт маневреності власного капіталу на кінець 2019 року склав 0,03, що свідчило про зростання рівня збалансованості фінансування діяльності підприємства. Рівень забезпеченості оборотних активів власними фінансовими ресурсами збільшився.

Скорочення рівня фінансового левериджу є наслідком зниження рівня боргового навантаження. Водночас, це вплинуло на оптимальність формування структури капіталу, внаслідок чого відбувалося зростання рівня самофінансування розвитку ПАТ «Фармак».

Динаміку зміни показників ділової активності підприємства ПАТ «Фармак» за 2015–2019 рр. наведено на рис. 1.4.

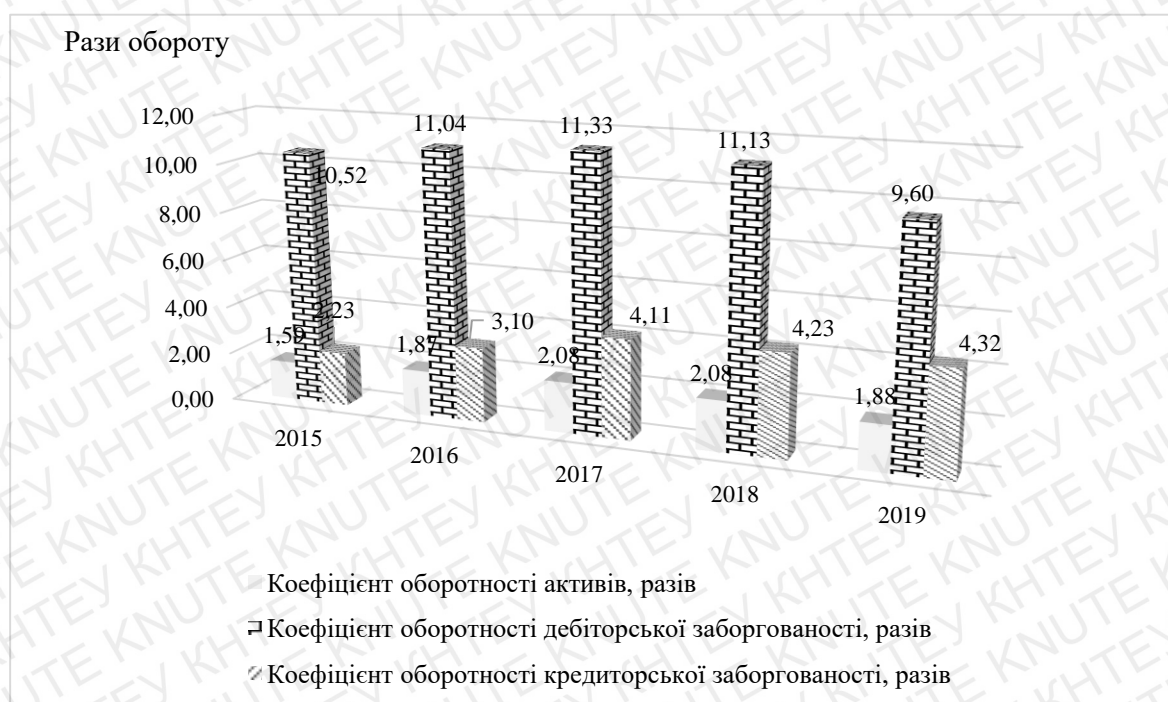


Рис. 1.4. Динаміка коефіцієнтів оборотності підприємства ПАТ «Фармак» за 2015-2019 рр., у разях обороту

*складено за даними фінансової звітності (додаток А)

Аналізуючи показники оборотності, можна сказати, що середній рівень оборотності активів підприємства перебуває на рівні 1,5-1,8 рази на рік. Тобто, за рік активи підприємства здійснювали 1,8 цикли обороту у 2019 році.

Позитивною динамікою у 2016-2017 рр. було зростання рівня оборотності активів, дебіторської та кредиторської заборгованості. Однак, у 2019 році відбулося зниження рівня оборотності внаслідок скорочення темпів приросту обсягів діяльності компанії.

Для аналізу фінансового стану підприємства ПАТ «Фармак» проведемо оцінювання показників рентабельності його діяльності та використання ресурсів (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

Динаміка показників рентабельності ПАТ «Фармак» за 2015-2019 рр.

Показники	Роки					Абсолютне відхилення, пунктів			
	2015	2016	2017	2018	2019	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019
Рентабельність реалізації, %	11	15	19	17	16	3,3	3,9	-2,0	-0,2
Валова рентабельність операційних витрат, %	60	60	75	62	50	-0,7	15,4	-12,9	-12,4
Рентабельність активів, %	18	27	39	34	31	9,3	11,3	-4,2	-3,7
Рентабельність оборотних активів, %	52	70	88	74	63	17,7	18,1	-14,0	-10,3
Рентабельність необоротних активів, %	28	45	69	65	60	17,4	24,0	-4,3	-4,9

*складено за даними фінансової звітності (додаток А)

Суттєвим фактором підвищення ефективності роботи підприємства ПАТ «Фармак» є позитивні значення рентабельності реалізації. У 2015 році даний показник становив 11%, а у 2019 році його значення зросло до рівня 16%. Варто відмітити, що досить високими є значення показників рентабельності операційних витрат, активів, у т.ч. оборотних та необоротних. Варто, однак, додати, що у 2018-2019 рр. значення рівня рентабельності мало спадну тенденцію, що виражалось у дії спадної граничної маржинальної понесених підприємством витрат.

Надалі проаналізуємо особливості організації та показники обсягів інвестиційної діяльності та структури інвестиційних вкладень. Інвестиційна

діяльність підприємства виражається безпосередньо у формування капітальних вкладень в оновлення матеріально-технічної бази за такими напрямками:

- вкладення коштів у модернізацію основних засобів;
- інвестиції у придбання нового обладнання;
- інвестиції витрати на ремонт виробничих приміщень та інфраструктури;
- інвестиційні витрати нематеріальні активи.

Динаміку обсягу інвестицій за напрямками вкладень наведено у табл. 1.8.

Таблиця 1.8

Динаміка обсягу інвестицій підприємством ПАТ «Фармак» за 2015-2019 рр.

Статті інвестиційних витрат	Роки					Відносне відхилення, %			
	2015	2016	2017	2018	2019	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019
Модернізація обладнання	41115	116374	83056	106108	59889	183,0	-28,6	27,8	-43,6
Придбання нового обладнання	101578	265074	170484	228132	126082	161,0	-35,7	33,8	-44,7
Витрати на ремонт виробничих приміщень та інфраструктури	82230	213353	152999	169773	113474	159,5	-28,3	11,0	-33,2
Інвестиційні витрати у нематеріальні активи	16930	51722	30600	26527	15760	205,5	-40,8	-13,3	-40,5
Разом	241852	646523	437139	530540	315206	167,3	-32,4	21,4	-40,6

*складено за даними фінансового відділу підприємства (управлінська звітність)

Як можемо бачити з даних табл. 1.8, у 2015 році обсяг інвестиційних витрат підприємства склав 241852 тис.грн. У 2016 році відбулося зростання інвестиційних витрат на 167,3% за рахунок збільшення інвестицій за усіма напрямками.

У структурі інвестицій переважала частка витрат у придбання нового обладнання (рис. 1.5).

Варто відмітити, що формування інвестиційних витрат відбувається на підприємстві відповідно до сформованої ним політики інвестиційного розвитку, яка є одним з розділів документу «Бюджет компанії на відповідний рік». У разі прийняття рішення про зростання інвестиційних витрат, відбувається

збільшення фінансування інвестицій за усіма напрямками і навпаки. У 2019 році обсяг інвестиційних витрат скоротився на 40,6%.



Рис. 1.5. Структура інвестиційних витрат ПАТ «Фармак» за 2015-2019 рр., %

Отже, було проаналізовано показники фінансово-господарської діяльності ПАТ «Фармак». Обсяг активів підприємства станом на кінець 2019-го року становив 6851833 тис.грн. При цьому зростання обсягу активів склало 13% по відношенню до рівня 2018-го року. У складі власного капіталу найбільші темпи зростання були характерні для нерозподіленого прибутку (зросли у 2019 році на 29% та склали 5480565 тис.грн). У складі довгострокових зобов'язань найбільші темпи зростання були характерні для пенсійних зобов'язань (зросли у 2019 році на 29% та склали 145493 тис.грн). Зростання обсягу валового прибутку у 2019 р. склало 84760 тис.грн. або 2%. При цьому фінансовий результат до оподаткування скоротився на 11%, що було спричинено збільшенням постійних витрат підприємства. Зокрема, адміністративні витрати зросли на 11%, витрати на збут - на 7%, інші операційні витрати - на 29%. Значення коефіцієнту загальної платоспроможності станом на 31.12.2019 р. збільшилося на 0,15 пунктів порівняно зі попереднім періодом. Коефіцієнт проміжної ліквідності зріс на

0,09 пункти. Наведена тенденція у зміні цих двох коефіцієнтів свідчить про те, що підприємство збільшило обсяги запасів та дебіторської заборгованості переважно за рахунок власного капіталу, а не поточних зобов'язань. Зростанню рівня платоспроможності також сприяло закриття кредитної лінії банку ПАТ «Альфабанк» у 2019 році. Позитивною динамікою у 2016-2017 рр. було зростання рівня оборотності активів, дебіторської та кредиторської заборгованості. Однак, у 2019 році відбулося зниження рівня оборотності внаслідок скорочення темпів приросту обсягів діяльності компанії. Досить високими є значення показників рентабельності операційних витрат, активів, у т.ч. оборотних та необоротних. Варто, однак, додати, що у 2018-2019 рр. значення рівня рентабельності мало спадну тенденцію, що виражалось у дії спадної граничної маржинальності понесених підприємством витрат. Формування інвестиційних витрат відбувається на підприємстві відповідно до сформованої ним політики інвестиційного розвитку, яка є одним з розділів документу «Бюджет компанії на відповідний рік».

Висновки до розділу 1

Було запропоновано удосконалене визначення поняття «інвестиційна стратегія»: сукупність форм, методів, способів зовнішньоекономічної діяльності, спрямованих на модернізацію нині існуючих або захоплення нових інвестиційних сфер, з метою розширення інвестиційного потенціалу компанії на зовнішньому ринку. Інвестиційна стратегія є одним з ключових напрямків міжнародної інвестиційної діяльності, завдяки якому підприємство може досягти своїх інвестиційних цілей. Інвестиційна стратегія включає конкретні стратегії діяльності на цільових сировинних та фінансових ринках, використовуваний комплекс міжнародного проектного інвестування та витрати на нього. Формування інвестиційної стратегії підприємства-суб'єкта міжнародного бізнесу включає в себе мету, цілі, завдання, комплекс заходів, алгоритм управління змінами та систему контролю за ним. З метою удосконалення процесу формування інвестиційної стратегії підприємства-

суб'єкта міжнародного бізнесу запропоновано інтегральний підхід до оцінки її ефективності. Для оціночних показників відносяться коефіцієнт залучення інвестованого капіталу; чиста теперішня вартість грошових потоків від здійснених інвестицій, рентабельність інвестування, ставка ефективності інвестицій, тощо.

Підприємство ПАТ «Фармак» має доволі збалансовану структуру активів та джерел їх фінансування. Значення фінансових результатів є позитивними, однак мали тенденцію до скорочення у 2018-2019 рр., щ було спричинено збільшенням обсягу постійних витрат. Зокрема, адміністративні витрати зросли на 11%, витрати на збут - на 7%, інші операційні витрати – на 29%. Тенденція у зміні показників платоспроможності свідчить про те, що ПАТ «Фармак» збільшило обсяги запасів та дебіторської заборгованості переважно за рахунок власного капіталу, а не поточних зобов'язань.

Позитивною динамікою у 2016-2017 рр. було зростання рівня оборотності активів, дебіторської та кредиторської заборгованості. Формування інвестиційних витрат відбувається на підприємстві відповідно до сформованої ним політики інвестиційного розвитку, яка є одним з розділів документу «Бюджет компанії на відповідний рік». У 2015 році обсяг інвестиційних витрат підприємства склав 241852 тис.грн. У 2016 році відбулося зростання інвестиційних витрат на 167,3% за рахунок збільшення інвестицій за усіма напрямками. У 2019 році обсяг інвестиційних витрат скоротився на 40,6%. У структурі інвестицій переважала частка витрат у придбання нового обладнання.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА СЕРЕДОВИЩА МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ПАТ «ФАРМАК»

2.1 Оцінка сприятливості середовища міжнародного бізнесу ПАТ «ФАРМАК»

У даному питанні варто здійснити вибір оптимальної приймаючої країни для підприємства ПАТ «ФАРМАК» з точки зору можливості реалізації бізнес-ідеї з інвестування на зарубіжних ринках. На наш погляд, фармацевтична компанія, маючи на території України значні виробничі потужності, не достаньмо представлена на зарубіжному ринку фармацевтичних товарів. Для підприємства доцільним є відкриття представництва у інших країнах, через які можна здійснювати активне просування продукції. Тому в якості бізнес-ідеї на міжнародному ринку розглядається можливість інвестування компанією у відкриття свого представництва на території країн ЄС. Таке представництво дозволить вирішити два важливі завдання:

- 1) створити передумови виходу на європейський ринок зі своєю продукцією;
- 2) забезпечити можливість отримання контрактів на виготовлення фармацевтичних препаратів під брендом іноземних фарм-корпорацій (парасолькова стратегія).

Характеризуючи рівень сприятливості середовища міжнародного бізнесу варто звернути увагу на основні тенденції світового фармацевтичного ринку.

За прогнозами компанії «Deloitte» [2] до 2020 року витрати на охорону здоров'я зростуть на 4,3% і складуть 8734,6 млрд. дол. США, відповідно, буде спостерігатися і тенденція до збільшення загальних витрат на лікувальні засоби (на 30% в порівнянні з 2013 роком) [3]. Про що свідчить і щорічний приріст обсягів фармацевтичного ринку, максимум якого було досягнуто в 2016 році (107,0% в порівнянні з 2004 р). Незважаючи на це в останні роки спостерігається його уповільнення, а зміна обсягів ринку в середньому становить 5-6% (рис. 2.1).

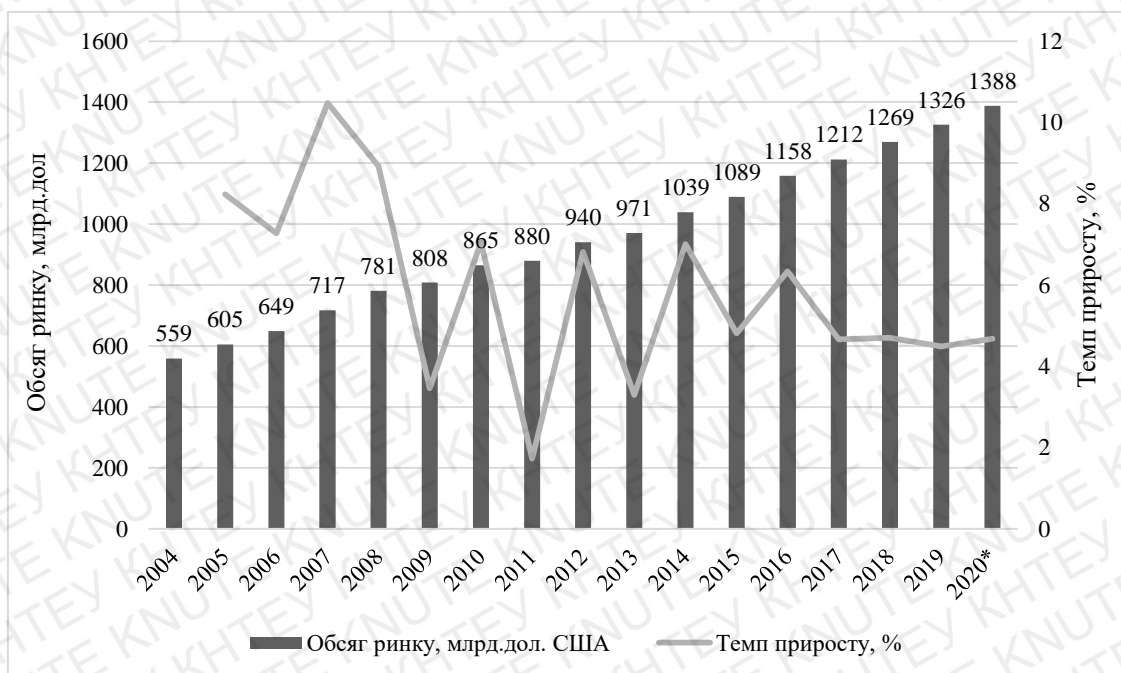


Рис. 2.1. Динаміка обсягів світового фармацевтичного ринку у 2004-2020 рр.

*складено за даними [26]

Динамічність фармацевтичного ринку також характеризує і динаміка світового експорту. Як показує статистика, спостерігається негативне сальдо торгового балансу (імпорт фармацевтичної продукції на світовому ринку перевищує її експорт на 7,69%) [26] (рис. 2.2), що свідчить про наповнення ринків імпортою фармацевтичною продукцією і про тиск на інтереси виробників країни, в яку поставляється продукція.

З іншого боку, позитивна динаміка імпорту фармацевтичної продукції безпосередньо залежить від збільшення обсягів її виробництва (на 29% в порівнянні з 2004 р), витрат на науково-дослідні роботи (НДДКР) (на 58%), ринкової вартості фармацевтичних виробів за роздрібними цінами (на 24,1%) і оплати ЛЗ по державному медичному страхуванню - на 298,48% [26].

Світовою тенденцією, що характеризує фармацевтичний ринок, є збільшення витрат на генеричні лікарські засоби (з 27% до 36% від загального обсягу фармацевтичного ринку в 2017 році) при скороченні витрат на оригінальні препарати на 113 млрд дол. США, викликане закінченням строків

патентного захисту, втратою винятковості і обмеженням фізичної і цінової доступності [26].

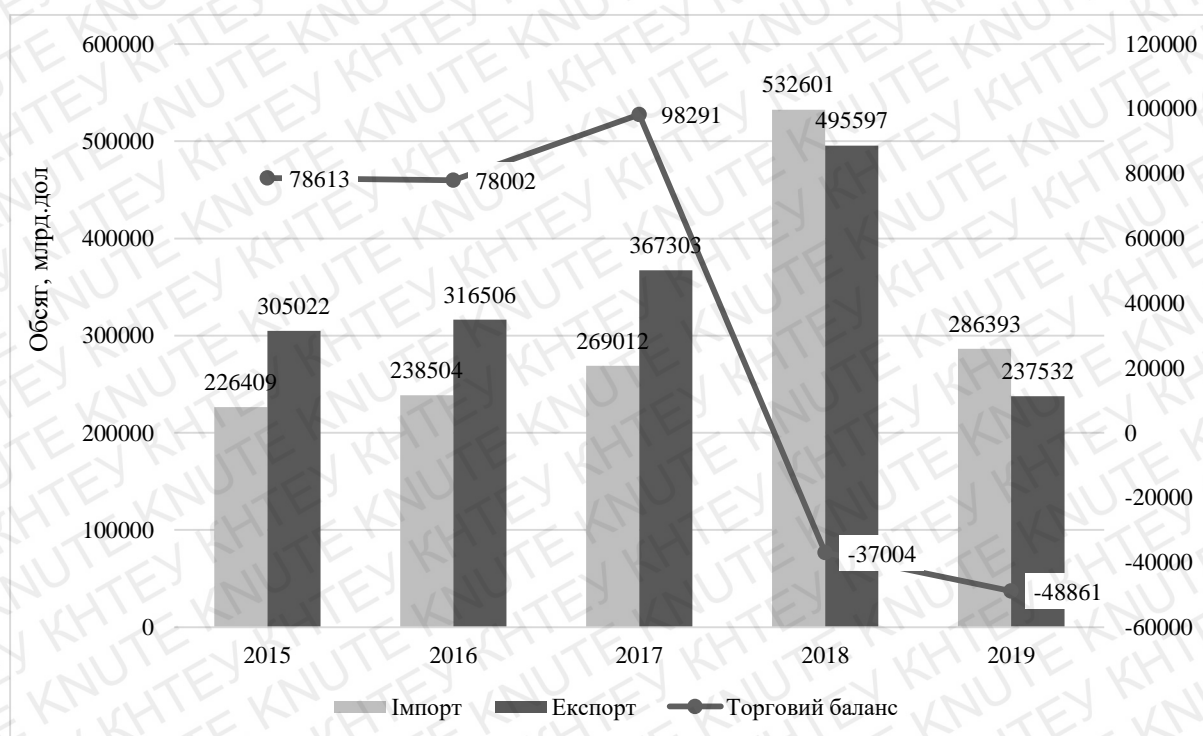


Рис. 2.2. Динаміка обсягів експорту-імпорту та торгового балансу світового фармацевтичного ринку у 2004-2020 рр.

*складено за даними [26]

Виявлена ситуація пояснюється розширенням меж світового фармацевтичного ринку в основному за рахунок країн, що розвиваються, збільшенням обсягів генеричних лікарських засобів, зростанням певних захворювань або появою нових, створенням сучасних методів і підходів до лікування і т. д.

Узагальнюючи все сучасні характеристики світового фармацевтичного ринку, можна відзначити такі його особливості, як: високу насиченість ринку; посилення ролі державного регулювання системи охорони здоров'я (в т. ч. і фармацевтичного сектора); збільшення витрат фармкомпаній на НДДКР і просування продукції як на традиційних, так і на нових ринках; укрупнення фармацевтичних компаній; зниження тиску, пов'язаного з втратою патентного захисту на оригінальні препарати на розвинених ринках, і ін.

До проблем світової фармації, виявленим на підставі проведеного аналізу, можна віднести недостатню кількість НДДКР, погіршення репутації галузі, поява нових юридичних і регуляторних обмежень, політичну напруженість і економічна криза в світі.

Під час визначення напрямів інвестиційного розвитку учасники світового фармацевтичного ринку орієнтуються на такі базові принципи:

- задоволення ринкового попиту;
- адекватність платоспроможності споживачів;
- забезпечення підприємницького прибутку (як у поточному періоді, так і забезпечення гарантій його одержання в майбутньому);
- відповідність ринковій стійкості підприємства, у тому числі збереження/розширення частки ринку, досягнення перемоги над конкурентами;
- створення позитивного іміджу на ринку (у тому числі на зовнішніх ринках) і визнання з боку громадськості.

Розглянувши напрямки формування інвестиційного розвитку фармацевтичних підприємств, охарактеризуємо основні його методи, до яких відносяться: внутрішній (злиття та приєднання) та спільний розвиток (альянси) інвестиційного стратегічного розвитку підприємства (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Основні методи інвестиційного розвитку фармацевтичних компаній

<i>Метод інвестиційного стратегічного розвитку фармацевтичної компанії</i>	<i>Особливості використання методу стратегічного розвитку</i>
Внутрішній – злиття та приєднання	Більш сильні та фінансово спроможні фармацевтичні компанії здійснюють придбання контрольних пакетів акцій інших підприємств.
Спільний – організація спільної діяльності в межах стратегічних альянсів	Фармацевтичні компанії одного або декількох сегментів ринку домовляються між собою про налагодження кооперації, поділу ринку за сферами впливу

*складено автором на основі [11]

Важливо відмітити, що для світового фармацевтичного ринку використання внутрішнього методу інвестиційного стратегічного розвитку на основі процедур злиття та поглинання на сьогодні не є типовим.

В сучасних умовах для фармацевтичних підприємств з метою оптимізації їх інвестиційного стратегічного розвитку важливо дотримуватися балансу, компенсуючи можливі втрати внаслідок зростання ціни шляхом підвищення промоційної активності. Відповідно до цього можна розглянути альтернативний підхід до характеристики методів інвестиційного стратегічного розвитку фарм-компаній.

Аналізуючи різні методичні підходи до інвестиційного стратегічного розвитку у контексті ціноутворення і збутової активності, треба підкреслити, що фармацевтичні підприємства, реалізуючи різні комбінації дій, можуть досягати різних результатів (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Можливі результати використання різних методів інвестиційного стратегічного розвитку фармацевтичних підприємств

<i>Група</i>	<i>Метод інвестиційного стратегічного розвитку фармацевтичної компанії</i>	<i>Політика ціноутворення</i>	<i>Промоційна активність</i>	<i>Очікуваний результат</i>
1	Захоплення - стратегія розширення ринкових позицій	Підвищення цін	Зниження	Обсяги продажів не змінюються
2	Утримання - стратегія збереження ринкових позицій	Підвищення цін	Активізація	Зростання обсягів продажу
3	R&L - стратегія збереження прибутку	Зниження цін	Активізація	Зростання обсягів продажу
4	Мах-ефективність - баланс між збереженням прибутку і захопленням частки ринку	Зниження цін	Зниження	Обсяги продажів практично не змінюються, можливе часткове зниження

*складено автором на основі [1-2]

Узагальнюючи викладене вище, можна зробити висновок, що найбільш дієвим методом інвестиційного стратегічного розвитку для фармацевтичних підприємств є утримання - стратегія збереження ринкових позицій. Узагальнимо основні правила інвестиційного стратегічного розвитку, метою яких є не тільки залучення якомога більшої кількості потенційних покупців і збільшення обсягів збуту тих чи інших видів фармацевтичної продукції, а й

обмеження необґрунтованих витрат підприємства на рекламу та заходи стимулювання збуту [2]:

- 1) обґрунтований вибір товарних позицій, щодо яких здійснюється активна рекламна діяльність [7];
- 2) застосування інноваційних форм просування (фотоконкурси, інтерактиви з розіграшами призів, інші соціальні проекти);
- 3) вибір інформаційного каналу (телебачення, радіо, інтернет) з урахуванням того, на яку групу споживачів орієнтовані препарати.

Отже, на підставі проведеного аналізу, сформульовані основні тенденції, властиві світовій фармацевтичному ринку, а саме: коливання обсягів ринку, збільшення експорту і імпорту лікарських засобів, зростання обсягів виробництва фармацевтичної продукції та її ринкової вартості. До проблем світової фармації, виявленим на підставі проведеного аналізу, відносяться недостатню кількість НДДКР, погіршення репутації галузі, поява нових юридичних і регуляторних обмежень, політична напруженість і економічна криза в світі. Обґрунтовано особливості світового фармацевтичного ринку: висока насиченість ринку; посилення ролі державного регулювання системи охорони здоров'я (в т. ч. і фармацевтичного сектора); збільшення витрат фармкомпаній на просування лікарських засобів, укрупнення фармкомпаній компаній; зниження тиску, пов'язаного з втратою патентного захисту на оригінальні препарати на розвинених ринках і ін.

2.2 Вибір приймаючої країни ПАТ «ФАРМАК» для міжнародної інвестиційної діяльності

В рамках визначення перспектив для виходу ПАТ «ФАРМАК» на міжнародний ринок, варто відзначити, що напрямок ЄС є найбільш оптимальним зважаючи на досвід роботи та наявні торгові преференції України у Єврозоні. На наш погляд, для експорту фармацевтичної продукції варто обирати країни з невисоким потенціалом розвитку власного фармацевтичного виробництва. У регіоні ЄС доо таких країн відносяться Греція та Іспанія.

Аби здійснити вибір приймаючої країни між Грецією та Іспанією, спочатку варто розглянути основні індекси Греції та Іспанії.

У *Додатку Б* наведено індекс глобальної конкурентоспроможності для наведених потенційних країн щодо розвитку експорту, порівняння яких варто здійснити.

Характеризуючи зміну рейтингу глобальної конкурентоспроможності наведених країн, варто відмітити, що в цілому Іспанія випереджає Грецію, маючи більш високі рейтинги. Зокрема, значення рейтингу глобальної конкурентоспроможності Іспанії у 2019 році становило 23 пункти, у той же час рейтинг Греції за рівнем глобальної конкурентоспроможності склав у цьому році 59 пунктів. Така різниця пояснюється рядом параметрів макросередовища, політичних та правових умов щодо ведення бізнесу в наведених країнах. Незважаючи на те, що обидві країни мають вигідне географічне розміщення в плані транспортної інфраструктури і можливості організації постачання товарів з України до них, все ж таки різний рівень економічного розвитку цих країн зумовлює і різні можливості та переваги, які можна отримати, обираючи Іспанію або Грецію для планування експортних операцій.

Греція є країною з депресивною економікою і багато галузей в Греції є дотаційними. Значна частина населення Греції користується пільговими державними виплатами (соціальні допомоги по безробіттю, утримання дітей), що зумовлює невисокий бюджет потенційного споживача для імпортних харчових продуктів, зокрема консервації підприємства ПАТ «ФАРМАК». Варто відмітити, що рівень рейтингу Греції упродовж 2014-2019 рр. поступово знижувався, що було зумовлено залежністю країни від загальної економічної ситуації в Єврозоні, яка теж погіршувалася.

Що стосується Іспанії, то не зважаючи на її більше віддаленість від України, вона, якщо взяти до уваги загальний рейтинг конкурентоспроможності країни, має більший рівень привабливості, порівняно з Грецією. Однак, визначаючи перспективи організації експорту до цієї країни, варто враховувати, що вона також спеціалізується на агропромисловому виробництві та є

постачальником свіжих плодів і овочів у світі. Однак, на наш погляд, в цій країні не заповненим є цільовий сегмент органічної та екологічно чистої продукції, що може бути використано підприємством для планування своєї стратегії розширення зовнішніх ринків та диверсифікації товарного асортименту.

У *Додатку В* наведено рейтинг Doing Business для наведених потенційних країн щодо розвитку експорту, порівняння яких варто здійснити. Значення рейтингу Doing Business Іспанії у 2019 році становило 30 пунктів, у той же час рейтинг Греції за рівнем глобальної конкурентоспроможності склав у цьому році 79 пунктів. Така різниця пояснюється рядом досить різним характером регулювання бізнес середовища в цих країнах. Однак, можна однозначно стверджувати, що легкість ведення бізнесу у Іспанії є 2 рази вищою, порівняно з Грецією. Це зумовлено рядом специфічних факторів державного регулювання економіки.

Так, в Греції, зважаючи на значну корумпованість (найбільший рівень корупції серед усіх країн ЄС), посилено фіскальний контроль та державний нагляд за здійсненням експорто-імпортних операцій з метою запобігання економічним правопорушенням. Це зумовлює значні ускладнення у процедурах митно оформлення та уникнення подвійного оподаткування.

Надалі було проведено оцінку агрегованого показника стану бізнес-середовища країн Греції та Іспанії. У *Додатку Б* наведено статистичні матеріали, які були використані для проведення оцінювання. З метою вибору оптимальної приймаючої країни було здійснено ранжування потенційних приймаючих країн за агрегованим показником, що дозволило оцінити сприятливість національного середовища для міжнародного бізнесу за окремими його складовими. Результати оцінки агрегованого показника стану бізнес-середовища Іспанії та Греції наведено в *Додатку Г*.

Як свідчать результати проведених розрахунків, агрегований узагальнюючий показник для Греції становить 4,4 пункти, а для Іспанії – 2,7 пункти. Зважаючи на це, можемо зробити вибір на користь Іспанії.

Таким чином, у ході дослідження було проаналізовано бізнес-середовище потенційних приймаючих країн для розширення експортної діяльності ПАТ «ФАРМАК». Характеризуючи зміну рейтингу глобальної конкурентоспроможності наведених країн, варто відмітити, що в цілому Іспанія випереджає Грецію, маючи більш високі рейтинги. Зокрема, значення рейтингу глобальної конкурентоспроможності Іспанії у 2018 році становило 26 пунктів, у той же час рейтинг Греції за рівнем глобальної конкурентоспроможності склав у цьому році 57 пунктів. Значення рейтингу Doing Business Іспанії у 2018 році становило 30 пунктів, у той же час рейтинг Греції за рівнем глобальної конкурентоспроможності склав у цьому році 72 пункти. Така різниця пояснюється рядом досить різним характером регулювання бізнес середовища в цих країнах. Агрегований узагальнюючий показник для Греції становить 4,0 пункти, а для Іспанії – 6,7 пункти. Зважаючи на це, можемо зробити вибір на користь Іспанії.

Висновки до розділу 2

Таким чином, у даному питанні було обґрунтовано основні особливості вибору Іспанії в якості країни, на яку підприємство ПАТ «ФАРМАК» може здійснити розширення свого експорту. В цілому, перспективність вибору Іспанії продиктована загальними тенденціями до поглиблення економічної співпраці між Україною та цією країною.

Обґрунтовано особливості світового фармацевтичного ринку: висока насиченість ринку; посилення ролі державного регулювання системи охорони здоров'я (в т. ч. і фармацевтичного сектора); збільшення витрат фармкомпаній на просування лікарських засобів, укрупнення фармкомпаній компаній; зниження тиску, пов'язаного з втратою патентного захисту на оригінальні препарати на розвинених ринках і ін.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПАТ «ФАРМАК»

3.1. Розробка заходів щодо формування інвестиційної стратегії ПАТ «ФАРМАК» на зовнішньому ринку

Розробка пріоритетних напрямків формування інвестиційної стратегії ПАТ «ФАРМАК» на зовнішньому ринку передбачає визначення можливостей інвестування у проекти, які дадуть змогу підвищити міжнародну економічну діяльність підприємства на зовнішньому ринку. При цьому важливим є детальне знання масштабів дії, форм контролю та використання найбільш істотних внутрішніх і зовнішніх чинників ефективності інвестиційної стратегії.

Основні напрямки щодо формування інвестиційної стратегії ПАТ «ФАРМАК» на зовнішньому ринку наведено на рис. 3.1.

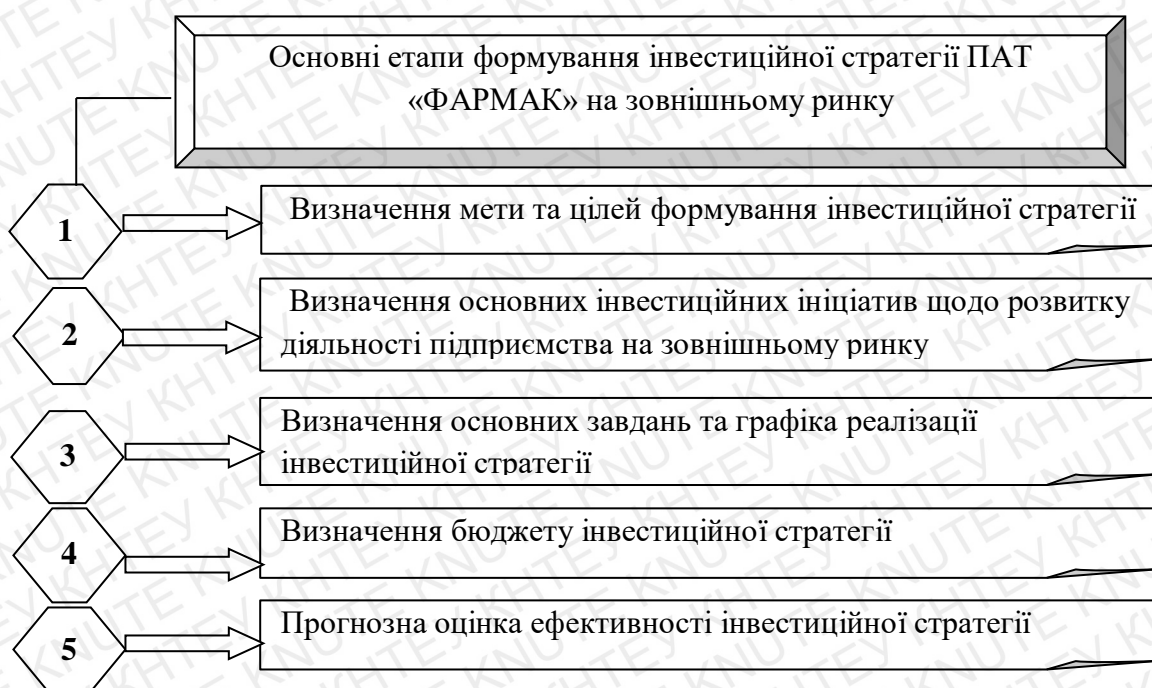


Рис. 3.1. Основні етапи розробки програми заходів щодо формування інвестиційної стратегії ПАТ «ФАРМАК» на зовнішньому ринку

*складено автором

Оперативними цілями формування інвестиційної стратегії є просування продукції підприємства ПАТ «ФАРМАК» на міжнародний фармацевтичний ринок.

Формуючи перспективні напрямки щодо розширення експортних ринків, підприємству, в першу чергу, варто орієнтуватися на такі інвестиційні ініціативи: 1) удосконалення складської логістики; 2) інвестування в заходи просування фармацевтичної продукції.

Визначення основних інвестиційних ініціатив під час виходу ПАТ «ФАРМАК» на зовнішній ринок країн ЄС має свою специфіку, оскільки дане підприємство ще не працює на ньому та не має відповідного досвіду. Тому деталізований план основних завдань щодо формування інвестиційної стратегії на зовнішньому ринку можемо навести у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Деталізований план основних завдань щодо формування інвестиційної стратегії на зовнішньому ринку при експорті фармацевтичної продукції ПАТ «ФАРМАК» в ЄС (Іспанія)

Етапи інвестиційної стратегії	Характеристика етапів інвестиційної стратегії	Очікувані цілі від реалізації основних етапів інвестиційної стратегії
Етап 1. Визначення товарного портфелю, з яким буде здійснюватися вихід на зовнішній ринок	Провести аналіз фармацевтичного ринку ЄС та визначити товари, які будуть найбільш привабливі для експорту	Сформований оптимальний асортимент фармацевтичної продукції, з яким підприємство може виходити на зовнішній ринок ЄС
Етап 2. Визначення напрямків інвестування в удосконалення логістики для експорту фармпродукції в ЄС	Обґрунтувати напрямки інвестицій у покращення складського процесу та транспортної логістики	Покращені логістичні процеси дадуть можливість ефективно забезпечувати експорт фармацевтичної продукції на ринку ЄС
Етап 3. Розробити план просування фармацевтичної продукції	Визначення найбільш перспективних маркетингових інструментів просування	Побудова оптимальних каналів збуту продукції на зовнішньому ринку
Етап 4. Провести оцінку ефективності програми виходу на зовнішній ринок	Визначити центри формування доходів та витрат у процесі реалізації програми	Отримання певного економічного ефекту в результаті реалізації програми

*складено автором

Обґрунтуємо кожен етап детальніше.

Етап 1. Визначення товарного портфелю, з яким буде здійснюватися вихід на зовнішній ринок

З метою обґрунтування товарного портфелю розглянемо основні напрями розвитку продуктової політики фармацевтичних підприємств в ЄС. До таких напрямів можна віднести такі: захист і зміцнення поточної позиції, товарний розвиток, ринковий розвиток, диверсифікація. З цією метою варто сформувати матрицю «товар-ринок». Виходячи з даних розвитку ринку фармацевтичних компаній ЄС було побудовано матрицю «товар-ринок» для підприємств, що працюють у фармацевтичній галузі ЄС (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Матриця «товар-ринок» для підприємств, що працюють у фармацевтичній галузі ЄС

<i>Напрямки стратегічного розвитку, які найчастіше обираються підприємства у заданому сегменті ринку</i>	<i>Категорія товарів, які пропонуються на ринку</i>	<i>Вид ринку (сегмент фармацевтичної галузі)</i>
Захист і зміцнення поточної позиції, інтенсифікація збуту	Препарати для медико-косметичних цілей	Сегмент косметологічної медицини
Диверсифікація виробництва	Антивірусні препарати, антибіотики	Сегмент виробництва засобів для лікування та попередження інфекційних хвороб
Товарний розвиток	Ліки для використання у терапевтичних процедурах Вітаміни та імунозахисні засоби	Сегмент для виробництва засобів підтримуючої медицини
Ринковий розвиток	Медикаменти для загоєння ран, лікування шкірних хвороб	Сегмент виробництва засобів для лікування та попередження хвороб

*складено автором на основі [4-11]

Наведемо коротке пояснення приведеної нижче матриці.

Напрямок розвитку для продуктового портфелю для фармацевтичних компаній ЄС передбачає переважно захист і зміцнення поточної позиції на ринку, інтенсифікацію збуту. Варто відмітити, що підвищення цін наведеними компаніями не завжди позитивно впливає на активізацію збутової діяльності,

збільшення обсягів їх продажу і ринкової частки. В залежності від напрямків ціноутворення фармацевтичних підприємств умовно можна виділити окремі види ситуацій, що характеризують вплив рівня підвищення цін та доцільності даного заходу за рівнем зміни частки ринку в натуральному та вартісному виразах:

- зростання ціни більше ніж на 60% - втрата частки ринку;
- підвищення цін на 21-45% - збільшення частки в натуральному та в грошовому вираженні;
- зростання ціни не більше ніж на 20% - збільшення частки ринку в натуральному вираженні за одночасної втрати позиції в грошах.

Фармкомпанії ЄС, які концентруються на виробництві антивірусних препаратів та антибіотиків використовуються переважний такий напрямок продуктового розвитку як диверсифікація виробництва. Це пояснюється тим, що сьогодні на ринку фармацевтичної продукції присутній великий асортимент ліків у сегменті лікування та попередження інфекційних хвороб. Основними виробниками продукції наведеного сегменту є компанії, які спеціалізуються на виробництві широкого асортименту однорідних ліків, які містять майже однакові компоненти.

Таким чином, базуючись на наведеній інформації, для просування фармпродукції ПАТ «Фармак» на ринок ЄС необхідно диверсифікувати асортимент продукції, надаючи їй певних властивостей, які є відмінними від товарів-аналогів конкурентів. Найбільш актуальними товарними позиціями для експорту є противірусні препарати, імуномодулятори та вітаміни.

Етап 2. Визначення напрямків інвестування в удосконалення логістики для експорту фармпродукції в ЄС

Для ПАТ «Фармак» проблематичним є застаріла система організації складського процесу, автоматизація обліку розвинена не на достатньому рівні, слабо розвинена автоматизація в плані техніко-економічних розрахунків нормативів роботи системи постачання виробничих запасів та їх відвантаження. недоліки у логістиці підприємства зменшують його експортний потенціал.

Намагання виділити в оцінці ефективності зовнішньоторговельних операцій підприємства та в пошуку шляхів підвищення останньої окремі структурні компоненти зумовлено необхідністю спростити розуміння зазначених проблем. Проте зрозуміло, що насправді ці проблеми комплексні, отже, для їх вирішення слід застосовувати комплексний, системний підхід, ретельно досліджуючи всі підрозділи, служби підприємства та ті процеси, які в них відбуваються. Тільки на основі системного аналізу можна отримати справді адекватну оцінку стану справ на підприємстві та розробити ефективні заходи щодо його поліпшення.

Для ПАТ «Фармак» з метою удосконалення складської логістики пропонується придбати і ввести в експлуатацію нову лінію складського зберігання фармацевтичної продукції. Ця лінія забезпечить безперебійний процес фасування та складування готової продукції в автоматичному режимі. При цьому, інвестиції передбачають впровадження на території заводу митного складу, де можна буде здійснювати митне оформлення виготовленої продукції на експорт. Ці заходи мають підвищити рівень оборотності продукції, що вплине на зростання обсягів експорту. Бюджет та графік витрат на інвестування у розвиток нової системи складування та митного оформлення продукції на експорт наведено у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Бюджет та графік витрат на інвестування у розвиток нової системи складування та митного оформлення продукції на експорт

Статті витрат	Графік здійснення	Вартість, тис.грн
1. Будівництво бетонної основи	Березень 2021	2154,0
2. Будівництво критого складу	Квітень 2021	1022,3
3. Будівництво прилягаючих приміщень та підведення інфраструктури	Квітень 2021	554,6
4. Заведення комунікацій	Трваень 2021	5487,3
5. Технологічне облаштування складу	Червень 2021	2907,6
Разом	-	12125,8

**складено автором*

Отже, як свідчать проведені розрахунки, у плановому 2021 році здійснення капітальних вкладень, спрямованих на розширення та модернізацію складських приміщень, будуть здійснюватися з березня по червень. Обсяг інвестиційних витрат складе 12125,8 тис.грн.

Етап 3. Розробити план просування фармацевтичної продукції продукції

Оптимальним варіантом при розробці заходів просування для ПАТ «ФАРМАК» є стратегія змішаних засобів просування, тобто поєднання традиційних засобів комунікацій з нетрадиційними. Цільова аудиторія даних каналів може не пересікатися, що значно підвищить ефективність їх використання. Розглянемо основні засоби просування фармацевтичної продукції на ринок ЄС (Іспанія) (табл. 3.4)

Таблиця 3.4

Основні інструменти розробки програми розвитку просування продукції ПАТ «ФАРМАК» на зовнішній ринок ЄС (Іспанія)

<i>Заходи</i>	<i>Особливість використання у процесі розширення зовнішнього ринку</i>	<i>Очікувані результати від використання</i>
1	2	3
Посилення інформаційного впливу на потенційних іноземних клієнтів	Розміщення інформації про підприємство та його продукції на інформаційних ресурсах ЄС	Розширення клієнтської бази
Пасивні комунікації: - організація презентацій продукції провідним оптовим компаніям ЄС та торговельним мережам; - адресна розсилка презентаційних матеріалів на керівників європейських компаній	Підприємство планує організувати відрядження декількох працівників збуту у 1-му кварталі 2020 року задля проведення зустрічей з представниками компаній ЄС. Будуть проведені презентації продукції та надані комерційні пропозиції	Отримання нових угод на постачання продукції до ЄС упродовж 2-3 кварталів 2021 року. Початок постачання планується на 2-й квартал 2021 року.
Розробка окремого нового сайту, орієнтованого для зарубіжного покупця	Потрібно сформулювати новий сайт, на якому буде міститися інформація про продукцію фармацевтичного виробництва	Ефектом від впровадження нового сайту буде посилення іміджу компанії на європейському ринку

*складено автором

Бюджет витрат на заходи з просування фармацевтичної продукції на ринку ЄС наведено у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Бюджет заходів розробки програми просування фармацевтичної продукції ПАТ «ФАРМАК» на ринок ЄС у 2021 році

<i>Маркетинговий інструмент</i>	<i>Підрядники, рекламні агентства</i>	<i>Частота (графік) проведення заходу</i>	<i>Річний бюджет, тис.грн</i>
Організація комунікацій з європейськими фармацевтами та медичними представниками. Організація зустрічей з ними в режимі онлайн на спеціальних платформах	Міжнародне рекламне агентство з організації заходів просування продукції BBDO	Січень-березень 2021 р.	850,0
Пасивні комунікації: - організація презентацій продукції провідним оптовим компаніям ЄС та торговельним мережам; - адресна розсилка презентаційних матеріалів на керівників європейських компаній	Міжнародне рекламне агентство з організації заходів просування продукції BBDO	Лютий-січень 2021	500,0
Розробка окремого нового сайту, орієнтованого для зарубіжного покупця	Залучення ІТ-фахівців компанії «Foxima»	Перше півріччя 2020 р.	280,0
Разом	-	-	1630,0

*складено автором

Отже, бюджет заходів на впровадження заходів просування фармацевтичної продукції підприємства на ринок ЄС становить 1630,0 тис.грн.

Також з метою просування фармацевтичної продукції в рамках інвестиційної програми запропоновано схему логістичного транзиту продукції підприємства до ЄС наведено на рис. 3.2.



Рис. 3.2. Логістична схема експорту продукції підприємства ПАТ «ФАРМАК» на ринок ЄС

Для оптимізації оподаткування пропонуємо підприємство здійснювати поставки на ринок ЄС на умовах DAP (доставка у пункт призначення). Це означає, що усі митні формальності будуть закріплені за покупцем, який краще знається на європейському законодавстві та має вже налагоджені схеми розмитнення товарів на території ЄС. Однак, як варіант також можна запропонувати підприємству ПАТ «ФАРМАК» розробити альтернативну схему розмитнення власними силами на умовах DDP.

Етап 4, що передбачає визначення ефективності запропонованих заходів, буде обґрунтовано у питанні 3.2.

Таким чином, цілями формування інвестиційної стратегії є просування продукції підприємства ПАТ «ФАРМАК» на міжнародний фармацевтичний ринок. Формуючи перспективні напрямки щодо розширення експортних ринків, підприємству, в першу чергу, варто орієнтуватися на такі інвестиційні ініціативи: 1) удосконалення складської логістики; 2) інвестування в заходи

просування фармацевтичної продукції. Для просування фармпродукції ПАТ «Фармак» на ринок ЄС необхідно диверсифікувати асортимент продукції, надаючи їй певних властивостей, які є відмінними від товарів-аналогів конкурентів. Найбільш актуальними товарними позиціями для експорту є противірусні препарати, імуномодулятори та вітаміни. Одним з напрямків інвестиційної стратегії є розвиток складської логістики, без якої неможливий ефективний експорт фармпродукції на зовнішні ринки. У плановому 2021 році здійснення капітальних вкладень, спрямованих на розширення та модернізацію складських приміщень, будуть здійснюватися з березня по червень. Обсяг інвестиційних витрат складе 12125,8 тис.грн. Бюджет заходів на впровадження заходів просування фармацевтичної продукції підприємства на ринок ЄС становить 1630,0 тис.грн.

3.2. Прогнозна оцінка впливу запропонованих заходів на результати діяльності ПАТ «ФАРМАК»

Прогнозування впливу запропонованих заходів на результати діяльності ПАТ «ФАРМАК» передбачає виконання 2-х етапів:

- визначення прогнозних показників формування фінансових результатів з урахуванням пропозицій та без їх врахування, оцінка різниці між перспективним та ретроспективним варіантами прогнозу;
- прогнозування показників ефективності здійснення експорту фармацевтичної продукції на ринок ЄС (Іспанія).

Прогнозування ефективності впровадження запропонованих заходів на ПАТ «Фармак» варто проводити використовуючи в якості вихідних даних фінансову звітність за звітний період (2015-2019 рр). Для формування прогнозних розрахунків спочатку варто навести зведену таблицю з можливими результатами та витратами на впровадження усіх запропонованих заходів (табл. 3.6).

Важливо визначити суму можливого додаткового доходу від експорту продукції. З цією метою приймемо, що впровадження інвестиційної стратегії

дозволить експортувати продукцію на ринок ЄС в обсязі, якій еквівалентний 5% обороту компанії. Тобто, прогнозний обсяг експорту складе: $E = \text{Дпл} * 5\%$, де Дпл – прогнозний дохід підприємства.

Таблиця 3.6

Можливі результати та витрати на впровадження заходів з формування оновленої інвестиційної стратегії ПАТ «Фармак»*

Нава заходу	Вплив заходу на результати роботи підприємства	Витрати по реалізації заходу, тис.грн
Удосконалення складської логістики з метою можливості більш ефективного експорту фармпродукції	Впровадження заходу передбачатиме необхідність у капітальних інвестиціях в сумі 12125,8 тис.грн	Додатковий річний дохід буде еквівалентним сумі експорту продукції, тобто чистий дохід має зрости на 5%
Інвестицій в просування продукції на ринку ЄС	Впровадження даного заходу потребуватиме додаткових капітальних вкладень в сумі 1630 тис.грн	

*розроблено автором

Базуючись на звітних даних про формування доходів, витрат і фінансових результатів, варто оцінити, як вплинуть запропоновані заходи на формування чистого фінансового результату (прибутку). Варто спрогнозувати обсяги фінансових результатів досліджуваного підприємства на основі ретроспективних тенденцій, тобто без врахування заходів з удосконалення діяльності підприємства. Оскільки обсяги доходів та витрат підприємства ПАТ «Фармак» мають стабільну тенденцію до помірнього зростання, то доцільно при прогнозуванні використати статистичний метод прогнозування.

Для прогнозування фінансових показників ПАТ «Фармак» використаємо методологію екстраполяції, за якої висновки про значення прогнозних показників у майбутніх періодах робляться на основі вивчення їх динаміки у попередніх періодах. Необхідним елементом при цьому є побудова та аналіз так званого ряду динаміки, який класифікує значення показників у часі у розрізі окремих періодів та описує динаміку їх розвитку. Для прогнозування показників звіту про фінансові результати на 2020-2023 рр., спочатку

спрогнозуємо ключовий показник - обсяг чистого доходу. Для використовуємо середньорічний темп зростання, який розрахуємо за формулою:

$$\bar{T}_p = \sqrt[n-1]{\frac{Y_n}{Y_1}}, \quad (3.1)$$

де Y_n - значення кінцевого рівня ряду; Y_1 – значення початкового рівня ряду; n – тривалість досліджуваного періоду.

У табл. 3.7 наведено розрахунок проміжних показників, які використовуються для визначення прогнозних значень звіту про фінансові результати.

Таблиця 3.7

Проміжні показники, що використовуються для прогнозування фінансових результатів ПАТ «Фармак» у 2020 – 2023 рр.

Показники	Роки:					Середньорічний темп зростання	Рівень показника у чистому доході
	2015	2016	2017	2018	2019		
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3578033	4612715	5583124	6346224	6400843	1,157	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	1467686	2066853	2387764	2802614	2772473	-	0,434
Інші операційні доходи	40204	28450	25581	10506	22301	-	0,003
Адміністративні витрати	316668	448023	511489	638008	710764	-	0,099
Витрати на збут	832050	949501	1063197	1241195	1324383	-	0,204
Інші операційні витрати	192861	215083	265913	313576	404120	-	0,063
Інші фінансові доходи та доходи від участі в капіталі	3239	3519	6329	11117	12955	-	0,001
Інші доходи	0	122	523	0	73879	-	0,003
Фінансові витрати	29048	47193	47681	41172	44395	-	0,008
Інші витрати	287884	90701	62924	34929	0	-	0,018

*розроблено автором

Виходячи з даних табл. 3.7, було визначено прогнозні фінансові результати діяльності підприємства на 2020-2023 рр. Результати розрахунків наведено у табл. 3.8.

Таблиця 3.8

**Прогноз фінансових результатів діяльності підприємства ПАТ
«Фармак» у 2020 – 2023 рр. (без урахування заходів), тис.грн***

Показники	Факт	Пояснення	Прогноз			
	2019		2020*	2021	2022	2023
1	2	3	4	5	6	7
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), ЧД	6400843	Прогнозний обсяг доходу знайдено на основі середнього темпу росту	7402619	8561179	9901062	11450647
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), СВ	2772473	Визначено на основі середнього рівня витрат у доходах	3209192	3711453	4292321	4964098
Валовий прибуток, ВП	3628370	ВП = ЧД - СВ	4193426	4849726	5608742	6486548
Інші операційні доходи, ІД	22301	знайдено на основі середнього темпу росту	25791	29828	34496	39895
Адміністративні витрати, АВ	710764	Визначено на основі середнього рівня витрат у доходах	732686	847356	979973	1133346
Витрати на збут, ВЗ	1324383		1510149	1746498	2019837	2335955
Інші операційні витрати, ІОВ	404120	знайдено на основі середнього темпу росту	467368	540514	625108	722942
Фінансовий результат від операційної діяльності прибуток, ФР	1211404	ФР = ВП + ІД – АВ – ВЗ - ІОВ	1509015	1745186	2018319	2334200
Дохід від участі в капіталі, Дук	3363	Зміни не прогножуються	3363	3363	3363	3363
Інші фінансові доходи, Діф	9592	Зміни не прогножуються	9592	9592	9592	9592
Інші доходи, Ід	73879	Зміни не прогножуються	73879	73879	73879	73879
Фінансові витрати, ФВ	44395	Зміни не прогножуються	44395	44395	44395	44395
Фінансовий результат до оподаткування, ФРоп	1253843	ФРоп = ФР + Дук + Діф + Ід – ФВ	1551454	1787625	2060758	2376639
Витрати (дохід) з податку на прибуток, Пп	206239	Визначено на рівні 18% від оподаткованої бази	279262	321772	370937	427795
Чистий фінансовий результат: прибуток, ЧП	1047604	ЧП = ФРоп - Пп	1272192	1465852	1689822	1948844

*розроблено автором

Обсяги прогнозу витрат визначено виходячи з рівня відповідної статті витрат у чистому доході. За результатами проведених розрахунків можемо побачити, що прогнозні показники ефекту роботи підприємства у плановому періоді матимуть позитивні значення, оскільки тенденції до екстраполяції фінансового результату будуть перекладені на майбутній період. Варто відмітити, що для таких показників як дохід від участі в капіталі, інші фінансові доходи, інші доходи, фінансові витрати, втрати від участі в капіталі, інші витрати, тощо зміни не прогнозуються. Це пояснюється тим, що наведені показники не залежать від операційної діяльності і не піддаються методиці статистичного прогнозування. Тому для 2020-2023 рр. приймаємо значення наведених показників на рівні 2019 року. Виходячи з даних табл. 3.7 та 3.8 спрогнозуємо фінансові результати підприємства з урахуванням визначених резервів (табл. 3.9).

Таблиця 3.9

**Прогноз фінансових результатів діяльності підприємства ПАТ «Фармак» у
2020 – 2023 рр. (з урахуванням заходів), тис.грн***

Показники	Факт	Пояснення	Прогноз			
	2019		2020*	2021	2022	2023
1	2	3	4	5	6	7
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), ЧД	6400843	Прогнозний обсяг доходу знайдено на основі середнього темпу росту	7402619	8989238	10915921	13255555
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), СВ	2772473	Визначено на основі середнього рівня витрат у доходах	3209192	3711453	4292321	4964098
Валовий прибуток, ВП	3628370	ВП = ЧД - СВ	4193426	5277785	6623601	8291456
Інші операційні доходи, ІД	22301	знайдено на основі середнього темпу росту	25791	38069	44782	52933
Адміністративні витрати, АВ	710764	Визначено на основі середнього рівня витрат у доходах	732686	800752	972379	1180791

продовження табл. 3.9

1	2	3	4	5	6	7
Витрати на збут, ВЗ	1324383		1510149	1650441	2004183	2433744
Інші операційні витрати, ІОВ	404120	знайдено на основі середнього темпу росту	467368	510786	620263	753206
Витрати на формування інвестиційної стратегії	-	ІВ	-	13756	-	-
Фінансовий результат від операційної діяльності прибуток, ФР	1211404	$\text{ФР} = \text{ВП} + \text{ІД} - \text{АВ} - \text{ВЗ} - \text{ІОВ} - \text{ІВ}$	1509015	2340121	3071557	3976649
Дохід від участі в капіталі, Дук	3363	Зміни не прогножуються	3363	3363	3363	3363
Інші фінансові доходи, Діф	9592	Зміни не прогножуються	9592	9592	9592	9592
Інші доходи, Ід	73879	Зміни не прогножуються	73879	73879	73879	73879
Фінансові витрати, ФВ	44395	Зміни не прогножуються	44395	44395	44395	44395
Втрати від участі в капіталі, Вук	0	Зміни не прогножуються	0	0	0	0
Інші витрати, ІВ	0	Зміни не прогножуються	0	0	0	0
Фінансовий результат до оподаткування, ФРоп	1253843	$\text{ФРоп} = \text{ФР} + \text{Дук} + \text{Діф} + \text{Ід} - \text{ФВ} - \text{Вук} - \text{ІВ}$	1551454	2382560	3113996	4019088
Витрати (дохід) з податку на прибуток, Пп	206239	Визначено на рівні 18% від оподаткованої бази	279262	428861	560519	723436
Чистий фінансовий результат: прибуток, ЧП	1047604	$\text{ЧП} = \text{ФРоп} - \text{Пп}$	1272192	1953699	2553477	3295652

*розроблено автором

Таким чином, у 2020-2023 роках буде спостерігатися зростаюча тенденція у динаміці фінансових результатів, що буде зумовлено впливом заходів, спрямованих на впровадження інвестиційної стратегії ПАТ «Фармак» на зовнішніх ринках. У 2021 році прогнозований фінансовий результат складе 1953699 тис.грн, у 2022 році підприємство отримає чистий збиток в сумі 2553477 тис.грн, а у 2023 році – 3295652 тис.грн.

Також проілюструємо можливий ефект у прирості прибутку (різниця між перспективним та ретроспективним прогнозом) від впровадження запропонованих заходів (рис. 3.3).

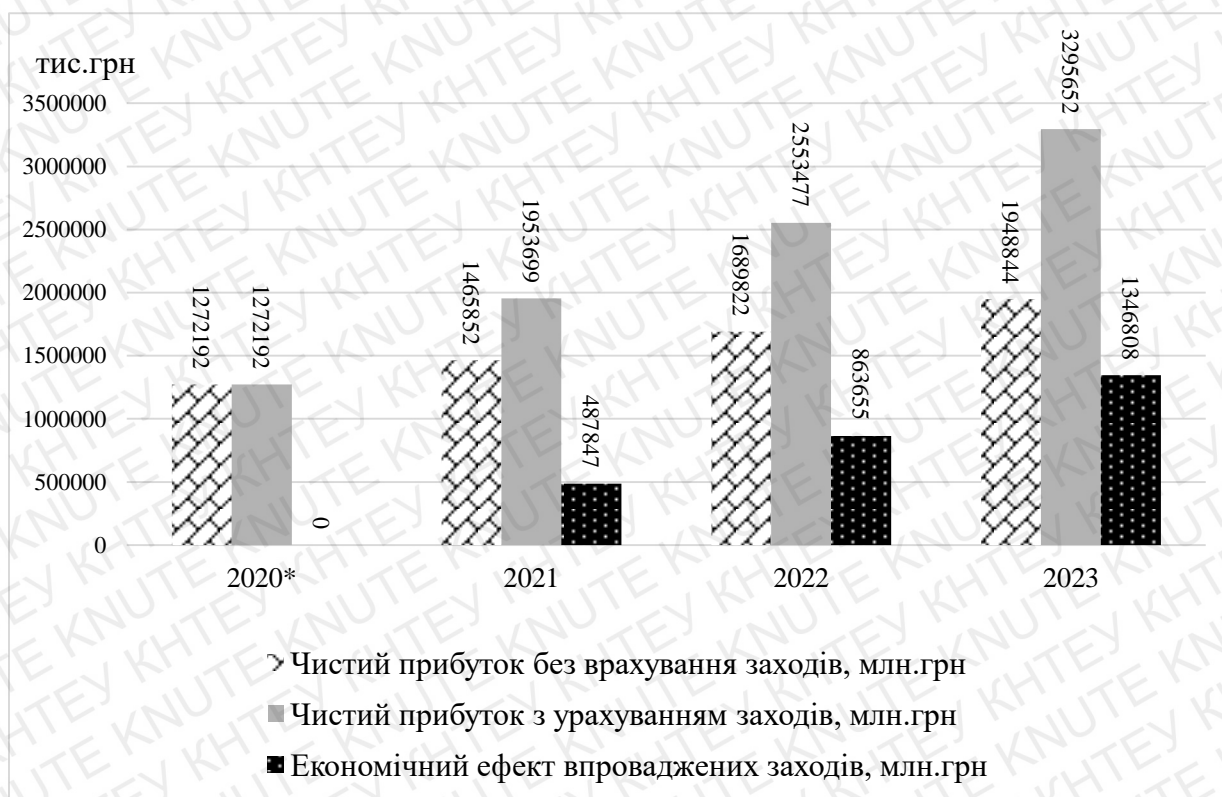


Рис. 3.3. Прогноз ефекту від впровадження інвестиційної стратегії на зовнішніх ринках підприємством ПАТ «Фармак» у 2020 – 2023 рр.*

*розроблено автором

Як свідчать результати проведених розрахунків, у 2021 році приріст економічного ефекту внаслідок впровадження заходів з впровадження інвестиційної стратегії на зовнішніх ринках становитиме 487847 тис.грн, у 2022 році – 863655 тис.грн, у 2023 році – 1346808 тис.грн.

Також спрогнозуємо показники експорту підприємства та його ефективності. Для визначення прогнозних обсягів експорту використаємо показник частки експорту у чистому доході, яка, як було зазначено вище, у 2021 році прогнозується на рівні 5%.

Результати прогнозування обсягів та ефективності експорту наведено у табл. 3.10.

Таблиця 3.10

Прогноз показників експортної діяльності ПАТ «Фармак» у 2021 – 2023 рр., тис.грн*

Показник	Пояснення	Прогноз		
		2021	2022	2023
Чистий дохід від експорту, тис.грн	Рівень експорту в чистому доході становить 0,05	449462	545796	662778
Собівартість експортованої продукції, тис.грн	Рівень собівартості в доході від експорту екстраполюється на основі фактичних даних за 2015-2019 рр.	185109	224783	272962
Витрати з обслуговування експорту, тис.грн	-	24990	30346	36850
в т.ч.:	-			
- транспортні витрати, тис.грн	Приймаємо умовно на рівні 10% від собівартості	16660	20231	24567
- інші витрати з обслуговування, тис.грн	Приймаємо умовно на рівні 5% від собівартості	8330	10115	12283
Загальні витрати по експорту, тис.грн	Сума собівартості та витрат з обслуговування	210098	255129	309812
Ефект від експорту, тис.грн	-	239364	290667	352966
Коефіцієнт ефективності експорту, пунктів	-	2,139	2,139	2,139

*розроблено автором

Як свідчать проведені розрахунки, у 2021 році ефект від експорту складе 239364 тис.грн, у 2022 році – 290667 тис.грн, у 2023 році – 352696 тис.грн. Рівень ефективності експорту у 2021-2023 рр. становитиме 1,139 пункти.

Отже, впровадження інвестиційної стратегії на зовнішніх ринках дасть можливість підприємству ПАТ «Фармак» значно підвищити результати роботи у 2021-2023 рр. У 2021 році ефект від експорту складе 239364 тис.грн, у 2022 році – 290667 тис.грн, у 2023 році – 352696 тис.грн. Рівень ефективності експорту у 2021-2023 рр. становитиме 1,139 пункти.

Висновки до розділу 3

Формуючи перспективні напрямки щодо розширення експортних ринків, підприємству, в першу чергу, варто орієнтуватися на такі інвестиційні ініціативи: 1) удосконалення складської логістики; 2) інвестування в заходи

просування фармацевтичної продукції. Обсяг інвестиційних витрат складе 12125,8 тис.грн. Бюджет заходів на впровадження заходів просування фармацевтичної продукції підприємства на ринок ЄС становить 1630,0 тис.грн.

Визначено, що у 2022-2023 роках буде спостерігатися зростаюча тенденція у динаміці фінансових результатів, що буде зумовлено впливом заходів, спрямованих на впровадження інвестиційної стратегії ПАТ «Фармак» на зовнішніх ринках. У 2021 році приріст економічного ефекту внаслідок впровадження заходів з впровадження інвестиційної стратегії на зовнішніх ринках становитиме 487847 тис.грн, у 2022 році – 863655 тис.грн, у 2023 році – 1346808 тис.грн. У 2021 році ефект від експорту складе 239364 тис.грн, у 2022 році – 290667 тис.грн, у 2023 році – 352696 тис.грн. Рівень ефективності експорту у 2021-2023 рр. становитиме 1,139 пункти.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ:

Отже, за результатами проведеного дослідження можна сформулювати такі висновки і пропозиції:

Інвестиційна стратегія підприємства на зовнішніх ринках відображає сукупність форм, методів, способів міжнародної інвестиційної діяльності, спрямованих на модернізацію нині існуючих або захоплення нових сфер впливу на зовнішніх ринках через механізм прямого іноземного інвестування. Міжнародна інвестиційна стратегія характеризується системою довгострокових цілей міжнародної інвестиційної діяльності суб'єкта (держави або підприємства), що визначається довгостроковими завданнями його розвитку з метою досягнення бажаного ефекту шляхом вибору найбільш ефективних напрямів досягнення поставлених цілей.

Підприємство ПАТ «Фармак» має доволі збалансовану структуру активів та джерел їх фінансування. Значення фінансових результатів є позитивними, однак мали тенденцію до скорочення у 2018-2019 рр., щ було спричинено збільшенням обсягу постійних витрат. Зокрема, адміністративні витрати зросли на 11%, витрати на збут - на 7%, інші операційні витрати – на 29%. Тенденція у зміні показників платоспроможності свідчить про те, що ПАТ «Фармак» збільшило обсяги запасів та дебіторської заборгованості переважно за рахунок власного капіталу, а не поточних зобов'язань. Позитивною динамікою у 2016-2017 рр. було зростання рівня оборотності активів, дебіторської та кредиторської заборгованості. Формування інвестиційних витрат відбувається на підприємстві відповідно до сформованої ним політики інвестиційного розвитку, яка є одним з розділів документу «Бюджет компанії на відповідний рік». У 2015 році обсяг інвестиційних витрат підприємства склав 241852 тис.грн. У 2016 році відбулося зростання інвестиційних витрат на 167,3% за рахунок збільшення інвестицій за усіма напрямками. У 2019 році обсяг інвестиційних витрат скоротився на 40,6%. У структурі інвестицій переважала частка витрат у придбання нового обладнання.

Було обґрунтовано основні особливості вибору Іспанії в якості країни, на яку підприємство ПАТ «ФАРМАК» може здійснити розширення свого експорту. В цілому, перспективність вибору Іспанії продиктована загальними тенденціями до поглиблення економічної співпраці між Україною та цією країною.

Визначено особливості світового фармацевтичного ринку: висока насиченість ринку; посилення ролі державного регулювання системи охорони здоров'я (в т. ч. і фармацевтичного сектора); збільшення витрат фармкомпаній на просування лікарських засобів, укрупнення фармкомпаній компаній; зниження тиску, пов'язаного з втратою патентного захисту на оригінальні препарати на розвинених ринках і ін.

цілями формування інвестиційної стратегії є просування продукції підприємства ПАТ «ФАРМАК» на міжнародний фармацевтичний ринок. Формуючи перспективні напрямки щодо розширення експортних ринків, підприємству, в першу чергу, варто орієнтуватися на такі інвестиційні ініціативи: 1) удосконалення складської логістики; 2) інвестування в заходи просування фармацевтичної продукції. Для просування фармпродукції ПАТ «Фармак» на ринок ЄС необхідно диверсифікувати асортимент продукції, надаючи їй певних властивостей, які є відмінними від товарів-аналогів конкурентів. Найбільш актуальними товарними позиціями для експорту є противірусні препарати, імуномодулятори та вітаміни. Одним з напрямків інвестиційної стратегії є розвиток складської логістики, без якої неможливий ефективний експорт фармпродукції на зовнішні ринки. У плановому 2021 році здійснення капітальних вкладень, спрямованих на розширення та модернізацію складських приміщень, будуть здійснюватися з березня по червень. Обсяг інвестиційних витрат складе 12125,8 тис.грн. Бюджет заходів на впровадження заходів просування фармацевтичної продукції підприємства на ринок ЄС становить 1630,0 тис.грн.

Визначено, що у 2021-2023 роках буде спостерігатися зростаюча тенденція у динаміці фінансових результатів, що буде зумовлено впливом

заходів, спрямованих на впровадження інвестиційної стратегії ПАТ «Фармак» на зовнішніх ринках. У 2021 році приріст економічного ефекту внаслідок впровадження заходів з впровадження інвестиційної стратегії на зовнішніх ринках становитиме 487847 тис.грн, у 2022 році – 863655 тис.грн, у 2023 році – 1346808 тис.грн. У 2021 році ефект від експорту складе 239364 тис.грн, у 2022 році – 290667 тис.грн, у 2023 році – 352696 тис.грн. Рівень ефективності експорту у 2021-2023 рр. становитиме 1,139 пункти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бланк О.І. Управління фінансами підприємств / І.О. Бланк, Г.В. Ситник, В.С. Андрієць. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 792 с.
2. Бестужева С. В. та ін. Формування та реалізація міжнародної інвестиційної стратегії підприємства: методичний аспект / С. В. Бестужева, В. О. Козуб // Світове господарство і міжнародні економічні відносини. – 2020. - №154. – С. 16-20
3. Галазюк Н. М. Сутність та структура міжнародної інвестиційної діяльності на сучасному етапі / Н. М. Галазюк, О. М. Зелінська, О. Я. Кравчук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2017. - № 12(1). - С. 69-72
4. Касянок К.Г. Міжнародні інвестиційні потоки в умовах глобальних фінансових дисбалансів / К.Г. Касянок // Світове господарство і міжнародні економічні відносини. – 2016. – № 3. – С. 30–36
5. Касянок К.Г. Міжнародний досвід залучення прямих іноземних інвестицій в умовах фінансових дисбалансів / К.Г. Касянок // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2018. – №18. – С. 38-43
6. Козак Ю.Г., та ін. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство-регіон : [монографія] / [Ю.Г. Козак, Н.В. Притула, О.А. Єрмакова та ін.]. - К. : Центр учбової літератури, 2016. - 240 с.
7. Король М.М. Сучасні тенденції та динаміка прямого іноземного інвестування в міжнародній економіці / М.М. Король, М.Ю. Поп //Світове господарство і міжнародні економічні відносини. – 2016. – №2. – С. 13–17
8. Ляхович. Л.А. Інвестиційна стратегія підприємства в кризових умовах господарювання / Л.А. Ляхович // Сталий розвиток економіки. – 2011. - №1 [4]. - С. 167-171.
9. Манаєнко І. М. Особливості зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції / І. М. Манаєнко, І. В. Просяник // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія

: Міжнародні економічні відносини та світове господарство, 2018. - №3. - С. 11-15.

10. Матюшенко І.Ю. Міжнародний інвестиційний менеджмент : навчальний посібник / І.Ю. Матюшенко. - Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. - 520 с

11. Очерedyкo O.O. Перспективи розвитку інвестиційної діяльності підприємств України / O.O. Очерedyкo // Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління. – 2016. – № 4. – С. 24-31.

12. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18 вересня 1991 р. № 1560-ХІІ. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>.

13. Рибакoвa, Т. O. Зовнішньoeкoнoмічнa діяльність як об'єкт фінансового регулювання / Т. O. Рибакoвa // Науковий вісник Ужгородського національного університету : серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство, 2017. – №14. – С. 94–98

14. Суханoвa A.B. Сучасний стан та перспективи розвитку інвестиційної діяльності підприємств в Україні / A.B. Суханoвa, Б.Ю. Котик // Економіка і суспільство. - 2018. - №19. – С. 641-645

15. Ткачeнкo Т.М, Шeвчук Н.В. Напрямки оптимізації інвестиційної діяльності підприємства / Т.М. Ткачeнкo, Н.В. Шeвчук // Агрoсвіт. – 2017. – № 7. – С. 45–48.

16. Тридід O.M. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства / O.M.Тридід. –Харків: ХНЕУ, 2008. –363 с.

17. Хитра O. B. Синергетичний підхід до аналізу категорійного апарату зовнішньoeкoнoмічнoї діяльності // Глобальні та національні проблеми економіки, 2017. № 17. С. 103-109.

18. Хоменко Т.Ю., та ін. Методичні підходи до оцінки ефективності управління зовнішньoeкoнoмічнoю діяльністю // Актуальні проблеми економіки та управління, 2017. №11. С. 52-56

19. Швагер О.Р. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств: формування методики аналізу // Збірник наукових праць ОНЕУ, 2017. №1. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/09/89.pdf>

20. Яценко М.С., та ін. Альтернативні форми фінансування зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання / М.С. Яценко, Ю.С. Максименко // Глобальні та національні проблеми економіки, 2018. - №22. – С. 131-138

21. Шиш О.П. Сутність та значення інвестиційної стратегії в діяльності підприємства. URL : <http://intkonf.org/shish-op-sutnist-ta-znachennya-investitsiynoyi-strategiyi-v-diyalnosti-pidpriemstva/>

22. Фінансова звітність підприємств / База даних емітентів. URL: smida.gov.ua

23. Report of Environmental Paper Network. URL: <https://environmentalpaper.org/tools-and-resources/reports/>

24. Статистичні матеріали Державної служби статистики України. URL: ukrstat.gov.ua

25. Інформація про діяльність підприємства ПАТ «Фармак» на зовнішньому ринку. URL: <https://farmak.ua/about/>

26. World Industry Outlook, Healthcare and Pharmaceuticals, The Economic Intelligence Unit. [Electronic resource]. - Available at : <https://store.eiu.com/product/healthcare-world-outlook/>

27. The Global Competitiveness Index 4.0 measures national competitiveness-defined as the set of institutions, policies and factors that determine the level of productivity. / <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2019/competitiveness-rankings/>

28. Doing Business / Всесвітній Банк / <https://russian.doingbusiness.org/ru/rankings>

