

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра міжнародних економічних відносин

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Оцінка ефективності зовнішньоекономічних операцій»

(за матеріалами ПАТ «Фармак», м.Київ)

Студента 2 курсу, 3мз групи,
спеціальності 073
«Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної
діяльності»

Нестеренко А.В.

Науковий керівник:

доктор економічних наук,
професор кафедри
міжнародних економічних
відносин

Юхименко В.В.

Гарант освітньої програми

доктор економічних наук,
доцент кафедри міжнародних
економічних відносин

Студінська Г.Я.

Київ 2018

АНОТАЦІЯ

Степанець Ангеліна Юріївна. Управління конкурентоспроможністю підприємства на зовнішніх ринках (за матеріалами ТОВ «ОЛ ПРИНТ», м. Київ).

Випускна кваліфікаційна робота на здобуття ступеня магістра за спеціалізацією «менеджмент ЗЕД» – Київський національний торговельно-економічний університет. – Київ, 2018.

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено теоретичним та практичним основам управління конкурентоспроможністю підприємства на зовнішніх ринках. У роботі визначено сутність та значення конкурентоспроможності підприємства; розглянуто організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства на зовнішніх ринках; зазначено критерії та показники управління конкурентоспроможністю підприємства; проаналізовано показники фінансово-господарської діяльності підприємства; охарактеризовано внутрішнє та зовнішнє середовища; оцінено ефективність управління конкурентоспроможністю підприємства на зовнішніх ринках; обґрунтовано шляхи удосконалення управління конкурентоспроможністю підприємства на зовнішніх ринках; рекомендовано впровадження інформаційних технологій в управління конкурентоспроможністю підприємства на зовнішніх ринках; розраховано прогноз частки ринку підприємства на зовнішніх ринках

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, управління, зовнішній ринок, зовнішньоекономічна діяльність.

SUMMARY

Stepanets Anhelina. Managing the Competitiveness of the Enterprise on Foreign Markets (based on materials of LLC «OL PRINT», Kyiv).

Graduation work for obtaining a Master's degree in specialization " ". - Kyiv National University of Trade and Economics. - Kyiv, 2018.

The final qualification work is devoted to theoretical and practical bases of enterprise competitiveness management in foreign markets. The essence and significance of the company's competitiveness are determined in the work; the organizational and economic mechanism of managing the competitiveness of the enterprise in foreign markets is considered; criteria and indicators of enterprise competitiveness management are specified; the indicators of financial and economic activity of the enterprise are analyzed; characterized internal and external environment; the effectiveness of managing the competitiveness of the enterprise in foreign markets is assessed; the ways of improving the management of the

competitiveness of the enterprise in foreign markets are substantiated; recommended introduction of information technologies in the management of the competitiveness of enterprises in foreign markets; the forecast of the share of the company's market in foreign markets is calculated

Key words: competitiveness of the enterprise, management, external market, foreign economic activity.

РЕФЕРАТ

«Оцінка ефективності зовнішньоекономічних операцій»

(за матеріалами ПАТ «Фармак», м.Київ).

Випускна кваліфікаційна робота: 100 с.,

8 рис., 18 табл., 1 додаток, 62 джерел

Об'єкт дослідження є процес забезпечення ефективної зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «Фармак».

Предмет дослідження є теоретико-методичні засади щодо оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій ПАТ «Фармак».

Підприємство, за матеріалами якого виконано випускну кваліфікаційну роботу – ПАТ «Фармак».

Мета роботи полягає в теоретичному обґрунтуванні наукових підходів та розробці практичних рекомендацій щодо оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності зокрема експорту ПАТ «Фармак».

Методи дослідження – дослідження базуються на загальнонаукових та емпіричних методичних прийомах економічної науки. У процесі дослідження підходів щодо визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств застосовувалися економіко-статистичні й економіко-математичні методи аналізу (для характеристики розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств фармацевтичної галузі України), методи абстрагування (для виявлення суттєвих чинників, які впливають на функціонування підприємств цієї галузі на зовнішньому і внутрішньому ринках), динамічного програмування (для розрахунку оптимальної структури експорту (імпорту) підприємств досліджуваної галузі). У процесі дослідження також використовувалися загальнотеоретичні методи наукового пізнання: синтезу, дедукції, індукції та інші методичні прийоми.

У вступі обґрунтовано актуальність теми її розкриття в науковій літературі вітчизняними і закордонними вченими, сформульовано мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження та окреслено практичну значущість

обраної теми.

У першому розділі **«ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ»** проведено теоретичний аналіз сутності ефективності, як економічної категорії та особливості її прояву в зовнішньоекономічних операціях, а також визначено фактори, що впливають на ефективність зовнішньоекономічних операцій, та охарактеризовано методичні підходи до оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій.

У другому розділі **«ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «ФАРМАК»»** проаналізовано фінансово-господарську діяльність ПАТ «Фармак», досліджено зовнішньоекономічну діяльність ПАТ «Фармак», та проаналізовано ефективність зовнішньоекономічних операцій ПАТ «Фармак».

У третьому розділі **«ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «ФАРМАК»»** обґрунтовано пропозиції щодо виходу на нові зовнішні ринки ПАТ «Фармак», обґрунтовано рекомендації щодо вдосконалення процесу виходу на нові зовнішні ринки ПАТ «Фармак» та оцінено ефективність запропонованих заходів ПАТ «Фармак».

Висновки окреслюють теоретичні засади та вирішення наукової проблеми, узагальнюють результати аналізу об'єкта дослідження та конкретизують резерви підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «Фармак».

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ	7
1.1. Сутність ефективності, як економічної категорії та особливості її прояву в зовнішньоекономічних операціях	7
1.2. Фактори що впливають на ефективність зовнішньоекономічних операцій.....	12
1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій	19
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «ФАРМАК».....	30
2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ПАТ «Фармак».....	30
2.2. Дослідження зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «Фармак».....	41
2.3. Оцінка ефективності зовнішньоекономічних операцій ПАТ «Фармак».....	53
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «ФАРМАК»	62
3.1. Пропозиції щодо виходу на нові зовнішні ринки ПАТ «Фармак».....	62
3.2. Рекомендації щодо вдосконалення процесу виходу на нові зовнішні ринки ПАТ «Фармак».....	67
3.3. Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів для ПАТ «Фармак».....	74
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	92
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Характерною ознакою становлення України як незалежної держави зі світовим рівнем розвитку національної економіки є загальна зосередженість на дослідженні проблематики ефективного входження вітчизняного господарського комплексу до глобального ринку та посідання ним гідного місця у міжнародній системі. Близько 60% валового внутрішнього продукту України формується за рахунок зовнішньоторговельного обороту, тому проблема підвищення ефективності зовнішньоторговельних операцій, зокрема, експортних, набуває подальшої значущості.

На сьогоднішній день проблема ефективно функціонуючої сфери зовнішньоекономічної діяльності як в Україні, так і в усьому міжнародному співтоваристві є досить актуальною, оскільки така діяльність здійснюється в сучасному глобальному середовищі, що висуває жорсткі вимоги щодо якості продукції, її науково-технічного нововведення та відповідності вимогам міжнародних стандартів.

В сучасних умовах розвитку суспільства, одним із основних чинників, який допомагає визначити конкурентоспроможність підприємства, є ступінь зростання системи розвитку ЗЕД. Водночас, зростання зовнішньоекономічного розвитку підприємства та вміння ефективно ним управляти, як правило потребують більше затрат, а саме: збільшення витрат часу, організаційних та фінансових ресурсів, структурних та інституційних змін.

Для того щоб підприємство було конкурентоздатним та успішним у максимізації своїх поточних і перспективних доходів, йому потрібно направити свою маркетингову, а через неї інвестиційну, інноваційну та виробничо-збутову діяльність на виявлення а також всебічне використання тих ринкових можливостей які існують на даний момент та є у перспективі. В свою чергу, слід зазначити що здійснення такої діяльності на підприємстві як, «управління зовнішньоекономічним розвитком», спрямована на ухвалення економічно

обґрунтованих рішень з управління проектами що при ефективному здійсненні приносить фірмі нові більш кращі позиції на ринку, збільшує попит на продукцію, покращує його фінансовий стан і відповідно підвищує дохідну частину.

Наукового переосмислення потребують як базові підходи до визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств, так і її методологічне забезпечення. Одним з підходів могла б стати побудова організаційно-економічного механізму визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств, який би врахував особливості функціонування господарюючого суб'єкта на сучасному етапі. Тому наукове дослідження цієї проблеми є актуальним, оскільки відпрацювання теоретичних положень і методичних підходів здійснення аналізу й оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств, виявлення резервів її підвищення в комплексі майже відсутні.

Особливо актуальним на сучасному етапі розвитку зовнішніх торговельних зв'язків окремих одиниць господарювання є визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності на основі систематизованого ретельного аналізу, який би дозволив розкрити зміни стану експортно-імпоротної діяльності підприємства під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів.

Водночас на мікрорівні визначенню ефективності зовнішньоекономічної діяльності приділяється недостатня увага. В роботах вітчизняних вчених: А.А. Мазаракі, Н.М. Ушакової, Л.О. Лігоненко, О.І. Кириченка, і зарубіжних, зокрема російських науковців - І.О. Муравйова, Л.Є. Стровського, В.В. Бокова, О.В. Буреніної, С.М. Попова, Ю.О. Огороднікової та ін. досліджено певні підходи щодо визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності на рівні окремого господарюючого суб'єкта або окремої зовнішньоторговельної операції. Власне категорія “ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств” недостатньо теоретично обґрунтована і вимагає конкретизації. Не

систематизовано методичні підходи щодо визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств та резервів її підвищення.

Об'єктом дослідження є процес забезпечення ефективної зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «Фармак».

Предмет дослідження є теоретико-методичні засади щодо оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій ПАТ «Фармак».

Мета дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні наукових підходів та розробці практичних рекомендацій щодо оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності зокрема експорту ПАТ «Фармак».

Відповідно до мети дослідження визначено такі **завдання**:

- дослідити сутність ефективності, як економічної категорії та особливості її прояву в зовнішньоекономічних операціях;
- визначити фактори, що впливають на ефективність зовнішньоекономічних операцій;
- охарактеризувати методичні підходи до оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій;
- проаналізувати фінансово-господарську діяльність ПАТ «Фармак»;
- дослідити зовнішньоекономічну діяльність ПАТ «Фармак»;
- проаналізувати ефективність зовнішньоекономічних операцій ПАТ «Фармак»;
- обґрунтувати пропозиції щодо виходу на нові зовнішні ринки ПАТ «Фармак»;
- обґрунтувати рекомендації щодо вдосконалення процесу виходу на нові зовнішні ринки ПАТ «Фармак»
- оцінити ефективність запропонованих заходів ПАТ «Фармак».

Методологічна основа дослідження базуються на загальнонаукових та емпіричних методичних прийомах економічної науки. У процесі дослідження підходів щодо визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств застосовувалися економіко-статистичні й економіко-математичні методи аналізу (для характеристики розвитку зовнішньоекономічної діяльності

підприємств фармацевтичної галузі України), методи абстрагування (для виявлення суттєвих чинників, які впливають на функціонування підприємств цієї галузі на зовнішньому і внутрішньому ринках), динамічного програмування (для розрахунку оптимальної структури експорту (імпорту) підприємств досліджуваної галузі). У процесі дослідження також використовувалися загальнотеоретичні методи наукового пізнання: синтезу, дедукції, індукції та інші методичні прийоми.

Ступінь дослідженості теми. Критичний аналіз наукових праць з окресленої проблематики показав, що у вітчизняній і зарубіжній науковій літературі існує певний доробок щодо визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності як на макро-, так і на мікрорівні. Слід зазначити, що для цього рівня господарювання достатньо відпрацьовано як категорійний апарат, так і методологічні засади.

Практичне значення визначається актуальністю вибраної теми, новизною положень і висновків. Викладені теоретичні положення, висновки, пропозиції і рекомендації можуть бути використані у науково-дослідницькій сфері – для подальших досліджень актуальних проблем визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності, а також для продовження наукової розробки теорії зовнішньоекономічних операцій. Також практичне значення одержаних результатів полягає у теоретичному обґрунтуванні поняття «ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств», у розробці методик аналізу зовнішньоекономічної діяльності для різних рівнів господарювання та оптимізації товарної і географічної структури експорту (імпорту) підприємств.

Відповідно до поставленої мети та завдань дослідження має наступну структуру: вступ, 3 розділи, 9 підрозділів, висновки та пропозиції, список використаних джерел. Загальний обсяг магістерської дипломної роботи – 100 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ

1.1. Сутність ефективності, як економічної категорії та особливості її прояву в зовнішньоекономічних операціях

Для підприємства при виході на зовнішній ринок важливо сформувати чітку якісну та кількісну оцінку ефективності зовнішньоекономічних операцій. Комплексний підхід до визначення категорії «ефективності зовнішньоекономічної діяльності» підприємства забезпечує об'єктивну оцінку стану діяльності та сприяє формування правильної стратегії діяльності підприємства, що дозволяє підвищити його конкурентоспроможність на світовому ринці.

Поняття «ефективність зовнішньоекономічної діяльності» посідає значне місце серед економічних категорій, які характеризують стан та розвиток зовнішньої торгівлі підприємства. Ефективність загалом і ефективність зовнішньоекономічної діяльності зокрема розглядаються в теорії і практиці у площині як держави, регіону, галузі, так і первинної ланки національного господарства. Але в умовах розвитку нових стратегій економічної і соціальної політики України особливу увагу доцільно приділити завданням вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності окремих господарюючих суб'єктів. Джерелом формування ефективності зовнішньоекономічної діяльності держави загалом є процеси, які відбуваються на підприємстві. Важливою умовою успішного функціонування підприємства, де експорт або імпорт є основним видом діяльності, є створення досконалої системи оцінки результатів експортно-імпортних операцій, рівень яких характеризується ефективністю їх здійснення.

Обґрунтування теоретичних засад щодо визначення категорії «ефективність зовнішньоекономічної діяльності» та методики її визначення знаходяться в центрі уваги вітчизняних науковців тривалий час. Головним напрямком

наукових розробок першої половини 50-х років XX ст. було прагнення уточнити вартісні інструменти, за допомогою яких проводилося порівняння внутрішніх та зовнішньоторговельних цін з метою виявлення відносної ефективності обміну.

Аналіз наукових праць з цієї проблематики дозволив зробити висновок, що ця категорія найчастіше характеризується як ефективність експорту.

Ефективність експорту – це вигідність експорту, яка вимірюється відношенням вартості вивезеного з країни товару в зовнішньоторговельних цінах до його вартості у цінах внутрішнього ринку [13]. Таке визначення є універсальною характеристикою, яку застосовують як для макро-, так і для мікрорівня.

Шляхом здійснення зовнішньоекономічної діяльності держава має досягти реалізації цілого комплексу глобальних цілей – економічних, політичних і соціальних, на відміну від підприємства, основною метою функціонування якого в галузі зовнішньої торгівлі є отримання прибутку від зовнішньоекономічних операцій. На нашу думку, визначення категорії «ефективність зовнішньоекономічної діяльності» доцільно дещо уточнити і формулювати виходячи з характеристики цілей, які переслідує держава і підприємство. Таким чином можливий розподіл визначень категорії «ефективність зовнішньоекономічної діяльності» для підприємства зокрема і держави загалом. Обґрунтування визначення категорії «ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства» доцільно розпочати з вивчення існуючих підходів щодо визначення категорії «ефективність» з метою визначення джерел її формування.

Найпоширенішим підходом щодо визначення сутності економічної ефективності є підхід, який базується на розгляді ефективності як результативності. Таке тлумачення ефективності, яке походить з класичної школи, міцно затвердилося в економічній теорії. Прикладами формулювання визначень ефективності діяльності з застосуванням означеного підходу є такі характеристики: «Під економічною ефективністю функціонування економічних

систем прийнято розуміти результативність їх функціонування»; «Ефективність національної економіки зазвичай пов'язують з її метою і розуміють як результативність, повноту досягнення мети» [13].

Є.А. Єрохіна вважає, що на макрорівні варто вивчати не «ефективність», а «ефективності», тому що національна економіка може мати декілька цілей. На думку цього автора, неможливо вимірити порівняльну ефективність економіки різних країн (цілі різні, тому показники не можна зіставити) [22]. Ця думка, на наш погляд, є не зовсім вірною, тому що національна економіка має одну головну мету – постійне поліпшення рівня добробуту населення за умови зменшення соціально-економічних витрат. Ми згодні з тим, що для досягнення глобальної мети треба досягти багатьох цілей, які для кожної країни, залежно від ступеня економічного, політичного та соціального розвитку, є різними. Але все ж таки існує комплекс показників, завдяки яким можна було б проаналізувати розвиток економіки і виявити його ефективність чи неефективність.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства – це складна категорія, яка поєднує у собі параметри, що характеризують розвиток внутрішнього та зовнішнього ринків. Для того, щоб показники ефективності давали на практиці правильну відповідь на питання про доцільність реалізації підприємством тих чи інших зовнішньоторговельних операцій, варто правильно обрати критерій ефективності.

Критерієм ефективності зовнішньоекономічної діяльності є максимум чистого доходу від експортних (або, залежно від виду зовнішньоекономічної діяльності, імпорتنих) операцій [48]. Згідно з цим критерієм, варто обирати найліпші варіанти співробітництва з зовнішніми торговельними партнерами. Кількісна оцінка цього критерію здійснюється на основі порівняння сукупного ефекту тих чи інших варіантів зовнішньоекономічного співробітництва підприємства та сумарних витрат, пов'язаних з його реалізацією.

Показниками визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства є показники відносної і абсолютної ефективності експорту, рівень

рентабельності експорту. Цінова (відносна економічна) ефективність – це показник, який визначає додатковий прибуток або втрати від реалізації продукції на зовнішньому ринку порівняно з її реалізацією на внутрішньому ринку. Цей показник розраховується за формулою:

$$\text{фв дн} = \frac{\text{Ц}_{\text{кс}}}{\text{Ц}_{\text{внутр}}} , \quad (1.1)$$

де: фв дн – цінова ефективність експорту;

$\text{Ц}_{\text{кс}}$ – експортна ціна продукції певної товарної групи, розрахована на базі ціни DAF;

$\text{Ц}_{\text{внутр}}$ – гуртова ціна продукції певної товарної групи на внутрішньому ринку без ПДВ.

За допомогою показника абсолютної ефективності експорту оцінюють співвідношення витрат на виробництво і транспортування продукції, призначеної на експорт, та доходу, отриманого від її продажу на зовнішньому ринку з метою оцінки здатності підприємства забезпечити відтворення підприємства за рахунок проведення зовнішньоекономічної діяльності. Показник обчислюється за формулою:

$$\text{ф бс} = \frac{\text{В}_{\text{кс}}}{\text{З}_{\text{кс}}} , \quad (1.2)$$

де: ф бс – абсолютна ефективність експорту;

$\text{В}_{\text{кс}}$ – обсяг доходу (виторгу) від реалізації експортних товарів;

$\text{З}_{\text{кс}}$ – повні витрати на експорт продукції.

І останній показник, рівень рентабельності експорту, показує скільки прибутку отримано в розрахунку на одиницю витрат при експорті конкретного товару

$$= \frac{\epsilon}{C} \cdot 100\%, \quad (1.3)$$

де: ϵ – абсолютний ефект від експорту;

C – собівартість виробництва одиниці товару з врахуванням витрат на здійснення експортної угоди.

Як вже зазначалося, на нашу думку, визначення економічної ефективності варто формулювати, виходячи з мети діяльності, яку повинні реалізувати за певний період часу. Така діяльність є результатом дії певної системи.

Економічна ефективність – це характеристика рівня досягнення поставленої мети за конкретний проміжок часу, ступеню отримання запланованого результату діяльності системи з врахуванням впливу внутрішніх та зовнішніх чинників.

Метою зовнішньоекономічної діяльності підприємства є отримання прибутку від зовнішньоторговельних операцій. На нашу думку, виходячи з означеної мети, ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства можливо визначити як ступінь досягнення максимального обсягу чистого прибутку від зовнішньоторговельних операцій за рахунок оптимізації існуючих сукупних витрат на внутрішньому і зовнішньому ринках [47].

Таким чином, узагальнюючи розглянуті методичні підходи, ефективність зовнішньоекономічної діяльності можна охарактеризувати за ознаками, наведеними в табл.1.1.

Таблиця 1.1

Характеристика підходів визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства

Класифікаційна ознака	Назва показника	Характеристика підходу
1. За видами зовнішньоекономічної діяльності	ефективність експорту, імпорту, реекспорту, реімпорту	вигідність здійснення певного виду зовнішньоекономічної діяльності

Продовження таблиці 1.1

Класифікаційна ознака	Назва показника	Характеристика підходу
2. За ступенем обсягу об'єкта дослідження	інтегральна ефективність	ефективність зовнішньоекономічної діяльності загалом на підприємстві
	локальна ефективність	ефективність комерційних відносин з окремими зовнішньоторговельними партнерами, ефективність зовнішньоекономічних угод
3. За методами оцінки	абсолютна ефективність	ефективність зовнішньоекономічної діяльності, яка підтверджується всією сукупністю показників оцінки
	відносна ефективність	ефективність зовнішньоекономічної діяльності, підтверджена вибраним рядом показників оцінки.

Джерело: укладено автором за даними джерела [47]

Таким чином, категорія «ефективність зовнішньоекономічної діяльності» в економічній літературі зазвичай ототожнюється з ефективністю експорту. Цей підхід є універсальним для визначення ефективності цієї діяльності на різних рівнях господарювання. Виходячи з різниці між цілями, які переслідує підприємство і держава в процесі здійснення зовнішньоекономічної діяльності, доцільно відокремити поняття ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства і держави. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства характеризується отриманням максимально можливого розміру прибутку від зовнішньоекономічних операцій за рахунок оптимізації існуючих сукупних витрат на внутрішньому і зовнішньому ринку.

1.2. Фактори, що впливають на ефективність зовнішньоекономічних операцій

Стабільне та комплексне функціонування економіки країни в сучасних умовах швидкого зростання конкуренції на пряму залежить як від експортної, так і від імпоротної діяльності підприємства. Завдяки зовнішньоекономічним операціям вирішується важлива низка питань: підвищення прибутковості, нарощення обсягів продажів, розширення ринку споживачів, залучення нових ділових партнерів, покращення якісних характеристик товару тощо.

Для розвитку вітчизняних підприємств досить вагомим значенням набуває активізація їхньої зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням тих умов в яких вони змушені функціонувати та які ставить перед ними іноземний та вітчизняний споживач щодо виробництва належної продукції. Враховуючи важливість рівноваги експорту та імпорту для економіки країни в цілому, а також задля функціонування всіх сфер бізнесу, важливою складовою ефективного функціонування діяльності підприємства є періодичне оцінювання, аналізування та виокремлення факторів впливу на ефективність його зовнішньоекономічної діяльності, що дасть можливість визначати негативні тенденції, які слугують індикатором для прийняття певних управлінських рішень.

Особливості діагностики факторів впливу на ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства є предметом аналізу багатьох вітчизняних та зарубіжних авторів, а саме : І. Артеменко, І. Багрова, Л. Батченко, В. Власюк, В. Гриньова, А. Градов, М. Дідківський, О. Кіресь, О. Кириченко, Ю. Козак, В. Козик, А. Кредісов, Л. Ліпич, Ю. Макогон, О. Мельник, А. Мокій, В. Новицький, Л. Стровський, І. Фамінський, Т. Циганкова, О.Чугай, І. Школа та інших видатних науковців.

На сьогодні першочерговим управлінським завданням керівників будь-якого підприємства є формування та вдосконалення заходів забезпечення зовнішньоекономічної діяльності, що дає можливість сформувати й реалізувати конкретну послідовність дій, спрямованих на стабільне функціонування ЗЕД підприємства, її стійкий та перспективний розвиток [27].

Зовнішньоекономічна діяльність є невід'ємним елементом міжнародних економічних відносин, який стимулює посилення міжнародної конкурентоспроможності підприємств у їх боротьбі на світових ринках.

Узагальнення поглядів багатьох авторів на сутність поняття «зовнішньоекономічна діяльність» підприємства дає змогу зазначити, що ЗЕД – це частина загальної діяльності підприємства яка тлумачиться як поєднання виробничих, господарських, організаційних та економічних, а також оперативно-комерційних функцій організації відповідно до зовнішньоекономічних зв'язків країни, пов'язаних з виходом підприємства на зовнішні ринки та участю в зовнішньоекономічних операціях, напрямки, форми та методи якої систематизуються згідно процесу виробництва відповідно до цілей та задач підприємства щодо його функціонування та розвитку. Дане уточнення полягає у чіткому підпорядкуванні ЗЕД щодо загальної господарської діяльності підприємства та зовнішньоекономічних зв'язків держави. Зовнішньоекономічна діяльність в усіх країнах спрямована на конкретні дії рис. 1.1.



Рис. 1.1. Направлення зовнішньоекономічної діяльності

Джерело: укладено автором за даними джерела [46]

Багатьом підприємствам слід усвідомити, що організація зовнішньоекономічної діяльності – досить складна і клопітка робота, яка потребує досконалого опрацювання та аналізу усіх чинників зовнішнього та внутрішнього середовища організації. Виходячи на міжнародний ринок, організації потрібно вирішити два основні питання щодо організації своєї ЗЕД:

- 1) питання щодо визначення способу формування найбільш сприйнятливої та ефективної організаційної структури управління ЗЕД;
- 2) питання щодо чіткого встановлення способу керування створеною структурою для досягнення поставленої мети шляхом усунення негативних факторів впливу на ефективність експорту чи імпорту [27].

Початковий етап оцінювання середовища діяльності підприємства, полягає у виокремленні тих груп факторів, які мають найбільший вплив на розвиток ЗЕД. Проаналізувавши праці вищезгаданих авторів варто зазначити, що на ефективність імпорту та експорту підприємства впливають зовнішні та внутрішні фактори.

Внутрішні фактори мають місце в межах підприємства і спричинені його діяльністю. Зовнішні фактори мікросередовища – це ті чинники, які виникають у результаті державної політики, діяльності конкурентів, середовища в якому працює підприємство, тобто мають вплив на рівні держави, де функціонує підприємство [28].

Аналіз факторів впливу на ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємств а також визначення їх особливостей свідчать про досить не малу їх взаємодію. Крім того, виявлення та врахування безпосередньо впливу факторів внутрішнього середовища є вагомим завданням, оскільки саме підприємство може змінити як рівень, так і характер впливу даних факторів, на відміну від факторів впливу зовнішнього середовища.

В умовах кризи, що посилюються в Україні процесами глобалізації, та агресивної конкуренції особливої актуальності набуває питання зовнішніх і внутрішніх загроз стратегії зовнішньоекономічної діяльності. Для їх

класифікації та визначення найбільшого впливу на ЗЕД України пропоную розглянути табл. 1 в якій виявлені загрози внутрішнього та зовнішнього середовища організації, що дадуть змогу керівникам зовнішньоекономічних відділів підприємства виділити першочергові проблеми та перешкоди, вирішення і відповідно усунення яких покращить ефективність реалізації стратегії зовнішньоекономічної діяльності.

Таблиця 1.2.

**Систематизація зовнішніх та внутрішніх загроз стратегії
зовнішньоекономічної діяльності**

Загрози	
Зовнішні загрози	Внутрішні загрози
Використовування ресурсної та технологічної залежності України для політичного тиску на неї	Наявність необхідних ресурсів
Агресивна конкуренція	Відповідність кадрового потенціалу сучасним вимогам
Нанесення збитків України від санкцій міжнародних організацій	Утримання іміджу країни
Періодичні економічні кризи	Рівень адаптації
Короткостроковий характер зовнішньоторгових відносин, втрата традиційних ринків збуту	Нарощування потенціалу для конкурентноспроможної діяльності на світовому рівні
Відсутність можливості використання Україною всесвітнього науково-технічного досвіду	Рівень оновлення основних засобів
Відсутність вчасного інформування ситуації	Необхідність застосування нових технологій
Негативні прояви глобалізації	Рівень вмотивованості працівників
Політична нестабільність у державах контрагентів	Тінізація діяльності
Терористична загроза соціально-економічному розвитку	Адекватність кредитної та фіскальної політики

Джерело: укладено автором за даними джерела [46]

Забезпечення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства залежить від багатьох факторів, серед яких:

- масштаби ЗЕД;
- витрати, які пов'язані з виробництвом за кордоном або з продажем продукції на зовнішніх ринках;
- складність продукції;

- досвід роботи підприємства на міжнародних ринках;
- контроль над гнучкістю економічних процесів, прибутками і поведженням у конкурентному середовищі;
- економічна свобода;
- конкуренція на зовнішніх ринках;
- присутність у країні;
- ризики, пов'язані з роботою на міжнародних ринках [25].

Для українських підприємств створені певні умови для здійснення ЗЕД: вони самостійно визначають свій організаційно-правовий статус, форми та методи ЗЕД, а також формують підприємницьку стратегію, товарну, фінансову, цінову та іншу політику. Це надає можливість підприємствам комплексно та ефективно використовувати свої переваги та регіону в якому вони знаходяться, а також зовнішні фактори у вигляді інвестицій, нових технологій тощо; одужувати додаткові переваги від самостійної ЗЕД [16].

Також існують деякі обставини, що стримують розвиток ЗЕД України. Основними з них є [50]:

1. відсутність гнучкого та збалансованого механізму державного регулювання в умовах кон'юктури внутрішнього та світового ринку;
2. недостатність договірної-правового механізму торговельно-економічних відносин із зарубіжними партнерами;
3. невиконання договірних зобов'язань;
4. технічна відсталість виробництва, низька якість виробництва;
5. розбіжність структур управління в різних країнах;
6. економічні обмеження та заборони з боку інших країн, що зумовлено конкуренцією;
7. недостатнє володіння українськими підприємцями інформацією щодо економічних, організаційно-правових умов роботи на зарубіжних ринках.

Беручи до уваги світову практику, високим критеріям світового ринку мають відповідати не лише деякі товари чи послуги, а також національна виробнича система та господарський механізм конкретної країни.

Тому законодавча та виконавча влада України на сучасному етапі становлення незалежної держави повинна побачити у підвищенні міжнародної конкурентноздатності національної економіки та зовнішньоекономічної діяльності одну з найважливіших цілей економічної політики України[28].

Здійснюючи зовнішньоекономічну діяльність, кожне окреме підприємство має детально дослідити всі чинники та виділити з них ті, що сприятимуть покращенню ефективності організації ЗЕД. Підвищення ефективності ЗЕД можна починати з удосконалення організації роботи відділу, який відповідає за функціонування зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві. Значне значення для ефективної організації зовнішньоторговельних операцій на підприємстві має правильний підбір менеджера та інших працівників відділу, тому що від їх кваліфікації безпосередньо залежить ефективна організація ЗЕД.

Також важливим чинником, що має вплив на покращення ефективності організації ЗЕД аналіз конкурентів на ринку, щоб вижити в конкурентному змаганні а також досягти успіху, обов'язково потрібно використовувати можливості комплексу маркетингу.

Щоб успішно організувати ЗЕД підприємство має розробити різні цікаві та нові на ринку маркетингові стратегії. Також невід'ємною складовою, в контексті даної проблеми, є вибір країни для співпраці. Процес підготовки і успішного здійснення зовнішньоекономічної діяльності вимагає від підприємства досконалого аналізу потенційних партнерів з подальшим постійним їх моніторингом.

Дослідивши роботи національних та зарубіжних науковців можна дійти висновку що систематична оцінка впливу факторів на ефективність зовнішньоекономічної діяльності сприяє оптимізації і забезпеченню а також підвищенню продуктивності роботи підприємства. Покращення ефективності зовнішньоекономічної діяльності організації, знаходиться у тісній залежності від удосконалення його загальної системи управління, що спрямовує на подальші наукові дослідження.

Згідно з результатами проведеного дослідження можна зробити низку висновків та узагальнень:

- проаналізувавши роботи авторів, які досліджували вищезгадані питання в даній статті було виокремлено декілька важливих факторів впливу на зовнішньоекономічну діяльність підприємства які дадуть змогу керівникам зовнішньоекономічних відділів звернути увагу на важливі проблеми які необхідно усунути першочергово задля підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства в цілому;
- на сучасному етапі необхідно сконцентрувати свої зусилля на вдосконаленні методології оцінки впливу факторів на ефективність ЗЕД, яка сприятиме сталому розвитку підприємства.
- мінімізація негативного впливу факторів та максимальне використання сприятливих можливостей дають можливість з максимальною ефективністю забезпечити та активізувати процеси зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

1.3. Методичні підходи до оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій

В сучасний період посилення євроінтеграційних процесів в Україні створені широкі можливості для ведення зовнішньоекономічної діяльності, найпоширенішою формою якої є експортно-імпорتنі операції.

Кузьменко С.С. вважає, що ефективність організації експортно-імпорتنих операцій залежить від функціонування підприємства в цілому. Так, автор стверджує, що організація експортних операцій залежить від кваліфікації менеджера з продажу, від обраної маркетингової політики, від діяльності агентів з пошуку ринків збуту, від якості продукції, від ціни продукції, від витрат на організацію експортних операцій. Ефективність імпорتنих операцій залежить від правильного вибору постачальників, від якості сировини, її ціни та строків поставки [26].

Експортні можливості підприємств визначаються, насамперед, наявністю конкурентоспроможної на зовнішньому ринку продукції. У зв'язку з цим, як зазначає автор [35], для підприємства є доцільним проведення аналізу ефективності здійснення експортних операцій.

Критерій – головна ознака, що відрізняє його від інших кваліфікаційних одиниць. Критерій економічної ефективності не однаковий для різних рівнів ЗЕД. Кожному рівню оцінювання відповідає свій вид економічних інтересів і свій критерій ефективності [15].

Так, на макроекономічному (народногосподарському) рівні під економічною ефективністю зовнішньої торгівлі розуміють ступінь економії національної праці, що досягається шляхом її участі в міжнародному розподілі праці на зовнішньоторговельному обміні. У цьому випадку критерієм ефективності виступає економія національної праці як додаткове джерело зростання ВВП та інших економічних і соціальних макропоказників [18].

На рівні підприємства під економічною ефективністю ЗЕД розуміють ступінь збільшення доходу від здійснення зовнішньоторговельних операцій. Критерій ефективності є прибуток як основна міра ефективності. Визначення ефективності ЗЕД зумовлює ступінь зацікавленості підприємства у виході на світовий ринок, дає змогу обґрунтувати окремі позиції щодо закупівлі та продажу певних товарів. Одержані дані можуть бути використані при розробленні планів експорту та імпорту підприємства при оцінюванні структури та напрямків зовнішньоторговельного обороту.

Усю систему оціночних показників ЗЕД підприємства можна розділити на 4 групи:

1. Абсолютні показники:

- обсяг експорту;
- обсяг імпорту;
- обсяг накладних витрат на експорт/імпорт;
- середній залишок коштів;

- кількість отриманих рекламацій;
- сума рекламацій;
- кількість задоволених рекламацій;
- перевага покупцями ТМ фірми;
- обсяг експорту нових товарів.

2. Відносні показники:

- індекс динаміки;
- індекс вартості;
- індекс фізичного обсягу;
- індекс ціни;
- індекс кількості (наприклад, динаміка частки світового, європейського ринків, частка нових товарів в експорті, які з'явилися за останні 5 років, частка зниження витрат, яку одержано внаслідок використання нових технологій тощо);
- коефіцієнти виконання зобов'язань з експорту/імпорту за вартістю, фактичним обсягом, ціною;
- середня тривалість обороту експортної/імпортної операції;
- коефіцієнт віддачі коштів від експортних/імпортних операцій.

3. Показники структури:

- товарна структура експорту/імпорту;
- географічна структура;
- структура накладних витрат.

4. Показники ефективності (ефекту):

- валютна ефективність експорту/імпорту:

$$E_{\text{екс}} = \frac{\sum P_{\text{вн}} \cdot \frac{?}{\text{ексі}}}{\sum P_{\text{п}} \cdot \frac{?}{\text{ексі}}}, \quad (1.4)$$

де $E_{\text{екс}}$ - економічна ефективність експорту (виникає у виробників експортної продукції);

i - вид продукції, що експортується;

$P_{\text{вн}i}$ – внутрішня ціна одиниці продукції i - го виду, що експортується;

$ексi$ – обсяг експортної продукції i -го виду;

$P_{\text{вн}i} \cdot ексi$ – вартість експорту у цінах внутрішнього ринку;

$P_{\text{п}i}$ – ціна підприємства одиниці продукції i -го виду, яка експортується;

$P_{\text{п}i} \cdot ексi$ – вартість експорту в цінах підприємства.

$$E_{\text{імп}} = \frac{\sum P_{\text{п}i} \cdot \text{імп}i}{\sum P_{\text{вн}i} \cdot \text{імп}i}, \quad (1.5)$$

де $E_{\text{імп}}$ - економічна ефективність імпорту (виникає у споживачів імпортової продукції);

$P_{\text{п}i}$ – ціна підприємства одиниці i - го виду продукції імпортозамінника;

$імпi$ – обсяг імпорту продукції i -го виду;

$P_{\text{п}i} \cdot імпi$ – вартість витрат вітчизняного виробника товару - аналогу імпортного;

$P_{\text{вн}i}$ – внутрішня ціна одиниці імпортової продукції i -го виду;

$P_{\text{вн}i} \cdot імпi$ – вартість імпорту у внутрішніх цінах.

– ефективність експорту/імпорту:

Обчислення економічного ефекту від експорту ($E\Phi_{\text{екс}}$) або імпорту ($E\Phi_{\text{імп}}$) здійснюється за формулами (знак «+» означає, що ефект є, знак «-» — його відсутність):

$$\pm E\Phi_{\text{екс}} = P_{\text{вн}i} \cdot ексi - P_{\text{п}i} \cdot ексi \quad (1.6)$$

$$\pm E\Phi_{\text{імп}} = P_{\text{пі}} ?_{\text{імпі}} - P_{\text{вні}} ?_{\text{імпі}} \quad (1.7)$$

– рентабельність експорту:

$$P_e = (H_e ? C_e) ? 100\%, \quad (1.8)$$

де H_e - гривневі надходження від експорту, які розраховуються шляхом перерахування валютної виручки в гривні за курсом Національного банку – економічний ефект імпорту/експорту:

$$E_i = C_p - B_i, \quad (1.9)$$

де E_i – економічний ефект імпорту;

C_p – ціна реалізації імпортованих товарів на внутрішньому ринку, грн;

B_i – витрати на імпорт товарів (контрактна вартість, митні платежі, податки тощо).

$$E_e = H_e - ПВ, \quad (1.10)$$

де E_e - економічний ефект експорту;

H_e - гривневі надходження від експорту, які розраховуються шляхом перерахування валютної виручки в гривні за курсом Національного банку України на день надходження валютної виручки;

ПВ - повні витрати підприємства на експорт, грн.

– інтегральний економічний ефект:

$$E_T = P_T - B_T, \quad (1.11)$$

де E_T — інтегральний економічний ефект;

P_T — вартісна оцінка результатів інвестиції за всі роки їх отримання;

B_T — витрати на здійснення заходів щодо реалізації інвестиції.

- ефективність реалізації експортної продукції на внутрішньому ринку;
- ефективність придбання та використання імпортного обладнання;
- ефективність придбання та продажу ліцензій.

Розрахунок показників ефективності здійснюється за такими принципами [11]:

- Найповніший облік усіх складових витрат і результатів. неповний облік витрат та отриманих результатів може спотворити висновки про оцінку ефективності того чи іншого рішення;
- Необхідність порівняння з базовим варіантом. За базовий варіант може бути прийнятий стан справ до прийняття певного рішення. Неправильний вибір бази порівняння може призвести до спотворення оцінок;
- Приведення витрат і результатів до однієї бази зіставлення;
- Приведення різних за часом витрат і результатів до одного моменту часу;
- Наявність достовірності інформації, систему збору та аналізу даних.

Конкретний розрахунок показників ефективності залежатиме значною мірою від виду зовнішньоторговельної операції, її мети, умов та інших особливостей і конкретної угоди у межах ЗЕД, здійснюваної на підприємстві [33].

Щоб визначити ефективні напрями діяльності підприємства у сфері ЗЕД, потрібен ретельний аналіз її стану. Проведення аналізу експортних та імпорتنих операцій включає:

- Визначення виконання зобов'язань за вартістю, фізичним обсягом та ціною експортних/імпорتنих товарів;
- Визначення виконання зобов'язань за термінами їхніх поставок та якістю;
- Установлення факторів і величин їхнього впливу на економічні показники;

– З'ясування причин недовиконання зобов'язань за тими чи іншими позиціями [9].

Процес проведення аналізу має 4 етапи: аналіз виконання зобов'язань за товарами та товарними групами; виконання зобов'язань за країнами експорту/імпорту; виконання зобов'язань за країнами ближнього зарубіжжя; узагальнення результатів аналізу.

На першому етапі з'ясовується кількість та загальна сума укладених угод, кількість і загальна сума виконаних угод, кількість, види та сума прострочених контрактів, причини неповної реалізації угод і порушень термінів поставок товарів.

Аналіз ефективності зовнішньоекономічної діяльності має важливе значення для оцінки поточного економічного стану підприємства, перспектив його розвитку і попередження фінансових втрат. Він є невід'ємною та визначальною частиною загального аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Комплексний аналіз суб'єкта господарювання, який здійснює зовнішньоекономічну діяльність, передбачає таке:

- а) дослідження стану зовнішньоекономічної діяльності підприємства у цілому та його підрозділів;
- б) з'ясування рівня міжнародної конкурентоспроможності товарів, що експортуються;
- в) виявлення можливих резервів підвищення результативності зовнішньоекономічної діяльності;
- г) постановку проблеми щодо стратегії і тактики поведінки на зовнішньому ринку та розробку заходів з реалізації поставлених завдань.

Методика аналізу ефективності зовнішньоекономічних операцій насамперед передбачає:

- а) загальний аналіз дохідності підприємства за рахунок зовнішньоекономічної діяльності;
- б) аналіз виконання зобов'язань за зовнішньоекономічними операціями;
- в) аналіз ефективності віддачі на кошти, вкладені в експортні операції;

г) аналіз ефективності імпорتنих операцій, зокрема, у випадку їх здійснення на умовах використання кредиту.

Основні положення методики аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності на рівні суб'єктів господарювання аналогічні методичним підходам, що застосовуються для відповідного аналізу на макрорівні. Способом визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності є обчислення різних показників економічної ефективності на основі зіставлення досягнутих економічних результатів із витратами ресурсів на їх досягнення.

Система показників економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності поділяється на дві групи рис. 1.2.

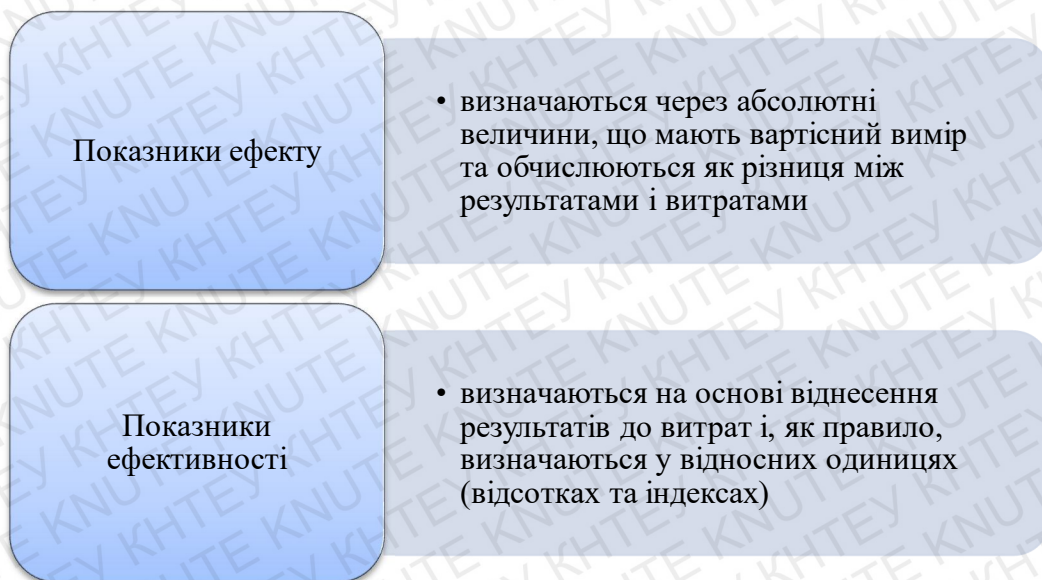


Рис. 1.2. Система показників економічної ефективності

Джерело: укладено автором за даними джерела [46]

Таким чином, проведене дослідження переконує, що найпоширенішою формою здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємствами України є експорт та імпорт товарів та послуг. А для того, щоб пошук шляхів удосконалення організації та підвищення ефективності експортно-імпорتنих операцій підприємства займав мінімальну кількість часу та власних ресурсів

необхідне проведення попереднього аналізу здійснених торгівельних операцій в минулих періодах, який враховує такий важливий критерій аналізу як ефективність експортно-імпортних операцій від торговельної діяльності.

Процес здійснення зовнішньоекономічної діяльності є надзвичайно складним на будь-якому підприємстві. Для визначення ефективності подальшого здійснення такого роду діяльності, порівнянні досягнутих результатів із попередніми періодами доцільно здійснювати оцінку ефективності ЗЕД. Для цього існують ряд показників експортно- імпортних операцій, які відображають ефективність здійснення того чи іншого виду зовнішньоторговельних операцій на підприємстві. Процес оцінки ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю є доволі змістовним та повним, але при цьому слід враховувати особливості кожного підприємства та специфіку його ЗЕД.

Варто зауважити, що в ринкових умовах підприємство не повинно обмежуватись лише класичними способами оцінки та аналізу ефективності ЗЕД, оскільки вони не завжди дозволяють визначити реальний вплив ефективності управління такою діяльністю на фінансове становище підприємства, загальну ефективність його діяльності, а також на його платоспроможність. Для усунення такого недоліку вищенаведених чинників та для оцінки ефективності ЗЕД у подальших дослідженнях пропонується використовувати показники економічної безпеки підприємства, оскільки у ЗЕД, окрім позитивноекономічного ефекту, на підприємство діє ряд негативних чинників, що можуть вплинути й власне на його економічну безпеку.

Висновки до розділу 1

В розділі 1 даної магістерської роботи сформовано сутність ефективності, як економічної категорії та особливості її прояву в зовнішньоекономічних операціях, визначено фактори що впливають на ефективність зовнішньоекономічних операцій, та висвітлено методичні підходи до оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій.

Ефективність експорту – це вигідність експорту, яка вимірюється відношенням вартості вивезеного з країни товару в зовнішньоторговельних цінах до його вартості у цінах внутрішнього ринку [13]. Таке визначення є універсальною характеристикою, яку застосовують як для макро-, так і для мікрорівня.

Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства – це складна категорія, яка поєднує у собі параметри, що характеризують розвиток внутрішнього та зовнішнього ринків. Для того, щоб показники ефективності давали на практиці правильну відповідь на питання про доцільність реалізації підприємством тих чи інших зовнішньоторговельних операцій, варто правильно обрати критерій ефективності.

Забезпечення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства залежить від багатьох факторів, серед яких:

- масштаби ЗЕД;
- витрати, які пов'язані з виробництвом за кордоном або з продажем продукції на зовнішніх ринках;
- складність продукції;
- досвід роботи підприємства на міжнародних ринках;
- контроль над гнучкістю економічних процесів, прибутками і поведінням у конкурентному середовищі;
- економічна свобода;
- конкуренція на зовнішніх ринках;
- присутність у країні;
- ризики, пов'язані з роботою на міжнародних ринках [25].

Процес здійснення зовнішньоекономічної діяльності є надзвичайно складним на будь-якому підприємстві. Для визначення ефективності подальшого здійснення такого роду діяльності, порівнянні досягнутих результатів із попередніми періодами доцільно здійснювати оцінку ефективності ЗЕД. Для цього існують ряд показників експортно-імпортних операцій, які відображають ефективність здійснення того чи іншого виду

зовнішньоторговельних операцій на підприємстві. Процес оцінки ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю є доволі змістовним та повним, але при цьому слід враховувати особливості кожного підприємства та специфіку його ЗЕД.

Основні положення методики аналізу ефективності зовнішньоекономічної діяльності на рівні суб'єктів господарювання аналогічні методичним підходам, що застосовуються для відповідного аналізу на макрорівні. Способом визначення ефективності зовнішньоекономічної діяльності є обчислення різних показників економічної ефективності на основі зіставлення досягнутих економічних результатів із витратами ресурсів на їх досягнення.

Система показників економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності поділяється на дві групи:

- показники ефекту, які визначаються через абсолютні величини, що мають вартісний вимір та обчислюються як різниця між результатами і витратами;
- показники ефективності, які визначаються на основі віднесення результатів до витрат і, як правило, визначаються у відносних одиницях (відсотках та індексах).

Таким чином, проведене дослідження переконує, що найпоширенішою формою здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємствами України є експорт та імпорт товарів та послуг. А для того, щоб пошук шляхів удосконалення організації та підвищення ефективності експортно-імпортних операцій підприємства займав мінімальну кількість часу та власних ресурсів необхідне проведення попереднього аналізу здійснених торговельних операцій в минулих періодах, який враховує такий важливий критерій аналізу як ефективність експортно-імпортних операцій від торговельної діяльності.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «ФАРМАК»

2.1. Аналіз фінансово-господарської діяльності ПАТ «Фармак»

Компанія «Фармак» – з 2016 року лідер фармацевтичного ринку України, займає близько 5,6% ринку України серед усіх виробників лікарських засобів та 16,4% ринку України серед українських виробників лікарських засобів. Сьогодні продуктовий портфель «Фармак» налічує понад 200 лікарських засобів різних терапевтичних напрямків та форм випуску. Щороку компанія освоює та виводить на ринок в середньому 20 нових препаратів.

Препарати «Фармак» допомагають подолати недуги в кількох терапевтичних напрямках: ендокринологія, кардіологія, офтальмологія, неврологія, ревматологія та простудні захворювання. Підприємство також забезпечує високотехнологічне виробництво контрастних засобів.

Виробничі потужності ПАТ «Фармак» дозволяють щорічно випускати 993 млн таблеток, 200 млн драже, 106 млн капсул, 4 млн туб, 41 млн поліетиленових флаконів, 14 млн шприців, 197 млн флаконів інших форм (спреї, ампули тощо) [21].

Виробництво відповідає національним та міжнародним Правилам належної виробничої практики (Good Manufacturing Practice – GMP).

«Фармак» постійно збільшує інвестиції у виробництво - за останні 4 роки капітальні інвестиції склали більше 1 млрд. грн.

За останні 15 років на підприємстві було введено в експлуатацію 17 виробничих дільниць, сучасну мікробіологічну лабораторію, розроблено десятки нових препаратів.

Наприкінці 2012 року SAP ERP було валідовано спеціалістами італійської компанії «Pharma Quality Europe» щодо відповідності всіх процесів, налаштованих у модулях системи, стандартам GMP.

Близько 22% продукції експортується у 20 країн світу (в т.ч. Узбекистан, Казахстан, Білорусь, Польщу, Болгарію, Німеччину та інші країни Європи й СНД, Балтії) [16].

«Фармак» розробив та втілює з 2012 року Стратегію з корпоративної соціальної відповідальності, положення якої узгоджуються зі стратегічними цілями й пріоритетами компанії.

Товарна структура експорту включає в себе більшість товарних позицій компанії. В асортименті компанії «Фармак» понад 300 найменувань лікарських засобів. Купуючи лікарські засоби, можна бути впевненим в їх якості, безпеці та ефективності. Для цього в компанії створена, впроваджена та постійно вдосконалюється фармацевтична система якості згідно з чинними регуляторними вимогами та відповідно до світових стандартів. Система спрямована на забезпечення та постійне підтримання належного рівня якості продуктів та дотримання вимог поточних належних практик у системах: забезпечення якості, логістика, виробництво, пакування та маркування, приміщення та обладнання, контроль якості, розробка та дослідження, а також вдосконалення бізнес-процесів компанії.

Основними експортними товарними позиціями є готові лікарські засоби рис. 2.1.

ПАТ «Фармак» має декілька спеціалізованих портфелів, таких як офтальмологічний портфель, контрастні засоби, та проводить випуск фармацевтичної продукції яка завдяки міжнародній та державній сертифікації (Додаток Г), відповідає вимогам багатьох країн які її імпортують.

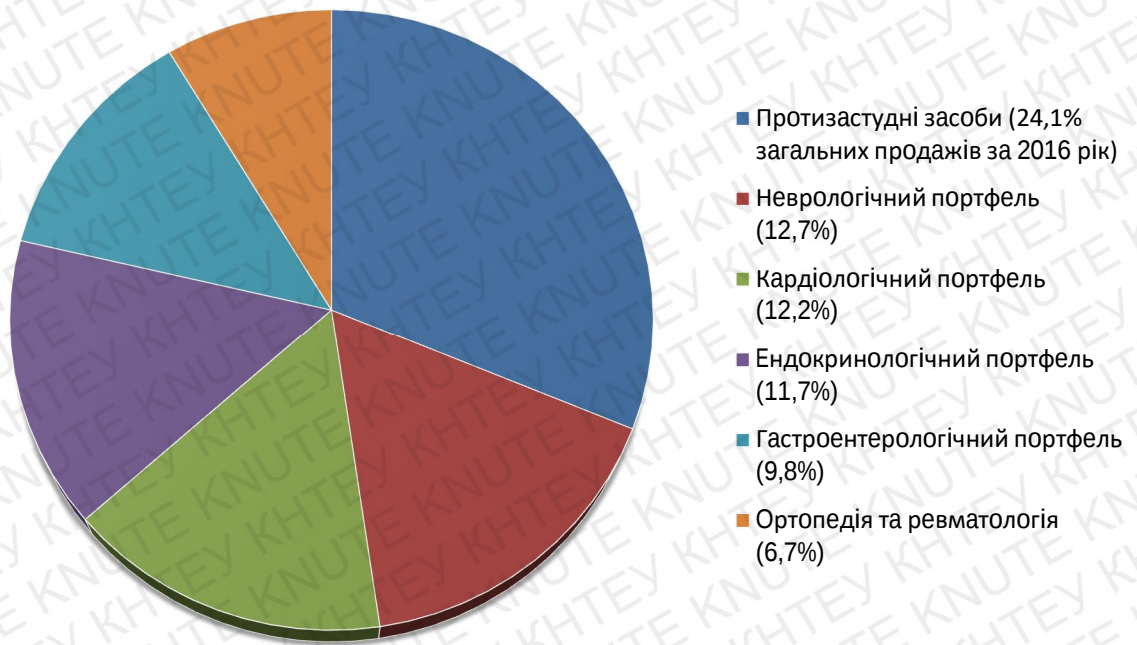


Рис. 2.1. Основні експортні товарні позиції ПАТ «Фармак»

Джерело: укладено автором за даними джерела [44]

Основні факти про компанію ПАТ«Фармак» [44]

- Лідер ринку фармацевтичної продукції, за 2015-2016 рр. займає частку ринку України серед всіх виробників лікарських засобів – 16,8%;
- Географія продажів – понад 20 країн, 24,6% продукції пішло на експорт в 2016 р.;
- Щорічний ріст продажів майже на 50%: за 2014 р.- 2540 млрд грн., за 2015 р.-3597 млрд грн.(+49% порівняно з попереднім роком), за 2016 рю- 4652 млрд грн. (+29,1% порівняно з попереднім роком) ;
- Великі обсяги інвестицій, за останні сім років понад 23 млрд грн. капітальних інвестицій, з них майже 500 млн грн. інвестиції у виробництво АФІ та Шостці, майже 470 млн грн. інвестиції в лабораторії та модернізацію виробництва.

Переваги ПАТ «Фармак» [44]

- Послуги по впровадженню бізнес-рішень надає компанія-партнер SAP — CONIM які забезпечують лідерство ПАТ «Фармак» серед фармацевтичних компаній України більше трьох десятиліть
- Присутність на ринках з високим потенціалом зростання (Узбекистан, Казахстан, Білорусь, Польщу, Болгарію, Німеччину та інші країни Європи й СНД, Балтії)
- Географічна близькість до Європи та СНД

Доцільно розпочати аналіз фінансових результатів діяльності підприємства, що дозволить зробити висновок щодо прибутковості або збитковості діяльності підприємства, тенденцій зміни його фінансових результатів діяльності порівняно з попередніми періодами, основних факторів, що вплинули на формування кінцевих результатів господарської діяльності підприємства, щодо динаміки та структури його фінансових результатів.

Для того, щоб отримати уявлення про діяльність даного об'єкта господарювання розглянемо основні фінансово-економічні показники ПАТ «Фармак» та їх динаміку за період з 2014 до 2017 рр. (по даним фінансової звітності 2014-2017 років – Додаток А), (табл. 2.1.)

Таблиця 2.1.

Динаміка фінансових результатів діяльності ПАТ «Фармак» (тис. грн.) за 2013-2017рр., тис. грн

Стаття	2013	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення 2017/2013
I. Необоротні активи						
Основні засоби:	29915	756 777	705 007	603015	567 055	537140
первісна вартість	108583	1 042 082	1 032 492	918427	890 971	782388
знос	256935	285 305	327 485	315412	323 916	66981
Інвестиційна нерухомість:	0	0	0	11	11	11
первісна вартість	0	0	0	10	10	10
Усього за розділом I	395433	756798	705 028	603036	567 076	395433
II. Оборотні активи						
Запаси	5950	7454	8900	8512	8 847	2897

Продовження табл.2.1

Стаття	2013	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення 2017/2013
Виробничі запаси	2573	0	0	92001		2573
Векселі одержані		0	0	220		0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари,	19670	49016	67067	1279	71 252	51582
з бюджетом	7751	0	2772	32	1 394	-6357
Інша поточна дебіторська заборгованість		4144	454		12 664	12664
Гроші та їх еквіваленти		22	43	0	0	0
Готівка		1897	0	0	0	0
Усього за розділом II	35944	60636	79236	102044	94 290	92 601
Баланс	431377	817434	784264	705080	661 366	229989

Джерело: розраховано автором за даними джерела [37]

З таблиці 2.1 бачимо, що основні засоби збільшилися на 12016 тис. грн., або на 1,16% 2017 році порівняно до 2013 року. Оборотні активи за звітний період мають деякі позиції до збільшення, а деякі до зменшення. Зокрема, вартість запасів підприємства зменшилася на 9,79%, дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги – на 23,15%, інша поточна заборгованість – збільшилася у майже в 52 рази, грошові кошти збільшилися в 156 рази.

Загалом, найбільшу частку в структурі активів ПАТ «Фармак» становить інша поточна дебіторська заборгованість – 15634,88%.

Структура пасивів представлена в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Динаміка активів ПАТ «Фармак» за 2013-2017рр., тис. грн.

Стаття	2013	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення 2017/2013
I. Необоротні активи						
Основні засоби:	29915	756 777	705 007	603015	567 055	537140
первісна вартість	108583	1 042 082	1 032 492	918427	890 971	782388
знос	256935	285 305	327 485	315412	323 916	66981

Продовження табл. 2.2

Стаття	2013	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення 2017/2013
Інвестиційна нерухомість:	0	0	0	11	11	11
первісна вартість	0	0	0	10	10	10
Усього за розділом I	395433	756798	705 028	603036	567 076	395433
II. Оборотні активи						
Запаси	5950	7454	8900	8512	8 847	2897
Виробничі запаси	2573	0	0	92001		2573
Векселі одержані		0	0	220		0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари,	19670	49016	67067	1279	71 252	51582
з бюджетом	7751	0	2772	32	1 394	-6357
Інша поточна дебіторська заборгованість		4144	454		12 664	12664
Гроші та їх еквіваленти		22	43	0	0	0
Готівка		1897	0	0	0	0
Усього за розділом II	35944	60636	79236	102044	94 290	92 601
Баланс	431377	817434	784264	705080	661 366	229989

Джерело: розраховано автором за даними джерела [44]

Серед джерел формування майна підприємства зареєстрований капітал характеризується сталістю – він становить 175833 тис. грн. Резервний капітал мав тенденцію до збільшення в 2017 році на 88,76% порівняно з 2013 роком, а нерозподілений прибуток зріс на 4,70%, оскільки підприємство відстрочило податкові зобов'язання, що свідчить про зростання їх та залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування.

Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги ПАТ «Фармак» зменшились на 159565 тис. грн., що є позитивним явищем для підприємства.

Поточні зобов'язання за розрахунками з бюджетом зменшилися на 70,39% в 2017 році порівняно з 2013 роком, з оплати праці на збільшилися на 22,90% в 2017 році порівняно з 2013 роком. Інші поточні зобов'язання збільшилися майже у 9 разів в 2017 році порівняно з 2013 роком. Баланс ПАТ

«Фармак» мав тенденцію до зростання в 2017 році на 1,23% порівняно з 2013 роком.

Розглянемо показники ліквідності ПАТ «Фармак» за 2014-2017 роки (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Динаміка показників ліквідності ПАТ «Фармак» за 2013-2017 рр.

Показники	Оптимальне (рекомендоване) значення	Станом на:					Відносне відхилення, 2017/2013
		31.12. 2013	31.12. 2014	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	
Коефіцієнт покриття (загальної ліквідності)	>2	0,37	0,87	0,78	1,06	1,78	1,41
Коефіцієнт швидкої ліквідності	>1	0,33	0,36	0,01	0,96	1,63	1,30
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,2	0,00	0,01	-	-	0,13	0,13
Чистий оборотний капітал, тис. грн		-133838	-124785	-28950	5681	40602	174440

Джерело: розраховано автором за даними джерела [43].

Як свідчить аналіз, підприємство має досить невеликий запас ліквідності. За аналізований період в 2016 та 2017 році показники ліквідності знаходяться нижче межі нормативу, як і в 2013 та 2015 році. Загальний коефіцієнт покриття показує, скільки грошових одиниць оборотних активів припадає на кожну грошову одиницю поточних зобов'язань. У 2017 році значення цього показника більше 1, що свідчить про те, що підприємство може своєчасно ліквідувати борги. Коефіцієнт швидкої ліквідності показує можливість розрахунку по поточних зобов'язаннях за рахунок грошових коштів і коштів в розрахунках.

В 2017 році відбулося збільшення значення показника швидкої ліквідності на 1,30 пункти порівняно з 2013 роком, що склало 0,33 при нормативному значенні не менше 0,5. Наймобільнішою частиною оборотних активів є гроші. Оборотні активи в грошах готові до платежу й розрахунків негайно, тому відношення їх до поточних зобов'язань називають коефіцієнтом абсолютної ліквідності. Підприємство не має необхідний запас абсолютної ліквідності, про що свідчить значення цього показника. В 2017 році відбулося збільшення його значення на 0,13 пункти і становить 0,13 при нормативному значенні не менше 0,2.

Чистий оборотній капітал зріс в 2017 році на 174440 тис. грн. в порівнянні з базовим 2013 роком, що означає підприємство не тільки може погасити свої короткострокові зобов'язання, але і має резерви для розширення діяльності.

Розглянемо показники фінансової стійкості ПАТ «Фармак» за 2013-2017 роки (табл. 2.10).

Коефіцієнт фінансової автономії вказує, яку частину активів підприємство здатне профінансувати за рахунок власного капіталу. Нормативним значенням показника є 0,4 – 0,6. Так як показники знаходяться в межах нормативного значення показує про самофінансування активів ПАТ «Фармак». Коефіцієнт фінансової залежності показує, що підприємство залежить від зовнішніх джерел фінансування так як його нормативне значення близько 2, а його значення менше нормативного значення

Розглянемо показники платоспроможності ПАТ «Фармак» за 2013-2017 роки (табл. 2.4).

Коефіцієнт фінансової автономії вказує, яку частину активів підприємство здатне профінансувати за рахунок власного капіталу. Так як показники знаходяться в межах нормативного значення показує про самофінансування активів ПАТ «Фармак». Коефіцієнт фінансової залежності показує, що підприємство залежить від зовнішніх джерел фінансування так як його нормативне значення більше нормативного значення.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу дозволяє визначити частку власного капіталу, що спрямована на фінансування оборотних активів. Досліджуваний період показує, що недостатньо власних фінансових ресурсів для фінансування необоротних активів та частини оборотних.

Коефіцієнт фінансової стійкості дозволяє вказати, яка частина активів фінансується за рахунок довгострокових джерел фінансування – власного капіталу та довгострокових позикових фінансових ресурсів. Високе значення показника свідчить про низький рівень ризику втрати платоспроможності та хороші перспективи функціонування підприємства. Зокрема банкрутство у поточному році суб'єкту господарювання не загрожує, адже як видно за аналізований період 2013-2017 рр. вона є практично в межах норми, тож підприємству не загрожує на даний час банкрутство.

Таблиця 2.4

Показники фінансової стійкості ПАТ «Фармак» за 2013-2017 рр.

Показники	Оптимальне (рекомендоване) значення	Станом на:					Відносне відхилення, 2017/2013
		31.12. 2013	31.12. 2014	31.12. 2015	31.12. 2016	31.12. 2017	
Коефіцієнт фінансової автономії	>0,5	0,66	0,69	0,75	0,81	0,68	0,02
Коефіцієнт фінансової залежності	<0,5	1,51	1,44	1,33	1,24	1,48	-0,03
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	>0,4	-0,17	-0,12	-0,04	0,01	0,05	0,22
Коефіцієнт фінансової стійкості	>1	0,73	0,78	0,81	0,87	0,93	0,20

Розраховано автором за даними джерела [43]

Показники ділової активності ПАТ «Фармак» представлено в табл. 2.5.

Дані табл. 2.5 свідчать, що фондвіддача на підприємстві за останні три роки мала змінну тенденцію та збільшилася на 3,78 тис. грн. Коефіцієнт оборотності оборотних активів 2017 році збільшився на 0,45 порівняно з 2013 роком, що показує про збільшення використання виробничих ресурсів. Тривалість обороту навпаки зменшилася у 2017 році в порівнянні з 2013 роком

на 151,57, що показує зменшення тривалості обороту коштів на підприємстві.

Таблиця 2.5

Динаміка показників ділової активності ПАТ «Фармак» за 2013-2017 рр.

Показники	Нормативне значення	2013	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення, 2017/2013
Фондовіддача	збільшення	41,21	24,12	219,61	26,61	44,99	3,78
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	зменшення	0,84	0,41	0,76	0,73	1,29	0,45
Тривалість обороту оборотних активів	зменшення	434,52	890,24	480,26	500,00	282,95	-151,57
Частка оборотних засобів в активах	збільшення	0,94	0,94	0,97	0,96	0,97	0,03

Джерело: розраховано автором за даними джерела [43].

Частка оборотних засобів в активах має тенденцію до збільшення в 2017 році в порівнянні до 2013 року на 14,52, що означає відбувалося інвестування коштів, але цьому показнику краще зменшуватися чим збільшуватися.

Чистий оборотний капітал збільшився на 0,3 тис. грн. 2017 році в порівнянні 2013 роком, що означає підприємство погасило свої короткострокові зобов'язання.

Розглянемо більш детально показники рентабельності ПАТ «Фармак» за 2013-2017 роки (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Динаміка показників рентабельності ПАТ «Фармак»

Показники		2013	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення, 2017/2013
Коефіцієнт рентабельності активів	збільшення	2,90	1,97	1,48	0,58	0,38	-2,52
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	збільшення	9,52	7,21	6,41	3,59	3,94	-5,58

Продовження табл. 2.6

Показники		2013	2014	2015	2016	2017	Відносне відхилення, 2017/2013
Коефіцієнт рентабельності діяльності	збільшення	7,90	7,06	4,40	1,70	1,07	-6,83
Коефіцієнт рентабельності продукції	збільшення	9,08	8,24	5,11	1,93	1,21	-7,87

Джерело: розраховано автором за даними джерела [43].

Коефіцієнт рентабельності активів в період з 2016-2017 року мав тенденцію до зменшення, що свідчить про зменшення ефективності використання активів підприємства. Коефіцієнт рентабельності активів в період з 2013-2017 року мав тенденцію до зменшення, що свідчить про зменшення ефективності використання активів підприємства.

Коефіцієнт рентабельності власного капіталу в період 2013-2017 років мав тенденцію також до спаду, що свідчить про неефективне вкладання коштів до даного підприємства. Таку ж саму ситуацію мав коефіцієнт рентабельності діяльності, що свідчить про неефективність господарської діяльності підприємства. Коефіцієнт рентабельності продукції в період 2013-2017 років має тенденцію до спадання що свідчить про зниження прибутковості господарської діяльності ПАТ «Фармак» від основної діяльності.

Отже, можна зробити висновок, що ПАТ «Фармак» має не зовсім стійку фінансово-господарську діяльність, що не дозволяє даному підприємству збільшувати свої основні показники кожного року. Так за минулий рік показники покращились, але виходячи з аналізу за 5 років, загальний висновок є невтішним. Проте не дивлячись на політичні та економічну ситуацію в країні підприємство активно розвивається та збільшує свій дохід, орієнтуючись на реалізацію своєї продукції не тільки на внутрішньому, але і на зовнішньому ринку.

Інформація про банк послугами якого користується ПАТ «Фармак»:

ING - це всесвітня фінансова група із 150-літньою історією, що пропонує банківські та страхові послуги, інвестиційні та пенсійні програми. На сьогоднішній день ING є однією з 20 найбільших фінансових установ світу з головним офісом в Амстердамі, Нідерланди. ING - це 32 млн. клієнтів у 40 країнах світу та близько 63 тисячі працівників.

В Україні ING представлено ПАТ «ІНГ Банк Україна». У 1994 році ING Bank N.V. відкрив представництво у Києві, а в грудні 1997 року був зареєстрований як банк із 100% іноземним капіталом. Із того часу ІНГ Банк залишається на ринку України та надає своїм клієнтам ефективні та високоякісні фінансові послуги. ІНГ Банк обслуговує міжнародні компанії та великих українських корпоративних клієнтів, пропонує широкий спектр продуктів та послуг комерційного банкінгу за підтримки відповідної мережі ING у регіоні Центральної та Східної Європи.

ІНГ Банк Україна - це корпоративний банк, який пропонує клієнтам повний спектр корпоративних банківських продуктів та послуг.

2.2. Дослідження зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «Фармак»

Зовнішньоекономічна діяльність являє собою процес реалізації зовнішньоекономічних зв'язків. Поняття зовнішньоекономічної діяльності в даний час найбільш прийнятно до зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання.

Пов'язано це з результатом реформування зовнішньоекономічної сфери, в результаті якої: роль держави у зовнішньоекономічній діяльності докорінно змінилася. Під ЗЕД держава виступає в основному регулятором цієї діяльності, на відміну від його ролі при здійсненні міжурядових економічних зв'язків, де воно є безпосереднім суб'єктом цих зв'язків; центром зовнішньоекономічної діяльності стають суб'єкти господарювання, а сама ЗЕД здійснюється в основному на рівні виробничих структур (фірм, організацій, підприємств і т.д.) з повною самостійністю у виборі іноземного партнера, номенклатури товару

для експортно-імпоротної угоди, у визначенні ціни і вартості контракту, обсягів і термінів поставок[1].

Підприємством є господарюючий суб'єкт, який на основі використання економічних ресурсів виробляє і реалізує товари, виконує роботи, надає послуги. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства - це сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою інтеграцією і кооперацією, експортом і імпортом товарів і послуг, виходом на зовнішній ринок. Розвиток зовнішньоекономічної діяльності дає підприємству нові можливості, такі як використання переваг міжнародної кооперації виробництва та свобода у прийнятті рішень для здійснення своїх виробничих завдань.

Для підприємств це такі завдання, як:

- вільний вибір виробничих ресурсів з опорою на можливості світового ринку;
- свобода вибору напрямків і форм реалізації виробленої продукції з максимальною прибутковістю;
- свобода вибору виробничого партнера по кооперації, в найбільшій мірою відповідає економічним інтересам підприємства;
- свобода вибору шляхів і можливостей підвищення технічного рівня виробництва і конкурентоспроможності виробленої продукції, зміцнення експортного потенціалу;
- включаючись в міжнародну кооперацію виробництва, підприємство стає учасником міжнародного відтворювального процесу як єдиного цілого, окремі елементи якого взаємопов'язані і взаємозалежні. Це створює основу для економічної стабільності окремих його ланок.

Фармацевтичний ринок – це потужний промисловий сектор, який входить у п'ятірку найбільш прибуткових галузей світового господарського комплексу.

Фармацевтична галузь посідає значне місце і в економіці України, оскільки є важливим сегментом національного ринку, багато в чому визначає

національну і оборонну безпеку країни, відрізняється великою наукоємністю і розвиненою кооперацією.

База дослідження ПАТ «Фармак» – одне з підприємств-лідерів фармацевтичної промисловості України. Місією підприємства є повне задоволення попиту споживачів на продукцію, забезпечення населення ефективними і безпечними лікарськими засобами стабільного рівня якості, створення і виробництво продукції, конкурентоспроможної на внутрішньому і зовнішньому ринках.

В 2017 році ПАТ «Фармак» також закріпив лідерство на фармацевтичному ринку України, як і в 2016 році, утримуючи позицію №1 в продажах п'ятий рік поспіль. (з долею в продажах ЛЗ 5,6%, приріст долі 9%). За результатами 2016 року ПАТ «Фармак» займає позицію лідера в госпітальних продажах. (з долею в госпітальних продажах ЛЗ 9,4%, приріст долі 30%) Крім того, ріст експортних продаж у 2016 році склав 60,5% в грн. (приріст 4,6% в доларовому еквіваленті) та доля експортних відвантажень у загальних продажах збільшилась з 41% у 2016 році. На підприємстві функціонує інтегрована система якості та приділяється значна увага контролю якості на стадії розробки, тестуванні та виробництва продукції. ПАТ «Фармак» впровадило всеохоплюючу систему контролю якості у відповідності до нормативів GMP та вимог ISO 9001 системи управління якістю та ISO 13485 системи управління якістю для медичних виробів. Команда з контролю якості відповідає за випробування та забезпечення того, що всі субстанції, допоміжні речовини, пакувальні матеріали та вироблені продукти знаходяться у відповідності до затверджених специфікацій.

ПАТ «Фармак» фокусується на розробці, виробництві та продажу рецептурних та безрецептурних лікарських засобів широкого переліку, зокрема генеричних препаратів та препаратів добре вивченого медичного застосування, продажі яких склали 90,0% від загальних продаж підприємства за 2017 рік. Крім того, у своєму арсеналі підприємство має два брендovaných оригінальних фармацевтичних продукти, продажі яких у 2016 році склали 5,6% від загальних

продажів, а продажі імунобіологічних препаратів склали 1,6% у цьому ж році. Вироби медичного призначення, косметичні вироби та біологічно активні добавки складають 2,8% від загальних продажів[16].

Поставки за тендерами здійснюються через дистриб'юторів, які спеціалізуються на тендерних продажах, або, в разі великих закупівель, безпосередньо від виробника. У рамках реалізації стратегії дистрибуції ПАТ «Фармак» розвиває традиційні канали в роздрібному та госпітальному сегментах. Для співпраці обираються найбільші дистриб'ютори на ринку. В якості цільових показників компанія планує досягти відповідності між частками дистриб'юторів на ринку та частками даних дистриб'юторів у загальному обсязі закупівель компанії Фармак.

Основним напрямом експорту ПАТ «Фармак» є країни СНД. Фармацевтичний ринок країн пострадянського простору становить близько 2,2% світового ринку.

Рівень споживання лікарських засобів у державах пострадянського простору нижче, ніж в економічно розвинених країнах. Істотна різниця в обсягах споживання насамперед пояснюється відмінностями в середньому рівні доходів на душу населення (табл. 2.7). ПАТ «Фармак» має власні представництва в Казахстані, Узбекистані, Білорусії, та Киргизії. Дані ринки було проаналізовано та визначено, яку позицію підприємство займає на зарубіжних ринках даних країн.

На фармацевтичному ринку Казахстану «Фармак» займає сприятливу конкурентну позицію на ринку і використовує для посилення своїх позицій стратегію посилення конкурентних переваг. Наступним за значимістю фармацевтичним ринком СНД є фармринок Білорусі[11].

Таблиця 2.7.

Ключові параметри роздрібних ринків країн пострадянського простору за підсумками 2017 р.

<i>Показник</i>	<i>Росія</i>	<i>Україна</i>	<i>Казахстан</i>	<i>Білорусь</i>	<i>Азербайджан</i>	<i>Грузія</i>	<i>Киргизстан</i>	<i>Молдова</i>	<i>Вірменія</i>
Товарообіг, млн. дол. США	1 515,0	264,6	86,8	51,7	50,5	21,7	16,3	14,8	10,1
Товарообіг, умовн. упак.	402,3	99,8	35,3	24,2	9,7	7,5	7,5	3,9	2,5
Кількість аптек, тис.	55,0	19,0	7,4	2,7	1,2	1,4	1,1	1,2	1,1
Чисельність населення, млн. осіб	142,9	45,6	16,5	9,5	9,1	4,5	5,5	3,6	3,3
Середньодушове споживання, дол. США/осіб	10,6	5,8	5,2	5,5	5,5	4,9	2,9	4,1	3,1

Джерело: укладено автором за даними джерела [43]

Після дослідження фармацевтичного ринку Білорусі було визначено, що «Фармак» займає сильну позицію на ринку цієї країни. Тому «Фармак» застосовує також стратегію посилення конкурентних переваг, тобто підприємство займає середнє положення в привабливій галузі. Сильна позиція, яку ПАТ «Фармак» займає на ринку фармацевтики в Киргизстані, дає змогу підприємству здійснювати незалежну ринкову діяльність, не ставлячи під загрозу довгострокові перспективи. На даний час основна стратегія «Фармак» на ринку даної країни полягає в тому, щоб робити незначні інвестиції, витягуючи максимальний дохід, тобто застосовується стратегія генератора грошових коштів. Проаналізувавши ситуацію на фармринку Узбекистану, робимо висновок, що ПАТ «Фармак» займає домінуючу позицію. Галузь приваблива і підприємство має в ній сильні позиції, застосовуючи стратегію лідера у галузі.

Протягом кількох останніх років фахівці Управління зовнішньоекономічних зв'язків ПАТ «Фармак» проводять опитування замовників продукції, з метою виявлення ступеня задоволення споживачів поставленої продукцією. Для отримання максимальної кількості даних

розроблена спеціальна форма анкети, що дозволяє отримати оцінку технічних характеристик, маркування та пакування продукції, у порівнянні з продукцією конкурентів, умов передконтрактної роботи та роботи по виконанню контрактів.

Таблиця 2.8.

Основні ринки збуту ПАТ «Фармак» 2014-2017 роки

Характеристика	Роки дослідження			
	2014	2015	2016	2017
Частка ринку	5,6% ринку лікарських засобів України	6,0 % ринку лікарських засобів України	6,5% ринку лікарських засобів України	6,1 % ринку лікарських засобів України
Відвантаження продукції на внутрішній ринок	77,7% від загальних продаж	77,9% від загальних продаж	75.3% від загальних продаж	74,8% від загальних продаж
Відвантаження продукції на експорт	22,3% від загальних продаж	22, 1 % від загальних продаж.	24.6% від загальних продаж	25,2% від загальних продаж
Канали збуту (розподіл між країнами)	Узбекистан 191,2 млн.грн 33,9% Казахстан 93,4 млн.грн 16,6% Російська Федерація 84,7 млн. грн 15,0% Білорусь 31,1 млн. грн 5,5% Киргизстан 21,5 млн. грн 3,8% Азербайджан 20.1 млн.грн 3,6% Польща 12,9 млн.грн 2,3% В'єтнам 12,3 млн.грн 2,2% Таджикистан 12,1 млн.грн 2,1% Німеччина 12,0 млн.грн 2,1% Інші країни 72,7 млн.грн 12,9%. Всього 564,0 млн.грн	Узбекистан 30,3% Казахстан 19,0% Росія 17,3% Білорусь 5,9% Киргизстан 4,2% В'єтнам 39% Молдова 3,7% Словаччина 2,7% Азербайджан 2,6% Таджикистан 2,5% Німеччина 2,0% Інші країни 59%	Узбекистан 29,0% Казахстан 17,8% Росія 16,2% Киргизстан 52% В'єтнам 4,9% Білорусь 4,8% Інші країни 22,1%	Узбекистан 29,6% Росія 22,3% Казахстан 12,6% Білорусь 4,8% В'єтнам 4,5% Азербайджан 4,6% Киргизстан 3,7% Німеччина 3,0% Ірак 2,8% Словаччина 2,7% Молдова 2,6% Польща 2,0% Інші країни 4,8%

Джерело: укладено автором за даними джерела [37]

Як бачимо потенційний ринок великий, темпи зростання ринку – високі, тому ПАТ «Фармак» продовжує інвестування в бізнес, поки галузь продовжує зростати, для того, щоб захистити свої провідні позиції.

Більшість продукції ПАТ «Фармак» за 2014 рік відвантажувалась оптовим дистриб'юторам, як в Україні так і на експортних ринках, решта відвантажувалась напряду в аптеки, госпіталі та інші заклади МОЗ, що знаходяться на території України. Основними компаніями, з якими ПАТ «Фармак» співпрацювала в 2014 році на ринку України безпосередньо являлися: фармацевтичні дистриб'ютори ТОВ «БадМ», СП «Оптіма-Фарм, Лтд», ТОВ «Фармпланета», ТОВ «Фра-М», ТОВ «Вента, Лтд», та АТ «Фармація», Міністерство охорони здоров'я, МВС України, медичні заклади, аптечні мережі та аптеки.

Для дистрибуцій лікарських засобів на фармацевтичному ринку, в основному, використовуються непрямі канали.

Найбільш поширеним каналом продажів є виробник - дистрибутор - аптека - споживач. У середньому, каналами одного дистрибутора покривається до 70-80% загальної кількості аптечних мереж і 60-80% лікувальних закладів. Для збільшення ринкового покриття виробник іноді продає свій товар безпосередню як аптечним мережам, так і лікувальним установам самостійно (у різних виробників питома вага таких продажів може коливатися в межах 2-20%). Поставки за тендерами здійснюються через дистрибуторів, які спеціалізуються на тендерних продажах, або, в разі великих закупівель, безпосередню від виробника.

У рамках реалізації стратегії дистрибуції ПАТ «Фармак» в 2014 році розвиває традиційні канали в роздрібному та госпітальному сегментах. Для співпраці обираються найбільші дистриб'ютори на ринку. В якості цільових показників компанія планує досягти відповідності між частками дистрибуторів на ринку та частками даних дистриб'юторів у загальному обсязі закупівель компанії Фармак.

Сумарна частка топ-5 дистриб'юторів компанії в 2014 році склала 78,8%.

Портфель замовлень компанії Фармак в Україні, 2014 р. можна побачити на рис. 2.2.

Основними експортними ринками компанії Фармак в 2014 р. є Узбекистан, Казахстан та Росія. Сумарна частка продажів у зазначені країни становить 65,6% від загального обсягу експортних продажів. Детальна інформація про обсяги продажів на зарубіжні ринки в 2014 році наведена в таблиці 2.8 вище.

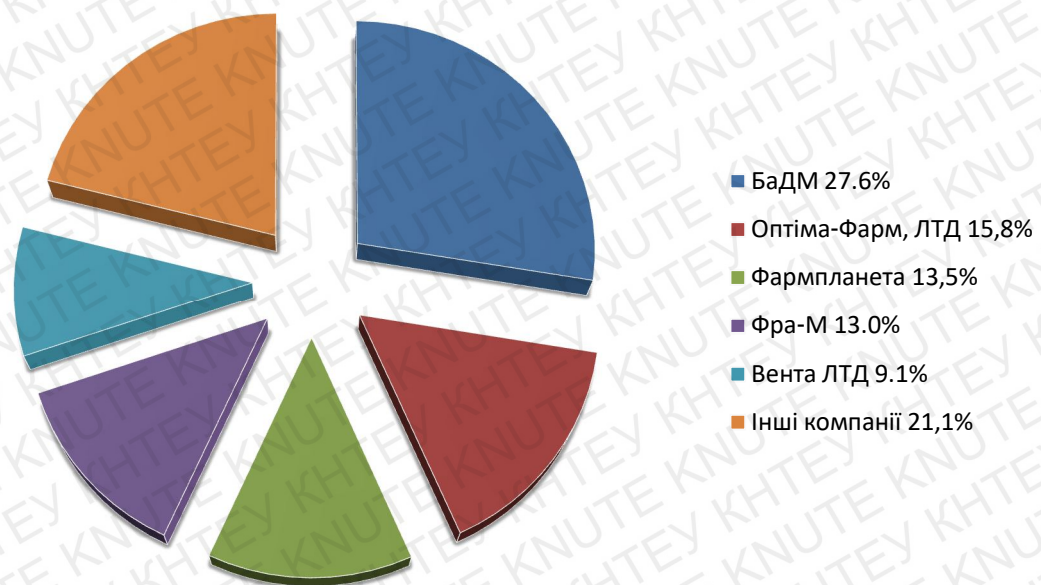


Рис. 2.2. Портфель замовлень компанії Фармак в Україні, 2014 р.

Джерело: укладено автором за даними джерела [44]

ПАТ «Фармак» в 2015 році так як і в 2014 році має власні представництва в Казахстані, Узбекистані, Білорусії, Росії та Киргизії. Крім експортних ринків СНД, все більш важливими в 2015 році стають ринки збуту Європи, зокрема, ринки Польщі, Німеччини.

У рамках реалізації стратегії дистрибуції ПАТ «Фармак» в 2015 році розвиває традиційні канали в роздрібному та госпітальному сегментах. Для співпраці обираються найбільші дистрибутори на ринку. В якості цільових показників компанія планує досягти відповідності між частками дистриб'юторів

на ринку та частками даних дистрибуторів у загальному обсязі закупівель компанії Фармак.

Нижче розглянемо дані про портфелі замовлень компанії Фармак в 2015 р. на ринку України. Сумарна частка топ-5 дистрибуторів компанії в 2015 році склала 75,6%.

Портфель замовлень компанії Фармак в Україні, 2015 р. можна побачити на рис. 2.3.

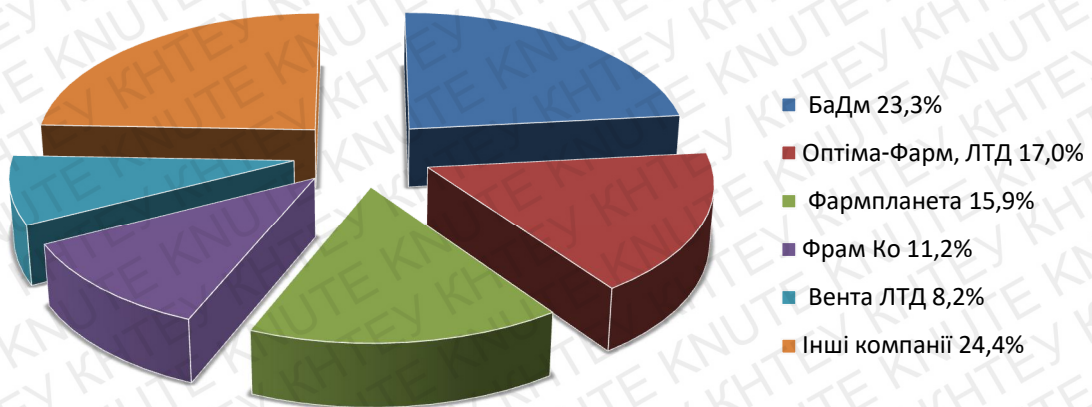


Рис. 2.2. Портфель замовлень компанії Фармак в Україні, 2015 р.

Джерело: укладено автором за даними джерела [44]

Основними експортними ринками компанії Фармак в 2015 р. є Узбекистан, Казахстан та Росія. Сумарна частка продажів у зазначені країни становить 66,6% від загального обсягу експортних продажів. Детальна інформація про продажі на зарубіжні ринки в 2015 році наведена в таблиці 2.7 вище.

В 2016 році збільшуються обсяги продаж на ринки інших країн, зокрема, ринки В'єтнаму, Іраку. Основними експортними ринками компанії Фармак в 2016 р. є Узбекистан, Казахстан та Росія. Сумарна частка продажів у зазначені країни становить 63,0% від загального обсягу експортних продажів. Детальна

інформація про продажі на зарубіжні ринки в 2016 році наведена в таблиці 2.7. вище.

Основними експортними ринками компанії Фармак за підсумками 2017 р. стали Узбекистан, Росія та Казахстан. Сумарна частка продажів у зазначені країни становить 64,6% від загального обсягу експортних продажів. Детальна інформація про продажі на зарубіжні ринки в 2017 році наведена в таблиці нижче.

Тепер проаналізуємо імпорт підприємства. ПАТ «Фармак» використовує у виробництві готової продукції наступні види сировини та матеріалів: субстанції, допоміжні речовини, пакувальні матеріали. За виключенням субстанцій, на ринку існує багато постачальників сировини та матеріалів. Закупівля субстанцій є стратегічно важливою для підприємства, оскільки вартість субстанцій має прямий вплив на собівартість готової продукції.

ПАТ «Фармак» станом на 2014 рік купує субстанції та іншу сировину та матеріали у різноманітних зовнішніх суб'єктів господарювання, включаючи виробників, ліцензіатів та трейдерів. На кінець 2014 року, ПАТ «Фармак» співпрацювало більш ніж з 500 постачальниками субстанцій та іншої сировини та матеріалів. У 2014 році п'ять топових постачальників покрили 33% потреби компанії у сировині та матеріалах (в грошовому виразі). Крім того, певні види сировини та матеріалів на території України не виробляються із забезпеченням необхідного рівня якості, або виробляється у недостатній кількості. В результаті чого, ПАТ «Фармак» імпортує близько 50% від загальної потреби сировини та матеріалів для виробництва фармацевтичних препаратів з ряду країн, включаючи Швейцарію, Китай, Південну Корею та Індію, шляхом укладання прямих або дистрибуційних контрактів. Основними постачальниками субстанцій та пакувальних матеріалів для виробництва препаратів є такі компанії, як Eli Lilly, Aptar Racdolfzrell GmbH та Interpharma Praha, a.s. Жоден з постачальників за основними видами сировини та матеріалів не займає 10 відсотків у загальному обсязі постачання. Найбільшим є Eli Lilly, що займає 8,4% у загальному обсязі постачання.

На кінець 2015 року, ПАТ «Фармак» співпрацювало з понад 454 постачальниками субстанцій та іншої сировини та матеріалів. У 2015 році п'ять топових постачальників покрили 32% потреби компанії у сировині та матеріалах (в грошовому виразі). Крім того, певні види сировини та матеріалів на території України не виробляються із забезпеченням необхідного рівня якості, або виробляється у недостатній кількості. В результаті чого, ПАТ «Фармак» імпортує близько 54% від загальної потреби сировини та матеріалів для виробництва фармацевтичних препаратів з ряду країн, включаючи Німеччина, Китай, США, Індія шляхом укладання прямих або дистрибуційних контрактів. Основними постачальниками субстанцій та пакувальних матеріалів для виробництва препаратів є такі компанії, як Vital Pharma GmbH, Lativ Pharma GmbH, Eli Lilly, ТОВ "Система-Інвест", ТОВ "Полімед". З постачальників за основними видами сировини та матеріалів, які займають понад 10 відсотків у загальному обсязі постачання - найбільшим є Vital Pharma GmbH, що займає 10% у загальному обсязі постачання.

На кінець 2016 року ПАТ «Фармак» співпрацювало з понад 430 постачальниками субстанцій та іншої сировини та матеріалів. У 2016 році п'ять топових постачальників покрили 32% потреби компанії у сировині та матеріалах (в грошовому виразі). Крім того, певні види сировини та матеріалів на території України не виробляються із забезпеченням необхідного рівня якості, або виробляється у недостатній кількості. В результаті чого, ПАТ «Фармак» імпортує близько 63% від загальної потреби сировини та матеріалів для виробництва фармацевтичних препаратів з ряду країн, включаючи Німеччину, Китай, США, Індію шляхом укладання прямих контрактів з постачальниками або контрактів з дистрибуторами. Інформація про особливості стану розвитку галузі виробництва, рівень впровадження нових технологій, нових товарів, положення емітенту на ринку в 2016 році:

Фармацевтичний ринок - один із найбільш динамічних ринків в Україні. За даними компанії «Проксіма Рісерч» загальний обсяг (фармацевтичного ринку

ЛЗ України), включаючи роздрібний та госпітальний сегмент, збільшився в 2016 році на +16.9% та сягнув 58.7 млрд. грн. В доларовому вираженні ринок склав 2.3 млрд. дол. США, що на -0,4% менше ніж за 2015 рік. в натуральному - 1.1 млрд. упаковок (з приростом +4,0%). На фармацевтичному ринку України у грошовому виразі переважають лікарські засоби іноземного виробництва, частка яких в 2016 році становила 61,7%, а вітчизняних - 38.3% (інформація за місцем виробництва). За обсягами продажів в натуральному виразі першість отримали вітчизняні фармацевтичні компанії- 75.3%.

На кінець 2017 року, ПАТ «Фармак» співпрацювало з понад 430 постачальниками субстанцій та іншої сировини та матеріалів. У 2017 році п'ять постачальників покрили 32% потреби компанії у сировині та матеріалах (в грошовому виразі). Крім того, певні види сировини та матеріалів на території України не виробляються із забезпеченням необхідного рівня якості, або виробляється у недостатній кількості. В результаті чого, ПАТ «Фармак» імпортує близько 63% від загальної потреби сировини та матеріалів для виробництва фармацевтичних препаратів з ряду країн, включаючи Німеччина, Китай, США, Індія шляхом укладання прямих контрактів або контрактів з дистриб'юторами.

Інформація про конкуренцію в галузі.

За даними компанії «Проксіма Рісерч», за підсумками 2014 року ПАТ «Фармак» є лідером на фармацевтичному ринку України за обсягами продажів лікарських засобів у грошовому виразі з часткою ринку 5,6% та приростом продажів +21,1% у порівнянні з 2013 роком. Вітчизняні компанії на фармацевтичному ринку ЛЗ України за 2014 займають частку 34,0% в грошовому виразі та 71,5% в натуральному виразі.

За даними компанії «Проксіма Рісерч», за підсумками 2015 року ПАТ «Фармак» є лідером на фармацевтичному ринку України за обсягами продажів лікарських засобів у грошовому виразі з часткою ринку 6,0% та приростом продажів +46,1% у порівнянні з 2014 роком. Вітчизняні компанії на

фармацевтичному ринку ЛЗ України за 2014 займають частку 37,4% в грошовому виразі та 76,0% в натуральному виразі.

За даними компанії «Проксіма Рісерч», за підсумками 2016 року ПАТ «Фармак» знову є лідером на фармацевтичному ринку України за обсягами продажів лікарських засобів у грошовому виразі з часткою ринку 6,5% та приростом продажів +26.5% у порівнянні з 2015 роком.

За даними компанії «Проксіма Рісерч», за підсумками 2017 року ПАТ «Фармак» залишається лідером на фармацевтичному ринку України, як і в минулі роки за обсягами продажів лікарських засобів у грошовому виразі з часткою ринку 6,1% та приростом продажів +12,5% у порівнянні з 2016 роком. Вітчизняні компанії на фармацевтичному ринку ЛЗ України у 2017 році займають частку 38,4% в грошовому виразі та 74,7% в натуральному виразі. Значну частку продажів вітчизняних компаній на фармацевтичному ринку України займають шість провідних вітчизняних підприємств: ПАТ «Фармак», Корпорація «Артеріум», АТ «Фармацевтична фірма «Дарниця», АТ «Фармацевтична компанія «Здоров'я», ТОВ «Юрія-Фарм» та ПАТ «Київський вітамінний завод». Частка ПАТ «Фармак» у 2017 році серед вітчизняних підприємств на ринку ЛЗ складає 15,9%.

ПАТ «Фармак» має надійні зв'язки з постачальниками і добре забезпечений сировиною, що дозволяє успішно просувати свою продукцію на ринок медпрепаратів. Це забезпечується тим, що підприємство може виконати замовлення без збоїв в роботі, так як сировина постачається своєчасно. ПАТ «Фармак» постійно розширює асортимент продукції та впроваджує у виробництво нові досягнення науки і техніки.

2.3. Оцінка ефективності зовнішньоекономічних операцій ПАТ «Фармак»

В ході дослідження діяльності підприємства було виявлено ряд проблем та недоліків у роботі організації, вирішення яких дозволить ПАТ «Фармак»

покращити свою експортну діяльність та стан підприємства в цілому. Представимо їх у вигляді таблиці 2.9.

Таблиця 2.9.

Недоліки організації експортної діяльності на ПАТ «Фармак»

Проблема	Сутність
Низький рівень розвитку виробничо-технічної бази	недолік сучасного технологічного устаткування по переробці продукції; слабкий рівень механізації і автоматизації складських робіт
Нераціональний розвиток систем розподілу товарів і послуг	відсутність продуманої стратегії розвитку системи розподілу товарів, недолік в організації та контролі реалізації та просування продукції
Слабкий розвиток комунікаційних мереж та маркетингу продукції	низька інформаційна взаємодія між виробником і покупцями стають наступною проблемою у створенні добре налагоджених логістичних та маркетингових інформаційних систем
Достатньо низький рівень ЕОМ та програмного забезпечення для оптимізації експортної діяльності підприємства	низький рівень ЕОМ та ПЗ, які б збирали, зберігали і перетворювали інформацію, а також полегшували сам процес керування. Адже саме за рахунок зростаючої швидкості й ефективності реакції на керуючі дані вигідніше зміст комп'ютеризованої системи зв'язку в економічних і виробничих структурах

Джерело: укладено автором за даними джерела [37]

Інформаційне забезпечення логістичного управління є однією з найбільш важливих і актуальних проблем. Інформація стає логістичним виробничим фактором. Завдяки їй може скоротитися складування (краще керування запасами, погодженість дій постачальника і споживача, заміна складування готової продукції складуванням напівфабрикатів чи сировини); завдяки інформації вдається також прискорити транспортування (погодженість усіх ланок транспортного ланцюжка). Недолік своєчасної інформації викликає нагромадження матеріалів, оскільки непевність споживача, як і непевність постачальника, звичайно викликає бажання підстрахуватися.

Проаналізуємо основні ризики в діяльності емітента, заходи емітента щодо зменшення ризиків, захисту своєї діяльності та розширення виробництва та ринків збуту. На фармацевтичному ринку України більшість ризиків, ступінь їх впливу на діяльність підприємств цієї галузі, в тому числі й для ПАТ «Фармак», є практично однаковими. Усі фактори впливу на діяльність емітента та ризики, пов'язані з ними, можна виокремити в наступні групи:

Політичні та регуляторні:

- Нестабільність політичної ситуації в країні.

- Загрози, пов'язані з військовими діями на Сході та анексією Криму. Будь-які несприятливі зміни в регіональних відносинах України, особливо з Росією, можуть мати негативний вплив на українську економіку.

- Повільний розвиток відносин з Європейським Союзом може мати негативні наслідки для української економіки.

- Бізнес ПАТ «Фармак» залежить від реформ в сфері охорони здоров'я, зокрема від прийнятої схеми участі держави у фінансуванні споживання ЛЗ. Функціонування програм реімбурсації в сфері охорони здоров'я.

На ПАТ «Фармак» впливають зміни регуляторних вимог в сфері ліцензування, допуску ЛЗ на ринок (реєстрації та сертифікації) та інші регуляторні зміни.

Макроекономічні:

- Економіка України вразлива до коливань у світовій економіці.

- Конкурентне законодавство України є складним, часто невизначеним, та його застосування може бути суперечливим.

- Україна переживає економічну нестабільність та значне падіння рівня доходів населення.

- Обмежений доступ до міжнародних ринків капіталу може мати негативний вплив на українську економіку.

- Українська валюта схильна до нестабільності та знецінювання.

Зменшення фінансування охорони здоров'я через інфляцію та девальвацію.

-Українське податкове законодавство та практика не розроблені у повній мірі та зазнають частої зміни та перетлумачення, що може призвести до умов невизначеності для інвестицій та ділової активності.

-Українська банківська система може бути вразлива до стресу через фрагментацію, недостатню капіталізацію та потенційне збільшення прострочених кредитів, кожне з яких може мати істотний негативний вплив на реальний сектор економіки.

-Бізнес ПАТ «Фармак» залежить від покращення в економіці України та підвищення рівня наявних доходів споживачів в Україні.

Бізнес-ризики:

-Успіх ПАТ «Фармак» залежить від запровадження нових фармацевтичних продуктів.

-ПАТ «Фармак» залежить від сторонніх виробників АФІ та інших видів сировини.

-Уведення в дію нових діляниць виробництва пов'язане з об'єктивними ризиками, що властиві до створення будь-якого нового виробництва.

-Обмеження в рамках цінового регулювання в Україні можуть зростати в найближчій або середньостроковій перспективі.

-На ПАТ «Фармак» впливають кредитні ризики контрагентів з боку дистриб'юторів продукції.

-Інфляція може збільшити витрати ПАТ «Фармак», а також мати негативний вплив на показники рентабельності.

-ПАТ «Фармак» піддається ризику у випадку зміни процентних ставок.

-Кредитні лінії ПАТ «Фармак» містять певні обмеження та зобов'язання, та деякі з них, у випадку їх порушення, можуть підлягати виплаті на вимогу.

Розглянемо основні проблеми, які впливають на діяльність ПАТ «Фармак»:

-ПАТ «Фармак» працює в надзвичайно регульованій фармацевтичній галузі.

-ПАТ «Фармак» працює в високо конкурентній галузі.

-На динаміку продаж ПАТ «Фармак» впливає чи будуть продовжувати споживачі віддавати перевагу брендованим генеричним препаратам та від того, наскільки потужними будуть ці бренди.

-На діяльність ПАТ «Фармак» впливає вчасне отримання регуляторних дозволів для своїх продуктів.

-Виробництво препаратів ПАТ «Фармак» залежить від відповідності різноманітним нормам та вимогам належної виробничої практики.

-Зміни в оподаткуванні, фіскальному та / або митному режимі можуть перешкоджати діяльності ПАТ «Фармак».

- Реформа в медичній галузі може вплинути на структуру споживання. Низький поріг компенсації, в системі реімбурсації, може значно вплинути на прибутковість бізнесу.

У найближчий час плануються розглянути питання щодо виходу ПАТ «Фармак» не лише на європейські країни, але й на такі ринки як Америка, та Китай. Фармацевтична продукція потребує збільшення її експорту на зовнішні ринки. Причиною зростання став активний процес переорієнтації експортерів фармацевтичної продукції на нові, часто не традиційні для України міжнародні ринки після проблем з ринком збуту Росії.

Експортний дохід підприємства від експорту товарів – це валютний виторг, що надходить на розрахунковий рахунок підприємства. У більшості випадків експортний дохід повинний бути представлений у гривневому еквіваленті. Показники від ефективності експортної діяльності ПАТ «Фармак» представимо в табл. 2.10.

Для того, щоб експорт товару був ефективний, необхідно, щоб експортний дохід перевищував експортні витрати. Природно, що чим більше цей показник, тим ефективніше розширення експорту розглянутого товару. ПАТ «Фармак» видно, що ефект від експорту має позитивну динаміку за минулий рік. Що означає про ефективну експортну діяльність ПАТ «Фармак» та має тенденцію на збільшення.

Таблиця 2.10

Показники ефективності експортної діяльності ПАТ «Фармак» за 2013-2017, тис. грн.

Найменування	Роки					Відхилення 2017 р. до 2013 р., +/-
	2013	2014	2015	2016	2017	
Виручка від експорту	135124	151478	135798	123657	157369	22245
Витрати на виробництво експортної продукції	37122	41235	48789	46784	45478	8356
Транспортні витрати	21365	23479	25364	27103	28475	7110
Організаційні експортні витрати	2458	2354	2369	2874	3124	666
Ефективність експорту	2,22	2,26	1,77	1,61	2,04	-0,18
Ефект експорту	74,18	84,41	59,28	46,90	80,29	6,11

Джерело: розраховано автором за даними джерела [37]

В таблиці 2.10 розглянемо показники оцінки експортного потенціалу.

Як бачимо, частка експорту в загальному обсязі реалізованої продукції підприємства мало тенденцію до збільшення і показує, що ПАТ «Фармак» досить інтенсивно веде свою експортну діяльність. Масштабність експортної діяльності підприємства у порівнянні з іншими підприємствами експортерами продукції переважає і з кожним роком все більше посилює експортний потенціал підприємства.

Отже, в результаті оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій а саме ми зосередили свою увагу на оцінці експортного потенціалу, адже про експортну діяльність підприємства маємо данні і вона значно домінує над імпоротною, ПАТ «Фармак» показує, що рівень експортного потенціалу досить на високму рівні.

Таблиця 2.10

Показники оцінки експортного потенціалу ПАТ «Фармак» за 2013-2017 рр.

Найменування	Роки					Відхилення 2017 р. до 2013 р., +/-
	2013	2014	2015	2016	2017	
Обсяг експорту продукції, тис. грн.	135124	151478	135798	123657	157369	22245
Частка експорту в загальному обсязі реалізованої продукції підприємства	0,51	0,51	0,54	0,53	0,61	0,1
Частка підприємства у загальному обсязі експорту продукції області	1,48	1,72	1,71	1,52	1,75	0,27
Частка за рекламованої експортної продукції в обсязі реалізації підприємства	1,32	1,35	1,37	1,32	1,41	0,09
Частка сертифікованої продукції в загальному її обсязі	1,38	1,43	1,43	1,27	1,42	0,04

Джерело: розраховано автором за даними джерела [37]

Основними проблемами ПАТ «Фармак» є війна на сході України, невідповідність деяких видів продукції європейським нормам і стандартам якості; проблеми на ринку Росії, що потребує пошуків можливостей експорту своєї продукції в інші країни. Щоб зайняти гідне місце серед провідних країн світу у галузі торгівлі фармацевтичними засобами, ПАТ «Фармак» необхідно підвищити якість товарів, розширювати асортимент та впроваджувати нові види продукції та упаковки.

Висновки до розділу 2

В розділі 2 проведено аналіз фінансово-господарської діяльності ПАТ «Фармак», досліджено зовнішньоекономічну діяльність даного підприємства та оцінено ефективність зовнішньоекономічних операцій ПАТ «Фармак».

Отже, проаналізувавши фінансово-господарську діяльність підприємства можна зробити висновок, що ПАТ «Фармак» має не стійку фінансово-господарську діяльність, що не дозволяє даному підприємству збільшувати свої основні показники кожного року. Так за минулий рік показники покращились, але виходячи з аналізу за 5 років, загальний висновок є невтішним. Проте не дивлячись на політичні та економічну ситуацію в країні підприємство активно розвивається та збільшує свій дохід, орієнтуючись на реалізацію своєї продукції не тільки на внутрішньому, але і на зовнішньому ринку

Основними експортними ринками компанії Фармак за підсумками 2017 р. стали Узбекистан та Казахстан. Сумарна частка продажів у зазначені країни становить 64,6% від загального обсягу експортних продажів. Детальна інформація про продажі на зарубіжні ринки в 2017 році наведена в таблиці нижче.

На кінець 2017 року, ПАТ «Фармак» співпрацювало з понад 430 постачальниками субстанцій та іншої сировини та матеріалів. У 2017 році п'ять постачальників покрили 32% потреби компанії у сировині та матеріалах (в грошовому виразі). Крім того, певні види сировини та матеріалів на території України не виробляються із забезпеченням необхідного рівня якості, або виробляється у недостатній кількості. В результаті чого, ПАТ «Фармак» імпортує близько 63% від загальної потреби сировини та матеріалів для виробництва фармацевтичних препаратів з ряду країн, включаючи Німеччина, Китай, США, Індія шляхом укладання прямих контрактів або контрактів з дистриб'юторами.

За даними компанії «Проксіма Рісерч», за підсумками 2017 року ПАТ «Фармак» залишається лідером на фармацевтичному ринку України, як і в минулі роки за обсягами продажів лікарських засобів у грошовому виразі з часткою ринку 6,1% та приростом продажів +12,5% у порівнянні з 2016 роком. Вітчизняні компанії на фармацевтичному ринку ЛЗ України у 2017 році займають частку 38,4% в грошовому виразі та 74,7% в натуральному виразі. Значну частку продажів вітчизняних компаній на фармацевтичному ринку

України займають шість провідних вітчизняних підприємств: ПАТ «Фармак», Корпорація «Артеріум», АТ «Фармацевтична фірма «Дарниця», АТ «Фармацевтична компанія «Здоров'я», ТОВ «Юрія-Фарм» та ПАТ «Київський вітамінний завод». Частка ПАТ «Фармак» у 2017 році серед вітчизняних підприємств на ринку ЛЗ складає 15,9%.

ПАТ «Фармак» має надійні зв'язки з постачальниками і добре забезпечений сировиною, що дозволяє успішно просувати свою продукцію на ринок медпрепаратів. Це забезпечується тим, що підприємство може виконати замовлення без збоїв в роботі, так як сировина постачається своєчасно. ПАТ «Фармак» постійно розширює асортимент продукції та впроваджує у виробництво нові досягнення науки і техніки.

Отже, в результаті оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій а саме ми зосередили свою увагу на оцінці експортного потенціалу, адже про експортну діяльність підприємства маємо данні і вона значно домінує над імпоротною, ПАТ «Фармак» показує, що рівень експортного потенціалу досить на високму рівні.

Основними проблемами ПАТ «Фармак» є війна на сході України, невідповідність деяких видів продукції європейським нормам і стандартам якості; проблеми на ринку Росії, що потребує пошуків можливостей експорту своєї продукції в інші країни. Щоб зайняти гідне місце серед провідних країн світу у галузі торгівлі фармацевтичними засобами, ПАТ «Фармак» необхідно підвищити якість товарів, розширювати асортимент та впроваджувати нові види продукції та упаковки.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «ФАРМАК»

3.1. Пропозиції щодо виходу на нові зовнішні ринки ПАТ «Фармак»

Основою діяльності ПАТ «Фармак» є програма виходу на нові зовнішні ринки, що включає в себе основні напрямки та позиції, які могли б дозволити успішно працювати на ринку (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Планування стратегії маркетингу ПАТ «Фармак» для нового зовнішнього ринку США у 2019 році

Антикризові заходи	Місяці року											
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12
Розробка заходів з антикризового управління												
Прямі контакти зі споживачами та постачальниками												
Розробка графіку антикризового управління												
Збільшення персоналу представництва в США												
Створення нових товарів для стабілізації позиції на ринку												
Вихід на нові сегменти міжнародного ринку												
Розширення номенклатури товарів												
Презентація продукції підприємства в нових сегментах												
Участь у міжнародних виставках та ярмарках												
Адаптація товарів до вимог зовнішнього споживача												
Реагування на листи та запити споживачів												
Контроль та корегування тактики виходу з кризи												

Джерело: сформовано автором за власними дослідженнями

Таким чином, ця програма є основним елементом завоювання нових міжнародних ринків ПАТ «Фармак», що посилить експортний потенціал

підприємства. Вона включає в себе 10 розділів:

- преамбула;
- стратегія розвитку цільового ринку;
- слабкі та сильні місця підприємства;
- мета і завдання;
- маркетингова стратегія;
- товарна стратегія;
- стратегія формування каналів збуту;
- цінова стратегія;
- стратегія формування попиту;
- бюджет.

В зв'язку з тим, що ПАТ «Фармак» передбачає роботу на міжнародному ринку США, розроблена схема виходу на нові міжнародні ринки діяльності на вище перерахованих наведена у табл. 3.2:

Таблиця 3.2

Програма виходу на нові міжнародні ринки ПАТ «Фармак»

Назва розділу	Короткий зміст розділу	Виконавці	Термін виконання
1	2	3	4
Преамбула	Основна мета – вихід на нові ринки та отримання прибутку. Попереднє вивчення роботи керівників показало, що ПАТ «Фармак» ще не в повній мірі використовує в своїй роботі маркетингові дослідження зовнішніх ринків	Керівник	15.01.19
Стратегія розвитку цільового ринку	Для виходу на нові міжнародні ринки ПАТ «Фармак» необхідно нарощувати кількість додаткових послуг, а також розширення асортименту продукції, підвищення їх якості. В зв'язку з тим, що ринок насичений фармацевтичною продукцією необхідно шукати нові шляхи збуту продукції та своєї продукції за рахунок розширення ринку та спектру продукції.	Заступник керівника	24.02.19

Продовження табл. 3.2.

Назва розділу	Короткий зміст розділу	Виконавці	Термін виконання
1	2	3	4
Сильні і слабкі місця	ПАТ «Фармак» можна стверджувати про значний авторитет; конкурентні переваги – великі потужності підприємства, якість продукції досить на високому рівні, порівняно низькі ціни, але фірма має залежність від зовнішніх джерел фінансування	Заступник керівника	10.03.19
Мета і завдання	Основною метою фірми є зменшення збитку з метою збільшення частки міжнародного ринку, а цього можна досягти за рахунок збільшення обсягів експортної продукції підприємства, та збуту продукції. Необхідно виконати: збір інформації про покупців; провести роз'яснювальну роботу на забезпечення зацікавленості покупців; розробити безпосередні міжнародні зв'язки	Керівник відділу ЗЕД	22.04.19
Стратегія виходу з кризи	Переважаючою є стратегія сегментації, тобто вибір максимальної глибини ринкового попиту. Щодо виду стратегії, то виходячи з мети підприємства доцільно використовувати атакуючу стратегію, яка передбачає агресивну позицію підприємства на міжнародному ринку	Менеджер із продажів	28.05.19
Стратегія формування каналів збуту	Персонал збуту досить кваліфікований. Існує характерний розподіл замовлень. Надалі ПАТ «Фармак» буде створювати нові канали збуту та проводити рекламу своєї продукції на нових зовнішніх ринках	Менеджер із продажів	10.07.19
Стратегія виходу з кризи	Для формування та зменшення збитку слід розробити систему антикризових заходів, яка здійснюється через засоби фінансових установ у пресі оздоровлення діяльності підприємства.	Служба антикризового управління	20.07.19
Бюджет	Фінансове забезпечення діяльності здійснюється з прибутків. Без цих витрат не можливо отримати позитивний баланс підприємства.	Головний бухгалтер	25.07.19

Джерело: сформовано автором за власними дослідженнями

При складанні програми завоювання нових міжнародних ринків ПАТ «Фармак» враховувалися такі основні напрямки діяльності:

- вивчення оточуючого середовища;
- комплексне вивчення міжнародного ринку;
- оцінка власних можливостей підприємства;

- формування цілей на перспективу;
- максимально можливий контроль діяльності;
- координацію всієї антикризової діяльності.

Для того, щоб покращити діяльність у сфері стратегічного управління, ПАТ «Фармак» доцільно посилити службу стратегічного управління, який займався би розробкою маркетингових стратегій, необхідних для покращення експортного потенціалу підприємства. Таким чином, на ПАТ «Фармак» необхідно розробити та реалізувати стратегію розвитку загального управління, яка стосується таких напрямів:

- розвиток і перебудова загальної структури управління підприємством, окремими відділами, цехами та іншими ланками;
- вдосконалення системи роботи з керівними кадрами;
- розвиток технології процесів управління тощо.

Разом з тим, представництво ПАТ «Фармак», відкрило ТОП-10 інновацій, які також пришвидшать визнання організації на світових ринках:

Глобальні дослідження оригінальної молекули. Це оригінальна молекула радянської школи. «Фармак» інвестував у міжнародні дослідження доказової бази та доведення ефективності на різних моделях.

Глобальні дослідження оригінального препарату Ефіаль. Це оригінальний молекулярний комплекс біологічного походження на основі ліпосомальних форм, що підвищують проникнення активної речовини. Продукт заплановано вивести на ринок у 2019 р.

Виробництво інсулінів за технологією компанії Lilly (США) — «Фармасулінів». Це перші американські фармтехнології в Україні. «Фармак» — друга компанія у світі, якій була передана технологія виробництва картриджів, що є комплексом складних знань з мехатроніки та прецизійності.

Дослідження біоеквівалентності. Комплексна інновація. Реалізація цього проекту зайняла 10 років. Це стандарт доказу терапевтичної замінності. «Фармак» перевів стару номенклатуру в новий склад, щоб домогтися критеріїв терапевтичної подібності. Для цього була побудована пілотна лабораторія, де

процеси моделюються, оптимізуються й масштабуються. І вже на промисловий масштаб переноситься продукт з постійно відтворюваним і раніше доведеним цільовим профілем.

Використання біотехнології. Це робота на перспективу. Кожен другий новий препарат, зареєстрований у світі, біологічного або біотехнологічного походження. Щоб не втратити свої позиції в майбутньому, «Фармак» розвиває компетенції в цьому напрямі. Вивчає генну інженерію, біосинтез, очищення, характеристикацію, регуляторну стратегію в біосимілярності. Зараз компанія на етапі апробації технологій рекомбінантного синтезу декількох активних речовин. У разі позитивних результатів буде прийматися рішення про подальші інвестиції в промислове виробництво.

Виробництво власних АФІ. У 2015 р. компанія запустила в експлуатацію виробництво АФІ в Шостці. Інвестиції в цей проект становлять 39 млн грн. «Фармак» має вже 20 власних субстанцій у портфелі й понад 20 — у планах на найближчі роки. Компанія інвестує у власне виробництво, яке відповідає фармстандартам та екологічним аспектам. Було модернізовано лабораторії, використано нові підходи в синтезі — багатостадійний синтез, проточні технології в синтезі.

Виробництво рентгеноконтрастних препаратів. Історичний продукт для «Фармак». 12 років тому компанія прийняла пропозицію європейських партнерів на розробку і виробництво відповідно до європейських вимог рентгеноконтрастного препарату Магнегіта. «Фармак» перебудував основні процеси й повністю адаптувався до нових регуляторних вимог. Продукт був успішно введений на європейський ринок, і сьогодні компанія виробляє за такою моделлю ще один продукт — Дотагіта. Це перший досвід повного циклу впровадження продукту за контрактом для європейського ринку: від розробки за стандартами ICH до виробництва за вимогами EU GMP. Сьогодні «Фармак» узяв у розробку ще кілька проривних продуктів із цього сегмента, включно з розробкою та виробництвом субстанцій.

Новітні лабораторії, R&D. . Трансформація від заводських лабораторій до інтелектуальних кластерів, у яких зосереджені процеси зі створення нових технологій, їх оптимізації, вбудовування якості з використанням сучасного аналітичного обладнання. Сьогодні у «Фармак» працюють 35 кандидатів і докторів наук. Це дослідна ділянка, полігон для відпрацювання й моделювання виробничих процесів.

Програми грантів «Горизонт–2020». З 2017 р. «Фармак» є учасником двох програм «Горизонт-2020», VANVISTUS і ORBIS, за напрямом Research and Innovation Staff Exchange (RISE). Це унікальна можливість ознайомитися з новими розробками наукових лабораторій країн ЄС.

Технопарк «Фармак». «Фармак» — це 7 га концентрації інновацій та технологій, що становлять арсенал сучасної фармацевтичної індустрії. Компанія пройшла еволюцію від виробничого майданчика до технопарку, у якому сконцентровані основні інноваційні технології та виробництва. Надалі відбуватиметься оптимізація процесів і перехід до складніших технологій. Вигідне розташування для співпраці з найбільш передовими інтелектуальними кадрами.

3.2. Рекомендації щодо вдосконалення процесу виходу на нові зовнішні ринки ПАТ «Фармак»

Провівши аналіз проблем в попередніх розділах, доцільно буде запропонувати заходи для їх вирішення. Представимо шляхи покращення розвитку ПАТ «Фармак» у вигляді таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

**Заходи забезпечення покращення експортної діяльності
підприємства ПАТ «Фармак»**

Захід	Сутність	Очікуваний ефект
Впровадження програмного забезпечення	Встановлення новітнього програмного забезпечення логістичного управління	Максимальна оптимізація роботи. Раціоналізація та оптимізація логістичного процесу.
Використання концепції JIT (Just In Time)	Організація руху матеріальних потоків	Всі матеріали, компоненти і напівфабрикати будуть надходити в необхідній кількості, в потрібне місце і точно до призначеного терміну для виробництва, складання або реалізації готової продукції
Раціоналізація складського процесу	Використання методів класифікації ресурсів підприємства за ступенем їх важливості та прибутковості.	Групуювання об'єктів за ступенем впливу на загальний результат, внаслідок чого відбувається покращення роботи складу.
Стимулювання працівників	Заохочення продуктивної праці. Проведення конкурсів на найкращого працівника.	Більш продуктивна праця персоналу, відданість справі та обов'язкам.
Міжнародна науково – технічна співпраця	Обмін науково – технічною інформацією і даними.	Підвищення використання наукових розробок та зростання конкурентоспроможності.
Проведення інформативних семінарів	Якомога часте донесення до персоналу та керівництва інформації, щодо новітніх досягнень в області логістичного управління та діяльності.	Систематичне поповнення знань персоналом, щодо профільної діяльності. Вдосконалення роботи працівників.
Створення центрів зв'язку	Створення центрів обміну інформацією між споживачем та представником компанії	Компанія отримує та аналізує дані, щодо заходів покращення діяльності та виробляємої продукції.

Джерело: сформовано автором за власними дослідженнями

Шляхом глобального покращення роботи підприємства, можна вважати запровадження нової якісної програми управління експортною діяльністю, адже саме технології та інновації – єдиний можливий шлях для покращення будь-якого виду роботи, в тому числі і експортної діяльності. Встановлення новітнього програмного забезпечення в області експортної діяльності – Trade

Automation 15 і є тим важливим кроком, що дозволить ПАТ «Фармак» покращити свою діяльність на міжнародному ринку.

Почнемо з того, що розробила дану технологію американське підприємство Amber Road – провайдер програмного забезпечення, що являє собою глобальну систему управління в сфері експорту та імпорту товарів. В склад послуг, запропонованих компанією, націлених на покращення експортної та міжнародної діяльності підприємств входять:

1. Trade Automation 15.

Trade Automation 15 – це програмне забезпечення новітнього зразку, що дозволяє оптимізувати весь процес купівлі\продажу товару, починаючи з пошуку потенційного клієнта до відвантаження необхідного продукту.

Дана програма має у своєму складі такі функції, що дозволяють максимально якісно проводити діяльність компанії у міжнародному середовищі

рис. 3.1.

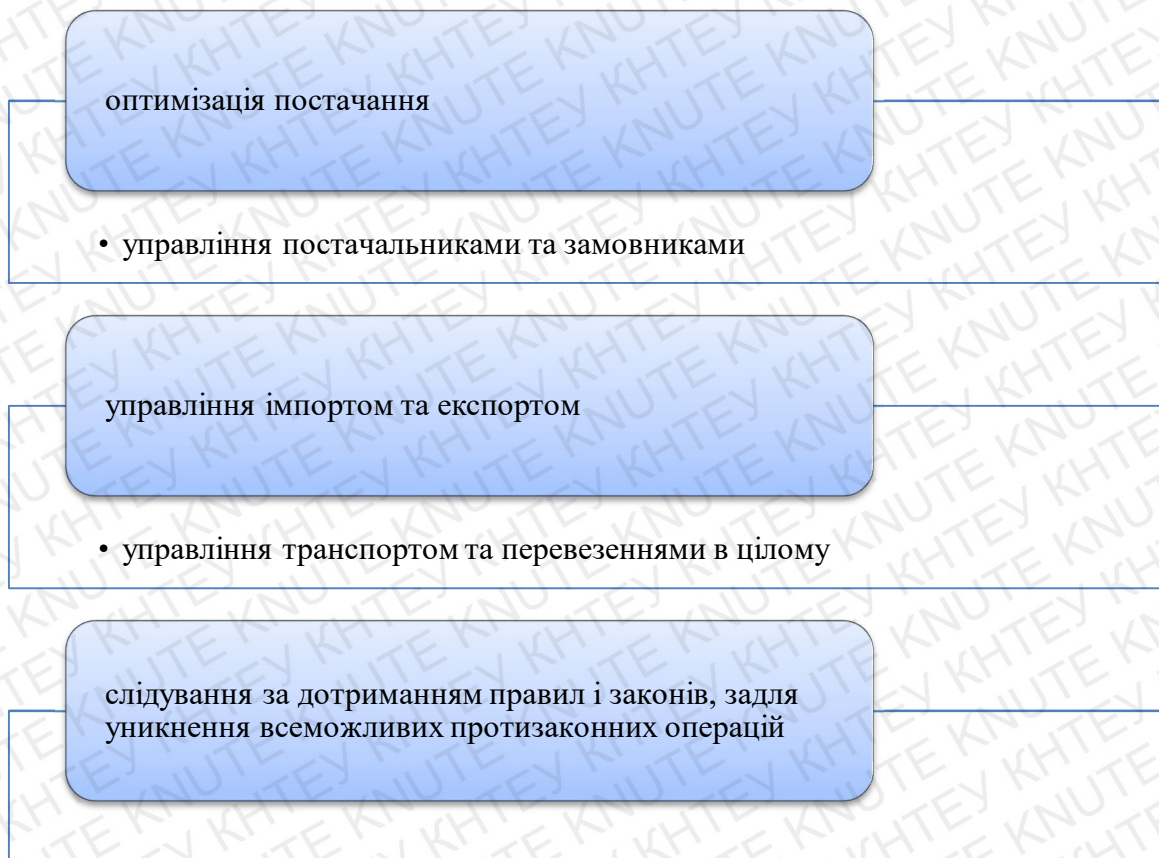


Рис. 3.2. Функції програми Trade Automation 15

Джерело: розраховано автором за даними джерела [37]

2. Global Trade Academy.

3. Global Knowledge. Global Knowledge - це найбільша система торгівельних даних у світі. Amber Road має у своєму розпорядженні великий штат торгових фахівців по всьому світі, які збирають, перекладають, інтерпретують та оновлюють регіональні торгівельні норми та дані. Спеціалісти компанії постійно працюють над оновленням системи даних, тим самим забезпечуючи клієнтів найбільш якісною та новою інформацією. Кожна із позицій проходить 19 кроків перевірки, задля того, щоб була впевненість у правильності та своєчасності отриманих даних.

Global Knowledge складається з регулярного контролю, відображення партій товару, даних відносно класифікації товару, даних про транспортні витрати і торгової документації, необхідної для глобальних поставок. За допомогою інтеграції даної системи, ПАТ «Фармак» отримає можливість оптимізувати процеси, скоротити потребу в ресурсах для виконання ручних досліджень і введення даних, і зосередитися на ініціативах, спрямованих на залучення більшого числа підприємств до своєї експортної діяльності.

Розглянувши також ефективність експортного та імпортного потенціалу, можна розробити комплекс заходів щодо його посилення організації і підвищенню ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «Фармак».

Розглянемо основні з них:

1. Підвищення конкурентноздатності товарів, вироблених на ПАТ «Фармак» планованих на експорт, тому що конкуренція на світовому ринку більш тверда і споживачі пред'являють до товарів більш високі вимоги.

2. Диверсифікованість виробництва з метою виведення на зовнішні ринки нових видів продукції. Дана стратегія передбачає початок виробництва за кордоном принципово нової продукції (виробництво противірусних ліків та неврологічних засобів), раніше не властивої для підприємства. В результаті диверсифікації створюються кращі умови для господарського маневру,

розширюються можливості впливу на економіку підприємства несприятливої світової господарської кон'юнктури, в тому числі погіршення «умов торгівлі». Цим самим скорочується ризик, характерний для вузькоспеціалізованих фірм. Для розробки і вибору стратегічних рішень підприємства в посилення експортного потенціалу підприємства важливе значення має аналіз і планування свого господарського портфеля. Останній являє собою набір видів продукції, яку випускає чи планує випускати підприємство в майбутньому.

3. Підвищення кваліфікації персоналу, що приймає участь в організації експортних операцій, шляхом регулярного проведення навчання й атестацій, а також шляхом стимулювання і мотивації персоналу.

Здійснення експортної діяльності підприємства, випуск продукції, яка була б конкурентоспроможною на зарубіжних ринках, залежить не тільки від технічного оснащення підприємства, наявності сучасних технологій, чітко поставленої системи контролю якості продукції, маркетингових досліджень ринкового середовища та послідовного впровадження концепції просування товарів на зарубіжні ринки, а й від кваліфікації співробітників підприємства, ефективного управління персоналом.

Управління персоналом набуває дедалі більшого значення як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства, досягнення успіху в реалізації його стратегії розвитку експортної діяльності.

Управління персоналом можна визначити як діяльність, що спрямована на досягнення найбільш ефективного використання працівників для досягнення цілей підприємства та особистісних цілей. Перші, традиційно, пов'язуються з забезпеченням ефективності підприємства. Причому ефективність іноді розуміється у вузькому значенні – як отримання максимального прибутку. Однак дедалі частіше ефективність розглядається не тільки в економічному плані – як економічність, якість, продуктивність, нововведення, прибуток, а і в більш широкому контексті й пов'язується з такими поняттями особистісного, психологічного плану, як задоволеність співробітників своєю працею, участю у трудовому колективі підприємства, високий рівень самооцінки колективу,

мотивація персоналу до ефективної праці.

У практичній діяльності українських фірм останнім часом дедалі ширше запроваджується стратегічне планування. При розробці стратегічних планів розвитку ПАТ «Фармак» визначаються найважливіші пріоритети кадрової політики, завдання та напрямки їх досягнення.

Таким чином, основні пріоритети кадрової політики ПАТ «Фармак» на певний тривалий період є важливим компонентом стратегічного плану розвитку підприємства. В стратегічному плані підприємства визначаються такі складові кадрової політики, як визначення якісного складу персоналу, критеріїв підбору співробітників, структури і штатного розкладу підприємства, напрямків підвищення кваліфікації окремих категорій співробітників.

Для більш чіткої організації системи управління персоналом на ПАТ «Фармак» розробляють концепцію управління персоналом, що деталізує напрямки кадрової політики, які прийняті в стратегічному плані розвитку підприємства.

Мета концепції управління персоналом на ПАТ «Фармак» створення системи, що ґрунтується, в основному, не на адміністративних методах, а на економічних стимулах і соціальних гарантіях, орієнтованих на зближення інтересів працівника з інтересами підприємства в досягненні високої продуктивності праці, підвищенні ефективності виробництва та експорту, одержанні найвищих економічних результатів діяльності підприємства.

Оцінюючи потреби у кадрах, необхідно враховувати характер і вид діяльності підприємства, ефективне навантаження працівників з метою оптимального використання коштів, пов'язаних з оплатою праці; можливість залучення спеціалістів, що мають високу кваліфікацію і відповідний досвід роботи на зовнішньому ринку.

Ефективне планування персоналу ґрунтується на володінні такою інформацією:

- 1) скільки працівників, якої кваліфікації, коли і де будуть потрібними;
- 2) яким чином можна залучити потрібний і скоротити чи оптимізувати

надлишковий персонал;

3) як краще використовувати персонал відповідно до його здібностей, досвіду і внутрішньої мотивації;

4) яким чином забезпечити умови для розвитку персоналу;

5) яких витрат потребують дані кадрові заходи.

4. Вибір найбільш ефективної форми організації відділу, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність. Організаційна структура управління ЗЕД підприємства залежить від методів виходу на зовнішні ринки. У цьому зв'язку можна виділити два варіанти:

1) безпосередній вихід на зовнішній ринок через власну зовнішньоторговельну фірму або відділ зовнішньоекономічних зв'язків (у великих системах – через управління зовнішньоекономічних зв'язків);

2) вихід на зовнішній ринок за допомогою посередників або спільного підприємства.

Створення власних зовнішньоекономічних служб на підприємствах виправдано, якщо:

- частка експорту велика в загальному обігу;
- зовнішньоторговельні операції здійснюються регулярно;
- випускається продукція з високим рівнем конкурентоспроможності, бажано унікальна за своїми властивостями;
- невисокий рівень конкуренції на відповідному сегменті світового ринку;
- продукція не потребує серйозної адаптації до закордонних умов використання;
- на підприємстві є необхідна кількість фахівців із зовнішньоекономічної діяльності.

5. Поліпшення й оптимізація процесу пошуку контрагентів і встановлення контактів з ними.

6. Залучення контрагентів для відносин на довгостроковій основі;

7. Використання найбільш вигідної для експортера форми розрахунків акредитива, при якій експортер має гарантію оплати товару.

8. Застосування базисних умов постачання, мінімізуючих витрати експортера на транспортування товару. Застосування базисних умов спрощує складання й узгодження контрактів, допомагає контрагентам знайти способи поділу відповідальності й рішення виникаючих розбіжностей. Особливості базисних умов регламентовані міжнародною практикою.

9. Використання ефективних систем контролю якості з метою недопущення відмовлення покупця від товару чи зниження ціни;

10. Здійснення постачань вчасно з метою забезпечення зобов'язань по виконанню контракту;

11. Розробка і реалізація комплексу маркетингу при експорті кожного виду продукції при виході на новий ринок. Комплекс маркетингу – набір перемінних факторів маркетингу, які піддаються контролю, сукупність яких фірма використовує в напрямку викликати бажану відповідну реакцію зі сторони цільового ринку.

В цілому поліпшення ефективності зовнішньоекономічних операцій ПАТ «Фармак» є ефективним і прибутковим, але деяких недоліків в організації експортної діяльності ПАТ «Фармак» можна уникнути за допомогою приведеного комплексу заходів щодо поліпшення організації і посилення ефективності експортного потенціалу підприємства.

3.3. Прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів для ПАТ «Фармак»

Вдосконалення стратегії виходу ПАТ «Фармак» на міжнародний ринок полягає у створенні спільного підприємства, що збільшить експортну діяльність підприємства. У такому разі необхідно об'єктивно враховувати переваги не тільки української компанії, але і відомої міжнародної компанії, яка займається виробництвом ліків по всьому світі. В глобальному масштабі українсько-світова кооперації поєднає у собі такі вигоди для обох сторін:

використання дешевої і водночас достатньо якісної продукції, що підтверджується міжнародними сертифікатами якості, з безперешкодним доступом міжнародної компанії до ринків країн.

У більш конкретному ракурсі для ПАТ «Фармак» відкриваються такі перспективи, як просування кондитерської продукції на ринки Америки під маркою відомого бренду, подолання економічних бар'єрів між Україною та іншими країнами, розробка нових продуктів відповідно до специфіки Америки шляхом обміну знаннями та досвідом спеціалістів, доступ до існуючих ринків і каналів збуту. Міжнародна компанія отримає такі переваги: зниження виробничих витрат завдяки можливості використання додаткових ресурсів, вихід на новий, перспективний ринок країн азійський та африканський, фінансова підтримка і взаємний розподіл економічних ризиків, що є дуже важливим у розвитку капіталомісткої кондитерської галузі.

Вибір міжнародної американської компанії Merck & Co для створення спільного підприємства з ПАТ «Фармак» обумовлений таким чинниками:

- 1) Merck & Co є одною з найбільших фармацевтичних компаній в світі;
- 2) Merck & Co на міжнародному ринку фармацевтичної галузі компанія займає не просто стійку лідерську позицію, а входить в ТОП-10 найуспішніших фармкомпаній світу і займає 5 місце серед решти компаній (рис. 3.2.);

РАНГ	КОМПАНИЯ штаб-квартира [веб-сайт]	Rx ПРОДАЖИ (\$, млн)	R&D РАСХОДЫ (\$, млн)	КЛЮЧЕВЫЕ ПРОДУКТЫ [продажи, \$, млн]
1	NOVARTIS Базель, Швейцария [novartis.com]	46 121	9 301	Gleevec 4 746 Gilenya 2 477 Lucentis 2 441
2	PFIZER Нью-Йорк, США [pfizer.com]	44 514	7 152	Lyrica 5 168 Plevnar 4 212 Enbrel 3 850
3	ROCHE Базель, Швейцария [roche.com]	40 086	8 614	Rituxan 7 547 Avastin 7 018 Herceptin 6 863
4	SANOFI Париж, Франция [sanofi.com]	38 223	6 200	Lantus 8 428 Plantix 2 472 Lovenox 2 257
5	MERCK & Co. Кенілворт, США [merck.com]	36 607	6 532	Januvia 3 931 Zetia 2 650 Remicade 2 372
6	JOHNSON & JOHNSON Нью-Брансуик, США [jn.com]	30 726	6 030	Remicade 5 790 Olysio 2 302 Zytiga 2 237
7	GLAXOSMITHKLINE Брентфорд, Великобритания [gsk.com]	30 302	4 685	Seretide/Advair 6 966 Pediarix 1 364 Avodart 1 326
8	AstraZeneca Лондон, Великобритания [astrazeneca.com]	25 694	4 941	Crestor 5 512 Symbicort 3 801 Nexium 3 655
9	Gilead Sciences Фостер Сити, США [gilead.com]	24 474	2 737	Sovaldi 10 283 Atripla 3 470 Truvada 3 340
10	AbbVie Чикаго, США [abbvie.com]	19 879	3 252	Humira 12 543 AndroGel 934 Kaletra 870

Рис. 3.2. ТОП-10 найуспішніших фармкомпаній світу

3) Merck & Co подає себе як «глобальна дослідницько-фармацевтична компанія», що «відкриває, розробляє, виробляє і продає широкий спектр інноваційних продуктів для поліпшення здоров'я людини і тварин, безпосередньо та через свої спільні підприємства»;

5) Merck & Co має попит на міжнародному ринку та успішно функціонує в світі, а особливо в Сполучених Штатах.

Merck & Co була заснована в 1891 році, як американське відділення німецької компанії Merck KGaA. Merck & Co була конфіскована урядом США під час Першої Світової війни і після цього було перезаснована як незалежна американська компанія. На сьогодні це одна з десяти найбільших фармацевтичних компаній по риночній капіталізації і доходу.

Компанія також публікує The Merck Manuals - серія періодичних видань для терапевтів і медсестер. Сюди входить Merck Manual of Diagnosis and Therapy - світовий бестселер серед медичних книг.

Таким чином, ПАТ «Фармак» має всі підстави для того, щоб збільшити експортний потенціал підприємства запропонувати компанії Merck & Co об'єднати зусилля шляхом створення спільного підприємства на міжнародному ринку Америки. Внесок у створення нової компанії буде рівномірно розподілений між сторонами і складатиме по 50% від кожної компанії, відповідно прибуток, отриманий компанією, ділитиметься пропорційно долям учасників. З Merck & Co сторони будуть надані виробничі потужності на міжнародному ринку, з української сторони буде надходити доля продукції та вироблення нових задумів створення нових продуктів, також буде створений відділ розробки та вдосконалення, у якому працюватимуть спеціалісти з різних країн.

Перший етап роботи спільного підприємства включає визначення сфери діяльності, розробку асортиментної політики, складання місії, формування стратегічних цілей компанії. У процесі вибору сфери діяльності треба визначити потреби, що задовольняються, ідентифікувати споживачів, визначити способи задоволення потреб цільової групи споживачів.

На основі дослідження проведеного в роботі в якості асортиментної політики була обрана стратегія для виходу на міжнародний ринок для покращення експортного потенціалу ПАТ «Фармак». Завдяки такій стратегії компанія прагне досягти особливого положення для своєї продукції на ринку. Фармацевтична продукція ПАТ «Фармак», яка буде представлятися на міжнародному ринку буде відрізнятися від виробів конкурентів специфічними споживчими властивостями, дуже високою якістю та мають технологічні переваги, завдяки чому підприємство матиме окремі «ніші» попиту. Таким чином на ринок вийдуть дві лінії нових унікальних лікарських засобів. Перша – це американські протизастудні ліки, які вийдуть на міжнародний ринок, які

швидко і будуть експортувати з однієї країни в іншу з високою точністю доставки. Друга лінія – неврологічні ліки.

В цьому злитті підприємств партнерів буде поєднання зусиль кращих спеціалістів ПАТ «Фармак» та міжнародних країн, буде використовуватися сучасне обладнання, в команді працюватимуть кваліфіковані спеціалісти. Компанія буде вести соціально-орієнтовану політику. Кожен співробітник матиме достойну заробітну плату та повний соціальний пакет. Постійно проводитимуться благодійні акції та виказувати спонсорську підтримку тим, хто в цьому більше буде потребуватися. Мета ПАТ «Фармак» та Merck & Co буде задовольнити кожного споживача, який обере компанію, да допомогти отримати кожному «здорове майбутнє». Обираючи продукти ПАТ «Фармак» та Merck & Co, можна бути впевненим у вищій якості та корисності, бо компанії сумлінно працюють над покращенням своєї репутації.

При формулюванні стратегічних цілей, доцільно використовувати SMART-принцип. Згідно з ним цілі повинні бути: конкретними, вимірними, узгодженими (з місією компанії, між собою, з тими, кому належить їх виконувати), досяжними, певними у часі.

Стратегічні цілі компанії ПАТ «Фармак» та Merck & Co:

Введення в виробництво двох нових ліній виробництва протягом трьох місяців шляхом розробки оптимальної лінії виробництва та переобладнання устаткування під асортимент протизастудних ліків.

На протязі другого півріччя збільшити продажі на 50% порівняно з першим півріччям шляхом ведення активної рекламної діяльності, яка має включати: рекламу у мас-медіа, акції – представлення послуг на міжнародному ринку та у Україні, що ПАТ «Фармак» буде співпрацювати з міжнародною компанією Merck & Co і може братися за любі перевезення в інші країни, розміщення білбордів у великих містах, розробку індивідуальних послуг під замовлення.

Відкрити шість фірмових автокіосків (аптек на колесах) протягом року, які будуть пересуватися по центральних вулицях великих міст Америки та

рекламування продукції із можливістю збирання замовлень та відправки великі обсяги продукції в інші міста за рахунок додаткового інвестування обох партнерів.

Протягом 2019 року розпочати прямий експорт 20% лікарських засобів на ринок Америки та інших країн шляхом відкриття експортного відділу в компанії.

Розробка і запуск виробництва двох нових ліній фармацевтичних засобів протягом 2019 року, кожна з яких буде включати всі гарантії, що відповідають принципам і вдовольняють потреби споживачів.

На протязі трьох років нарощувати обсяг реалізації продукції в середньому на 15% щороку за рахунок збільшення асортименту, підтримання високої якості продукції та географічного розширення збутової мережі.

Третій етап передбачає визначення обсягів інвестицій, необхідних для роботи підприємства. З Merck & Co сторони для впровадження технологічної лінії по виробництву фармацевтичних засобів компанії необхідно залучення коштів у розмірі 43000 дол. (аналогічна вартість швейцарської технологічної лінії). Для виробництва послуг необхідно придбати устаткування на суму 38000 дол. Фінансові витрати, які розподілять між собою ПАТ «Фармак» та Merck & Co представлені у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Витрати пов'язані з спільної діяльністю у перший рік роботи підприємств

ПАТ «Фармак»		Merck & Co	
Стаття витрат	Сума, в дол.	Стаття витрат	Сума, в дол.
Сировина	86000	Переобладнання заводу	4000
Адміністративні витрати	13000	Адміністративні витрати	25000
Матеріали для упаковки товарів	17000	Витрати на збут, логістика та доставка	9000
Розробка дизайну продукції, фірмової символіки	3000	Розміщення рекламних білбордів у великих містах	3000
Реклама у засобах масової інформації	8000	Акції у мережах DHL Express	5000
Закупівля та обладнання філій	91000	Закупівля та обладнання філій	91000
Разом	218000	Разом	137000

Джерело: розраховано автором за власними дослідженнями

Таким чином, сума необхідних для першого року інвестицій складає 436000 дол. Джерелом інвестування з боку ПАТ «Фармак» є власні кошти підприємства, а саме резервний капітал та нерозподілений прибуток.

Припустимо, що перша лінія виробництва противірусних ліків буде приблизно складати 50000 замовлень щомісячно і реалізує по 1,5 дол. за одиницю. Отже, за рік виручка дорівнюватиме 900000 дол., собівартість складає 684000 дол., ПДВ (8%) – 72000 дол. Чистий дохід від реалізації першої лінії виробництва азійських солодошів за перший рік буде отриманий у розмірі 144000 дол. Друга лінія підприємства складатиме 20000 замовлень за місяць, вартість одиниці продукції складатиме 0,7 дол. За рік компанія реалізує товару на 360000 дол., собівартість продукції складатиме 273600 дол., ПДВ (8%) – 28800 дол. Чистий дохід від реалізації другої лінії виробництва неврологічних засобів за перший рік буде отриманий у розмірі 57600 дол.

Виходячи зі стратегічної цілі підприємства щодо збільшення доходів на 15% можна розрахувати дохід на запланований період. Результати розрахунків представлені у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

**Прогнозований дохід від першої та другої ліній виробництва
фармацевтичної продукції ПАТ «Фармак» Merck & Co на 2019-2021 рр.**

Показник	Роки		
	2019	2020	2021
Дохід першої лінії продукції, дол.	144000	165600	190440
Дохід другої лінії продукції, дол.	57600	66240	76176
Разом, дол.	201600	231840	266616
Сумарний дохід за три роки, дол.	700056		

Джерело: розраховано автором за власними дослідженнями

Отже, спільна українська ПАТ «Фармак» та Merck & Co потребує вкладання значних інвестицій для функціонування, але на ряду з цим має привабливі перспективи та реальні можливості отримати дохід який забезпечить покриття збитків та в перспективі може принести значний прибуток.

На наступному етапі роботи виникає необхідність розрахунку інвестиційної привабливості проекту.

Для оцінки ефективності інвестиційних проектів, як правило, застосовуються стандартні методи розрахунку: чистої приведеної (дисконтованої) вартості – NPV (net present value) та терміну окупності – PP (payback period). Названі показники обчислюються на основі плану грошового потоку інвестиційного проекту.

Очевидно, що будь-який інвестиційний процес пов'язаний з ризиком. У зв'язку з цим при прийнятті рішень про фінансування проекту необхідно враховувати фактор часу, тобто оцінювати витрати, виручку, прибуток і т.д. від реалізації того чи іншого проекту з урахуванням часових змін.

Найбільш надійним і часто використовуваним є метод чистої приведеної вартості (NPV). Він показує різницю між сумою всіх дисконтованих грошових потоків і початковими інвестиціями. Згідно теорії, проект приймається, якщо значення NPV позитивне, і відкидається, якщо NPV негативне. Для розрахунку NPV використовується формула 3.1.

$$NPV = \sum_{i=1}^N \frac{NCF_i}{(1+r)^i} - Inv \quad (3.1)$$

де, NCF_i – чистий грошовий потік для i -го періоду;

Inv – початкові інвестиції;

r – ставка дисконтування.

Ставка дисконтування прийнята у розмірі 10%, кількість років – 3.

Таким чином розраховуємо значення NPV для спільного проекту компанії ПАТ «Фармак» та Merck & Co.

$$NPV = 144000/(1+0,1) + 165600/(1+0,1)^2 + 190440/(1+0,1)^3 + 57600/(1+0,1) + 66240/(1+0,1)^2 + 76176/(1+0,1)^3 - 436000 = 139189 \text{ дол.}$$

Чиста поточна вартість (NPV) являє собою сьогоденішню оцінку вартості потоку майбутніх доходів. Це велична позитивна і складає 139189 дол. Отже, виконується необхідна умова ефективності проекту ($NPV > 0$), що означає перевищення наведених результатів над наведеними витратами. Робимо висновок, що в результаті реалізації проекту цінність фірми зростатиме, інвестовані кошти будуть покриті і компанія принесе прибуток.

Термін окупності інвестицій (Payback Period, PP) характеризує тривалість періоду від початкового моменту інвестування до кроку розрахункового періоду, на якому відбувається повне відшкодування інвестиційних вкладень за рахунок отриманих за проектом доходів. Він відповідає моменту часу в розрахунковому періоді, після якого кумулятивна (визначена нарощеним підсумком) величина поточних елементів грошового потоку від інвестиційної та операційної діяльності (NCF) стає і надалі залишається додатною. Загальна формула 3.2 розрахунку показника PP має вигляд:

$$PP = k, \text{ при якому } NPV = \sum_{i=1}^N NCF_i \geq Inv \quad (3.2)$$

де, k – порядковий номер кроку розрахункового періоду, на якому відбувається окупність інвестицій.

В результаті отримуємо: $201600 + 231840 + 266616 > 436000$. З розрахунків видно, що інвестиції окупляться на початку третього року. Для більш точного визначимо суму грошового потоку у третьому році яка необхідна для покриття інвестицій: $436000 - (201600 + 231840) = 2560$ дол., та складемо пропорцію в якій 266616 дол. дорівнюють 12 місяцям, а 2560 дол. = X . Таким чином, отримуємо термін окупності інвестицій – 2,12 роки.

Економічний ефект передбачає будь-який корисний результат, виражений у вартісній оцінці. У показниках виручки, доходу, прибутку виражається корисний результат діяльності фірми.

Ефективність відображається за допомогою показника індекс дохідності. Розрахунок індексу дохідності рекомендується проводити шляхом порівняння

витрат з економічним ефектом як грошовим виразом результату за формулою 3.4:

$$\text{Індекс дохідності} = (\text{Дохід} / \text{Витрати}) * 100\% \quad (3.3)$$

Індекс дохідності спільного співпраці підприємств дорівнює $700056/436000*100\%=62\%$. У підсумку стає зрозуміло, що заходи по вдосконаленню стратегії виходу на міжнародний ринок Америки, запропоновані підприємству ПАТ «Фармак», є ефективними.

Також проаналізувавши в попередніх розділах ефективність зовнішньоекономічної діяльності та фінансово-господарську діяльність ПАТ «Фармак» можна запропонувати підприємству наступну стратегію подальшої діяльності щонайменше на рік:

Загальна стратегічна ціль ПАТ «Фармак»:

- стати одним з впливових регіональних фармацевтичних учасників ринку зміцнюючи лідируючу позицію в Україні та збільшуючи свою присутність на ринках сусідніх країн.
- Компанія повинна працювати над збільшенням ефективності всіх процесів, і підвищувати продуктивність виробництва.
- розширювати географію експорту. За для зміцнення лідируючої позиції.

Компанія буде:

- родовжуватиме фокусуватись на шести основних продуктових портфелях (засобах лікування сезонних захворювань, неврологічний, ендокринологічний, кардіологічний, гастроентерологічний портфелі, ортопедія та ревматологія) та спеціалізованих портфелях (офтальмологічний та контрастні засоби);
- виводити на ринок нові продукти із значним комерційним потенціалом, що не достатньо представлені на локальному фармацевтичному ринку;
- брати участь в забезпеченні ЛЗ для системи реімбурсації в Україні;
- впроваджувати заходи по збільшенню ефективності маркетингу та продаж; шукати можливості щодо консолідації; поглиблювати співробітництво

зі стратегічними партнерами; освоювати нові терапевтичні ніші; впроваджувати нові ЛФ.

Для розширення експорту компанія буде:

- збільшувати експорт на ринках присутності, розширювати можливості представництв на основних ринках, зокрема і відкриття нових представництв чи дочірніх структур;
- шукати виходи нові ринки та використовувати їх для поставок ;
- розвивати напрацювання на ринках, на які постачається продукція; розвивати проекти партнерства на ринках експорту.

ПАТ Фармак розглядає дослідження та розробки як ключовий фактор розвитку компанії та поповнення портфелю продуктів новими сучасними ліками. Створення дженерикових та оригінальних лікарських засобів відбувається завдяки використанню досягнень фундаментальної і прикладної науки та інноваційних технологій. Науковці ПАТ «Фармак» у співпраці із спеціалізованими інститутами розробили та дослідили за останні 15 років понад 400 готових лікарських препаратів на основі майже 150 активних фармацевтичних сполук та створили більш ніж 11 цілісних фармако-терапевтичних портфелів. Особливо визначними серед них є портфелі протизастудних, офтальмологічних, кардіологічних, ендокринологічних та діагностичних засобів. Наразі «Фармак» володіє технологіями виготовлення більшості лікарських форм, що використовуються в лікувальній практиці. Створена аналітична база дозволяє розробляти сучасні методи контролю майже для будь яких відомих лікарських форм.

Окрема увага наразі повинна приділяється розвитку сучасних технологічних платформ із створення готових лікарських засобів, таких як м'які желатинові капсули, емульсії, суспензії, низькодозовані композиції, ліофільні препарати тощо. Власні розробки в м'яких желатинових капсулах, асептичних очних суспензій, ін'єкційних емульсіях, ліофільних порошках були успішно комерціалізовані в 2017 году.

Набуваються нові компетенції із скринінгу, інжинірингу та оптимізації хімічного синтезу активних фармацевтичних інгредієнтів. Поточні та перспективні плани R&D характеризуються підвищенням ефективності нових розробок, подальшою підготовкою досьє для європейської реєстрації, розвитком міжнародного партнерства тощо. Важливою складовою науково-технічної діяльності Компанії є супровід життєвого циклу існуючого портфелю продуктів, включаючи оптимізацію та удосконалення технічних вимог, існуючих технологій та методів аналізу. Особливого значення набуває пошук та впровадження альтернативних способів виробництва твердих лікарських засобів при збереженні незмінним профілю якості кінцевого продукту. Принципи та підходи до організації робіт із досліджень та розробок на ПАТ «Фармак» дозволяють з одного боку вирішувати завдання оперативного імпортозаміщення вартісних ліків доступними та якісними вітчизняними аналогами маржинальний, а з другого – створювати дженерики за міжнародними стандартами з метою паралельного виведення на декілька ринків одночасно. З кожним роком нарощуються інвестиції в науково-дослідні роботи. Здійснюється програма постійної технічної модернізації лабораторій, оснащення сучасним дослідницьким обладнанням для створення нових продуктів, безперервного збагачення знань про продукти та зростаючого розуміння процесів. Про науковий та інтелектуальний рівень розробників свідчить велика кількість публікацій, виданих патентів та вчених ступенів.

Висновки до розділу 3

В розділі 3 надані рекомендації щодо здійснення альтернативної зовнішньоторговельної операції за профілем діяльності ПАТ «Фармак», проведена робота вдосконалення алгоритму організації експортної операції підприємства, зроблена прогнозна оцінка ефективності запропонованих заходів ПАТ «Фармак».

Розглянувши ефективність зовнішньоекономічної діяльності

підприємства, було розроблено комплекс заходів щодо його посилення організації і підвищенню ефективності експортної діяльності ПАТ «Фармак», а саме: 1) підвищення конкурентноздатності товарів, вироблених на ПАТ «Фармак» планованих на експорт, тому що конкуренція на світовому ринку більш тверда і споживачі пред'являють до товарів більш високі вимоги; 2) диверсифікованість виробництва з метою виведення на зовнішні ринки нових видів продукції; 3) підвищення кваліфікації персоналу, що приймає участь в організації експортних операцій, шляхом регулярного проведення навчання й атестацій, а також шляхом стимулювання і мотивації персоналу. 4) вибір найбільш ефективної форми організації відділу, що здійснює експортну діяльність; 5) поліпшення й оптимізація процесу пошуку контрагентів і встановлення контактів з ними та інші.

Запропоновані заходи, щодо створення спільного підприємства ПАТ«Фармак» та Merck & Co, розміщення виробничих потужностей в Америці, використання у виробництві українського задуму, введення двох нових ліній виробництва фармацевтичних засобів, які найбільшою мірою відповідають тенденціям розвитку даної галузі, можна вважати доцільними. Про це свідчать данні отримані в результаті розрахунку низки показників, а саме $NPV=139189$ дол. свідчить про виконання необхідної умови ефективності проекту ($NPV=0$), термін окупності дорівнює 2,12 роки, є достатньо не великим в умовах змінного середовища. Однак найбільш значимий показник є високий індекс дохідності даного проекту, який складає 62%. Тому використання вищезазначених заходів сприятиме розвитку компанії ПАТ «Фармак» та посиленню експортного потенціалу підприємства.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У вступі обґрунтовано актуальність теми роботи, сформульовано мету, завдання, предмет і об'єкт дослідження, визначено наукову новизну та практичне значення отриманих результатів і запропонованих рекомендацій.

У першому розділі – «Теоретико-методичні основи оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій» визначено сутність ефективності, як економічної категорії та особливості її прояву в зовнішньоекономічних операціях, фактори що впливають на ефективність зовнішньоекономічних операцій, визначено методичні підходи до оцінки ефективності зовнішньоекономічних операцій.

Під зовнішньоекономічною діяльністю розуміється комерційна діяльність у сфері міжнародного обміну товарами в їх матеріальній формі і надання комплексних 5 послуг, пов'язаних із здійсненням товарообігу. Таке розуміння зовнішньоекономічної діяльності передбачає необхідність здійснення широкого комплексу заходів економічного, валютно-фінансового та правового характеру. Крім того, необхідною передумовою і обов'язковою умовою ведення зовнішньоторговельної діяльності є виконання цілого ряду операцій забезпечувального характеру, пов'язаних із просуванням товару від продавця до покупця.

Тому, в широкому плані, експортно-імпорتنу діяльність можна визначити як організацію та забезпечення ефективного управління матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками з метою мінімізації операційних витрат, при досягненні основних завдань зовнішньоторговельної угоди та з використанням механізмів та інструментів глобальної та національної логістичних систем. Враховуючи складну структуру, а також варіантність будь-якої зовнішньоекономічної операції, для цілей планування, аналізу, контролю доцільно розробити алгоритм (модель) цієї операції. Такі моделі відрізняються ступенем деталізації окремих етапів, складом інформації, можливостями її комп'ютерної обробки, орієнтацією на вимоги логістичної системи фірми.

Управління експортними операціями підприємства здійснюється з огляду на результати аналізу ринкової ситуації та тенденції її зміни, а також з урахуванням ймовірної реакції ринку на рішення, що приймаються керівництвом компанії. За функціональним змістом управління експортною діяльністю підприємства може бути визначене як система дій і рішень, що пов'язані з формуванням, розвитком та реалізацією конкурентних переваг. Дослідження особливостей управління експортною діяльністю підприємств пов'язується зі специфічним їх зовнішнім середовищем, як багатокomпонентної системи з нестійкою взаємодією її елементів. У цьому середовищі відбувається зіткнення не тільки інтересів і цілей окремих підприємств, а й загальнодержавних інтересів, пов'язаних із забезпеченням безпеки і суверенітету, із захистом економічного простору держави [2, с. 9].

Категорія «ефективність зовнішньоекономічної діяльності» в економічній літературі зазвичай ототожнюється з ефективністю експорту. Цей підхід є універсальним для визначення ефективності цієї діяльності на різних рівнях господарювання. Виходячи з різниці між цілями, які переслідує підприємство і держава в процесі здійснення зовнішньоекономічної діяльності, доцільно відокремити поняття ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства і держави. Ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства характеризується отриманням максимально можливого розміру прибутку від зовнішньоекономічних операцій за рахунок оптимізації існуючих сукупних витрат на внутрішньому і зовнішньому ринку.

Також варто зауважити, що в ринкових умовах підприємство не повинно обмежуватись лише класичними способами оцінки та аналізу ефективності ЗЕД, оскільки вони не завжди дозволяють визначити реальний вплив ефективності управління такою діяльністю на фінансове становище підприємства, загальну ефективність його діяльності, а також на його платоспроможність. Для усунення такого недоліку вищенаведених чинників та для оцінки ефективності ЗЕД у подальших дослідженнях пропонується використовувати показники економічної безпеки підприємства, оскільки у ЗЕД, окрім

позитивноекономічного ефекту, на підприємство діє ряд негативних чинників, що можуть вплинути й власне на його економічну безпеку.

У другому розділі – «Дослідження ефективності зовнішньоекономічної діяльності ПАТ «Фармак» розглянуто організаційно-економічну характеристику ПАТ «Фармак». Проаналізовано фінансово-господарської діяльності ПАТ «Фармак», досліджено зовнішньоекономічну діяльність ПАТ «Фармак», дано оцінку ефективності зовнішньоекономічних операцій ПАТ «Фармак».

Компанія «Фармак» – з 2016 року лідер фармацевтичного ринку України, займає близько 5,6% ринку України серед усіх виробників лікарських засобів та 16,4% ринку України серед українських виробників лікарських засобів. Сьогодні продуктивний портфель «Фармак» налічує понад 200 лікарських засобів різних терапевтичних напрямків та форм випуску. Щороку компанія освоює та виводить на ринок в середньому 20 нових препаратів.

ПАТ «Фармак» використовує у виробництві готової продукції наступні види сировини та матеріалів: субстанції, допоміжні речовини, пакувальні матеріали. За виключенням субстанцій, на ринку існує багато постачальників сировини та матеріалів. Закупівля субстанцій є стратегічно важливою для підприємства, оскільки вартість субстанцій має прямий вплив на собівартість готової продукції. На даний час ПАТ «Фармак» купує субстанції та іншу сировину та матеріали у різноманітних зовнішніх суб'єктів господарювання, включаючи виробників, ліцензіатів та трейдерів. На кінець 2016 року, початок 2017 року ПАТ «Фармак» співпрацювало з понад 454 постачальниками субстанцій та іншої сировини та матеріалів. У 2017 році п'ять топових постачальників покрили 32% потреби компанії у сировині та матеріалах (в грошовому виразі).

Проаналізувавши основні показники діяльності ПАТ «Фармак», можна зробити висновок про зменшення майже всіх показників економічної діяльності підприємства. А саме: чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) зменшився в 2017 році в порівнянні з 2014

роком на 11,94%. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) також зменшилася на 10,84% в порівнянні 2014 року до 2017 року. Валовий прибуток також мав тенденцію до зменшення на 10,84% порівняно з 2014 роком до 2017 року. Але інші операційні доходи мали тенденцію до збільшення у 3,7 рази, що свідчить про збільшення реалізації продукції підприємства.

Витрати підприємства мали тенденцію до збільшення адміністративні витрати збільшилися на 5065 тис. грн. в 2017 році порівняно до 2014 року, що 24,59% більше. Витрати на збут збільшилися в 2017 році на 19,56% порівняно з 2014 роком. Інші операційні витрати мали значний скачок в більшенні в 3,4 рази в 2017 році порівняно до 2014 року.

Аналіз експортного потенціалу показав, що частка експорту в загальному обсязі реалізованої продукції підприємства мало тенденцію до збільшення і показує, що ПАТ «Фармак» досить інтенсивно веде свою експортну діяльність. Масштабність експортної діяльності підприємства у порівнянні з іншими підприємствами експортерами продукції переважає і з кожним роком все більше посилює експортний потенціал підприємства. Рентабельність експортної діяльності має тенденцію до зменшення.

Аналіз показників експортного потенціалу показав, що ПАТ «Фармак» має досить ефективну складову маркетингової та інформаційної складової на досить високому рівні.

Розглянувши ефективність експортного потенціалу, було розроблено комплекс заходів щодо його посилення організації і підвищенню ефективності експортної діяльності ПАТ «Фармак», а саме: 1) підвищення конкурентноздатності товарів, вироблених на ПАТ «Фармак» планованих на експорт, тому що конкуренція на світовому ринку більш тверда і споживачі пред'являють до товарів більш високі вимоги; 2) диверсифікованість виробництва з метою виведення на зовнішні ринки нових видів продукції; 3. підвищення кваліфікації персоналу, що приймає участь в організації експортних операцій, шляхом регулярного проведення навчання й атестацій, а також шляхом стимулювання і мотивації персоналу. 4) вибір найбільш

ефективної форми організації відділу, що здійснює експортну діяльність; 5) поліпшення й оптимізація процесу пошуку контрагентів і встановлення контактів з ними.

Запропоновані заходи, щодо створення спільного підприємства ПАТ«Фармак» та Merck & Co, розміщення виробничих потужностей в Америці, використання у виробництві українського задуму, введення двох нових ліній виробництва фармацевтичних засобів, які найбільшою мірою відповідають тенденціям розвитку даної галузі, можна вважати доцільними. Про це свідчать данні отримані в результаті розрахунку низки показників, а саме $NPV=139189$ дол. свідчить про виконання необхідної умови ефективності проекту ($NPV=0$), термін окупності дорівнює 2,12 роки, є достатньо не великим в умовах змінного середовища. Однак найбільш значимий показник є високий індекс дохідності даного проекту, який складає 62%. Тому використання вищезазначених заходів сприятиме розвитку компанії ПАТ «Фармак» та посиленню експортного потенціалу підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз господарської діяльності. / Под ред. Белобородова В. А. - М.: Финансы і статистика, 1999. - 420С.
2. Абрютина М.С. Экономика предприятия: учебник [Текст] / Абрютина М.С. - М.: Дело и Сервис, 2012. - 528 с.
3. Азриляян А.Н. Большой экономический словарь [Текст]/А.Н. Азриляян. – 2-е. изд. доп. и перераб. Институт новой экономики, 1997.- 864 с.
4. Андришин В.П. Методичні підходи до виявлення джерел формування експортного потенціалу [Текст] / В.П. Андришин // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». – Ужгород, 2013. – Вип. 1 (38). – С. 18–21
5. Бабан Т.О. Сутність поняття «експортний потенціал» у економічній науці/ Т.О. Бабан. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znptdau/2012_2_2/18-2-01.pdf
6. Бень Т.Г., Довбань С.Б. Інтегральна оцінка фінансового стану підприємства. // Фінанси України. - 2012. - № 6. - С. 53-61.
7. Беньковская Т. Самую большую долю на мировом кондитерском рынке сегодня имеет шоколад //Офіційний веб-сайт журналу Pakkograff [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.upakovano.ru/articles/3682>
8. Бланк И.А. Управление прибылью [Текст]/ Бланк И. А. - [3-е изд.]. - К.: Ника-Центр, 2009. - 768 с.
9. Бондар Н.М. Економіка підприємства: навчальний посібник [Текст]/ Бондар Н. М. - К.: А.С.К. 2011. - 400 с.
10. Бондаренко А.В. Повышение эффективности российского экспорта в условиях глобализации[Текст] // Вестник СГСЭУ. – 2013. – №3(47). – С.166–170

11. Бондарева Т.І. Оцінка ефективності експортної діяльності підприємства/ Т.І.Бондарева, А.І. Осадчук [Текст]// Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2011. – №3(15). – С.91–104.
12. Балабанова Л.В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К. : Професіонал, 2004. – 154 с
13. Брагинский С.В., Певзнер Я.А. [Текст]: /Политическая экономия: дискуссионные проблемы, пути обновления. – М.: Мысль, 1991. – 299 с.
14. Булатова А.С. Економіка[Текст]: / А.С. Булатова. – К.: МОЛОДЬ, 2012. – 600 с.
15. Ганін В.І. Основи теорії економічного аналізу [Текст]:/ В.І. Ганін. – Х.: Самміт, 2015. – 105 с.
16. Горичко Віталій /Стимулюючі фактори ЗЕД підприємства [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/8_NND_2010/Pravo/60320.doc.htm
17. Господарський кодекс України: Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
18. Дем'яненко А. Г. Формирование модели комплексного анализа эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия [Текст]:/ А. Г. Дем'яненко // Економіка, фінанси, право. – 2005. – № 2
19. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. Навчальний посібник / К.: Знання, 2006.- 462 с.
20. Дурицька Г.В. Формування стратегії ЗЕД/[для студ. вищ. навч. закл.] /Регіональна економіка-2006.№14
21. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера[Текст]:/ За ред. Р. Дяківа. – К.: 2000-703 с.
22. Ерохина Е.А. Развитие национальной экономики: системно-самоорганизационный подход: Автореф. дис. ... д-ра экон. наук. 08.00.01[Текст]:/ Том. гос. ун-т. – Томск, 2000. – 33 с

23. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств[Текст]: / За ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, І.Ю.Сіваченка – Київ : Центр навчальної літератури , 2006. – 792 с.
24. Карамишев Д.В., Леонова Ю.О. Державне регулювання інвестиційних процесів у фармацевтичній галузі України // Електронне наукове фахове видання «Державне будівництво». Харків — 2009. — № 9.
25. Кириченко О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності [Текст]:/ О. Кириченко, І. Кавас. – К. : Фінансист, 2000. – 653 с.
26. Кузьменко С.С. Організація експортно-імпортних операцій на рівні підприємства та шляхи її удосконалення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rusnauka.com/5._NTSB_2007/Economics/20281.doc.htm– Назва з домашньої сторінки
27. Лакіза В. Організаційно-економічне забезпечення функціонування підприємства [Текст]:/ В. Лакіза, К. Качмар // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.8. – С. 224–229
28. Ліпич Л. Г. Фактори впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств України[Текст]: / Л. Г. Ліпич, А.О. Фатенок-Ткачук // Економіка та держава. – 2008. – №5 – С. 29-32
29. Митний кодекс України: Закон України №4495-VI від 13.03.2012 – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
30. Олейніков О.О., к.е.н. Стратегія виходу українських компаній на транснаціональний рівень як засіб реалізації національних інтересів/ 14.10.2010
31. Організація зовнішньоторговельних операцій : опорний конспект / Т.М. Мельник. – К. : КНТЕУ, 2015. – 260 с.
32. Петрик О.О. Фармацевтичний ринок: світові тенденції та перспективи розвитку в Україні [Текст] / О.О. Петрик, А.В. Стрілець // Збірник наукових праць учасників VI Всеукр. науково-практичної конференції з міжнародною участю «Сучасні підходи до управління підприємством». — К.: НТУУ «КПІ», 2015. — С. 288-293 ;

33. Прокушев Е.Ф. Зовнішньоекономічна діяльність [Текст]: / Е.Ф. Прокушев. – Тернопіль: Астон, 2013. – 320 с.
34. Регулирование рынка лекарственных средств в Украине: взгляд европейского производителя // Всеукраинская фармацевтическая конференция «Аптека-2014: уроки кризиса» [Електронний ресурс]. – Режим доступа <http://www.apteka.ua/wp-content/uploads/2014/12/kirik.-ppt>. – 18 с.
35. Решетняк К.Е. Экспортно-імпортні операції як основа зовнішньоекономічної діяльності підприємства [Текст]:/ К.Е. Решетняк // Управління розвитком. – 2012. – №3. – С. 30 – 32.
36. Сайт Alfa Wassermann Італія.- <http://www.alfawassermann.com/en/alfa-wassermann/alfa-wassermann/home>
37. Сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua
38. Сайт Вільної енциклопедії- <https://uk.wikipedia.org/wiki>
39. Сайт Державної статистики.- <https://smida.gov.ua>
40. Сайт Кабінету Міністрів України. – Режим доступу : me.kmu.gov.ua
41. Сайт Міжнародного Валютного Фонду.- <http://www.imf.org/external/index.htm>
42. Сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua>
43. Сайт онлайн-газети «Щотижневик Аптека» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apteka.ua/article/288827>.
44. Сайт ПАТ «Фармак» України.- <https://farmak.ua/safety>
45. Стрілець А.В. Вплив глобалізації на процеси злиття та поглинання на світовому фармацевтичному ринку. [Електронне видання] / А.В. Стрілець, О.О. Петрик // Матеріали міжнародної наукової інтернет-конференції «Реформування економічної системи країни в умовах нестабільності». Секція: Економіка. — Тернопіль, 28 листопада 2015 року. — Адреса доступу: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/41534>

46. Фатенок-Ткачук А.О. Аналізування факторів впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств / А.О. Фатенок-Ткачук // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – № 17. – С. 93-100.
47. Філатова Г.О. Теоретичні засади щодо визначення категорії "ефективність зовнішньоекономічної діяльності підприємства [Текст]:// Українська наука: сучасне, минуле, сьогодення. – Тернопіль: Підручники і посібники. – 2003, вип. 6. – С. 320-325.
48. Шагалов Г.Л. Внешнеэкономическое сотрудничество СССР в условиях перестройки. Механизм. Прогнозирование. Эффективность [Текст]:/ Под ред. С.С. Шаталина. – М.: Экономика, 1990. – 240 с.
49. Шестакова, О. А. До питання категоріального змісту та структури експортного потенціалу підприємства [Текст] / О. А. Шестакова // Економіка Розвитку. — Харків :ХНЕУ, 2013. — № 1 (65). — С. 104-109
50. Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С. Финансы предприятий. - М., ИНФРА-М, 2007.
51. APEDA AgriExchange: the changing face of agri business [Electronic resource]. // Procedure of access: http://agriexchange.apeda.gov.in/product_profile/
52. Cadbury PLC [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://cadbury.co.uk/>
53. Ferrero SpA [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://www.ferrero.com/products/>
54. Global Industry Analysts [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://www.strategyr.com/pressMCP-2210.asp>
55. Kraft Foods Официальный сайт [Электронный ресурс]. // Режим доступа: <http://www.kraftfoods.ru/kraft/page?PageRef=1>
56. Maps of World [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://www.mapsofworld.com/world-top-ten/world-top-ten-chocolate-confectionery-consumer-countries.html>
57. Mars Chocolate North America [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://www.mars.com/global/index.aspx>

58. Nestle S.A. [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://www.nestle.com/Brands/Petcare/Pages/PetcareCatalogue.aspx>
59. Nestle Ukraine [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://www.nestle.ua/brands/kasha/Pages/porridge.aspx>
60. Smart Logistics [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://smartlogistics.com.ua/uk/news?id=39>
61. TOP-5 of anything.com [Electronic resource]. // Procedure of access: <http://www.top5ofanything.com/index.php?h=efb06b00>
62. Wise GEEK clear answers for common questions [Electronic resource].
// Procedure of access: <http://www.wisegeek.com/what-is-the-confectionery-industry.htm>

Підприємство ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ
 ТОВАРИСТВО "ФАРМАК"
 Територія ПОДІЛЬСЬКИЙ
 Організаційноправова форма господарювання -
 Акціонерне товариство
 Вид економічної діяльності - Виробництво
 фармацевтичних препаратів і матеріалів
 Середня кількість працівників - 2250
 Адреса, телефон Фрунзе, 63, м.Київ, область, 04080,
 Україна, 8(044)239-19-40

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ
2014.01.01
00481198
8038500000
230
21.20

Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака

(окрім розділу IV Консолідованого звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2-к), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці): за
 положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку за
 міжнародними стандартами фінансової звітності

v

**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)
 на 31.12.2013 р.**

Форма № 1-к Код за ДКУД 1801007

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Необоротні активи			
Основні засоби:	1010	26914	29915
первісна вартість	1011	100513	108583
знос	1012	216235	256935
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
Усього за розділом I	1095	356433	395433
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	5900	5950
Виробничі запаси	1101	2172	2573
Векселі одержані	1120		
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари,	1125	19614	19670
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	1135	7650	7751
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		
Гроші та їх еквіваленти	1165		
Готівка	1166		
Усього за розділом II	1195	35041	35944

III. Необоротні активи, утримувані для продажу	1200		
Баланс	1300	411271	431377

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	21901	29915
Резервний капітал	1415	98589	108583
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	246931	256935
Усього за розділом I	1495	375434	395433
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення		0	0
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	5950	5950
Усього за розділом II	1595	5850	5950
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Поточна кредиторська заборгованість:	1610		
за товари, роботи, послуги	1615		
за розрахунками з бюджетом	1620	19760	19670
за у тому числі з податку на прибуток	1621	2170	2573
за розрахунками зі страхування	1625		
за розрахунками з оплати праці	1630		
Поточні забезпечення	1660		
Інші поточні зобов'язання	1690	7650	7751
Усього за розділом III	1695	29814	29994
Баланс	1900	411271	431377

Примітки: Даний Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан) включено в консолідовану фінансову звітність Групи "Фармак" складену відповідно до МСФЗ (додаткові форми на сторінках 52-64) станом на 31 грудня 2013 року та за рік, що закінчився цією датою. З повним текстом "Консолідованої фінансової звітності ПАТ "Фармак" за рік, який закінчився 31 грудня 2013 року, разом зі звітом незалежних аудиторів" можна ознайомитися на сайті ПАТ "Фармак" за адресою http://www.farmak.ua/financial_statements_and_information_about_the_company

Керівник
Головний бухгалтер

Жебровська Філія Іванівна
Першко Олена Володимирівна

Підприємство ПУБЛІЧНЕ
ТОВАРИСТВО "ФАРМАК"

АКЦІОНЕРНЕ

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ
2014.01.01
00481198

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2013рік**

Форма № 2-к Код за ДКУД 1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт,	2000	281 353	294 354
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт,	2050	255 176	256 178
Валовий:			
прибуток	2090	36 180	38 176
Інші операційні доходи	2120	8 122	8 322
Адміністративні витрати	2130	21 590	20 597
Витрати на збут	2150	2 635	2 930
Інші операційні витрати	2180	8 114	8 213
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	14 231	14 758
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240	20 964	20 860
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2295	34617	35 618
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	802	802
Чистий фінансовий результат:		31 810	34 816
прибуток	2350	22354	23255

II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Матеріальні затрати	2500	95 171	105 179
Витрати на оплату праці	2505	123 410	124 212
Відрахування на соціальні заходи	2510	45 700	46 700
Амортизація	2515	42 176	42 180
Інші операційні витрати	2520	21 219	22 205

Разом	2550	331 475	340 476
-------	------	---------	---------

III. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ			
Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Середньорічна кількість простих акцій	2600	703332392	703332392
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	703332392	703332392
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,0484	0,0495
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту	2615	0,0484	0,0495

Даний Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) включено в консолідовану фінансову звітність Групи "Фармак" складену відповідно до МСФЗ (додаткові форми на сторінках 52-64) станом на 31 грудня 2013 року та за рік, що закінчився цією датою. З повним текстом "Консолідованої фінансової звітності ПАТ "Фармак" за рік, який закінчився 31 грудня 2013 року, разом зі звітом незалежних аудиторів" можна ознайомитися на сайті ПАТ "Фармак" за адресою http://www.farmak.ua/financial_statements_and_information_about_the_company

Керівник
Головний бухгалтер

Жебровська Філя Іванівна
Першко Олена Володимирівна

Підприємство ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ
ТОВАРИСТВО "ФАРМАК"
Територія ПОДІЛЬСЬКИЙ
Організаційноправова форма господарювання -
Акціонерне товариство
Вид економічної діяльності - Виробництво
фармацевтичних препаратів і матеріалів
Середня кількість працівників - 2250
Адреса, телефон Фрунзе, 63, м.Київ, область, 04080,
Україна, 8(044)239-19-40
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака (окрім

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ
2015.01.01
00481198
8038500000
230
21.20

розділу IV Консолідованого звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2-к), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці): за

положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку за

міжнародними стандартами фінансової звітності

v

**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2014 р.**

Форма № 1-к Код за ДКУД 1801007

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Необоротні активи			
Основні засоби:	1010	29915	756 777
первісна вартість	1011	108583	1 042 082
знос	1012	256935	285 305
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
Усього за розділом I	1095	395433	756798
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	5950	7454
Виробничі запаси	1101	2573	0
Векселі одержані	1120		0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари,	1125	19670	49016
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	1135	7751	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		4144
Гроші та їх еквіваленти	1165		22
Готівка	1166		1897
Усього за розділом II	1195	35944	60636
III. Необоротні активи, утримувані для продажу	1200		
Баланс	1300	431377	817434

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	29915	175833

Резервний капітал	1415	108583	1303
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	256935	307461
Усього за розділом I	1495	395433	484597
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення		0	
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	5950	57421
Усього за розділом II	1595	5950	57421
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Поточна кредиторська заборгованість:	1610		
за товари, роботи, послуги	1615		249718
за розрахунками з бюджетом	1620	19670	6140
за у тому числі з податку на прибуток	1621	2573	0
за розрахунками зі страхування	1625		3723
за розрахунками з оплати праці	1630		7453
Поточні забезпечення	1660		7138
Інші поточні зобов'язання	1690	7751	1244
Усього за розділом III	1695	29994	275416
Баланс	1900	431377	817434

Примітки: Даний Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан) включено в консолідовану фінансову звітність Групи "Фармак" складену відповідно до МСФЗ (додаткові форми на сторінках 52-64) станом на 31 грудня 2014 року та за рік, що закінчився цією датою. З повним текстом "Консолідованої фінансової звітності ПАТ "Фармак" за рік, який закінчився 31 грудня 2014 року, разом зі звітом незалежних аудиторів" можна ознайомитися на сайті ПАТ "Фармак" за адресою http://www.farmak.ua/financial_statements_and_information_about_the_company

Керівник
Головний бухгалтер

Жебровська Філя Іванівна
Першко Олена Володимирівна

Підприємство ПУБЛІЧНЕ
ТОВАРИСТВО "ФАРМАК"

АКЦІОНЕРНЕ

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ
2015.01.01
00481198

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2014 рік**

Форма № 2-к Код за ДКУД 1801008

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт,	2000	294 354	263454
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт,	2050	256 178	253270
Валовий:			
прибуток	2090	38 176	31070
Інші операційні доходи	2120	8 322	6222
Адміністративні витрати	2130	20 597	21094
Витрати на збут	2150	2 930	2 031
Інші операційні витрати	2180	8 213	7 214
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	14 758	13750
Інші фінансові доходи	2220		

Інші доходи	2240	20 860	19 861
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2295	35 618	32013
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	802	713
Чистий фінансовий результат:		34 816	33116
прибуток	2350	23255	22120

II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Матеріальні затрати	2500	105 179	100206
Витрати на оплату праці	2505	124 212	111210
Відрахування на соціальні заходи	2510	46 700	34701
Амортизація	2515	42 180	40003
Інші операційні витрати	2520	22 205	19204
Разом	2550	340 476	305324

III. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Середньорічна кількість простих акцій	2600	703332392	703252356
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	703332392	703252356
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,0495	0,0483
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту	2615	0,0495	0,0483

Даний Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) включено в консолідовану фінансову звітність Групи "Фармак" складену відповідно до МСФЗ (додаткові форми на сторінках 52-64) станом на 31 грудня 2014 року та за рік, що закінчився цією датою. З повним текстом "Консолідованої фінансової звітності ПАТ "Фармак" за рік, який закінчився 31 грудня 2014 року, разом зі звітом незалежних аудиторів" можна ознайомитися на сайті ПАТ "Фармак" за адресою http://www.farmak.ua/financial_statements_and_information_about_the_company

Керівник
Головний бухгалтер

Жебровська Філя Іванівна
Першко Олена Володимирівна

Підприємство ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ
ТОВАРИСТВО "ФАРМАК"
Територія ПОДІЛЬСЬКИЙ
Організаційноправова форма господарювання -
Акціонерне товариство
Вид економічної діяльності - Виробництво
фармацевтичних препаратів і матеріалів
Середня кількість працівників - 2250
Адреса, телефон Фрунзе, 63, м.Київ, область,
04080, Україна, 8(044)239-19-40

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ
2016.01.01
00481198
8038500000
230
21.20

Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака
(окрім розділу IV Консолідованого звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2-к), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці): за
положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку за
міжнародними стандартами фінансової звітності

v

**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2015 р.**

Форма № 1-к Код за ДКУД 1801007

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Необоротні активи			
Основні засоби:	1010	756 777	705 007
первісна вартість	1011	1 042 082	1 032 492
знос	1012	285 305	327 485
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0
первісна вартість	1016	0	0
Усього за розділом I	1095	756798	705 028
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	7454	8900
Виробничі запаси	1101	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари,	1125	49016	67067

Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	1135	0	2772
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	4144	454
Гроші та їх еквіваленти	1165	22	43
Готівка	1166	1897	0
Усього за розділом II	1195	60636	79236
III. Необоротні активи, утримувані для продажу	1200		
Баланс	1300	817434	784264

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	175833	175833
Резервний капітал	1415	1303	2164
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	307461	341416
Усього за розділом I	1495	484597	519413
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	57421	51777
Усього за розділом II	1595	57421	51777
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Поточна кредиторська заборгованість:	1610		
за товари, роботи, послуги	1615	249718	185548
за розрахунками з бюджетом	1620	6140	11516
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
за розрахунками зі страхування	1625	3723	3461
за розрахунками з оплати праці	1630	7453	7006
Поточні забезпечення	1660	7138	5034
Інші поточні зобов'язання	1690	1244	509
Усього за розділом III	1695	275416	213074
Баланс	1900	817434	784264

Примітки: Даний Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан) включено в консолідовану фінансову звітність Групи "Фармак" складену відповідно до МСФЗ (додаткові форми на сторінках 52-64) станом на 31 грудня 2015 року та за рік, що закінчився цією датою. З повним текстом "Консолідованої фінансової звітності ПАТ "Фармак" за рік, який закінчився 31 грудня 2015 року, разом зі звітом незалежних аудиторів" можна ознайомитися на сайті ПАТ "Фармак" за адресою [http://www.farmak.ua/financial statements and information about the company](http://www.farmak.ua/financial_statements_and_information_about_the_company)

Керівник
Головний бухгалтер

Жебровська Філя Іванівна
Першко Олена Володимирівна

Підприємство ПУБЛІЧНЕ
ТОВАРИСТВО "ФАРМАК"

АКЦІОНЕРНЕ

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ
2016.01.01
00481198

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2015 рік**

Форма № 2-к Код за ДКУД 1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт,	2000	250 516	294 354
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт,	2050	215 823	256 178
Валовий:			
прибуток	2090	34 693	38 176
Інші операційні доходи	2120	91 914	8 322
Адміністративні витрати	2130	22 385	20 597
Витрати на збут	2150	3 416	2 930
Інші операційні витрати	2180	90 009	8 213
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	10 797	14 758
Інші фінансові доходи	2220	2 000	
Інші доходи	2240	1 122	20 860
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2295	12 938	35 618
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	1 917	802
Чистий фінансовий результат:			34 816
прибуток	2350	11 021	23255

II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Матеріальні затрати	2500	108 047	105 179
Витрати на оплату праці	2505	116 760	124 212

Відрахування на соціальні заходи	2510	25 287	46 700
Амортизація	2515	45 337	42 180
Інші операційні витрати	2520	37 183	22 205
Разом	2550	332 614	340 476

III. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Середньорічна кількість простих акцій	2600	703332392	703332392
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	703332392	703332392
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,01567	0,0495
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту	2615	0,01567	0,0495

Даний Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) включено в консолідовану фінансову звітність Групи "Фармак" складену відповідно до МСФЗ (додаткові форми на сторінках 52-64) станом на 31 грудня 2015 року та за рік, що закінчився цією датою. З повним текстом "Консолідованої фінансової звітності ПАТ "Фармак" за рік, який закінчився 31 грудня 2015 року, разом зі звітом незалежних аудиторів" можна ознайомитися на сайті ПАТ "Фармак" за адресою http://www.farmak.ua/financial_statements_and_information_about_the_company

Керівник
Головний бухгалтер

Жебровська Філя Іванівна
Першко Олена Володимирівна

Підприємство ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ
 ТОВАРИСТВО "ФАРМАК"
 Територія ПОДІЛЬСЬКИЙ
 Організаційноправова форма господарювання -
 Акціонерне товариство
 Вид економічної діяльності - Виробництво
 фармацевтичних препаратів і матеріалів
 Середня кількість працівників - 2250
 Адреса, телефон Фрунзе, 63, м.Київ, область, 04080,
 Україна, 8(044)239-19-40

Дата (рік, місяць, число)

за СДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ
2017.01.01
00481198
8038500000
234
21.20

Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака

(окрім розділу IV Консолідованого звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2-к), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці): за
 положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку за
 міжнародними стандартами фінансової звітності

v

**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)
 на 31.12.2016 р.**

Форма № 1-к Код за ДКУД 1801007

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Необоротні активи			
Основні засоби:	1010	705 007	603015
первісна вартість	1011	1 032 492	918427
знос	1012	327 485	315412
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	11
первісна вартість	1016	0	10
Усього за розділом I	1095	705 028	603036
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	8900	8512
Виробничі запаси	1101	0	92001
Векселі одержані	1120	0	220
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари,	1125	67067	1279
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	1135	2772	32
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	454	

Гроші та їх еквіваленти	1165	43	0
Готівка	1166	0	0
Усього за розділом II	1195	79236	102044
III. Необоротні активи, утримувані для продажу	1200		
Баланс	1300	784264	705080

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	175833	175833
Резервний капітал	1415	2164	3904
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	341416	350697
Усього за розділом I	1495	519413	530434
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	51777	43652
Усього за розділом II	1595	51777	43652
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Поточна кредиторська заборгованість:	1610		
за товари, роботи, послуги	1615	185548	109809
за розрахунками з бюджетом	1620	11516	8611
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	1534
за розрахунками зі страхування	1625	3461	6185
за розрахунками з оплати праці	1630	7006	4187
Поточні забезпечення	1660	5034	
Інші поточні зобов'язання	1690	509	636
Усього за розділом III	1695	213074	130994
Баланс	1900	784264	705080

Примітки: Даний Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан) включено в консолідовану фінансову звітність Групи "Фармак" складену відповідно до МСФЗ (додаткові форми на сторінках 52-64) станом на 31 грудня 2015 року та за рік, що закінчився цією датою. З повним текстом "Консолідованої фінансової звітності ПАТ "Фармак" за рік, який закінчився 31 грудня 2015 року, разом зі звітом незалежних аудиторів" можна ознайомитися

на сайті ПАТ "Фармак" за адресою
[http://www.farmak.ua/financial statements and information about the company](http://www.farmak.ua/financial_statements_and_information_about_the_company)

Керівник
Головний бухгалтер

Жебровська Філя Іванівна
Першко Олена Володимирівна

Підприємство ПУБЛІЧНЕ
ТОВАРИСТВО "ФАРМАК"

АКЦІОНЕРНЕ

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

КОДИ
2017.01.01
00481198

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2014 рік**

Форма № 2-к Код за ДКУД 1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт,	2000	232 312	250 516
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт,	2050	204 239	215 823
Валовий:			
прибуток	2090	28 073	34 693
Інші операційні доходи	2120	54 735	91 914
Адміністративні витрати	2130	23 404	22 385
Витрати на збут	2150	3 043	3 416
Інші операційні витрати	2180	46 008	90 009
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	10 353	10 797
Інші фінансові доходи	2220		2 000
Інші доходи	2240	8	1 122
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2295	4 872	12 938
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	930	1 917
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	3 942	11 021

II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Матеріальні затрати	2500	282 183	108 047
Витрати на оплату праці	2505	282 183	116 760
Відрахування на соціальні заходи	2510	282 183	25 287

Амортизація	2515	282 184	45 337
Інші операційні витрати	2520	282 185	37 183
Разом	2550	1 410 915	332 614

III. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Середньорічна кількість простих акцій	2600	784442392	703332392
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	784442392	703332392
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,0056	0,01567
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту	2615	0,0056	0,01567

Даний Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) включено в консолідовану фінансову звітність Групи "Фармак" складену відповідно до МСФЗ (додаткові форми на сторінках 52-64) станом на 31 грудня 2016 року та за рік, що закінчився цією датою. З повним текстом "Консолідованої фінансової звітності ПАТ "Фармак" за рік, який закінчився 31 грудня 2016 року, разом зі звітом незалежних аудиторів" можна ознайомитися на сайті ПАТ "Фармак" за адресою http://www.farmak.ua/financial_statements_and_information_about_the_company

Керівник
Головний бухгалтер

Жебровська Філя Іванівна
Першко Олена Володимирівна

Підприємство ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ
 ТОВАРИСТВО "ФАРМАК"
 Територія ПОДІЛЬСЬКИЙ
 Організаційноправова форма господарювання -
 Акціонерне товариство
 Вид економічної діяльності - Виробництво
 фармацевтичних препаратів і матеріалів
 Середня кількість працівників - 2250
 Адреса, телефон Фрунзе, 63, м.Київ, область, 04080,
 Україна, 8(044)239-19-40

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ
2018.01.01
00481198
8038500000
230
21.20

Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака
 (окрім розділу IV Консолідованого звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2-к), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці): за
 положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку за
 міжнародними стандартами фінансової звітності

v

**Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан)
 на 31.12.2017 р.**

Форма № 1-к Код за ДКУД 1801007

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Необоротні активи			
Основні засоби:	1010	603015	567 055
первісна вартість	1011	918427	890 971
знос	1012	315412	323 916
Інвестиційна нерухомість:	1015	11	11
первісна вартість	1016	10	10
Усього за розділом I	1095	603036	567 076
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	8512	8 847
Виробничі запаси	1101	92001	
Векселі одержані	1120	220	
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари,	1125	1279	71 252
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
з бюджетом	1135	32	1 394
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155		12 664

Гроші та їх еквіваленти	1165	0	0
Готівка	1166	0	0
Усього за розділом II	1195	102044	94 290
III. Необоротні активи, утримувані для продажу	1200		
Баланс	1300	705080	661 366

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	175833	175833
Резервний капітал	1415	3904	4 455
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	350697	354 161
Усього за розділом I	1495	530434	534 449
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	43652	38 308
Усього за розділом II	1595	43652	38 308
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Поточна кредиторська заборгованість:	1610		
за товари, роботи, послуги	1615	109809	67 990
за розрахунками з бюджетом	1620	8611	3 845
за у тому числі з податку на прибуток	1621	1534	
за розрахунками зі страхування	1625	6185	1 879
за розрахунками з оплати праці	1630	4187	6 923
Поточні забезпечення	1660		4 672
Інші поточні зобов'язання	1690	636	3 300
Усього за розділом III	1695	130994	88 609
Баланс	1900	705080	661 366

Примітки: Даний Консолідований баланс (Звіт про фінансовий стан) включено в консолідовану фінансову звітність Групи "Фармак" складену відповідно до МСФЗ (додаткові форми на сторінках 52-64) станом на 31 грудня 2017 року та за рік, що закінчився цією датою. З повним текстом "Консолідованої фінансової звітності ПАТ "Фармак" за рік, який закінчився 31 грудня 2017 року, разом зі звітом незалежних аудиторів" можна ознайомитися

на сайті ПАТ "Фармак" за адресою
[http://www.farmak.ua/financial statements and information about the company](http://www.farmak.ua/financial_statements_and_information_about_the_company)

Керівник
Головний бухгалтер

Жебровська Філя Іванівна
Першко Олена Володимирівна

Підприємство ПУБЛІЧНЕ
ТОВАРИСТВО "ФАРМАК"

АКЦІОНЕРНЕ

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ
2018.01.01
00481198

**Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2017 рік**

Форма № 2-к Код за ДКУД 1801008

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ			
Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт,	2000	259 205	232 312
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт,	2050	228 412	204 239
Валовий:			
прибуток	2090	30 793	28 073
Інші операційні доходи	2120	30 872	54 735
Адміністративні витрати	2130	25 662	23 404
Витрати на збут	2150	3 503	3 043
Інші операційні витрати	2180	28 719	46 008
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	3 781	10 353
Інші фінансові доходи	2220	10 008	
Інші доходи	2240	53	8
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2295	3 896	4 872
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	1 128	930
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	2 768	3 942

II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ			
Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Матеріальні затрати	2500	83 316	282 183
Витрати на оплату праці	2505	125 796	282 183
Відрахування на соціальні заходи	2510	27 024	282 183
Амортизація	2515	25 330	282 184

Інші операційні витрати	2520	34 776	282 185
Разом	2550	296 242	1 410 915

III. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Середньорічна кількість простих акцій	2600	784442392	784442392
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	784442392	784442392
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0,00394	0,0056
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту	2615	0,00394	0,0056

Даний Консолідований звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) включено в консолідовану фінансову звітність Групи "Фармак" складену відповідно до МСФЗ (додаткові форми на сторінках 52-64) станом на 31 грудня 2017 року та за рік, що закінчився цією датою. З повним текстом "Консолідованої фінансової звітності ПАТ "Фармак" за рік, який закінчився 31 грудня 2017 року, разом зі звітом незалежних аудиторів" можна ознайомитися на сайті ПАТ "Фармак" за адресою http://www.farmak.ua/financial_statements_and_information_about_the_company

Керівник
Головний бухгалтер

Жебровська Філія Іванівна
Першко Олена Володимирівна