

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки та управління бізнесом
Кафедра економіки, організації та управління підприємствами

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
до випускної кваліфікаційної роботи

на тему Операційна діяльність фармацевтичного підприємства та
обґрунтування напрямів її удосконалення

Виконав студент 4 курсу,
групи ЕП-20-1
спеціальності 051 «Економіка»

_____ Ростягай К.Є.
(П.І.Б.)

Керівник Короленко О.Б.
(П.І.Б.)

Рецензент Шахно А.Ю.
(П.І.Б.)

Кривий Ріг
2024р.

КРИВОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та управління бізнесом
Кафедра економіки, організації та управління підприємствами
Ступінь вищої освіти бакалавр
Спеціальність 051 «Економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ:
зав. кафедри ЕОУП,
д.е.н., проф. Шахно А.Ю.

« » червня 2024 р.

ЗАВДАННЯ

на випускню кваліфікаційну роботу студенту

РОСТЯГАЙ Катерині Євгеніївні

(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи Операційна діяльність фармацевтичного підприємства та обґрунтування напрямів її удосконалення

Керівник теми к.е.н., доцент Короленко Ольга Борисівна

Затверджені наказом по університету від 02.04.2024р № 241с

2. Строк подання студентом роботи: 10.06.2024р

3. Вихідні дані до роботи: статистична фінансова звітність підприємства АТ «Фармак» за 2018-2020рр (баланс, звіт про фінансові результати), поточна внутрішня звітність підприємства

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): проаналізувати визначення поняття «операційна діяльність підприємства»; вивчити методичні підходи до оцінки ефективності операційної діяльності підприємства; оцінити фактори впливу на підвищення ефективності операційної діяльності підприємства; зробити загальну характеристику АТ «Фармак»; провести фінансово-економічний аналіз АТ «Фармак»; дослідити кореляційно-регресійну залежність обсягу перевезення пасажирів АТ «Фармак» від кількості маршрутів та обсягів випуску рухомого складу на маршрути; визначити та обґрунтувати напрями підвищення ефективності операційної діяльності АТ «Фармак»; розрахувати витрати на реалізацію заходів з підвищення ефективності операційної діяльності АТ «Фармак».

5. Перелік графічного матеріалу: Основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства АТ «Фармак»; показників економічної ефективності операційної діяльності АТ «Фармак»; Ефективність запропонованих заходів.

6. Консультанти розділів роботи:

Розділи	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	доцент Короленко О.Б	19.03.24	02.04.24
Розділ 2	доцент Короленко О.Б	03.04.24	23.04.24
Розділ 3	доцент Короленко О.Б	20.04.24	24.05.24
Нормоконтроль	доц. Поліщук І.Г.	10.06.2023	

7. Дата видачі завдання 28.02.2024р

Календарний план виконання роботи

№	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Примітки
1	Співбесіда зі студентом за тематикою роботи, видача переліку рекомендованої нормативної, інструктивної бази та учбової літератури	28.02.2024р	виконано
2	Збір матеріалів до випускної роботи	01.03 - 10.03.2024р	виконано
3	Групування та аналіз зібраного матеріалу, уточнення завдань випускної кваліфікаційної роботи	11.03 - 18.03.2024р	виконано
4	Підготовка I розділу випускної кваліфікаційної роботи та подання його керівникові	19.03 - 02.04.2024р	виконано
5	Підготовка II розділу випускної кваліфікаційної роботи та подання його керівникові	03.04 - 23.04.2024р	виконано
6	Підготовка III розділу випускної кваліфікаційної роботи та подання його керівникові	20.04 - 24.05.2024р	виконано
7	Підготовка вступної частини	25.05 - 07.06.2024р	виконано
8	Перевірка роботи керівником та доопрацювання роботи	08.06 - 09.06.2024р	виконано
9	Отримання відгуку керівника та рецензії	10.06 - 13.06.2024р	виконано
10	Попередній захист роботи	14.06.2024р	виконано
11	Захист роботи в ЕК	14.06.2024р	

Студент

(підпис)

Керівник роботи

(підпис)

Ротягай К.Є.

(прізвище та ініціали)

Короленко О.Б.

(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

на випускню кваліфікаційну роботу за темою: **Операційна діяльність фармацевтичного підприємства та обґрунтування напрямів її удосконалення**

Випускна кваліфікаційна робота: 87 с., 21 табл., 17 рис., 12 формул, 33 джерел, 4 додатки.

Об'єкт дослідження: здійснення операційної діяльності АТ «Фармак».

Мета роботи: економічне обґрунтування практичних рекомендацій щодо зростання ефективності операційної діяльності АТ «Фармак».

Предмет дослідження: сукупність теоретичних, методичних і практичних підходів до обґрунтування напрямів зростання ефективності операційної діяльності АТ «Фармак».

Методи дослідження у роботі використано загальнонаукові методи: системно-структурний, табличний, графічний методи, а також стандартні прийоми аналізу фінансового стану: горизонтальний, коефіцієнтний і порівняльний аналіз.

Операційна діяльність – це основна діяльність підприємства, що є відмінною від фінансової та інвестиційної діяльності, виступає основною метою створення підприємства та продукує найбільшу частину доходу. Дана діяльність націлена на зростання ефективності функціонування підприємства та його прибутковості, а також пов'язана з виробництвом та реалізацією товарів чи послуг підприємством. Характеризується операційна діяльність підприємства показниками чистого доходу від реалізації продукції, собівартості, валового та чистого прибутку від операційної діяльності та їх відношеннями у вигляді показників рентабельності.

При написанні дипломної роботи були використані наступні методи: логічний, описовий, аналітичний, порівняльний, табличний, графічний методи та метод економіко-математичного моделювання.

Оновлення основних фондів на базі науково-технічних досягнень, зробивши процес виробництва більш ефективним, одночасно роблять його і безпечнішим. Розраховано витрати на оновлення основних засобів для операційної діяльності АТ «Фармак», загальна сума яких склала 2 128 037 тис. грн. що дає можливість підвищення економічної ефективності операційної діяльності АТ «Фармак» за наступні 5 років.

ОПЕРАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ, ПІДПРИЄМСТВО, ОПЕРАЦІЇ, ТЕНДЕНЦІЯ,
ПОКАЗНИКИ, ЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ, ЕФЕКТИВНІСТЬ,
ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ, ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗДІЙСНЕННЯ
ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДВИЩЕННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1. Сутність та структура витрат промислового підприємства	7
1.2. Теоретико-методологічне підходи до оцінки ефективності операційної діяльності підприємства	12
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ВИРОБНИЧО – ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА АТ «ФАРМАК»	20
2.1. Характеристика виробничо–господарської діяльності та аналіз фінансового стану суб’єкта господарювання	20
2.2. Аналіз показників економічної ефективності операційної діяльності АТ «Фармак»	33
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АТ «ФАРМАК»	57
3.1. Напрями підвищення ефективності операційної діяльності підприємства АТ «Фармак»	57
3.2. Обґрунтування доцільності оновлення основних засобів та використання інформаційних технологій на підприємстві АТ «Фармак» та ефективність цих заходів	61
ВИСНОВКИ	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	82
ДОДАТКИ	87

ВСТУП

Задля результативного управління підприємством, яке випускає продукцію, потрібно провести обґрунтування методів діяльності підприємства, у тому числі плану управління підприємством і, зокрема, дослідити процес ведення операційної діяльності. Наразі підприємницька діяльність в Україні потребує внесення деяких змін у структуру та методи управління.

По-перше, низька ефективність стратегій ведення діяльності підприємства стає дедалі нижчою. У результаті підприємство має низькі показники збуту товарів (послуг). По-друге, підприємці мають тенденцію до не зовсім доцільного вибору методів ведення операційної діяльності.

Ці фактори підтверджують актуальність теми даної роботи, а саме – проведення дослідження одної з передових фармацевтичних компаній України – АТ «Фармак».

У даній роботі використовувалися джерела економістів та дослідників на тему операційної діяльності, маркетингу, методів збуту продукції на підприємстві. Серед них можна виділити праці Т.Б. Решетілової, О.В. Ольшанського, О.П. Красняка, О.Л. Ануфрієвої, М.В. Братанич, Т.А. Говорушко, С.Ф. Покропивного, О.Г. Мендрул, М.Г. Грещак, А.Ф. Кіт, В.М. Колот, Й.М. Петрович, О.М. Семенів, І.В. Моцна, Н.Ю. Подольчак, О.М. Сенічкіна, І.В. Ховрак, В.П. Волков, А.И. Ильин, В.И. Станкович, Г.А. Братусь, Г.В. Ситник.

Мета дослідження: економічне обґрунтування практичних рекомендацій щодо зростання ефективності операційної діяльності АТ «Фармак».

Завдання дослідження:

розкрити сутність економічної ефективності операційної діяльності підприємств;

провести класифікацію резервів підвищення ефективності операційної діяльності на підприємствах;

здійснити вибір та обґрунтування системи показників для оцінки рівня економічної ефективності операційної діяльності підприємств;

дослідити господарсько-правові засади функціонування та провести загальну характеристику АТ «Фармак»;

провести аналіз економічного потенціалу АТ «Фармак»;

аналіз показників економічної ефективності операційної діяльності АТ «Фармак»;

провести кореляційно-регресійну залежність впливу окремих чинників на економічну ефективність операційної діяльності АТ «Фармак»;

обґрунтування доцільності оновлення основних засобів для операційної діяльності АТ «Фармак»;

розрахунок витрат на оновлення основних засобів для операційної діяльності АТ «Фармак»;

прогнозування тенденцій зміни економічної ефективності операційної діяльності АТ «Фармак» в умовах реалізації запропонованих заходів.

Предмет дослідження: сукупність теоретичних, методичних і практичних підходів до обґрунтування напрямів зростання ефективності операційної діяльності АТ «Фармак».

Методи дослідження: економічний аналіз, горизонтальний та вертикальний аналізи, аналіз відносних та абсолютних фінансових показників ділової активності, ліквідності, платоспроможності, рентабельності.

Інформаційну базу дослідження становили положення законодавчих та нормативно-правових актів України з питань фінансового стану, фінансова звітність АТ «Фармак», відповідні наукові статті вітчизняних та зарубіжних вчених з питань фінансового аналізу, платоспроможності, фінансової стійкості.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДВИЩЕННЯ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність економічної ефективності операційної діяльності підприємств та фактори впливу на її підвищення

Операційна діяльність підприємства – це його основна повсякденна діяльність, яка є метою створення підприємства, отже для різних підприємств різна діяльність є операційною. Операційна діяльність пов'язана із виробництвом товарів або наданням послуг, постачанням сировини та матеріалів, логістикою, зберіганням товарів, просуванням та продажем продуктів або послуг, нарахування заробітної плати та обслуговуванням клієнтів. Для забезпечення функціонування підприємства існують також інші види діяльності, які не є операційними. Різні види діяльності та їх місце у діяльності підприємства схематично наведені на рисунку 1.1.



Рисунок 1.1 – Класифікація діяльності підприємства

Операційна діяльність поділяється на основну та іншу операційну діяльність.

Операційна діяльність – це основна діяльність підприємства, до якої зараховують операції, пов'язані з виробництвом і (або) реалізацією продукції,

які є визначальною метою створення підприємства і забезпечують основну частку його доходу. Витрати, пов'язані з основною діяльністю, класифікують за функціями: виробництво, управління, збут [2].

Інша операційна діяльність – це реалізація іноземної валюти, інших обігових активів, операційна оренда активів, отримання доходів або втрати від операційної курсової різниці, створення резервів сумнівних боргів, отримання грантів і субсидій, уцінка запасів, проведення досліджень і розробок, отримання або сплата санкцій за господарськими договорами та ін. Іншу операційну діяльність підприємства поділяють на інвестиційну та фінансову [2].

Для конкретизації поняття «операційна діяльність підприємства» необхідно розглянути визначення різних авторів. У табл. 1.1 наведені різні варіанти визначення операційної діяльності. Їх аналіз необхідний для розуміння економічної сутності поняття, оскільки єдиного визначення не існує.

Таблиця 1.1. – Визначення «операційної діяльності підприємства» як економічної категорії

Визначення	Автор
Операційна діяльність підприємства – це діяльність, яка здійснюється в рамках операційної системи з метою створення будь-якої корисності шляхом перетворення входів (ресурсів усіх видів) у виходи (готові продукти та послуги).	Капінос Г. І [3]
Операційна діяльність – це основна діяльність підприємства, пов'язана із продажем готової продукції, робіт, послуг, а в торгівлі — товарів. Інша операційна діяльність – діяльність із передання в оренду основних засобів, нематеріальних активів; продажу оборотних активів.	Гнатишин Л. Б. [4]
Операційна діяльність – основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною чи фінансовою діяльністю. Основна діяльність – операції, пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства і забезпечує основну частину його доходу.	Сук Л.К., Сук П.Л. [5]
Операційна діяльність є основним напрямом господарської діяльності та пов'язана з виробництвом і реалізацією продукції, виконанням робіт, наданням послуг відповідно до статутних документів підприємства. Іншими словами операційною є основна діяльність підприємства (крім підприємств – інституційних інвесторів і підприємств фінансової сфери), а	Тарасенко І. О., Любенко Н. М. [6]

також інша діяльність, яка не належить до фінансової чи інвестиційної.	
Операційна діяльність - це основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною та фінансовою. Прикладом руху грошових коштів внаслідок операційної діяльності є: <ul style="list-style-type: none"> - надходження коштів від реалізації продукції (товарів, послуг); - надходження коштів за надання права користування активами (оренда, ліцензії тощо); - платежі постачальникам; - виплати працівникам тощо. 	Слав'юк Р. А [7]
Операційна діяльність – це діяльність, яка зафіксована в установчих документах, пов'язана з виробництвом й реалізацією продукції, та є визначальною метою створення підприємства, що забезпечує основну частину його прибутку.	Ткаченко Н.М., Борович О.В., Цюцяк І.Л., Цюцяк А.Л. [8]

Після аналізу економічної сутності операційної діяльності необхідно розглянути її важливість та поняття ефективності.

Оскільки операційна діяльність є невід'ємною складовою будь-якого підприємства, а дохід від операційної діяльності приносить більшу частину доходу підприємства, питання підвищення ефективності операційної діяльності є одним з найважливіших. Ефективність операційної діяльності забезпечує прибутковість та зміцнення ринкових позицій підприємства.

Операційна діяльність також має глибокий вплив на економіку. Адже коли підприємства реалізують більше товарів і послуг за меншу ціну, це призводить до позитивного впливу на економічне зростання в цілому. Таким чином, оперативна діяльність є важливим поняттям в економіці та бізнесі. Вона охоплює всі види діяльності, безпосередньо пов'язані з виробництвом або наданням послуг, сприяє прибутковості та конкурентоспроможності підприємства, а також широкому економічному зростанню.

Підвищення операційної діяльності є постійним та необхідним процесом задля розвитку підприємства та конкурентоспроможності на ринку. Цей процес можна удосконалити, якщо керівництво підприємства діятиме за задалегідь підготовленому стратегічному плану підвищення ефективності.

Бойчик І.М, Григораш О.В та Булигіна Д.О. пропонують наступну класифікацію факторів впливу на ефективність господарської діяльності

підприємства [16].

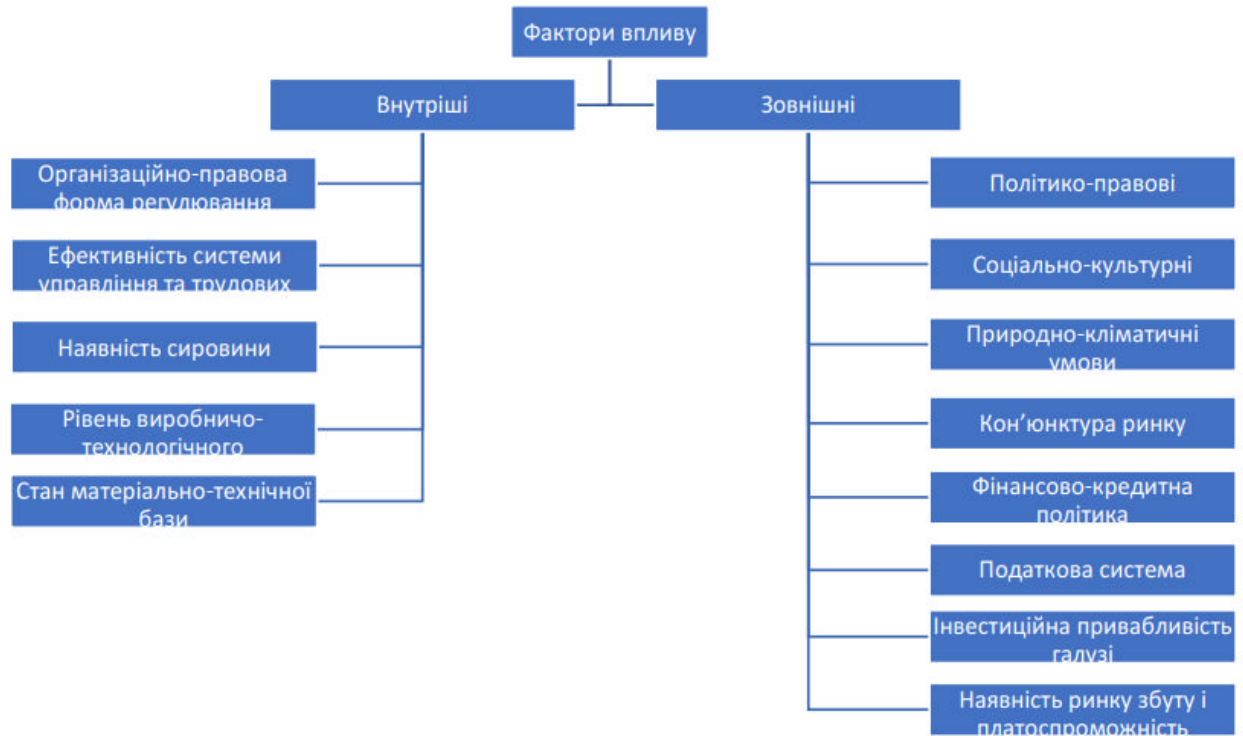


Рисунок 1.2 – Фактори, які здійснюють вплив на економічну ефективність господарської діяльності підприємства

Рівень ефективності діяльності підприємства залежить від зовнішніх та внутрішніх чинників.

До зовнішніх слід віднести:

- державну і соціальну політику (діяльність владних структур, законодавство, фінансові інструменти, економічні нормативи);
- інституційні механізми (дослідні та навчальні центри, інститути, асоціації);
- інфраструктуру (інноваційні фонди, комерційні банки, фондові біржі, інформаційні мережі, транспорт, торгівлю);
- структурні зміни в суспільстві та економіці (в сфері технологій, наукових досліджень, в складі персоналу за ознаками освіченості та кваліфікації) [17].

Внутрішні чинники розподіляють на «тверді», тобто ті, що піддаються вимірюванню і мають фізичні параметри (технологія, устаткування, матеріали,

енергія, вироби) та «м'які» (організація і система управління, працівники, методи роботи, стиль управління). Кожне підприємство мусить постійно контролювати процес використання внутрішніх чинників через розробку та послідовну реалізацію власної програми підвищення ефективності діяльності, а також враховувати вплив на неї зовнішніх чинників [17].

Методи впливу відрізняються від галузі діяльності підприємства та виду підприємства за розміром, але їх можна узагальнити у наступний перелік:

1. Ефективне управління витратами та ресурсами. Одним з найважливіших кроків при підвищенні ефективності операційної діяльності є аналіз витрат та дослідження можливостей оптимізації. Оптимізація витрат призводить до більш ефективного використання ресурсів та підвищення продуктивності.

2. Підвищення якості продукту або послуги. Висока якість продукту або послуги забезпечує збереження наявних та залучення нових клієнтів, що допомагає підтримувати та покращувати конкурентоспроможність на ринку, адже забезпечує підприємству відмінну репутацію. Крім того, якість продукту або послуги дозволяє підприємству зберігати свої позиції на ринку та забезпечувати стійкий розвиток.

3. Автоматизація процесів. Використання технологій для автоматизації процесів допомагає оптимізувати використання людського ресурсу.

4. Підвищення рівня кваліфікації та мотивації співробітників. Людські ресурси є одним з найважливіших факторів ефективності, адже саме люди створюють товари, послуги та організують усі процеси на підприємстві. Для підтримання продуктивності людського ресурсу необхідно піклуватися не лише про налаштування робочого процесу, а і звертати увагу на інші потреби працівників, зокрема, бажання самореалізації та розвитку.

5. Залучення експертів у галузі. Глибоке розуміння специфіки роботи у конкретній галузі вкрай важливе, адже надає можливість виявляти і усувати недоліки організації роботи на кожній ланці.

6. Залучення інвестицій. Підприємства завжди діють у ситуації

обмежених ресурсів, зокрема, грошових коштів. Але залучення інвестицій ззовні залишається вікном можливостей. По-перше, варто звертати увагу на залучення коштів інвесторів, які шукають можливості для ефективного розміщення коштів із метою збільшення капіталу. По-друге, можна звертатися до міжнародних організацій, які надають кредити під соціально важливі напрями роботи.

Фактори впливу на ефективність операційної діяльності підприємства відрізняються в залежності від виду підприємства за формою власності, сферою діяльності та розміром.

Також для ефективності операційної діяльності вкрай важливий вплив зовнішніх факторів. У деяких умовах зовнішні фактори є визначальними для успіху підприємства. Тому керівництво підприємства має підходити комплексно та детально вивчати як внутрішні, так і зовнішні умови, щоби забезпечити максимальну ефективність діяльності, щоби забезпечити стабільний розвиток та конкурентоспроможність компанії.

1.2. Теоретико-методологічне підходи до оцінки ефективності операційної діяльності підприємства

Контроль за ефективністю діяльності підприємства, та безпосередньо його операційною діяльністю, є необхідним процесом для забезпечення зростання прибутковості підприємства.

Ефективність – це економічна категорія, що відображає співвідношення між одержаними результатами і витраченими на їх досягнення ресурсами, причому при вимірюванні ефективності ресурси можуть бути представлені або в певному обсязі за їх первісною (переоціненою) вартістю, або частиною їх вартості у формі виробничих витрат (виробничо-спожиті ресурси) [18].

Іншим підходом до визначення поняття ефективності є розгляд його в якості результативності діяльності підприємства. Більшість західних вчених

розглядають дане поняття саме з цього боку. Дана інтерпретація має два підходи.

Згідно першого – ефективність сприймається як внутрішній параметр функціонування підприємства, який відображає ефективність використання ресурсів, а згідно другого – як зовнішнє поняття, прив'язане до ринку ресурсів, товарів та ін. Представниками першої групи були М. Мескон, Ф. Хедоурі, а другої – Х.Лібенштейн, С. Фішер, Р. Шмалензі [19, с. 27-28].

Поняття ефективності операційної діяльності також має декілька варіантів трактування відповідно до способу трактування самого поняття ефективності. Існують різноманітні підходи до оцінки ефективності операційної діяльності на підприємстві. Тому для проведення даної оцінки необхідно попередньо виділити критерії та показники за якими буде проводитись даний аналіз.

Перша група економістів при оцінці ефективності операційної діяльності акцентують увагу на співвідношенні фінансових результатів діяльності та витрат за досліджуваний період часу, тобто так званий витратний підхід. Він зосереджує увагу на факторах операційної діяльності, що впливають на рентабельність даної діяльності. Частина економістів поділяє систему показників ефективності операційної діяльності на дві групи: узагальнюючі показники бізнесу та показники ефективності використання ресурсів. З точки зору ресурсного підходу, ефективність операційної діяльності забезпечується поєднанням таких факторів як робоча сила, основні засоби, предмети праці, природні ресурси (земля). Формування системи показників оцінки ефективності операційної діяльності залежить від сфери діяльності підприємства, його розміру, форми власності та політики управління ним. Відповідна група економістів оцінює ефективність операційної діяльності через показники ефективності використання окремих видів ресурсів [20].

Як можемо бачити, різні науковці розглядають ефективність операційної діяльності та методи її вимірювання з різних сторін та акцентують увагу на

різноманітних аспектах операційної діяльності.

Для комплексної оцінки ефективності операційної діяльності підприємства пропонуємо використати систему показників узагальнену Д. О. Саричевим [21]. Він об'єднав вже існуючі підходи та показники до 4 основних груп (для зручності останні дві групи ми об'єднали в одну). Розглянемо детальніше дані групи показників на рис. 1.3.



Рисунок 1.3 – Показники ефективності операційної діяльності підприємства

Як можемо бачити, у даній класифікації наведені три основні групи за якими необхідно проводити оцінку ефективності операційної діяльності підприємства.

Першою є група показників ефективності використання активів підприємства, де проводиться детальний аналіз ефективності основних та оборотних фондів підприємства. Даний розділ дає змогу зрозуміти стан та динаміку активів на підприємстві та показати на які активи краще звернути більше уваги при управлінні ними. Розглянемо детальніше показники, необхідні для даного розділу аналізу у табл. 1.2.

Таблиця 1.2 – Показники ефективності використання активів

Показники ефективності використання активів			
Показники ефективності використання оборотних фондів		Показники ефективності використання основних фондів	
1	Коефіцієнт оборотності оборотних коштів = Чиста виручка від реалізації товарів і послуг / Середня вартість оборотних засобів	1	Фондовіддача активної частини основних фондів = Чиста виручка від реалізації товарів і послуг / Середньорічна вартість активної частини основних засобів
2	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості = Чиста виручка від реалізації товарів і послуг / Середня сума дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги;	2	Фондомісткість чистої продукції = Середньорічна вартість основних засобів / Чиста виручка від реалізації товарів і послуг
3	Коефіцієнт оборотності запасів = Собівартість / Середньорічна вартість запасів	3	Коефіцієнт рентабельності основних фондів = Валовий прибуток / Середньорічна вартість основних фондів
4	Тривалість обороту оборотних коштів = Кількість календарних днів звітного періоду / Коефіцієнт оборотності оборотних коштів	4	Енергоефективність = Чиста виручка від реалізації товарів і послуг / Витрати на електроенергію
5	Тривалість обороту дебіторської заборгованості = Кількість календарних днів звітного періоду / Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	5	Амортизаційна віддача = Чиста виручка від реалізації товарів і послуг / Сума річної амортизації
6	Тривалість обороту запасів = Кількість календарних днів звітного періоду / Коефіцієнт оборотності запасів		

Наступною групою є показники ефективності використання ресурсів. У цьому розділі проводиться детальне дослідження рівня ефективності використання ресурсів праці та матеріальних ресурсів на підприємстві, що дає змогу зрозуміти які з цих двох основних видів ресурсів використовуються краще, а які потребують оптимізації їх використання.

Розглянемо детальніше показники, необхідні для даного розділу аналізу у табл. 1.3.

Таблиця 1.3 – Показники ефективності використання ресурсів

Показники ефективності використання ресурсів			
Показники ефективності використання ресурсів праці		Показники ефективності використання матеріальних ресурсів	
1	$\text{Продуктивність праці} = \frac{\text{Обсяг виготовленої продукції}}{\text{Затрати живої праці на виробництво продукції}}$	1	$\text{Матеріаломісткість продукції} = \frac{\text{Вартість основних і допоміжних матеріалів, палива, енергії}}{\text{Чиста виручка від реалізації товарів і послуг}}$
2	$\text{Продуктивність трудових ресурсів} = \frac{\text{Обсяг виготовленої продукції}}{\text{Середньооблікова чисельність працівників}}$	2	$\text{Матеріаловіддача} = \frac{\text{Чиста виручка від реалізації товарів і послуг}}{\text{Вартість основних і допоміжних матеріалів, палива, енергії}}$
3	$\text{Коефіцієнт рентабельності витрат на персонал} = \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Фонд оплати праці}}$		
4	$\text{Трудомісткість продукції} = \frac{\text{Затрати живої праці на виробництво продукції}}{\text{Обсяг виготовленої продукції}}$		$\text{Коефіцієнт використання матеріалів} = \frac{\text{Вартість основних і допоміжних матеріалів}}{\text{Чиста виручка від реалізації товарів і послуг}}$
5	$\text{Фондоозброєність} = \frac{\text{Середньорічна вартість основних засобів}}{\text{Середньооблікова чисельність працівників}}$		
6	$\text{Темп зростання продуктивності праці} = \frac{\text{Продуктивність праці звітного періоду}}{\text{Продуктивність праці попереднього періоду}}$		$\text{Витрати палива та енергії на 1 грн чистої продукції} = \frac{\text{Вартість палива та енергії}}{\text{Чиста виручка від реалізації товарів і послуг}}$
7	$\text{Випуск продукції на 1 грн. фонду оплати праці} = \frac{\text{Чистий дохід від реалізації продукції}}{\text{Фонд оплати праці}}$		

І останньою групою показників є ціле оцінні та узагальнюючі показники, що допомагають більш комплексно поглянути на операційну діяльність підприємства та рівень її ефективності. Провівши аналіз ціле оцінних показників, можемо побачити наскільки точно підприємство виконує встановлені плани виробництва і продажу товарів та оцінити точність планування в цілому. Узагальнюючі показники допоможуть дати фінальну оцінку ефективності операційної діяльності на підприємстві, бо відображають загальну ефективність основної діяльності підприємства.

Розглянемо детальніше показники, необхідні для даного розділу аналізу у табл. 1.4.

Таблиця 1.4 – Цілеоцінні та узагальнюючі показники ефективності операційної діяльності

Показники ефективності використання операційної діяльності			
Цілеоцінні показники ефективності операційної діяльності		Узагальнюючі показники ефективності операційної діяльності	
1	Виконання плану з обсягу товарної продукції = Фактичний обсяг товарної продукції / Плановий обсяг товарної продукції	1	Коефіцієнт рентабельності операційної діяльності = Прибуток від операційної діяльності / Операційні витрати
2	Виконання плану з обсягу реалізованої продукції = Фактичний обсяг реалізованої продукції / Плановий обсяг реалізованої продукції	2	Виробництво продукції на одиницю витрат ресурсів = Обсяг виробництва у грошовому вимірі / Операційні витрати
3	Виконання плану з генерації необхідного обсягу доходу від основної діяльності = Фактичний дохід від основної діяльності / Плановий дохід від основної діяльності	3	Витрати на одиницю товарної продукції = Операційні витрати / Чиста виручка від реалізації продукції
4	Виконання плану з генерації чистого прибутку від основної діяльності = Фактичний чистий прибуток від основної діяльності / Плановий чистий прибуток від основної діяльності	4	Коефіцієнт рентабельності продукції = Прибуток / Собівартість
5	Коефіцієнт зростання валового прибутку = Валовий прибуток звітного періоду / Валовий прибуток попереднього періоду	5	Коефіцієнт рентабельності продажів = Прибуток / Виручка від реалізації продукції

Оцінка ефективності проводиться з певною метою (оцінювання розвитку бізнесу, оцінювання доцільності інвестування капіталу) для конкретних споживачів такої інформації (власники підприємства, інвестори, менеджери, інший персонал), на певному рівні в межах підприємства (можна оцінювати ефективність діяльності підприємства в цілому, а можна – ефективність використання окремих груп його активів), на підприємствах різних розмірів та організаційно-правових форм [22].

Для більш детального аналізу та розуміння динаміки розвитку операційної діяльності на підприємстві важливим є розгляд даних показників за певний період (щонайменше 3-4 роки). Це дасть можливість порівняти значення розрахованих показників та дослідити їх зростання або спад протягом досліджуваного періоду. Дослідження показників за певний період

функціонування підприємства також дає можливість додатково розрахувати відносні показники темпів приросту, додатково їх дослідити для розуміння інтенсивності розвитку підприємства та проаналізувати як рішення, що приймаються при управлінні підприємством та використання його ресурсів впливають на виробництво на підприємстві.

Також проведений аналіз ефективності операційної діяльності на підприємстві дає можливість провести порівняння отриманих числових значень показників з показниками конкурентів чи середньогалузевими для розуміння ефективності операційної діяльності підприємства у порівнянні з іншими підприємствами галузі. Дане порівняння дасть поштовх до покращення стратегії розвитку на підприємстві, так як дасть більш конкретне розуміння про місце аналізованого підприємства на ринку та методів для покращення ситуації.

Ще одним варіантом подальшого використання даного аналізу є його деталізація та подальший аналіз впливу окремих факторів на загальні результуючі показники. Більш детальне дослідження допоможе виявити прогалини в певних бізнес-процесах чи етапах виробництва і покаже ті сфери на підприємстві, яким потрібно приділяти більше уваги при його управлінні та де потрібно забезпечити ефективніший менеджмент для закриття прогалин. Результатом даної оптимізації стане підвищення ефективності операційної діяльності на підприємстві.

Отже, в результаті розгляду методологічних підходів був обраний комплексний підхід, сформований Д. О. Саричевим, що дозволяє розглянути ефективність операційної діяльності підприємства з різних аспектів визначення даного поняття. До основних груп показників, що досліджуються у цьому методі відносяться показники ефективності використання активів, ресурсів, цілеоцінні та узагальнюючі показники ефективності операційної діяльності підприємства. Дослідження даних показників повинно відбуватись за певний період (щонайменше 3-4 роки), так як даний підхід не має нормативних значень та має на меті дослідження динаміки змін на

підприємстві та їх тенденцій.

Можемо підсумувати, що операційна діяльність – це основна діяльність підприємства, яка є метою створення підприємства, забезпечує основну частину його доходу, пов'язана з виробництвом і реалізацією продукції, виконанням робіт та наданням послуг відповідно до статутних документів підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною та фінансовою.

РОЗДІЛ 2
 АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ВИРОБНИЧО – ГОСПОДАРСЬКОЇ
 ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
 ПІДПРИЄМСТВА АТ «ФАРМАК»

2.1. Характеристика виробничо–господарської діяльності та аналіз фінансового стану суб'єкта господарювання

АТ «Фармак» – це компанія, яка займається виготовленням лікарських засобів, паспорт компанії наведений в табл. 2.1. Історія компанії достатньо довга, варто зазначити, що на початку ХХ ст. було відсутнє виробництво синтетичних лікарських засобів в Україні, а також була відсутня сировина, такі ліки в Україну імпортувалися. За Першої світової війни імпортування лікарських засобів в Україну зупинилося, тому вкрай необхідним постало питання щодо вітчизняного фармацевтичного виробництва [37].

Таблиця 2.1 – Паспорт АТ «Фармак»

Повне найменування	АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФАРМАК"
Організаційно-правова форма	Акціонерне товариство
Ідентифікаційний код юридичної особи	00481198
Дата проведення державної реєстрації	27.06.1994
Місцезнаходження	Кирилівська, 63, м. Київ, 04080
Міжміський код, телефон та факс	(044)239-19-40, (044)485-26-86
Статутний капітал (грн)	36366000,00
Основні види діяльності із зазначенням найменування виду діяльності та коду за КВЕД	21.20 Виробництво фармацевтичних препаратів і матеріалів 46.46 Оптова торгівля фармацевтичними товарами 47.73 Роздрібна торгівля фармацевтичними товарами в спеціалізованих магазинах
Банки, що обслуговують емітента	АТ ІНГ БАНК УКРАЇНА

Лише у 1925 році в Україні відкрилося перше підприємства по виробництву синтетичних лікарських засобів – це Київський хіміко-фармацевтичний завод ім. М. В. Ломоносова, який з часом став називатися акціонерним товариством «Фармак» [37].

АТ «Фармак» є лідером фармацевтичної галузі України щодо розробки, виробництва і постачання якісних, ефективних, а також безпечних для споживачів лікарських засобів, медичних виробів і дієтичних добавок.

АТ «Фармак» – є успішною міжнародною фармацевтичною компанією, також варто зазначити, що частка ринку цієї компанії постійно зростає, компанія має стійку репутацію, що характеризується соціально відповідальним веденням бізнесу. Частка ринку компанії зростає завдяки тому, що щорічно велика частина прибутку реінвестується в розвиток, а також зростання компанії, що сприяє розширенню бізнесу, впровадження стандартів якості, розширенню партнерських зв'язків з закордонними партнерами та зміцненню позиції компанії на світовій арені [38].

АТ «Фармак» має власні представництва:

- у республіці Казахстан (вулиця Фонвізіна, будинок 22, місто Алмати, 05005);
- у республіці Узбекистан (А. Кодирій, будинок 39, місто Ташкент, 10000);
- у Киргизькій республіці (вулиця Рискулова, будинок 79-Б, місто Бішкек, 72000);
- у республіці Білорусь (проспект Победітелей, будинок 103, місто Мінськ, 22002) [37].

Місією підприємства є таке твердження: «Ми робимо доступним лікування сучасними ефективними лікарськими засобами, допомагаючи людині бути здоровою та щасливою» [37].

Головні цінності АТ «Фармак» наведені на рис. 2.1.

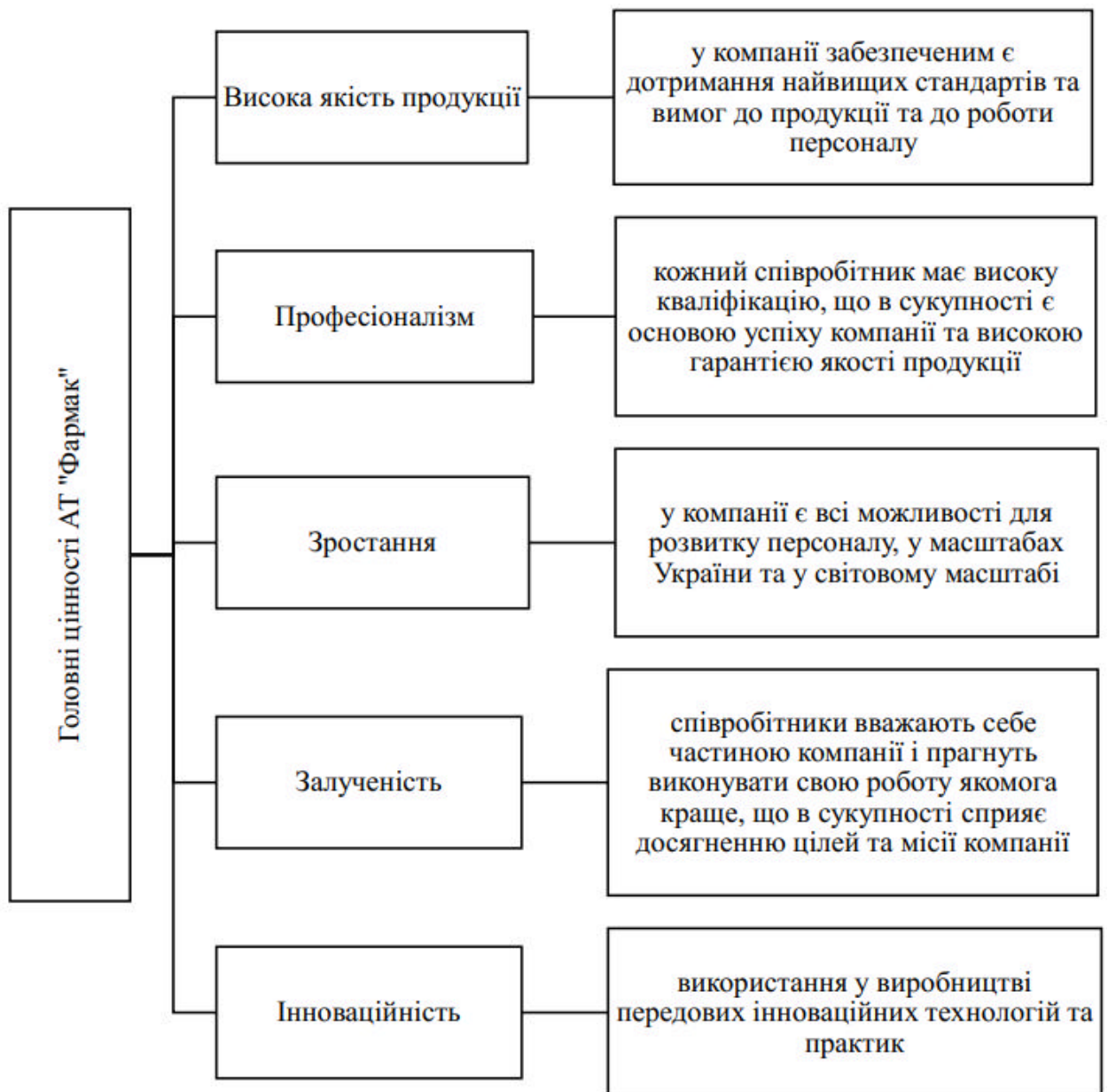


Рисунок 2.1 – Головні цінності у діяльності АК «Фармак»

Відповідно до даних агентства «Проксіма Рісерч», за підсумками 2021 року АТ «Фармак» лідирує на фармацевтичному ринку України за обсягами продажів лікарських засобів у грошовому виразі з часткою ринку 5,6% та приростом продажів +5,6% у порівнянні з 2020 роком. Інші українські компанії на ринку лікарських засобів України у 2021 році займали частку 38,5% в грошовому виразі, що складає 71,8% в натуральному виразі.

Значну частку на фармацевтичному ринку України займають 6 вітчизняних компаній, зокрема, це: АТ «Фармак»; Корпорація «Артеріум»; АТ

«Фармацевтична фірма «Дарниця»; АТ «Фармацевтична компанія «Здоров'я»; ТОВ «Юрія-Фарм»; АТ «Київський вітамінний завод» [37].

Ринкова частка АТ «Фармак» у 2021 році серед вітчизняних підприємств на ринку лікарських засобів складає 14,6%, що є найбільшою часткою серед вітчизняних фармацевтичних компаній. Структура частки ринку, які займають фармацевтичні компанії в Україні наведена на рис. 2.2.

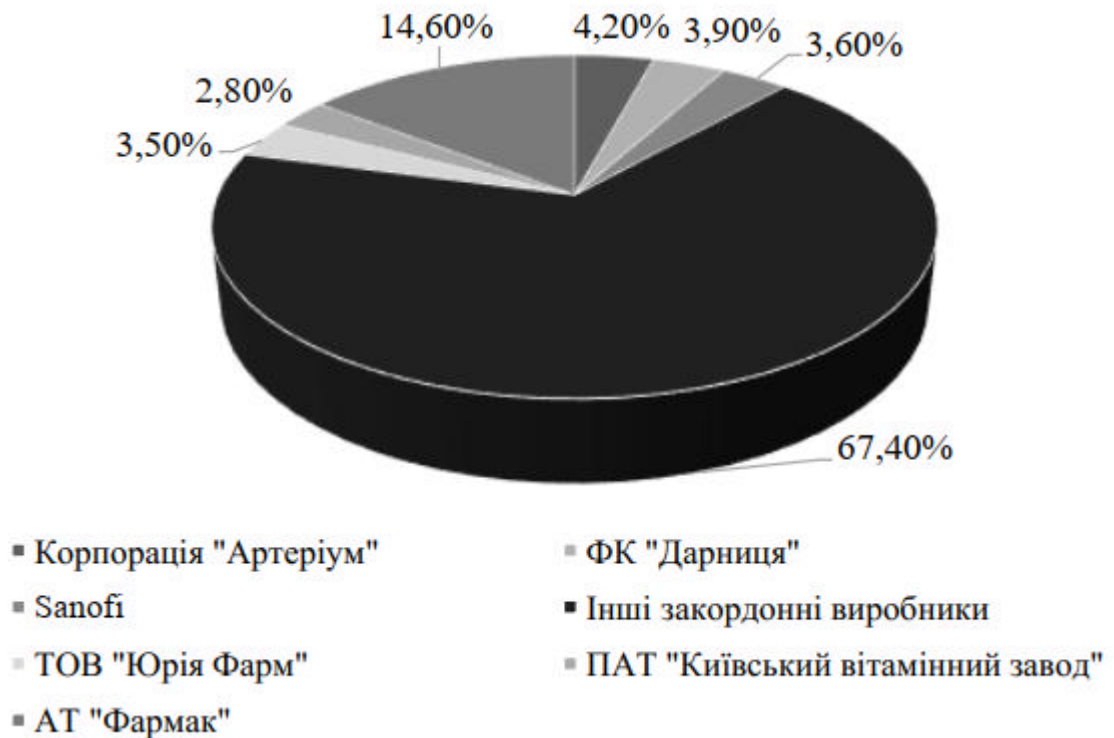


Рисунок 2.2 – Частки ринку фармацевтичних компаній в Україні

Запорукою успіху та визнання досліджуваної компанії на національному та міжнародному рівнях є впровадження, підтримка і безперервне удосконалення інтегрованої системи управління бізнес- процесами на основі світових фармацевтичних практик (GxP), діючих нормативно-правових документів України, які застосовуються до діяльності організації, цілей сталого розвитку та Глобального договору ООН і серії міжнародних стандартів [39]:

- ISO 9001. Система управління якістю;
- ISO 13485. Медичні вироби. Системи управління якістю;
- ISO 14001. Система екологічного менеджменту;

– ISO 22000. Система менеджменту продуктів харчування.

В АТ «Фармак» функціонує інтегрована система управління виробничою діяльністю.

АТ «Фармак» є лідером на фармацевтичному ринку. Лікарські засоби, що виробляються в АТ «Фармак» нараховують чотирнадцять терапевтичних груп. Основними напрямками є такі лікарські групи: протизастудна; ендокринологічна; гастроентерологічна; кардіологічна; неврологічна [39].

Щорічно на АТ «Фармак» розробляється і презентується на ринку близько 20 нових видів, що є складно компонентними, сучасними препаратами, яких потребують мільйони жителів планети. Для постійного та безперервного розвитку товариство кожного року реінвестує у власний розвиток близько 95% прибутку. З 1995 року у розширення діяльності компанії та її модернізацію було вкладено близько 310 млн. доларів США.

У 2017-2021 рр. інвестиції АТ «Фармак» у власний розвиток, зокрема, у науково-технічну складову, виробниче устаткування, дослідницьку-пошукову діяльність склали 3,4 млрд грн. Підприємство щорічно здійснює інвестування в наукові розробки, нові лікарські засоби з високим ефектом дії. Виробнича діяльність підприємства сертифікована та відповідає міжнародним стандартам. Відповідно до цього підприємство щорічно перевіряється близько 15 разів міжнародними інспекціями та перевітками [39].

Виробництво на підприємство розширюється та зростає, зокрема, за 2017-2021 рр. обсяги виробництва збільшились на 35%. У 2021 році на АТ «Фармак» побудувало новий інноваційний цех де виготовляються стерильні лікарські засоби. За два роки до цього, у 2019 році на підприємстві відкрили нове виробництво де виготовляються тверді лікарські засоби. Напередодні, у 2016 році на АТ «Фармак» було відкрито власне виробництво субстанцій у м. Шостка, де на даний момент здійснюється виготовлення 20% субстанцій для лікарських засобів, що виготовляються на підприємстві [37].

Основною конкурентною перевагою підприємства є «процес впровадження сучасних інноваційних технологій, новітнього обладнання та

інноваційних підходів у виробництві та у менеджменті компанії».

В АТ «Фармак» працює близько 2800 працівників. Фармаківці мають високу заробітну плату, яка коригується з урахуванням міжнародного огляду заробітних плат. На підприємстві особливу увагу приділяють кадровому потенціалу та сприяють розвитку наукового потенціалу, з 2019 року АТ «Фармак» проводить міжнародну конференцію «Школа молодого науковця», яка проводиться кожного року.

Товариство тісно веде співпрацю з ВНЗ України, з Малою академією наук України. У 2021 році АТ «Фармак» отримало також нижче наведені визнання:

- входить до рейтингу «ТОП-25 інноваційних компаній України» від видання «Власть Денег»;
- є переможцем рейтингу «Сумлінний платник податків – 2020»;
- входить до рейтингу у ТОП-10 підприємств відповідно до Індексу прозорості сайтів українських компаній-2020;
- входить до рейтингу найкращих українських роботодавців «Business Hreformation 2021»;
- товариство отримало всеукраїнську премію Zakurki, як краще у номінації «найактивніший комерційний замовник» [37].

АТ «Фармак» здійснює поставки власної продукції більш ніж у 40 країн світу. Карта країн по збуту продукції наведена на рис. 2.3. Більша частина продукції АТ «Фармак» відвантажується оптовим дистриб'юторам, як в Україні так і на експортних ринках, частина продукції відвантажується в аптеки та госпіталі, а також інші заклади МОЗ України.

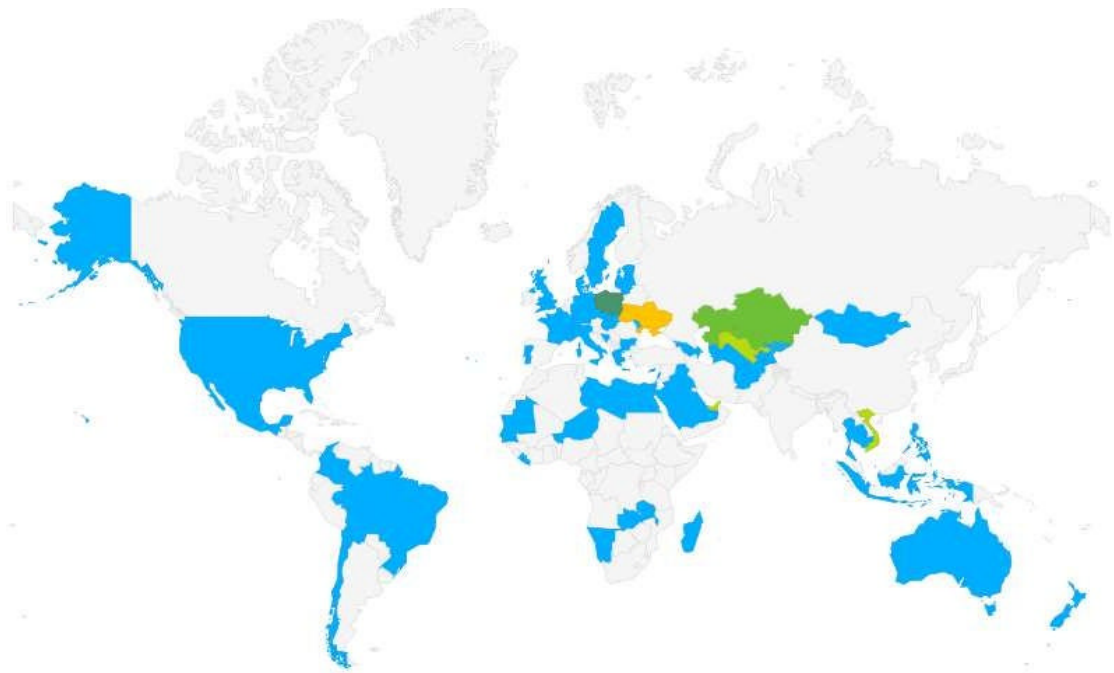


Рисунок 2.3 – Карта країн про збуту продукції АТ «Фармак»

АТ «Фармак» має власні представництва в Казахстані, Узбекистані, Білорусії та Киргизії. Важливими ринками збуту є країни СНД, ринки Європи, зокрема, Польщі, Болгарії, Латвії, Литви.

Збільшення обсягів продажів також було на ринках інших країн, зокрема, ринках Іраку, В'єтнаму, Австралії, Монголії, Ізраїлю, Мексики, Італії, Чехії, Данії, Франції, Колумбії, Сінгапуру.

У портфелі компанії нараховується більш 400 лікарських засобів, при цьому близько 20 нових препаратів з'являється щорічно.

В компанії функціонує близько 25 виробничих ділень. Виробничі потужності, лабораторно-технічний комплекс АТ «Фармак» сертифіковані відповідно до міжнародних стандартів і функціонують відповідно до вимог європейських стандартів серії GMP [38].

За 2017-2021 рр. АТ «Фармак» успішно пройшло 75 аудитів та інспекцій, які проводились українськими і міжнародними регуляторними організаціями.

Обладнання в компанії використовується від провідних підприємств Siemens, SBM, Bosch, GEMÜ, AQUAFLOT.

АТ «Фармак» має власний комплекс, де виготовляються субстанції, відкритий у 2016 р. у м. Шостка, його потужність складає 100 т субстанцій на рік.

АТ «Фармак» має складну організаційну структуру «Додаток А». Це трирівнева структура, де на першому рівні є збори акціонерів, наглядова рада, правління товариством та генеральний директор, та відповідні підрозділи, що йому підпорядковуються. Вказана структура передбачає розподіл повноважень і передавання відповідальності за прийняття управлінських рішень відповідно до функцій за вертикаллю [38].

Головними органами управління АТ «Фармак» є загальні збори акціонерів – це найвищий орган управління досліджуваної компанії. Акціонери товариства та посадові особи повинні безперечно виконувати рішення, що прийняті загальними зборами, звичайно, ці рішення приймаються з дотриманням вимог діючого законодавства. Правління АТ – це орган, який займається питаннями захисту прав акціонерів, а також у межах статуту підприємства контролює і здійснює регулювання діяльності виконавчого директора товариства.

Виконавчий директор є одноособовим виконавчим органом, що займається управлінням поточною діяльністю компанії [38]. Виконавчий директор звітує загальним зборам, а також наглядовій раді і здійснює організацію виконання їхніх рішень.

Виконавчий директор має право діяти від імені АТ «Фармак» у межах, що дозволені чинним законодавством, і що передбачаються контрактом (укладеним з директором), а також статутом підприємства. Діяльність товариства може відбуватися в межах рішення загальних зборів, прийнятих з урахуванням діючого законодавства.

Також варто зазначити, що в структурі АТ «Фармак» наявні структурні підрозділи, які забезпечують реалізацію таких головних функцій діяльності товариства:

1. Дослідження і розроблення інноваційних лікарських засобів та впровадження інноваційних технологій виробництва;
2. Фармакологічний нагляд та клінічні випробування;
3. Планування, організація, виробництво та контроль якості виготовленої продукції;
4. Маркетингова діяльність, збут та просування продукції;
5. Капітальне будівництво, проектування та розширення виробничих процесів.

Для детальної характеристики фінансово-економічної діяльності компанії традиційно використовують методи економічного аналізу, зокрема, системний, комплексний та безперервне вивчення, оцінка і узагальнення впливу факторів на результативний показник. При цьому, на нашу думку, найефективнішим можна назвати метод порівняння, в процесі якого невідому величину досліджуваного явища порівнюють з уже відомою, раніше досліджуваною, для визначення загальних ознак чи відмінностей між ними.

Аналіз та оцінку даних показників компанії здійснюємо на основі таких інформаційних джерел:

- консолідований баланс;
- консолідований звіт про фінансові результати.

Аналіз фінансово-господарської діяльності АТ «Фармак» за 2019-2021 роки проведемо у табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Основні економічні показники діяльності АТ «Фармак» за 2019-2021 роки

№	Показник	Значення показника			Відхилення 2021 р. від			
		2019 р.	2020 р.	2021 р.	2019 р.		2020 р.	
					абс., грн	відн., %	абс.грн	відн., %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції(товарів, робіт, послуг) (тис.грн)	6618911	6541750	7515344	896433	113,54	973594	114,88
2	Собівартість реалізованої продукції (товарів,робіт, послуг) (тис.грн)	2933774	2826842	3175517	241743	108,24	348675	112,33
3	Валовий прибуток(тис.грн)	3685127	3714908	4339827	654700	117,76	624919	116,82
4	Інші операційні доходи (тис.грн)	19009	31082	23421	4412	123,21	-7661	75,35
5	Інші операційні витрати (тис.грн)	320917	369287	518904	197987	161,69	149617	140,51
6	Фінансовий результат від операційної діяльності: -прибуток (тис.грн)	1360098	1232772	1548019	187921	113,8	315247	125,57
7	Інші фінансові доходи (тис.грн)	14377	20880	39913	25536	277,6	19033	191,1
8	Інші витрати(тис.грн)	35033	0	126402	91369	360,8	126402	-
9	Фінансовий результат до оподаткування: прибуток (тис.грн)	1297436	1279181	1409758	112322	108,6	130577	110,2
10	Чистий прибуток	1050206	1055689	1137755	87549	108,3	82066	107,7
11	Рівень рентабельності, %	35,79	37,34	35,82	0,03	100,0	-1,51	95,94
12	Середньо обліковачисельність персоналу (чол)	2560	2698	2761	201	107,85	63	102,3
13	Продуктивність праці (тис.грн./чол)	2585,5	2424,67	2721,96	136,45	105,2	297,29	112,24
14	Середня вартість основних засобів (тис.грн)	2143478	2160993	2145512	2034	100,09	-15481	0,99
15	Фондовіддача(тис.грн)	3,08	3,02	3,5	0,41	113,43	0,47	115,71

Аналізуючи показники табл. 2.2 ми бачимо, що чистий дохід підприємства у 2021 році збільшився у порівнянні з 2019 роком на 896433 тис. грн., дане збільшення у відсотковому вираженні становить 13,54 %, а в порівнянні з 2020 роком збільшився на 973594 тис. грн., тобто +14%. Ці зміни свідчать про те, що менеджмент підприємства сприяє розвитку підприємства. Відповідно, також, збільшилась собівартість продукції на 241743 тис. грн за аналізований період, що у відносному вираженні складає +8,24%.

Відповідно до попередніх зміни, у величині валового прибутку теж відбулись, дана величина зросла за аналізований період (2021 р. до 2019 р.) на 654700 тис. грн, що у відносному вираженні складає +17,76 %, порівнюючи 2021 р. та 2020 р. збільшення склало 16,82 %.

Величина інших операційних доходів зазнала збільшення на 23,21%, при порівнянні 2021 та 2019 рр., а при порівнянні 2021 та 2020 рр. відбулось зменшення, що склало 7671 тис. грн, тобто 24,65%.

Інші операційні витрати теж збільшились, і при порівнянні 2021 р. та 2019 р. вказана величина зросла на 197987 тис. грн., що у відносному вираженні складає +61,69%, при порівнянні 2021 та 2020 рр. збільшення склало 149616 тис. грн., у відносному вираженні – 40,51%.

Фінансовий результат від операційної діяльності збільшився, у 2021 р. ця величина склала 1548019 тис. грн, у 2019 р. – 1360098 тис. грн, у 2020 р. ця сума склала 1232772 тис. грн. За 2019 – 2021 рр. вказана величина зросла на 13,81%.

Величина фінансових доходів зазнала збільшення на 25536 грн. (177,61%) за аналізований період.

Інші витрати у 2019 р. склали 35033 тис. грн, у 2020 р. були відсутні на підприємстві і у 2021 р. склали 126402 тис. грн.

Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування збільшились, у 2021 р. підприємство отримало 1409758 тис. грн, у 2019 р. – 1297436 тис. грн, у 2020 р. підприємство отримало – 1279181 тис. грн. Збільшення за аналізований період склало 112322 тис. грн, тобто 8,65%.

Відповідно також відбувається збільшення чистого прибутку за досліджуваний період. Підприємство у 2021 р. отримало 1137755 тис. грн. прибутку, а в 2019 р. – 1050206 тис. грн. прибутку, та у 2020 р. – 1055689 тис. грн. прибутку, прибуток за аналізований період збільшився на 82066 тис. грн., тобто збільшення склало 7,77%, що є позитивно тенденцією і дозволяє стверджувати, що діяльність компанії є результативною.

Рентабельною була діяльність компанії за досліджуваний період, зокрема, у 2019 р. вона складала 35,79%, у 2020 р. – 37,34%, у 2021 р. – 35,82%. Хоча рентабельність зменшилась у 2021 р. порівняно з 2020 р., але її величина була достатньо великою.

Чисельність персоналу збільшилась за даний період на 201 особу, при порівнянні 2021 р. та 2019 р., при порівнянні 2021 р. та 2020 р. збільшення склало 63 особи, що є позитивним для працівників і відобразилось на результативності діяльності підприємства. Відповідно також збільшилась продуктивність праці, адже у 2021 р. вона складала 2721 тис. грн., що на 136 тис. грн. більше ніж у 2019 р. та на 297 тис. грн. більше ніж у 2020 р.

Кадрова політика компанії ґрунтується на таких принципах, як:

послідовність;

прозорість;

комплексність методів роботи;

дотримання справедливості;

– соціальної відповідальності;

– вимоги трудового законодавства [37].

«Головна мета кадрової політики компанії – це залучення висококваліфікованих працівників, постійне підвищення їх професійної майстерності та створення привабливих умов праці для забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку організації» [37], що забезпечується завдяки:

– Пошуку, підбору і найму персоналу відповідно до заявок структурних підрозділів, з урахуванням штатного розкладу, враховуючи

вимоги до персоналу, зазначені в посадових інструкціях;

- Залучення в компанію кращих випускників ВНЗ, що проходили виробничу практику в організації і зарекомендували себе, як перспективні потенційні співробітники себе;

- Активне проведення заходів, що сприяють адаптації працівників, залучення персоналу до об'єднаних цінностей компанії та до корпоративної культури;

- Проведення оцінювання ключових компетентностей персоналу і оцінювання ефективності їх діяльності за визначеними показниками;

- Розвитку професійних компетентностей менеджерів компанії;

- Формування умов для професійного та кар'єрного розвитку персоналу;

- Формування кадрового резерву компанії [40, с.210].

Вартість основних виробничих засобів незначно зросла, і в 2021 р. становила 2145512 тис. грн. в той час, як у 2019 р. – 2143478 тис. грн., а в 2020 р. – 2160993 тис. грн. Відносно незмінна величина вартості основних виробничих засобів свідчить про відсутність оновлення засобів праці за аналізований період. Величина фондоддачі збільшилась, зокрема, на 0,4 за аналізований період, адже у 2019 р. вона складала 3,08, а у 2021 р. – 3,5.

Загалом, слід зазначити, що компанія працює ефективно та результативно, керівництву організації необхідно надалі також реінвестувати частину прибутку, працювати над питанням розширення ринків збуту, виходу на ринки інших країн та удосконалювати власну систему менеджменту.

2.2. Аналіз показників економічної ефективності операційної діяльності АТ «Фармак»

Важливим показником, який характеризує роботу підприємства, є показник собівартості продукції. Вказаний показник включає виробничу собівартість продукції і нерозподілені постійні загальновиробничі витрати, а також понаднормативні виробничі витрати [41]. Для дослідження собівартості продукції визначимо структуру витрат на виробництво продукції АТ «Фармак» у 2021 році (рис. 2.4).

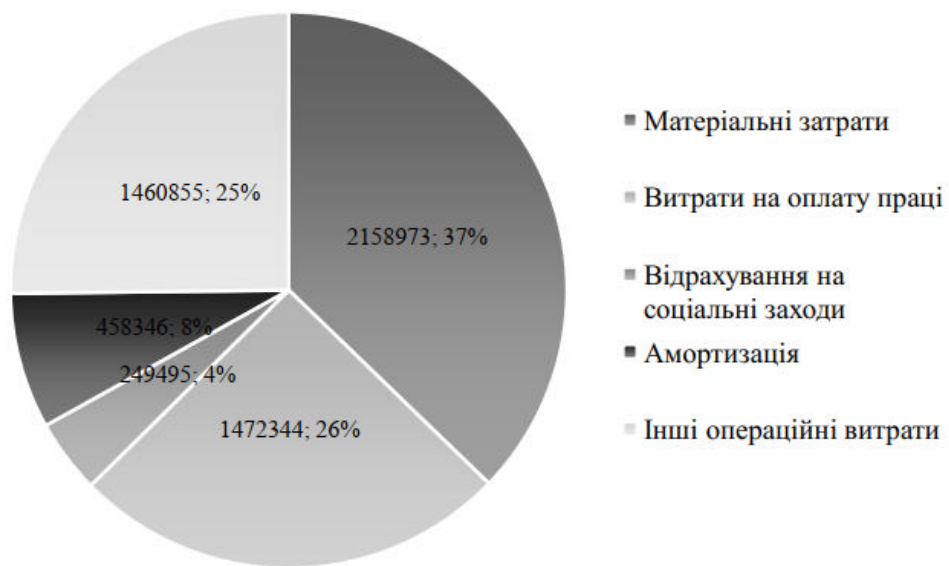


Рисунок 2.4 – Структура операційних витрат у АТ «Фармак» у 2021 році

Характеризуючи структуру витрат у досліджуваній компанії слід зазначити, що найбільшу частку у структурі витрат складають матеріальні витрати – 37%, витрати на оплату праці – 26% та інші операційні витрати – 25%, що свідчить про те, що найбільше на підприємстві витрачаються фінансові ресурси на купівлю сировини та напівфабрикатів, та на заробітну плату працівників. Загалом витратна структура досліджуваного підприємства є типовою для підприємства фармацевтичної галузі.

Таблиця 2.3 – Витрати на АТ «Фармак» у 2017-2021 рр.

Витрати виробництва	2017 р.		2018 р.		2019 р.		2020 р.		2021 р.		Відхилення 2021 р. від 2017р.	
	Сума тис.,грн.	Питома вага %	Сума тис.,грн.	Питома вага %	Сума тис.,грн.	Питома вага %	Сума тис.,грн.	Питома вага %	Сума тис.,грн.	Питома вага %	Абсолютне (+,-)	Відносне, (%)
Матеріальні витрати	169925	45,5	2013767	46,8	2452212	46,4	2341907	43,8	2158973	37,2	459714	127
Витрати на оплату праці	625221	17,1	891095	20,7	1060457	20,09	1216344	22,7	1472344	25,3	847123	235
Відрахування на соціальні заходи	106733	2,92	148981	3,46	196812	0,37	206961	3,87	249495	4,3	142762	233
Амортизація	184687	5,1	252368	5,87	324600	6,15	396897	7,43	458346	7,9	273659	248
Інші операційні витрати	103241	28,2	993134	23,1	1243741	23,5	1177951	22,0	1460855	25,1	428441	148
Разом	364831	100	4298345	100	5277822	100	5340060	100	5800013	100	2151699	158

Дослідимо динаміку зміни витрат на виробництво продукції відповідно до статей витрат в АТ «Фармак» в динаміці за 2017-2021 рр., для цього сформуємо табл. 2.3. Здійснюючи аналіз даних табл. 2.3 слід зазначити, що матеріальні витрати становлять найбільшу частку у загальній структурі, зокрема питома вага за 2021 рік складає 37,2%, 2017 р. – 45,5%. Зменшення частки матеріальних витрат при порівнянні 2021 та 2017 рр. склало 8,3 пункти, що свідчить про зменшення матеріальних та збільшення витрат на оплату праці. Витрати на оплату праці у 2021 році зросли на 235% в порівнянні з 2017 р., у питомій вазі ці витрати теж зросли за аналізований період на 8,2 пункти, це відбулось завдяки ефективній політиці оплати праці в країні та зростанням заробітної плати на підприємстві.

Відповідно до зростання заробітної плати зросла і величина відрахувань на соціальні заходи в компанії, адже у 2017 р. вказана величина складала 106733 тис. грн, і у 2021 р. зросла на 233% і складала 142762 тис. грн, питома вага даної величини за аналізований період зросла на 1,38 пункти.

Амортизаційні витрати в АТ «Фармак» за 2017-2021 рр. зросли на 273659 тис. грн., питома вага амортизаційних витрат теж збільшилась, збільшення за аналізований період склало 2,8%. Ці зміни вказують на те, що в компанії приділяють увагу оновленню основних засобів, їх модернізації та технічному переоснащенню.

Щодо інших операційних витрат, то їх величина зросла на 428441 тис. грн, тобто 148%. У питомій вазі інших операційних витрат за аналізований період відбулось незначне зменшення за даний період – 3,1%.

До інших витрат включають витрати на знецінення гудвілу на благодійну діяльність, витрати на збитки від списання сировини та готової продукції, інші витрати, штрафи та пені та інші витрати.

Динаміка зміни окремих статей з інших витрат за 2017-2021 рр. наведена на рис. 2.5.



Рисунок 2.5 – Динаміка зміни статей витрат АТ «Фармак».

Характеризуючи даний рисунок можна вказати, що в АТ «Фармак» значно зросли витрати на благодійність – 27 847 тис. грн, що свідчить про ведення соціально відповідального бізнесу компанією. Щодо гудвілу, то витрати на його знецінення зменшились за аналізований період на 10 тис. грн. Також на підприємстві наявні достатні збитки від списання сировини та готової продукції у 2021 р. ця величина складала 2 586 тис. грн, що є більшим на 986 тис. грн ніж у 2017 р., це негативна тенденція, адже потрібно удосконалити систему планування виробництва.

Загальна величина поточних витрат виробництва у АТ «Фармак» у 2021 році збільшилась на 2 151 699 тис. грн. порівняно з 2017 р. На вказану величину значно вплинуло підвищення витрати на оплату праці, відрахувань на соціальні заходи та амортизаційних нарахувань.

Дослідимо витрати на 1 гривню продукції, даний показник є узагальнюючим показником собівартості продукції. З допомогою нього можна відстежити динаміку зміни собівартості продукції [42, с. 60].

З використанням даного показника можна побачити прямий зв'язок між собівартістю та прибутком компанії, оцінку та аналіз витрат на 1 грн.

продукції доречно проводити методом порівняння фактичних витрат звітного періоду з плановими.

Проведемо аналіз витрат на одну гривню обсягу промислової продукції в АТ «Фармак» з використанням фінансової звітності компанії за 2017-2021 рр. (табл. 2.5).

Характеризуючи витрати на 1 гривню обсягу промислової продукції у 2021 році, слід вказати, що даний показник становив 42 копійки, що на 4 копійки менше, ніж у 2017 році.

Таблиця 2.5 – Оцінка витрат на одну грн. продукції на АТ «Фармак»

Показники	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Відхилення 2021 від 2017 р.	
						Абсолютне (+,-)	Відносне (%)
1. Повна собівартість продукції, тис. грн.	2398495	2723663	2933774	2826842	3175517	777022	132,39
2. Обсяг продукції, тис. грн.	5112352	6084681	6618911	6541750	7515344	2402992	147,00
3. Витрати на 1 грн. продукції,	0,46	0,44	0,44	0,43	0,42	-0,04662	90,06

Характеризуючи динаміку зміни даного показника, то слід зазначити, що його величина зменшувалась щорічно, тобто з 0,46 до 0,44 до 0,43 і до 0,42 у 2021 р., (див. рис. 2.6). Ці зміни свідчать про дуже ефективну витратну політику на підприємстві і про збільшення прибутку.

Операційна ефективність підприємства – це досягнення найкращого співвідношення між задіяними ресурсами і кінцевими результатами роботи. Компанія, яка функціонує подібним чином, виконує однакові дії швидше, результативніше і з меншою кількістю помилок, витрат, ніж конкуренти. При цьому мова не йде про просту економії ресурсів, а про оптимальне їх використання.

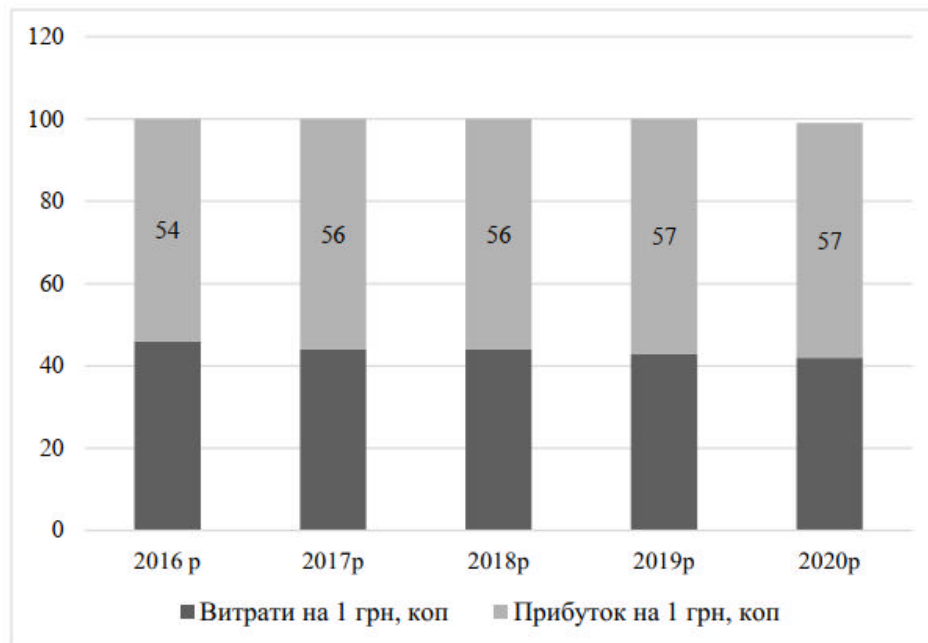


Рисунок 2.6 – Витрати на 1 гривню обсягу промислової продукції на АТ «Фармак»

У таблиці 2.6 представлена інформація про основні засоби досліджуваного підприємства.

Таблиця 2.6 – Інформація про основні засоби АТ «Фармак»

Найменування основних засобів	Власні основні засоби (тис. грн)		Орендовані основні засоби (тис. грн)		Основні засоби, усього (тис. грн)	
	на початок періоду	на кінець періоду	на початок періоду	на кінець періоду	на початок періоду	на кінець періоду
1.Виробничого призначення:	2078170	2110429	51214	0	2129384	2110429
будівлі та споруди	722703	656668	0	0	722703	656668
машини та обладнання	1243615	1185965	0	0	1243615	1185965
транспортні засоби	37277	120996	51214	0	88491	120996
земельні ділянки	5373	5373	0	0	5373	5373
інші	69202	141427	0	0	69202	141427
2.Невиробничого призначення:	33040	34655	0	0	33040	34655
будівлі та споруди	28357	30173	0	0	28357	30173
машини та обладнання	2173	1973	0	0	2173	1973
транспортні засоби	0	0	0	0	0	0
земельні ділянки	0	0	0	0	0	0
інвестиційна нерухомість	1432	1606	0	0	1432	1606
інші	1078	903	0	0	1078	903
Усього	2111210	2145084	51214	0	2162424	2145084

Вдосконалення бізнес-процесів компанії досягається вибудовуванням оптимальної послідовності дій, що дозволяє досягти кращий результат з мінімальними витратами матеріальних і людських ресурсів. За це повинні відповідати конкретні люди в компанії.

Основні засоби Групи "Фармак" включають переважно основні засоби, що належать до груп «будівлі та споруди» і «машини та обладнання». Група має будівлі переважно виробничого та загальногосподарського призначення. До групи «машини та обладнання» включені виробничі лінії та системи забезпечення виробництва, інше виробниче обладнання. До групи «транспортні засоби» включені як власні автомобілі так і придбані у фінансову оренду для забезпечення медичних представників на всій території України. До групи «інші основні засоби» включені лабораторні прилади, оснащення до виробничого обладнання, меблі виробничі та офісні, комп'ютерна та офісна техніка тощо.

Ступінь зносу основних засобів складає 43,8 %, в т.ч.: транспортні засоби – 52,8 %, інструменти, прилади, інвентар (меблі) – 58,9 %.

Таблиця 2.7 – Інформація щодо вартості чистих активів АТ «Фармак»

Найменування показника	За звітний період (тис. грн)	За попередній період (тис. грн)
Розрахункова вартість чистих активів	5211569	4283273
Статутний капітал	36366	36366
Скоригований статутний капітал	36366	36366

В даному випадку ми бачимо, що розрахункова вартість чистих активів за 2020 рік склала 5211569 тис. грн. У порівнянні з 2019 роком, у якому розрахункова вартість чистих активів становила 4283273 тис. грн, даний показник зріс на 928 296 тис. грн, що є каталізатором піднесення фінансового стану підприємства. У цьому випадку зростання показника обумовлює низький ризик кредитування підприємства, що означає низьку ймовірність

банкрутства. Статутний капітал у 2020 році склав 36366 тис. грн – як і за попередній рік.

Таблиця 2.83 – Елементи операційних витрат АТ «Фармак»

Назва статті	За звітний період (тис. грн)	За аналогічний період попереднього року (тис. грн)
Матеріальні затрати	2263796	2279867
Витрати на оплату праці	1170068	1005847
Відрахування на соціальні заходи	199030	196812
Амортизація	398416	355923
Інші операційні витрати	1180430	1156944
Разом	5211740	4995393

У даному випадку матеріальні затрати АТ «Фармак» за 2020 рік склали 2 263 796 тис. грн, що на 16071 тис. грн менше, аніж за 2019 рік, у якому даний показник досяг значення 2 279 867 тис. грн. Це свідчить про покращення якості виробництва товарів підприємства та знаходження нових методів виробництва власної продукції, не втрачаючи при цьому якість.

Витрати на оплату праці навпаки збільшилися: за 2020 рік цей показник склав 1 170 068 тис. грн, за 2019 рік – 1 005 847 тис. грн. У даному випадку ми бачимо, що різниця між показником за звітний період (2020 рік) та аналогічний період 2019 року становить 164 221 тис. грн, що є досить значним показником.

Відрахування на соціальні заходи також зросли, що свідчить про зростання рівня успішності підприємства та його розвитку. У 2020 році даний показник склав 199 030 тис. грн, у 2019 році – 196 812 тис. грн. Різниця незначна у порівнянні з вищезгаданими показниками – 2218 тис. грн, але, як бачимо, зростання витрат на соціальні заходи має місце і це є позитивним результатом діяльності досліджуваного підприємства.

Витрати на амортизацію значно зросли: у 2020 році даний показник склав 398 416 тис. грн, а за аналогічний період минулого року – 355 923 тис. грн. Відрахування на амортизацію зросли на 42 493 тис. грн, що свідчить про

більш широке використання обладнання для виробництва продукту, але, у той же час, не можна сказати, що обладнання підприємства використовується дуже ефективно, так як знос знарядь виробництва присутній і дана проблема має бути вирішена.

Останній елемент операційних витрат у таблиці 2.9 – це інші операційні витрати. Вони включають витрати операційної діяльності, які не є витратами на збут продукції або адміністративними витратами. Вони також не включаються до собівартості реалізації продукції (робіт, послуг). За 2020 рік даний показник склав 1 180 430 тис. грн, за аналогічний період минулого року – 1 156 944 тис. грн. Дані витрати зросли на 23 486 тис. грн, що є досить суттєвим зростанням на фоні дослідження інших елементів операційних витрат.

Таблиця 2.9 – Фінансові результати діяльності АТ «Фармак»

Показник	За звітний період (тис. грн)	За аналогічний період попереднього року (тис. грн)
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	6400843	6346224
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2772473	2802614
Валовий прибуток	3628370	3543610
Інші операційні доходи	22301	10506
Адміністративні витрати	710764	638008
Витрати на збут	1324383	1241195
Інші операційні витрати	404120	313576

У даній таблиці 2.9 показані основні фінансові результати діяльності АТ «Фармак» за 2020 рік, а саме: чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), валовий прибуток, інші операційні доходи, адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати.

Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за звітний період (2020 рік) склав 6 400 843 тис. грн, а за аналогічний період попереднього року – 6 346 224, що каже про збільшення обсягів реалізації

продукції підприємства. Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) за звітний період (2020 рік) склала 2 772 473 тис. грн, у той час як цей показник за попередній період мав значення 2 802 614 тис. грн, що говорить про знаходження менш витратних способів створення потрібного продукту для споживача, водночас не менш якісного.

Валовий прибуток склав 3 628 370 тис. грн за звітний період, що є значно більшим результатом, ніж даний показник має за попередній рік – 3 543 610 тис. грн.

Адміністративні витрати наразі збільшилися відносно значення за попередній рік: за звітний період адміністративні витрати склали 710 764 тис. грн, а за 2019 рік – 638 008 тис. грн, що говорить про збільшення видатків на організацію праці та виробництва, за рахунок яких якість продукції виходить на новий рівень.

Витрати на збут продукції за звітний період також набули більш високого значення, аніж результат за попередній рік: за 2020 рік витрати на збут продукції склали 1 324 383 тис. грн, а за попередній період – 1 241 195 тис. грн.

Інші операційні доходи мають більше значення за звітний період: 22 301 тис. грн, а за попередній рік – 10 506 тис. грн, що більше, ніж у 2 рази менше за значення звітного періоду, що каже про підвищення рівня якості ведення операційної діяльності підприємства.

Фінансовий результат від операційної діяльності (прибуток) у таблиці 2.10 порахований за наступним методом: від валового прибутку забираються адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати та додаються інші операційні доходи. Прибуток від операційної діяльності підприємства АТ «Фармак» вказаний у наступній таблиці 2.10.

Таблиця 2.10 – Фінансовий результат від операційної діяльності АТ «Фармак»

Показники	За звітний період (тис. грн)	За аналогічний період попереднього року (тис. грн)
Фінансовий результат від операційної діяльності: <u>прибуток</u>	1211404	1361337
збиток	0	0
Дохід від участі в капіталі	3363	3680
Інші фінансові доходи	9592	7437
Інші доходи	73879	0
Дохід від благодійної допомоги	0	0
Фінансові витрати	44395	41172
Втрати від участі в капіталі	0	0
Інші витрати	0	34929
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: <u>прибуток</u>	1253843	1296353

Дана таблиця містить в собі відомості про фінансові результати від операційної діяльності досліджуваного підприємства. Загалом, фінансовий результат від операційної діяльності АТ «Фармак» за 2020 рік склав 1 211 404 тис. грн, за аналогічний період попереднього року даний показник має значення 1 361 337 тис. грн. У даному випадку можна сказати, що на досліджуваному підприємстві є деякі проблеми та недоліки, які вплинули на зменшення прибутку від операційної діяльності за звітний період у порівнянні з аналогічним періодом попереднього року.

Дохід від участі в капіталі за 2020 рік також має дещо нижче значення, ніж результат за попередній рік (2019): 3363 тис. грн та 3680 тис. грн відповідно. З іншого боку, інші фінансові доходи підприємства за 2020 рік мають більше значення, ніж за 2019 рік, а саме 9592 тис. грн. Даний показник за аналогічний період попереднього року має значення 7437 тис. грн.

Збільшення фінансових витрат має місце за звітний період 2020 року. Значення показника цього періоду досягло 44395 тис. грн, у той час як значення фінансових витрат підприємства за 2019 рік склало 41172 тис. грн. Дана різниця інформує про використання більш вдалих та доцільних підходів

по виробництва товарної продукції. Це може виражатися як у закупівлі більш якісних видів сировини, у той же час за більш високими цінами, як і в інвестиціях у більш професійні методи ведення операційної діяльності на підприємстві.

Загалом, фінансовий результат від операційної діяльності до оподаткування, а саме прибуток, склав 1 253 843 тис. грн, а за аналогічний період 2019 року – 1 296 353 тис. грн, що знову ж таки свідчить про деяке зменшення прибутку від операційної діяльності підприємства і проблеми, які сприяють даній тенденції, повинні бути вирішені.

З метою дослідження та аналізу показників економічної ефективності операційної діяльності АТ «Фармак», ми будемо проводити розрахунки основних та важливих показників ефективності операційної діяльності.

Як найбільш важливий показник ефективності операційної діяльності розглядаємо рентабельність сукупних активів підприємства.

$$P_{\text{акт.}} = (P_{\text{акт.}}/V_{\text{акт.}})*100\%, \quad (2.1)$$

де $P_{\text{акт.}}$ – рентабельність сукупних активів підприємства;

$P_{\text{акт.}}$ – фінансовий результат від операційної діяльності підприємства;

$V_{\text{акт.}}$ – вартість сукупних активів підприємства.

Маємо усі необхідні дані для визначення рентабельності сукупних активів підприємства. Так як сума активів може коліватися протягом року, ми взяли значення на кінець звітного періоду.

Базуючись на тому, що даний показник не має єдиного нормативного значення, дослідження та аналіз рентабельності сукупних активів підприємства АТ «Фармак» будуть проводитися на фоні динаміки методом зіставлення значень даного коефіцієнта за 6 років – з 2015 року до 2020 року.

$$P_{\text{акт.}}(2015) = (562697/2736756)*100\% = 0,21 = 21\%$$

$$P_{\text{акт.}}(2016) = (808972/3444341)*100\% = 0,24 = 24\%$$

$$P_{\text{акт.}}(2017) = (961705/4379362)*100\% = 0,22 = 22\%$$

$$P_{\text{акт.}}(2018) = (1380342/5011917) * 100\% = 0,28 = 28\%$$

$$P_{\text{акт.}}(2019) = (1361337/6040769) * 100\% = 0,23 = 23\%$$

$$P_{\text{акт.}}(2020) = (1211404/6644100) * 100\% = 0,18 = 18\%$$

У даному випадку коефіцієнт рентабельності коливається в межах від 0,18 до 0,28. Тобто за дослідження 6-ти років операційної діяльності АТ «Фармак» даний коефіцієнт коливається на 0,1 або 10%. Найбільш високого значення даний показник набуває у 2018 році, так як саме у цьому році спостерігається збільшення рівня фінансового результату від операційної діяльності досліджуваного підприємства. Значення прибутку від операційної діяльності за 2018 рік досягнуло 1 380 342 тис. грн, рівень вартості сукупних активів підприємства – 5 011 917 тис. грн відповідно. Найнижчий результат рентабельності сукупних активів підприємства був за 2020 рік. У даному випадку, значення прибутку від операційної діяльності склало 1 211 404 тис. грн, а вартість сукупних активів компанії у 2020 році – 6 644 100 тис. грн. Спостерігається резонанс між значеннями даних складових показника рентабельності сукупних активів. Так як значення прибутку від операційної діяльності за 2020 рік не є мінімальним з ряду спостереження років від 2015 до 2020, коефіцієнт набуває мінімального значення через зовнішню різницю між значенням прибутку від операційної діяльності та вартістю сукупних активів підприємства.

Показник фондоозброєності показує рівень забезпеченості виробничими фондами, які є основними на підприємстві, промислово-виробничого персоналу даного підприємства, тобто працівників. Визначається як відношення середньорічної балансової вартості основних виробничих фондів до середньоспискової (середньооблікової) чисельності працівників. У даному випадку, даний показник визначається у тисячах гривень. При зростанні рівня фондоозброєності підприємство має більші шанси на підвищення продуктивності праці.

$$\Phi_{\text{озбр}} = \text{ОФ} / \text{Члвп}, \quad (2.2)$$

де ОФ – середньорічна балансова вартість основних виробничих фондів, тис. грн;

Члвп – середньооблікова чисельність працівників, осіб.

$$\Phi_{\text{озбр}} (2015) = 1585481/1829 = 866,86 \text{ (тис. грн/ос.)}$$

$$\Phi_{\text{озбр}} (2016) = 1834304/1937 = 946,98 \text{ (тис. грн/ос.)}$$

$$\Phi_{\text{озбр}} (2017) = 2329865/2263 = 1029,55 \text{ (тис. грн/ос.)}$$

$$\Phi_{\text{озбр}} (2018) = 2454347/2407 = 1019,67 \text{ (тис. грн/ос.)}$$

$$\Phi_{\text{озбр}} (2019) = 3023665/2528 = 1196,07 \text{ (тис. грн/ос.)}$$

$$\Phi_{\text{озбр}} (2020) = 3732753/2698 = 1383,53 \text{ (тис. грн/ос.)}$$

У даному випадку спостерігається поступовий зріст значень показника фондоозброєності. Особливо за 2018-2020 роки. Найменше значення фондоозброєності спостерігається у 2015 році – 866,86 тис. грн. У 2018 році є деякий спад порівняно з 2017 роком: у 2018 році даний показник досягнув 1019,67 тис. грн, а у 2017 році – 1029,55 тис. грн. Загалом, провівши аналіз фондомісткості підприємства та беручи до уваги тенденцію до підвищення значень показника, АТ «Фармак» забезпечено виробничими фондами достатньо добре та підприємство має високий фондовий потенціал.

Наступним етапом дослідження операційної діяльності АТ «Фармак» буде розрахунок фондомісткості. Фондомісткість показує відношення рівня середньорічної вартості основних виробничих фондів до одиниці валової продукції, яка випущена досліджуваним підприємством. Рівень даного показника вважається оптимальним, коли спостерігається тенденція до спаду значення. Зниження даного коефіцієнта повинно мати місце за рахунок достатньо низьких темпів приросту середньорічної вартості основних фондів, які порівнюються з темпами росту вартості одиниці валової продукції. Саме через даний аспект ми будемо досліджувати тенденцію за 5 років: з 2016 до 2020.

$$\Phi_{\text{МП}} = \text{ОФ}/\text{В}_{\text{П}}, \quad (2.3)$$

де $\text{В}_{\text{П}}$ – вартість виробленої валової продукції за визначений період, тис. грн.

$$\Phi_{\text{МП}} (2016) = 1834304/1467686 = 1,25 \text{ тис. грн}$$

$$\Phi_{\text{МП}} (2017) = 2329865/2398495 = 0,97 \text{ тис. грн}$$

$$\Phi_{\text{МП}} (2018) = 2454347/2723663 = 0,90 \text{ тис. грн}$$

$$\Phi_{\text{МП}} (2019) = 3023665/2802614 = 1,08 \text{ тис. грн}$$

$$\Phi_{\text{МП}} (2020) = 3732753/2772473 = 1,35 \text{ тис. грн}$$

Провівши розрахунки, можна сказати, що тенденція до спаду зберігається до 2018 року: у 2016 році значення показника фондомісткості досягнуло 1,25 тис. грн, у 2017 – 0,97 тис. грн, у 2018 – 0,90 тис. грн. Далі, у 2019 і 2020 роках спостерігається доволі різке підвищення значень. За розрахунками очевидно, що з 2018 на 2019 роки середньорічна балансова вартість основних виробничих фондів доволі різко зростає: 2454347 тис. грн та 3023665 тис. грн відповідно. За ті ж роки вартість виробленої валової продукції за визначений період зростає з 2723663 тис. грн до 2802614 тис. грн., що говорить про те, що темпи приросту першої складової формули розрахунку даного показника є більш високими, ніж темпи приросту рівня вартості виробленої валової продукції. Це означає, що досліджуваному підприємству потрібно вести більш раціональну політику щодо використання трудових ресурсів для виробництва продукції, а також видів сировини, методології виробництва, так як дані аспекти мають безпосередній вплив на вартість виробленого валового продукту.

Отже, за рахунок більш високих темпів зростання вартості виробленої валової продукції впродовж років, у порівнянні з темпами зростання середньорічної балансової вартості основних виробничих фондів, підприємство буде мати змогу розвивати раціональне ведення операційної діяльності.

Наступним етапом буде розрахунок фондівіддачі основних виробничих фондів. Фондовіддача – це показник, який показує рівень ефективності

використання основних виробничих фондів. Розраховується як відношення обсягу товарної (валової) продукції до середньорічної балансової вартості основних виробничих фондів. Дослідження тенденції до змін даного показника буде проведено за 5 років: з 2016 до 2020 рр.

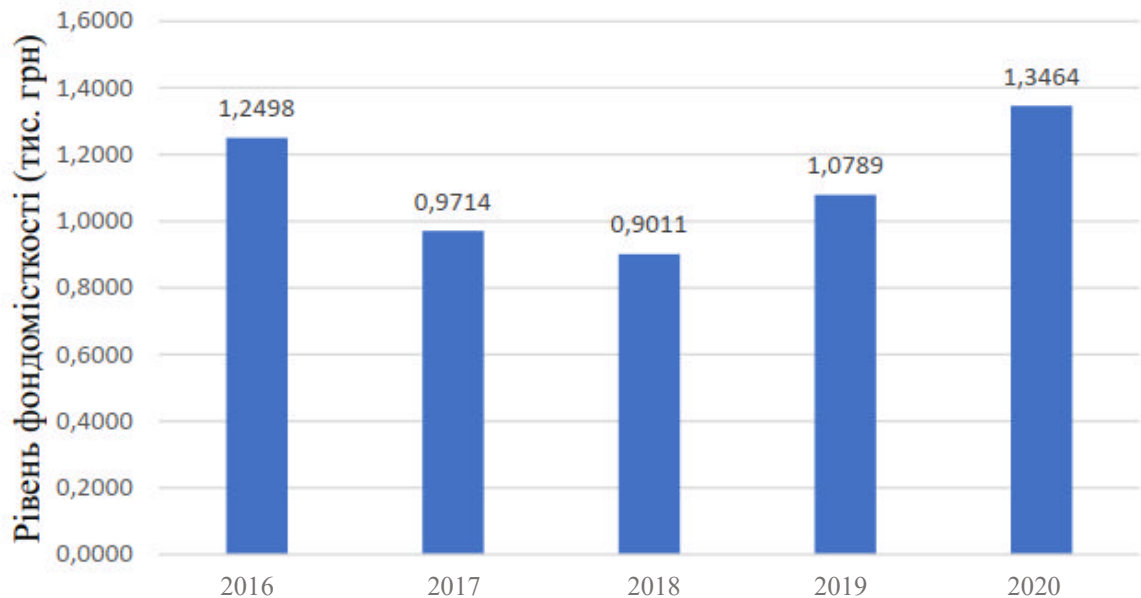


Рисунок 2.7 – Діаграма показників фондомісткості АТ "Фармак"

Слід відмітити, що сам по собі показник фондовіддачі не говорить про ефективність використання виробничих фондів, а лише показує, як співвідноситься об'єм отриманої від реалізації продукції (тобто виручки) з вартістю наявних у організації засобів праці. Зробити висновок саме про ефективність використання виробничих фондів можна, порівнюючи показник фондовіддачі в динаміці за ряд років, або порівнюючи його з таким же показником для інших, аналогічних підприємств тієї ж галузі.

$$\Phi_B = B_{\Pi} / O\Phi \quad (2.4)$$

$$\Phi_B (2016) = 1467686 / 1834304 = 0,80 \text{ (тис. грн)}$$

$$\Phi_B (2017) = 2398495 / 2329865 = 1,03 \text{ (тис. грн)}$$

$$\Phi_B (2018) = 2723663 / 2454347 = 1,11 \text{ (тис. грн)}$$

$$\Phi_B(2019) = 2802614/3023665 = 0,93 \text{ (тис. грн)}$$

$$\Phi_B(2020) = 2772473/3732753 = 0,74 \text{ (тис. грн)}$$

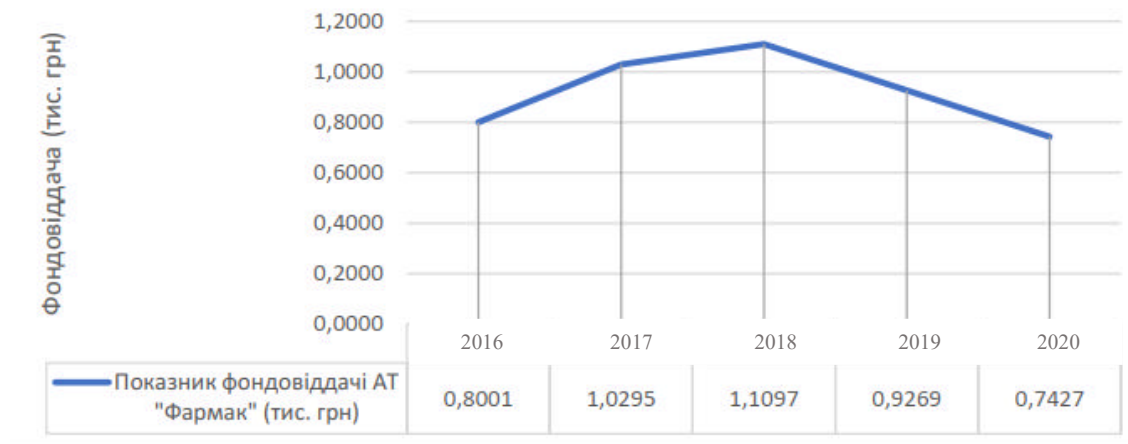


Рисунок 2.8 – Діаграма параметрів фондовіддачі АТ "Фармак"

Підвищення рівня фондовіддачі свідчить про збільшення рівня ефективності використання основних виробничих фондів. Задля збільшення фондовіддачі потрібно щоб, з одного боку, збільшувався обсяг виробництва товарної продукції підприємства, а з іншого боку повинне бути зниження вартості фондів, яке повинно відбуватися за рахунок ліквідації зношених основних засобів.

Найменшого значення показник фондовіддачі набуває у 2020 році – 0,74 тис. грн. Найбільше значення – 1,11 тис. грн за 2018 рік. Загалом, за період з 2016 до 2018 року спостерігається підвищення рівня даного показника, що свідчить про достатньо ефективне використання основних виробничих фондів. Далі, відбувається спад на період з 2018 року до 2020 року з 1,11 тис. грн до 0,74 тис. грн, тобто за 2 роки найбільше значення за період з 2016 до 2020 рр. знижується до найменшого значення за той же період. Підприємству рекомендується проводити більш раціональний та доцільний перегляд зношених, не використовуваних фондів.

Далі слід обрахувати коефіцієнт рентабельності власного капіталу. Даний показник вказує рівень ефективності використання власного капіталу. Це означає, що рентабельність власного капіталу показує рівень прибутку з

кожної залученої гривні. Розраховується як співвідношення чистого прибутку підприємства за досліджуваний період та середньої вартості власного капіталу за даний період. Чим вищі результати даного показника рентабельності, тим ефективність використання власного капіталу підприємства вище, так як рівень чистого прибутку збільшується. Також даний показник показує рівень активізації роботи над власними коштами та організації нарощування прибутку. Розрахунки даного показника будуть проводитися за 5 років: з 2016 по 2020 рр.

$$P_{\text{BK}} = (\text{ЧП}/\text{BK}_{\text{ср}}) * 100\% \quad (2.5)$$

$$P_{\text{BK}} (2016) = (405415/1936707) * 100\% = 20,93\%$$

$$P_{\text{BK}} (2017) = (4612715/677201) * 100\% = 28,73\%$$

$$P_{\text{BK}} (2018) = (1035217/3279507,5) * 100\% = 31,57\%$$

$$P_{\text{BK}} (2019) = (1052360/4174963,5) * 100\% = 25,21\%$$

$$P_{\text{BK}} (2020) = (1055689/4747421) * 100\% = 22,24\%$$

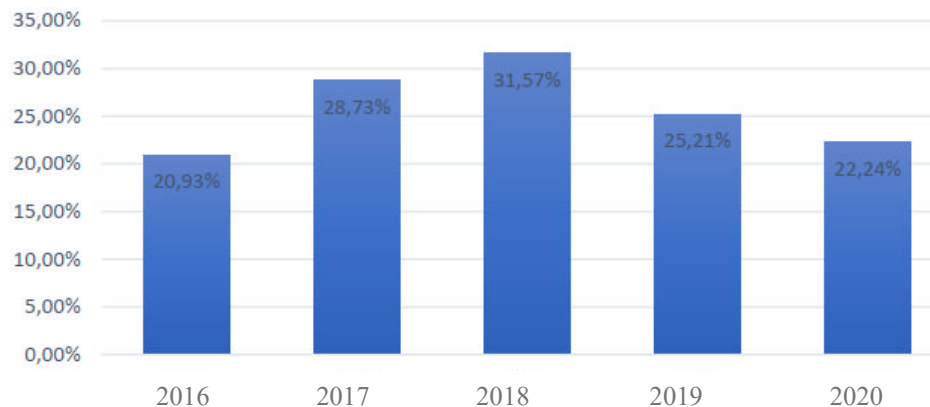


Рисунок 2.9 – Діаграма рентабельності власного капіталу АТ "Фармак"

Аналізуючи даний показник, можна сказати, що АТ «Фармак» є достатньо ефективним підприємством з точки зору методів активізації роботи над власними коштами, але з розрахунків видно, що за 3 останні роки рентабельність власного капіталу знижується, що говорить про застарілі

методи стимулювання зростання прибутку. Найменше значення рентабельності власного капіталу є за 2016 рік – 20,93%. Найбільше значення – 31,57% за 2018 рік. Спостерігається зростання даного коефіцієнту за період 2016-2018 рр. Починаючи з 2018 року рівень рентабельності власного капіталу починає поступово знижуватися. Як бачимо, середньорічна сума власного капіталу значно перевищує рівень річного чистого прибутку, що говорить про недостатньо розвинену систему активування збільшення чистого прибутку методом більш ведення операційної діяльності.

Наступним етапом буде розрахунок та аналіз продуктивності праці операційного персоналу. Розраховується як співвідношення обсягу реалізації на одну особу операційного персоналу. Кількість працівників у операційному відділі АТ «Фармак» – 351 особа.

$$P_{\text{опер}} = \text{ЧД/Чпр. (тис. грн)} \quad (2.6)$$

$$P_{\text{опер}}(2016) = 3578033/351 = 10193,83 \text{ тис. грн}$$

$$P_{\text{опер}}(2017) = 5112352/351 = 14565,11 \text{ тис. грн}$$

$$P_{\text{опер}}(2018) = 5583124/351 = 15906,34 \text{ тис. грн}$$

$$P_{\text{опер}}(2019) = 6346224/351 = 18080,41 \text{ тис. грн}$$

$$P_{\text{опер}}(2020) = 6541750/351 = 18637,47 \text{ тис. грн}$$

У даному випадку провівши аналіз та необхідні розрахунки продуктивності праці операційного персоналу, бачимо, що кожного року спостерігається підвищення рівня даного показника, що говорить про успішну діяльність операційного відділу досліджуваного підприємства. Найменшим значенням є 10193,83 тис. грн за 2016 рік, найбільше значення – 18637,47 тис. грн за 2020 рік.

Метод кореляційно-регресійного аналізу містить дві свої складові частини – кореляційний аналіз та регресійний аналіз. Кореляційний аналіз – це кількісний метод визначення тісноти і напрямку взаємозв'язку між вибірковими змінними величинами. Регресійний аналіз – це кількісний метод

визначення виду математичної функції в причинно-наслідкового залежності між змінними величинами.

Кореляційно-регресійний аналіз – це метод моделювання ймовірностей, який вивчає взаємозв'язок між показниками ефективності бізнесу, коли взаємозв'язок між ними не є строго функціональним або є під впливом сторонніх, випадкових факторів. В результаті вивчається і оцінюється близькість зв'язку між двома випадковими ознаками або факторами, встановлюється конкретний тип взаємозв'язку між досліджуваними параметрами.

Рівняння множинної лінійної регресії має вигляд:

$$Y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n \quad (2.7)$$

У даному випадку на Y (чистий дохід) впливають показники x_1 (Адміністративні витрати), x_2 (витрати на збут), x_3 (інші операційні витрати) та x_4 (фінансові витрати).

Вихідні дані для проведення кореляційно-регресійної залежності представлені в таблиці 2.11. (Вихідні дані для кореляційного аналізу). У даному випадку буде проводитися аналіз залежності рівня чистого доходу від реалізації продукції досліджуваного підприємства від кожного показник основних фінансових даних за роки 2015-2020 рр., а саме: адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати та фінансові витрати.

У даному випадку чистий дохід (виручка) АТ «Фармак» має тенденцію до збільшення за 2015–2020 роки. Хоча у 2017 році спостерігається відносно незначний спад значення даного показника (у 2016 році чистий дохід підприємства склав 6296875 тис. грн, у 2017 – 6286954 тис. грн), з 2018 року чиста виручка від реалізації продукції має тенденцію до зростання, що має позитивний вплив на діяльність підприємства та, зокрема, на активне і раціональне ведення операційної діяльності. Адміністративні витрати та витрати на збут також стрімко зростають за останні 6 років, що є одночасно і

позитивним нюансом, і має негативний аспект. З одного боку, підприємство робить значний вклад у свій розвиток, а з другого боку – темпи приросту адміністративних витрат та витрат на збут не завжди мають менші темпи приросту, порівняно з чистим доходом підприємства, що може мати негативний вплив на рівень власного капіталу.

Таблиця 2.11 – Вихідні дані для кореляційного аналізу

Показник	Рік					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	6254839	6296875	6286954	6315583	6346224	6400843
Адміністративні витрати, тис. грн.	512685	560183	599340	611786	638008	710764
Витрати на збут, тис. грн.	989677	996854	1086951	1135748	1241195	1324383
Інші операційні витрати, тис. грн.	161996	187522	218394	272798	313576	404120
Фінансові витрати, тис. грн.	29449	33571	35420	39776	41172	44395

У даному випадку, знайшовши невідомі коефіцієнти b_0 , b_1 , b_2 , b_3 , b_4 , рівняння множинної лінійної регресії буде мати вигляд:

$$Y = 6300944,57 + 0,1628 * x_1 + (-0,25475) * x_2 + 0,8235 * x_3 + (-0,2377) * x_4$$

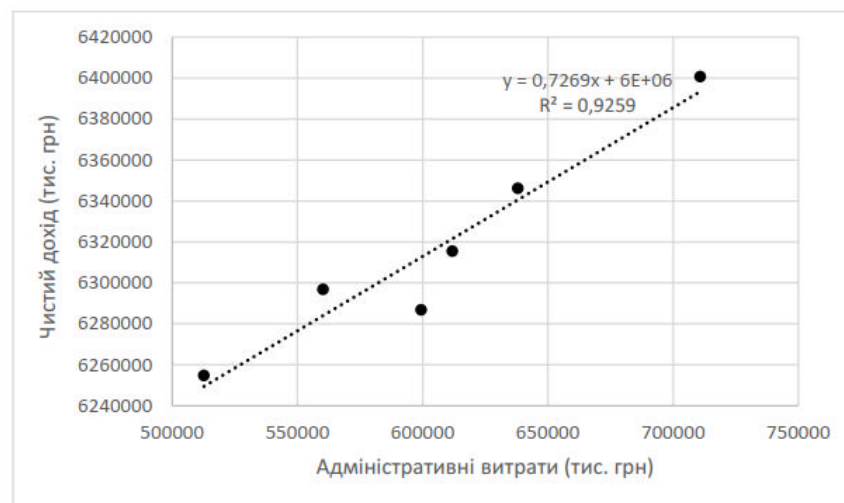


Рисунок 2.10 – Модель кореляційної залежності чистого доходу та адміністративних витрат АТ «Фармак»

На рисунку 2.4 представлено поле кореляції між параметрами чистого доходу (виручки) від реалізації продукції та адміністративними витратами. Дослідження кореляційної залежності показало, що існує прямий безпосередній зв'язок.

У даному випадку коефіцієнт кореляції склав 0,9623, коефіцієнт детермінації – 0,9259.

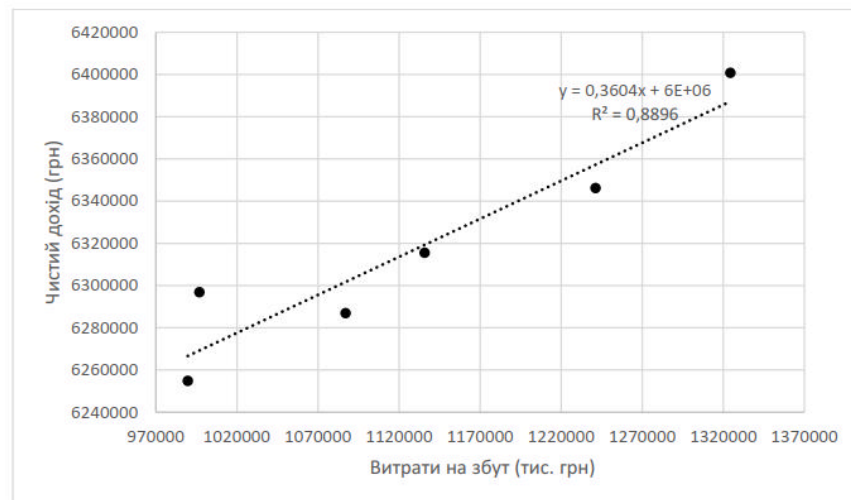


Рисунок 2.11 – Модель кореляційної залежності чистого доходу та витрат на збут АТ «Фармак»

На рисунку 2.5 представлено поле кореляції між параметрами чистого доходу (виручки) від реалізації продукції АТ «Фармак» та витратами на збут. Дослідження кореляційної залежності показало, що існує дуже значний зв'язок між показниками чистого доходу досліджуваного підприємства та витрат на збут.

У даному випадку коефіцієнт кореляції склав 0,9432, коефіцієнт детермінації – 0,8896.

На рисунку 2.6 представлено поле кореляції між показниками чистого доходу (виручки) від реалізації продукції АТ «Фармак» та іншими операційними витратами за період 2015-2020 рр.

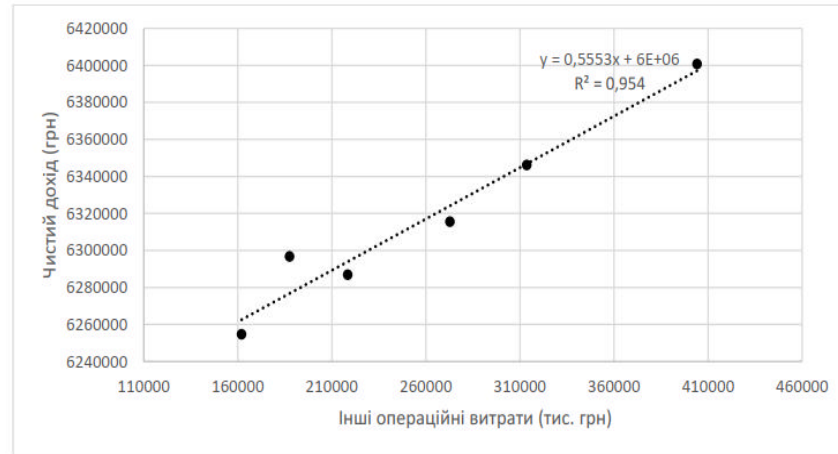


Рисунок 2.12 – Модель кореляційної залежності чистого доходу та інших операційних витрат АТ «Фармак»

Дослідження кореляційної залежності показало, що існує дуже значний зв'язок між показниками чистого доходу досліджуваного підприємства та інших операційних витрат.

У даному випадку коефіцієнт кореляції склав 0,9767, коефіцієнт детермінації – 0,954.

Також доцільно відмітити, що дана кореляційна залежність є найбільш значною порівняно з залежністю чистого доходу та адміністративних витрат та витрат на збут.

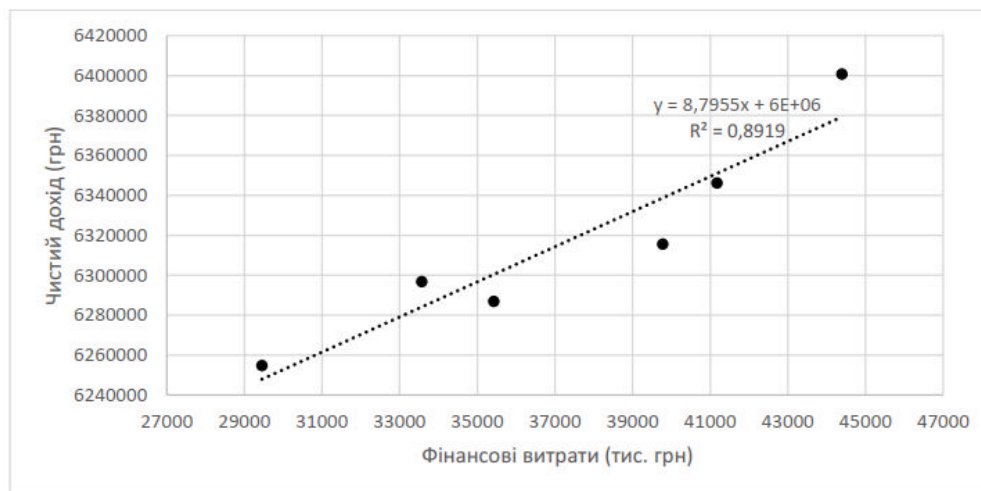


Рисунок 2.13 – Модель кореляційної залежності чистого доходу та фінансових витрат АТ

На рисунку 2.7 представлено поле кореляції між показниками чистого доходу (виручки) від реалізації продукції АТ «Фармак» та фінансовими витратами за період 2015-2020 рр. Дослідження кореляційної залежності показало, що існує дуже значний зв'язок між показниками чистого доходу досліджуваного підприємства та фінансових витрат.

У даному випадку коефіцієнт кореляції склав 0,9444, коефіцієнт детермінації – 0,8919.

Таким чином у підрозділі був проведений аналіз показників економічної ефективності операційної діяльності АТ «Фармак», а саме: пораховані значення за останні 5-6 років наступних показників: рентабельність сукупних активів підприємства, фондомісткість, фондоозброєність, фондодіддача, коефіцієнт рентабельності власного капіталу, продуктивність праці операційного персоналу. Після розрахунків кожного з цих показників був наданий повний аналіз отриманих результатів, а також побудовані діаграми (графіки) за отриманими даними.

РОЗДІЛ 3.

ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АТ «ФАРМАК»

3.1. Напрями підвищення ефективності операційної діяльності підприємства АТ «Фармак»

Раціональне використання ресурсів підприємства має великий вплив на загальний стан операційної діяльності. За кожну справу повинен відповідати конкретний співробітник, кожен з яких має навантаження не більше і не менше допустимого рівня, функції не дублюються, організаційна структура чітко співвідноситься з найбільш вдалими схемами взаємодії персоналу.

Для успішності всіх операцій необхідно звертати увагу на три моменти – створення якісної операційної системи, вибудовування організаційної структури та корпоративну культуру.

Операційна система – це раціональне робоче середовище на всіх рівнях: управління активами, механізми фінансування, моделі транспортування, організація офісного та виробничого простору, підбір і налагодження обладнання, впровадження інформаційних технологій.

Організаційна структура – це «заселення» створеної середовища персоналом, поки що в абстрактному вигляді. Визначаються необхідні посади, для кожної з них прописується коло повноважень, налагоджуються шляхи взаємодії між ними.

Корпоративна культура має на увазі загальний стиль роботи в компанії, зацікавленість всіх працівників в успішних результатах, їх інформованість про поставлену мету і прийнятих методах. Нехай основні принципи операційної ефективності будуть зрозумілі кожному співробітнику. До цього питання не можна підходити формально, мова йде скоріше про відстеження та розвитку неформальних зв'язків.

Операційна діяльність підприємства має на увазі собою основну діяльність (від надходження сировини на вході до отримання готової продукції на виході), яка приносить значний прибуток підприємству, у тому числі задовольняє потреби населення, та інші діяльності, крім фінансової та інвестиційної. Характер операційної діяльності підприємства визначається, перш за все, специфікою галузі економіки, до якої він належить. Основою діяльності більшості підприємств є виробництво, комерційна і торговельна діяльність, яка доповнюється поточними інвестиційної та фінансової вільностями.

Операційна діяльність підприємства АТ «Фармак» націлена на отримання прибутку й виконання інших завдань підприємства, це може бути виробництво фармакологічних засобів, здача майна в оренду, продаж і транспортування товарів і інше. Велика частина людських і грошових ресурсів підприємства йде на обслуговування цієї сфери, тому прибуток від неї має значну вагу. З цієї причини інші види діяльності підприємства не повинні суперечити пріоритетному виду діяльності. Саме по інтенсивності її розвитку можна робити укладення про стадію життєвого циклу компанії.

Задля зміцнення лідируючої позиції, компанії рекомендується:

- переглянути методи ведення операційної діяльності задля знаходження шляхів раціоналізації, які можна запровадити у контексті підвищення ефективності операційної діяльності;
- впроваджувати заходи по збільшенню ефективності маркетингу та продаж;
- поглиблювати співробітництво зі стратегічними партнерами;
- організація пошуку нових ринків для експорту продукції;
- провести аналіз продуктових портфелів фармакологічних засобів, а саме протизастудні засоби, ортопедія, офтальмологія, так як саме ці портфелі мають попит на фармакологічному ринку і досліджуване підприємство буде мати змогу виходити на нові ринки задля популяризації власного продукту і накопичення власного капіталу.

Високий рівень оперативної роботи визначається наступними групами кількісних і якісних показників:

- рівень реалізації продукції і продажів, і плану асортименту ритму виробництва;
- завантаження потужностей, основних і оборотних коштів;
- використання трудових ресурсів та фонду заробітної плати;
- виробничі витрати;
- фінансовий стан компанії.

Негативне відхилення цих показників протягом певного періоду є необхідною умовою для підвищення ефективності операцій.

Поліпшення операцій можливо через:

- збільшення фінансування наукових досліджень і розробок;
- переоцінку і переоснащення виробничих об'єктів;
- досягнення гнучкості організації праці за допомогою підготовки працівників для виконання декількох різних операцій.

Всі ці заходи можуть бути реалізовані шляхом формування збалансованої оперативної стратегії, яка полягає в розробці загальної політики і планів використання ресурсів фірми, націлених на максимально ефективну підтримку її довгострокової конкурентної стратегії.

Для проведення успішної операційної діяльності, будь-якому підприємству необхідно сформувати плани майбутньої діяльності. Це необхідно для формування довгострокових перспектив і пріоритетів, на яких формується певний план дій, в якому затверджуються час і вартість, оцінюється його реалізація. Тобто, кожна компанія створює свій власний бізнес-план. Беручи до уваги багатоаспектний характер підприємства, слід зазначити, необхідність певного списку відповідної політики, тобто «стратегічний набір».

Стратегічний набір – це система стратегій різного типу, які розробляє підприємство на певний відрізок часу, яка відображає специфіку

функціонування та розвитку підприємства, а також рівень його претендування на місце і роль у зовнішньому середовищі.

Вимоги до стратегічного набору:

- ясність змісту і розуміння необхідності застосування певного набору (системи) стратегій;
- орієнтація на досягнення реальних взаємопов'язаних цілей;
- ієрархічний характер, оскільки можна виділити загальну стратегію, стратегії окремих підрозділів, основні і забезпечують стратегії (ресурсні та функціональні) для кожної зі структур;
- надійність, що передбачає його всебічну обґрунтованість, зваженість;
- відображення господарських процесів в їх сукупності і взаємозв'язку;
- гнучкість і динамічність стратегічного набору, тобто облік змін у зовнішній і внутрішньому середовищі.

Істотну роль у виборі стратегічного набору грає стадія життєвого циклу підприємства, на якій проводиться його вибір.

Використання операційної стратегії як складної системи управління підприємством, в якій технічні та економічні процеси відображаються у вигляді руху і перетворення інформації є найбільш перспективною для досягнення ефективних результатів у підході до рішень, пов'язаних з управлінням операційною системою підприємства.

Управління операційною системою підприємства є централізованим управлінням, відноситься до виробництва товарів і послуг, необхідних для обробки ресурсів всіх видів (вхід системи) і виробництва товарів і послуг (вихід).

Мета та стратегічні напрями операційної стратегії обґрунтовуються, з одного боку, необхідністю дотримання загальних вимог стратегічних цілей і

стратегічних напрямків. З іншого боку, вони зобов'язані адекватно розкривати основну специфічність операційної стратегії.

3.2. Обґрунтування доцільності оновлення основних засобів та використання інформаційних технологій на підприємстві АТ «Фармак» та ефективність цих заходів

Оновлення виробничих фондів практично для кожного підприємства є першочерговим завданням в політиці управління виробництвом. Однак не кожна компанія володіє необхідним запасом коштів. Вищевикладені джерела фінансування дозволять керівництву підприємства прийняти грамотне управлінське рішення з питання оновлення основних виробничих фондів. Однак необхідно мати на увазі, що сама по собі модернізація виробництва не гарантує підприємствам стабільну прибуткову діяльність – відсутність належного оновлення засобів виробництва протягом тривалого часу поставили українську промисловість в скрутне становище. Тому для випуску конкурентоспроможної та сталого становища на ринку необхідно грамотне управління, жорсткий контроль витрат і оперативне планування.

Основні виробничі фонди (основні засоби виробництва) – це довго використовувані засоби виробництва, які беруть участь у виробництві протягом багатьох циклів, що мають тривалі терміни амортизації. До основних фондів відносять виробничі будівлі, споруди, машини, обладнання, прилади, інструменти, тобто фізичний капітал. Обсяг основних фондів обчислюється в грошовому вираженні, у вигляді їх вартості.

Необхідність оновлення основних фондів обумовлена природними процесами зносу основних засобів виробництва, їх амортизацією. Амортизація – обчислений у грошовому виразі знос основних засобів в процесі їх застосування, виробничого використання. Амортизація є одночасно засіб,

спосіб, процес перенесення вартості зношених засобів праці на вироблений з їх допомогою продукт.

Крім фізичного зносу основні засоби виробництва можуть застарівати морально. Моральний знос основних засобів – старіння і знецінення основних засобів у зв'язку з тим, що їх техніко-технологічні показники все більш відстають від зростаючого світового рівня.

Високий амортизаційний (фізичний) і моральний знос основного виробничого обладнання на українських підприємствах веде не тільки до їх низької продуктивності і конкурентоспроможності, а й обумовлює високий рівень аварійності цього обладнання, низьку безпеку виробництва.

Об'єктивні тенденції, пов'язані зі збільшенням техногенних небезпек на фармацевтичному підприємстві, поглиблювалися економічною кризою, яка наразі переживає Україна. Ця криза привела до повільним темпам реконструкції виробництв, відставанням термінів ремонтів та заміни застарілого обладнання, незадовільного стану систем попередження і ліквідації аварій, погіршення рівня підготовки і зниження кваліфікації фахівців і персоналу. Основними причинами низького рівня промислової безпеки та високих показників аварійності в країні є неефективність економіки, слабе фінансово-економічне становище багатьох підприємств, знос основних фондів у всіх галузях економіки і повільне їх оновлення.

Тому при загальній зацікавленості в підйомі виробництва досліджуваного підприємства АТ «Фармак» і рівня техногенної безпеки необхідна нормалізація процесу відтворення та оновлення основних фондів АТ «Фармак». Відтворення основних фондів досліджуваного підприємства формує необхідні умови як для початкової підтримки виробництва, так і подальшого розвитку економіки, ліквідації технологічної відсталості. Оновлення основних фондів на базі науково-технічних досягнень, зробивши процес виробництва більш ефективним, одночасно роблять його і безпечнішим.

Оновлення основних фондів, відтворення найважливішого чинника

виробництва – основних засобів виробництва, може представлятися у вигляді простого і розширеного відтворення. Просте відтворення – постійне поновлення основних засобів виробництва в незмінних розмірах, обсягах. Розширене відтворення – відтворення основних засобів виробництва в усі зростаючих обсягах.

Відтворення основних засобів виробництва пов'язане з відтворювальним циклом – стадіями станів, які проходить економічний продукт від його створення до споживання: виробництво – розподіл – обмін – споживання. Отриманий в результаті дохід є одним із джерел відтворення.

Оновлення основних фондів, відтворення основних засобів виробництва як просте так і розширене, вимагає постійних витрат.

Основні виробничі фонди, які беруть участь в процесі виробництва, є основою діяльності організації. Маючи чітке уявлення про кожен елемент основних засобів у виробничому процесі, про їх фізичний і моральний знос, виявляються методи, за допомогою яких підвищується ефективність використання основних засобів, що забезпечує зниження витрат виробництва і зростання продуктивності праці.

Першим джерелом коштів для оновлення обладнання є фінансові ресурси підприємства, основними складовими яких є власний прибуток і амортизаційний фонд. Однак скористатися даними джерелами на практиці неможливо. По-перше, амортизаційний фонд не може в даний час служити джерелом фінансових ресурсів, так як амортизаційна політика держави істотно змінюється відповідно до його фіскальних інтересів. По-друге, встановлені норми амортизаційних відрахувань для більшості видів обладнання застаріли і суттєво, іноді більш ніж в два рази, занижені. Так, менеджмент підприємства намагається виправити ситуацію і збільшити норми амортизаційних відрахувань, проте для використання основних фондів це не має істотного значення. Дозволені державою прискорені методи амортизації не можуть бути використані на великих заводах, так і застосування їх приносить досить неоднозначні результати.

Пріоритетним способом фінансування основних засобів є амортизація. Як відомо, особливістю основних фондів є перенесення частини їх вартості на готову продукцію. Це перенесення відбувається таким чином, щоб за період експлуатації основних фондів відбулося їх відшкодування.

Основним позитивним моментом придбання основного засобу підприємства за рахунок банківського кредиту є можливість придбати необхідні основні засоби, не маючи при цьому достатньої кількості грошових коштів. Так само до переваг кредиту відносять формування позитивної кредитної історії завдяки своєчасним виплатам по кредиту, що полегшує кредитування підприємства в подальшому, а також отримання права власності на майно, що купується відразу після придбання, нехай і обтяжене заставою.

Проведемо розрахунок витрат на оновлення основних засобів для операційної діяльності АТ «Фармак».

Таблиця 3.1 – Фінансовий стан необоротних активів АТ «Фармак».

I. Необоротні активи	На початок звітного періоду (тис. грн)	На кінець звітного періоду (тис. грн)
Нематеріальні активи	111180	133774
первісна вартість	171611	225315
накопичена амортизація	60431	91541
Незавершені капітальні інвестиції	364720	705049
Основні засоби	2095206	2080742
первісна вартість	3495157	3810363
знос	1399951	1729621

У даній таблиці міститься інформація про необоротні активи АТ «Фармак», а саме: нематеріальні активи (первісна вартість, накопичена амортизація), незавершені капітальні інвестиції, основні засоби (первісна вартість основних засобів та знос).

На оновлення основних засобів у даному випадку потрібно витратити 1729621 тис. грн, але ця сума є частиною загальної суми оновлення основних засобів для операційної діяльності досліджуваного підприємства.

Таблиця 3.2 – Елементи операційних витрат АТ «Фармак»

Назва статті	За звітний період (тис. грн)	За аналогічний період попереднього року (тис. грн)
Матеріальні затрати	2263796	2279867
Витрати на оплату праці	1170068	1005847
Відрахування на соціальні заходи	199030	196812
Амортизація	398416	355923
Інші операційні витрати	1180430	1156944
Разом	5211740	4995393

У даному випадку в таблиці 3.2. наявна інформація про амортизацію основних засобів для операційної діяльності, відрахування на яку 2020 рік склали 398416 тис. грн.

Розрахунки витрат на оновлення основних засобів для операційної діяльності тепер складають:

$$1\,729\,621 + 398\,416 = 2\,128\,037 \text{ тис. грн}$$

У зв'язку зі стабілізаційними процесами загалом в українській підприємницькій сфері, основні фонди проходять поступове оновлення і АТ «Фармак» не є винятком. Провівши розрахунок на оновлення основних засобів для операційної діяльності досліджуваного підприємства, ми дійшли висновку, що АТ «Фармак має усі необхідні можливості задля здійснення раціонального та ефективного оновлення основних засобів.

Чітке розуміння економічної природи і важелів підвищення економічної ефективності підприємства є інструментом забезпечення ефективної діяльності підприємства загалом.

Ефективність є індикатором розвитку, вона виступає стимулом, для всіх економічних суб'єктів. З метою підвищення ефективності діяльності розробляються конкретні заходи, спрямовані на розвиток, результат якого в грошовому вираженні і є економічний ефект.

Операційна ефективність підприємства – це досягнення найкращого співвідношення між задіяними ресурсами і кінцевими результатами роботи. При цьому бізнес-процеси прискорюються. Компанія, яка функціонує подібним чином, виконує однакові дії швидше, результативніше і з меншою кількістю помилок, витрат, ніж конкуренти. При цьому мова не йде про просту економії ресурсів, а про оптимальне їх використання.

Серед запропонованих заходів підприємству АТ «Фармак» були: перегляд методів ведення операційної діяльності задля знаходження шляхів раціоналізації, які можна запровадити у контексті підвищення ефективності операційної діяльності; впровадження заходів по збільшенню ефективності маркетингу та продаж; поглиблення співробітництва зі стратегічними партнерами; організація пошуку нових ринків для експорту продукції; проведення аналізу продуктових портфелів фармакологічних засобів.

Кожен з даних заходів може бути реалізований поступово і вихід на новий економічний рівень операційної діяльності АТ «Фармак» буде забезпечений тільки через декілька років.

У таблиці 3.3 наявні наочні рекомендації по застосуванню і реалізації вищезгаданих заходів задля забезпечення більш високого рівня ефективності операційної діяльності підприємства АТ «Фармак».

Таблиця 3.3. описує хронологічний шлях до підвищення економічної ефективності операційної діяльності, включаючи методи та рекомендаційні заходи з підвищення продуктивності та розвитку операційної діяльності підприємства. Найважливішими заходами у даному разі запропоновані наступні: перегляд методів ведення операційної діяльності задля знаходження шляхів раціоналізації, які можна запровадити у контексті підвищення ефективності операційної діяльності; впровадження заходів по збільшенню ефективності маркетингу та продаж; поглиблення співробітництва зі стратегічними партнерами; організація пошуку нових ринків для експорту продукції; проведення аналізу продуктових портфелів фармакологічних засобів.

Таблиця 3.3 – Рекомендаційний хронологічний порядок реалізації заходів із підвищення економічної ефективності операційної діяльності АТ «Фармак» за наступні 5 років

Рік	Захід та його реалізація
1-й рік	За перший рік, щоб почати втілення заходів, підприємству АТ «Фармак» рекомендується переглянути методи ведення операційної діяльності задля знаходження шляхів раціоналізації, які можна запровадити у контексті підвищення ефективності операційної діяльності. Це дасть змогу підприємству почати змінювати важелі ведення операційної діяльності з метою виходу на новий рівень.
2-й рік	За другий рік, підприємству АТ «Фармак» рекомендується вирішити наступні питання щодо маркетингової діяльності: сформулювати завдання діагностики, визначити джерела інформації, способи оцінки їх вірогідності та послідовність проведення аналізу. Розроблена методика має здійснюватися з використанням принципів раціоналізації та об'єктивності. Підприємству необхідно виконати перегляд наступних складових оцінки маркетингу підприємства: комунікації, збутова складова, товарний асортимент та цінова політика.
3-й рік	За третій рік, підприємству АТ «Фармак» слід звернути увагу на питання поглиблення міжнародного зв'язку зі стратегічними партнерами. Це дасть можливість обміну досвідом між компаніями та покращення операційної діяльності шляхом запозичення більш ефективних методів її ведення.
4-й рік	За четвертий рік, після дослідження та зв'язку АТ «Фармак» з іноземними аналогічними компаніями, досліджуваному підприємству рекомендується провести пошук нових ринків для експорту продукції, тим самим забезпечивши підприємство більш високими показниками чистого прибутку, який потрібно використати з метою покращення інвестиційних пакетів в операційну діяльність підприємства.
5-й рік	За умови підвищеного рівня прибутку компанії АТ «Фармак», підприємству рекомендується провести аналіз продуктивних портфелів фармакологічних засобів, а також їх зміна та модернізація. У даному аспекті велику роль грає комунікація з цільовим споживачем, так як саме споживачі безпосередньо впливають на обсяги прибутку підприємства. АТ «Фармак» повинне проаналізувати якість своєї продукції, а саме фармакологічних засобів. Велику роль також грає і зовнішній вигляд продукції, тому даному аспекту також повинна бути приділена увага.

Сучасним трендом в фармацевтичному маркетингу для безрецептурних препаратів є використання сучасних інформаційних технологій, зокрема, Інтернету. Фармацевтичні компанії стали активно використовувати Інтернет для промоції: контекстна реклама, просування лікарняних препаратів (ЛП) на форумах, медійна реклама. На даний момент Інтернет залишається лише додатковим інструментом просування, однак після зміни законодавчої бази Інтернет може стати тим необхідним інструментом, за допомогою якого фармацевтичні компанії зможуть взаємодіяти з цільовою аудиторією, не порушуючи закон [34].

Розвиток маркетингових комунікацій призвів до появи нових методів просування, які нарівні з класичними методами використовуються на фармацевтичному ринку. До класичних методів просування ЛП відносяться реклама в ЗМІ і фаховій періодиці, особисті продажі через медичних представників – FFR (Field Force Resources), проведення спеціальних акцій для аптек та дистриб'юторів тощо. До нових методів належать цифрові методи просування ЛЗ – Digital-маркетинг, який включає:

- Social media marketing (SMM) – процес залучення уваги до ЛП через соціальні платформи. Це комплекс заходів щодо використання соціальних медіа в якості каналів просування. Використовується для ОТС препаратів, БАДів та інших товарів аптечного асортименту за винятком Rx-препаратів;

- e-Meetings (Е-наради) – зустрічі, наради, конференції в електронному середовищі через веб-програмне забезпечення;

- e-mailing (Email-маркетинг) – це один з найбільш ефективних інструментів Інтернет-маркетингу для бізнесу.

Дозволяє вибудувати пряму комунікацію фармацевтичної організації з потенційними або існуючими споживачами ЛЗ. Результат такої комунікації може виражатися як в збільшенні лояльності споживачів до аптечної організації, так і в збільшенні нових та повторних продажів;

- e-Detailing – позначає загальну стратегію цифрового просування лікарських препаратів, таких як інформаційні програми в Інтернеті або на

цифрових носіях, віртуальні презентації через Інтернет, телефон, особистий контакт [82].

У глобальній мережі створюються сайти, присвячені конкретним нозологіям, на сторінках яких присутня реклама фармацевтичної продукції конкретної компанії, а також форуми для її обговорення з лікарями. Спілкування на професійні теми на подібних сайтах поєднується з різними маркетинговими прийомами (конкурси, лотереї та ін.). Фармацевтичні компанії використовують віддалене спілкування через спеціальні закриті портали, соціальні мережі і Skype, роблять індивідуалізовані emailрозсилки, активно використовують формат відео-презентацій [33].

Активний розвиток, каталізатором якого стала пандемія коронавірусу, демонструють такі діджитальні канали, як віддалена комунікація та електронні розсилки.

За підсумками I півріччя 2022 року, кількість згадувань лікарів та фармацевтів про промоцію лікарських засобів за допомогою віддаленої комунікації становила 711,7 тис.

Активний розвиток в аудиторії лікарів також демонструє такий канал промоції, як реклама/інформація в інтернеті.

Digital-канали - відносно новий метод просування Rx- препаратів. До найбільш поширених digital-інструментів просування рецептурних препаратів відносяться:

- онлайн - навчання лікарів та фармацевтичних працівників;
- skype-конференції або семінари, де розглядаються питання по препаратам компаній;
- закриті Інтернет-портали для лікарів і фармацевтичних працівників;
- персональні розсилки;
- спеціальні мережі для лікарів і фармацевтичних працівників;
- онлайн-робота з медичними організаціями та аптеками для інформування та підтримки знань лікарів і фармацевтичних працівників по ЛЗ фармацевтичних компаній .

Значимість як класичних, так і цифрових технологій в просуванні ЛЗ підтверджується показниками фінансових витрат, що використовувались при просуванні ЛЗ [82].

Розвиток цифрових комунікацій на фармацевтичному ринку призвів до зниження і перерозподілу фінансових потоків між методами просування. Згідно з інформацією, опублікованою на сайті британського видання «Pharmatimes», за підсумками 2021 року відзначено значне збільшення витрат на рекламу за допомогою цифрових каналів комунікацій поряд зі скороченням витрат на промоцію за допомогою медичних представників, переважно в США і Європі. За підсумками 2022 року витрати на цифровий маркетинг в США збільшилися на 65% в порівнянні з попереднім роком, а в топ-5 країн - учасниць ЄС – на 40% .

Структура використання цифрових каналів в просуванні фармацевтичних препаратів в світі представлена на (рис.3.1). Так, за даними Segedim Strategic Data, в 2022 році обсяг цього сегмента склав \$ 1,5 млн, тоді як ще в 2017 році його практично не існувало. Швидше за все, це пов'язано з двома факторами: ростом популярності digital-каналів в світі, а також законодавчими обмеженнями на спілкування медичних представників і лікарів [6].

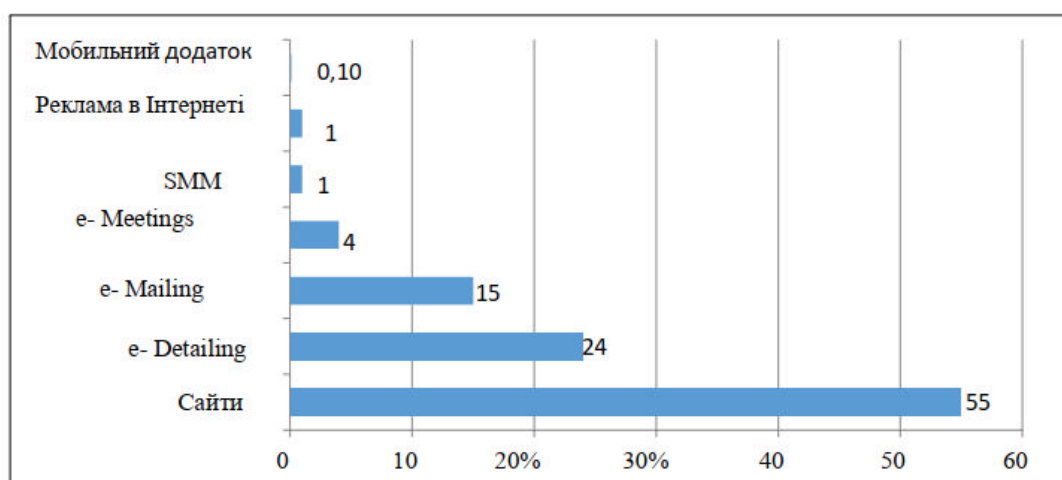


Рисунок 3.1 – Просування лікарських препаратів в сегменті digital в світі

Дієвим способом привернути увагу цільової аудиторії та підвищити обізнаність про бренд є нативна реклама (Native Ads) – формат рекламного повідомлення, інтегрованого в корисний та цікавий контент, адаптований відповідно до платформи розміщення. За рахунок того, що рекламне повідомлення вплетене в публікацію, відео, інформацію на веб-сайті або в мобільному додатку, може навіть не сприйматися як реклама. Рекламодавець має можливість знайти свою аудиторію, яка з високою ймовірністю буде зацікавлена у бренді, та завоювати довіру споживачів.

Для ефективної роботи з цільовою аудиторією багато фармацевтичних компаній використовують CRM-стратегію. CRM (англ. Customer Relationship Management) – модель взаємодії та визначає, що центром бізнесу є клієнт, а основними напрямками діяльності – заходи з підтримки ефективного маркетингу, продажів і обслуговування клієнтів.

Найбільш ефективним є механізм використання соціальних CRM. Це прикладне програмне забезпечення (SaaS-сервіс), призначений для використання компаніями соціальних мереж і засобів миттєвого обміну повідомленнями для взаємодії зі своїми клієнтами в рамках стратегії CRM [82].

На даними Kantar Україна з 2021 року, 67% користувачі Інтернету вважають основним пристроєм для виходу в глобальну мережу смартфон. 76% українців використовують Messengers та 79%, щоденно перевіряють соціальні мережі.

За останні 5 років Facebook та Instagram вдалося значно збільшити свою аудиторію в Україні. Таким чином, Facebook за 2017-2022 роки, здійснив ривок з 29,9 до 88,5%. Каталізатором такого сильного зростання стала, зокрема, заборона російських веб-порталів та соціальних мереж. В даний час в Україні існує динамічне збільшення ще однієї соціальної мережі – TikTok.

У квітні, в розпал карантину, дистанційне спілкування тимчасово стало чи не основним каналом промоції як в аудиторії лікарів, так і в фармацевтів. Лідером серед месенджерів за останні 5 років залишається Viber. Починаючи

з червня 2021 року, його обсяг становить 97,6% користувачів (рис. 3.4). У 2018 році в Україні почав набирати популярність Telegram, який перевищив WhatsApp, і тепер розділяє аудиторію з Facebook Messenger. Охоплення Telegram в червні 2021 року досяг 5,6 мільйонів користувачів.

Щоб проаналізувати ефективність та динаміку збутової діяльності на АТ «Фармак» було проведено певний перелік розрахунків, що дозволило визначити основні показники господарської діяльності, дослідити виробництво та реалізацію продукції (табл. 3.44). Спостерігаємо зростання обсягів продажу та виробництва продукції підприємства [75].

Таблиця 3.4– Основні показники виробленої та реалізованої продукції

А	1	2	3	Абсолютна тис. грн.	Відносна , %
Дохід (виручка) від реалізації продукції (тис. грн)	2130758	2529678,1	3002135,4	871377,4	40,8
Обсяг виробленої продукції (тис. грн).	2206455,6	2430007,9	2849070,8	642615,2	29
Середні залишки нереалізованої продукції (тис. грн)	75697,6	-99670,2	-153064,6	-77367	-102

Слід зазначити, що темпи зростання доходу від реалізації продукції є дещо вищими, ніж темпи зростання виробленої продукції, що свідчить про зниження залишків нереалізованої продукції, а відтак – про позитивну динаміку збуту продукції підприємства.

Коефіцієнт відповідності між доходом від реалізації продукції та обсягами виробництва має тенденцію до зростання і наближається до одиниці, що вказує про зростання узгодженості між виробничою і збутовою підсистемами.

Щодо шляхів підвищення ефективності діяльності компанії «Фармак» і вдосконалення політики збуту фармацевтичної продукції є збільшення обсягів виробництва і якості продукції за рахунок введення нових виробничих

потужностей та розширення номенклатури. У розрізі аналізу АТ «Фармак» було визначено, що також є доцільним зосередити увагу на впровадженні ефективних маркетингових заходів для оптимізації збутової політики, удосконалити канали збуту через мережу Інтернет, а саме через веб-сайт підприємства. Особливої уваги та додаткового вивчення потребує такий напрям інноваційної моделі маркетингових комунікації, яким є EDetailing [81].

Одна із складових управління збутовою політикою АТ «Фармак», а саме маркетингова ефективність, зберігає тенденцію до зниження, отже є доцільним впровадження певних заходів для усунення даного проблемного моменту. Одним з найбільш значущих заходів щодо вдосконалення управління збутовою політикою в рамках даного підприємства є систематизація рекламної діяльності. Найбільш важливими позиціями в асортиментній групі пропонуваній споживачеві продукції є таблетована продукція, (таблиця 3.5).

Збут виготовленої фармацевтичної продукції, найбільш інтенсивний в першому та четвертому кварталах, про це свідчить динаміка обсягу продажів. Це пояснюється сезонним попитом на більшу частину асортименту [30, 75].

Таблиця 3.5 – Обсягу продажів найпопулярніших таблетованих позицій номенклатури АТ «Фармак»

№	Основний вид продукції	Обсяг виробництва		Обсяг реалізованої продукції	
		У натуральній формі (тис.упак.)	У грошовій формі (тис.упак)	У натуральній формі (тис.упак.)	У грошовій формі (тис.упак)
1	Всього таблетованої продукції	148442,104	1706736,5	161315,481	1822567,6
2	Спазмалгон 11%	16328,63	187741,02	17744,70	200482,44
3	Цитрамон 15%	22266,32	256010,47	24197,32	273385,14
4	Ібупрофен 9%	13359,79	153606,29	14518,39	164031,08

Тому для того, щоб збільшити збут в «несезонний» час і максимально вирівняти динаміку, необхідно направляти рекламну компанію на підтримку попиту на матеріали в цей період. Підприємство проводить рекламні компанії,

вони ефективні, проте несистематизовані і мають спонтанний характер, тобто реклама починає проводитися тоді, коли обсяг продажів значно падає. На початку року керівництву підприємства було запропоновано систематизувати рекламну діяльність компанії і розробити річний план заходів, до затвердженого бюджету.

Річний план заходів повинен розроблятися комерційним директором, за участю відділу маркетингу, відділу продажів і комерційним відділом і затверджуватися генеральним директором. Крім того, повинен створюватися фонд, призначений для безперебійного фінансування рекламної діяльності підприємства [75].

Суть річного плану заходів полягає в деталізації і цільової спрямованості кожного заходу та повинен ґрунтуватися на:

- маркетингових дослідженнях в області попиту і значущості запропонованих товарних позицій;
- потенціалі виробничих потужностей підприємства і тенденціях його розвитку в планованому періоді;
- оцінці конкурентів.

Рекламними носіями, обраними на 2022 рік, будуть наступні платформи:

1. Телеканал 1+1 та СТБ;
2. Радіостанція «Наше радіо»;
3. Журнал «Фармаком» та «Ліки України»;
4. Білборди компанії «ID-Media».

На вибір найбільш ефективного носія реклами впливають найменший відносний тариф і найбільший індекс вибіркової. Рекламні носії для рекламної компанії АТ «Фармак» вибиралися за наступними критеріями:

1. Реклама на телебаченні

Таблиця 3.6 – Річний план рекламних заходів АТ «Фармак» в грн.

Період	Дата	Запланований захід	Сума
Січень - лютий	03.01.21-11.01.21	Реклама на телебаченні (в тому числі виготовлення рекламного ролика)	1 200 000 грн.
	25.01.21-01.02.21		
	15.02.21-22.02.21		
	10.01.21-28.02.21	Журнал «Ліки України»	7 000 грн.
Березень - квітень	05.03.21-12.03.21	Реклама на телебаченні	1 200 000 грн.
	26.03.21-02.04.21		
	16.04.21-23.04.21		
	05.03.21-12.03.21	Реклама на радіо	18 500 грн
	26.03.21-02.04.21		
	16.04.21-23.04.21		
	01.03.21-01.05.21	Білборд (в трьох районах)	12 000 * 3 = 36 000 Грн
Травень - вересень	02.05.21-05.09.21	Реклама в клініці «Добробут»	25 000 грн
	01.05.21-02.07.21	Білборд (в трьох районах)	12 000 * 3 = 36 000 Грн
Жовтень - листопад	01.10.21-01.12.21	Журнал «Фармаком»	18 000 грн
Грудень	28.12.21-05.01.21	Реклама на телебаченні	80 000 грн
	05.12.21-26.12.21	Білборд	12 000 грн

З маркетингових досліджень за попередній період було виявлено, що найефективнішим ресурсом на телебаченні є телеканал 1+1 та СТБ. Вони займають основні позиції (друге та третє місце) в рейтингу найпопулярніших телеканалів України та мають різноманітну цільову аудиторію. А також значний сегмент глядачів старших за 30 років, який відповідає покупцям фармацевтичної продукції.

Підсумовуючи основні шляхи підвищення ефективності діяльності аптечної компанії, на прикладі компанії «Фармак» і вдосконалення політики збуту фармацевтичної продукції є збільшення обсягів виробництва і якості продукції за рахунок введення нових виробничих потужностей, розширення номенклатури та просування ЛП. У розрізі аналізу АТ «Фармак» було визначено, що також є доцільним зосередити увагу на впровадженні ефективних маркетингових заходів для оптимізації збутової політики, удосконалити канали збуту через мережу Інтернет, а саме через веб-сайт підприємства.

Корпоративний сайт «Фармак» оновився. На веб-ресурсі компанії з'явилися два нові розділи: «Завод», де представлено короткий фільм про процес виробництва «Фармак» лікарських засобів; «Експерсії», де розміщена контактна інформація для запису бажаних на екскурсію на виробництво «Фармак». В процесі роботи над новими розділами були використані сучасні методи і технології в області веб-розробок.

Ключовим каналом комунікації компанія «Фармак» вибрала месенджери. Запровадили брендовані месенджери для фармацевтів та лікарів у Viber, Telegram, Skype, Facebook, що в певній мірі зайняли місце офлайн візитів. Дана система стала підтримкою під час карантину та мінімального доступу медичних представників до аптечних установ, лікарень. Були запропоновані засоби обміну API з новими онлайнплатформами, а саме: Liki24 – здійснення покупок онлайн та доставка медикаментів; Doc.ua – онлайн консультації з медичними працівниками.

ВИСНОВКИ

Метою операційної діяльності будь-якого промислового підприємства є випуск певної продукції (виконання робіт, надання послуг) встановленого обсягу і якості, в певні терміни. Операційна діяльність підприємства характеризується наступними основними особливостями:

1. Вона є головною формою забезпечення зростання прибутковості та розвитку підприємства та по відношенню до її цілей і задач. Незважаючи на те, що окремі форми інвестицій підприємства можуть генерувати на окремих етапах його розвитку більший прибуток, ніж операційна діяльність, головним стратегічним завданням підприємства є, насамперед, розвиток операційної діяльності і забезпечення умов зростання формованого операційного прибутку.

Операційна діяльність підприємства покликана забезпечувати зростання формування його операційного прибутку в перспективному періоді за двома напрямками:

1) шляхом забезпечення зростання операційних доходів за рахунок збільшення обсягу виробничо-збутової діяльності (будівництва нових філій при впровадженні на інші регіональні ринки; розширення обсягу реалізації продукції за рахунок інвестування в нові виробництва і т.д.);

2) шляхом забезпечення зниження питомих операційних витрат (своєчасна заміна фізично зношеного обладнання; поновлення морально застарілих виробничих основних засобів та нематеріальних активів тощо).

Розділ 2 даної роботи був присвячений аналізу показників ефективності операційної діяльності АТ «Фармак».

Надана характеристика діяльності АТ «Фармак». Дане підприємство є компанією, що фокусується на маркетинговій діяльності, яка вкладає кошти в створення і просування медичних препаратів власного виробництва і демонструє значний щорічний приріст об'ємів продажів стратегічних брендів. Маркетингова стратегія компанії спрямована на комплексний підхід до

процесу просування окремих груп препаратів, які є засобами лікування різних типів захворювань.

Описується економічна характеристика АТ «Фармак», при цьому надається акцент на операційну діяльність підприємства, а також надання необхідних показників та їх значень задля дослідження ефективності проведення операційної діяльності.

Був проведений аналіз показників економічної ефективності операційної діяльності АТ «Фармак», а саме: пораховані значення за останні 5-6 років наступних показників: рентабельність сукупних активів підприємства, фондомісткість, фондоозброєність, фондovіддача, коефіцієнт рентабельності власного капіталу, продуктивність праці операційного персоналу. Після розрахунків кожного з цих показників був наданий повний аналіз отриманих результатів, а також побудовані діаграми (графіки) за отриманими даними.

Був проведений кореляційно-регресійний аналіз АТ «Фармак». Загалом, операційна діяльність досліджуваного підприємства є рентабельною, але повинні бути надані деякі рекомендації щодо підвищення ефективності виконання операційної діяльності.

Розділ 3 присвячений економічному обґрунтуванню напрямів підвищення ефективності операційної діяльності АТ «Фармак».

У підрозділі 3.1 виставлені рекомендації з підвищення економічної ефективності операційної діяльності задля зміцнення лідируючої позиції компанії АТ «Фармак», а саме:

- переглянути методи ведення операційної діяльності задля знаходження шляхів раціоналізації, які можна запровадити у контексті підвищення ефективності операційної діяльності;
- впроваджувати заходи по збільшенню ефективності маркетингу та продаж;
- поглиблювати співробітництво зі стратегічними партнерами;
- організація пошуку нових ринків для експорту продукції;

– провести аналіз продуктивних портфелів фармакологічних засобів, а саме протизастудні засоби, ортопедія, офтальмологія, так як саме ці портфелі мають попит на фармакологічному ринку і досліджуване підприємство буде мати змогу виходити на нові ринки задля популяризації власного продукту і накопичення власного капіталу.

Проводиться обґрунтування доцільності оновлення основних засобів для операційної діяльності АТ «Фармак». При загальній зацікавленості в підйомі виробництва досліджуваного підприємства АТ «Фармак» і рівня техногенної безпеки необхідна нормалізація процесу відтворення та оновлення основних фондів АТ «Фармак». Відтворення основних фондів досліджуваного підприємства формує необхідні умови як для початкового підтримки виробництва, так і подальшого розвитку економіки, ліквідації технологічної відсталості. Оновлення основних фондів на базі науково-технічних досягнень, зробивши процес виробництва більш ефективним, одночасно роблять його і безпечнішим.

Проводився розрахунок витрат на оновлення основних засобів для операційної діяльності АТ «Фармак», загальна сума яких склала 2 128 037 тис. грн. Прогнозувалися тенденції зміни економічної ефективності операційної діяльності АТ «Фармак» в умовах реалізації запропонованих заходів.

Таким чином, підприємство АТ «Фармак» забезпечене потрібними рекомендаціями, шляхами їх реалізації та хронологічним порядком кроків до їх застосування та введення в дію.

Підсумовуючи основні шляхи підвищення ефективності діяльності аптечної компанії, на прикладі компанії «Фармак» і вдосконалення політики збуту фармацевтичної продукції є збільшення обсягів виробництва і якості продукції за рахунок введення нових виробничих потужностей, розширення номенклатури та просування ЛП. У розрізі аналізу АТ «Фармак» було визначено, що також є доцільним зосередити увагу на впровадженні ефективних маркетингових заходів для оптимізації збутової політики,

удосконалити канали збуту через мережу Інтернет, а саме через веб-сайт підприємства.

Корпоративний сайт «Фармак» оновився. На веб-ресурсі компанії з'явилися два нові розділи: «Завод», де представлено короткий фільм про процес виробництва «Фармак» лікарських засобів; «Експерсії», де розміщена контактна інформація для запису бажаючих на екскурсію на виробництво «Фармак». В процесі роботи над новими розділами були використані сучасні методи і технології в області веб-розробок.

Ключовим каналом комунікації компанія «Фармак» вибрала месенджери. Запровадили брендовані месенджери для фармацевтів та лікарів у Viber, Telegram, Skype, Facebook, що в певній мірі зайняли місце офлайн візитів. Дана система стала підтримкою під час карантину та мінімального доступу медичних представників до аптечних установ, лікарень. Були запропоновані засоби обміну API з новими онлайнплатформами, а саме: Liki24 – здійснення покупок онлайн та доставка медикаментів; Doc.ua – онлайн консультації з медичними працівниками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шило В.П. Фінанси підприємств : теорет.-практ. посіб. К. : Кондор, 2011. – 429с. URL: https://pidru4niki.com/20000117/finansii/finansii_pidpriyemstv
2. Рясних Є. Основи фінансового менеджменту: навч.посіб. URL: https://pidru4niki.com/1629081352104/finansii/osnovi_finansovogo_menedzhmentu
3. Капінос Г. І. Операційний менеджмент: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2014. 352с. URL: https://pidru4niki.com/1554042253489/menedzhment/operatsiyniy_menedzhment
4. Л.Б. Гнатиши,О.С. Прокопишин. Організація обліку: навч. посіб. Львів : Магнолія 2006, 2015. 432с. URL: https://pidru4niki.com/1497010964536/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/organizatsiya_obliku
5. Сук Л.К., Сук П.Л. Фінансовий облік: навч. посіб. Київ: Знання, 2016. 647 с. URL: https://pidru4niki.com/1584072043944/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/finansoviy_oblik
6. Тарасенко, І. О., Н. М. Любенко. Фінанси підприємств : підручник. Київ: КНУТД, 2016. 360с. URL: https://pidru4niki.com/84803/finansii/finansii_pidpriyemstv
7. Слав'юк, Р. А. Фінанси підприємств: навч. посібник. Київ : Центр учб. л-ри, 2002. 460 с. URL: https://pidru4niki.com/1584072022639/finansii/finansii_pidpriyemstv
8. Н.М. Ткаченко, О.В. Борович, І.Л. Цюцяк, А.Л. Цюцяк. Фінансовий облік 2: навчальний посібник. К.: Алерта, 2015. 456 с. URL: https://pidru4niki.com/1648040364271/buhgalterskiy_oblik_ta_audit/finansoviy_obli
9. Андрійчук В.Г. Теоретико-методологічне обґрунтування ефективності виробництва . *Економіка АПК*, 2005. № 5. С. 52-63

10. Бойчик І.М. Економіка підприємства: навч. посіб. К.: Атіка, 2014. 528 с.
11. Лобов С.П. Сучасні концепції економічної ефективності діяльності та ефективності управління підприємством: матеріали наук.-практ. конф., м. Дніпро, 2016 р.
12. Вчення Й. Шумпетера: теорія підприємництва і теорія ефективної конкуренції URL: <https://subject.com.ua/economic/mazurok/253.html>
13. Мельник Л.Г. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Мельника Л.Г. Суми: Університетська книга, 2013. 864 с.
14. Ніколаєва В.П. Оцінка ефективності управління формуванням доходів з операційної діяльності підприємства. Ефективна економіка, 2015. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3207>
15. Сухарева К.В., Колодьянова А.А. Оцінка ефективності діяльності підприємства: теоретикометодологічний підхід. *Економічний форум*, 2017. №. 1. С. 241–245. URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/5_73_1_2020_ukr/12.pdf
16. Григораш ОВ., Булигіна Д.О. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємств. Приазовський економічний вісник, 2019. №6. С. 154-158. URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/6_11_uk/30.pdf
17. Богданович О. Г. Аналіз ефективності діяльності підприємства на засадах узгодження інтересів груп економічного впливу. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2013. №1. С.45-58.
18. Александров В.В., Курячий В.С. Технічний прогрес та ефективність виробництва. *Вісник НТУ «ХПІ»*. № 59(1168), 2016. 218 с.
19. Архіпов Н.М. Управління ефективністю операційної діяльності підприємства роздрібною торгівлі : дис. канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2020. 208 с.
20. Кваско А.В., Шендерівська Л.П. Ефективність операційної діяльності підприємства та її оцінювання. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2023. Вип. 46. С. 16-22.
21. Саричев Д.О. Управління ефективністю операційної діяльності

підприємства. *Стратегія економічного розвитку України: зб. наук. пр. К.: КНЕУ, 2013. № 30. С. 136-144.*

22. Ковальчук І.В. Економіка підприємства: навч. посіб. К.: Знання, 2008. 679 с.

23. Тютюнник Ю. М., Дорогань-Писаренко Л. О., Тютюнник С. В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Полтава : ПДАА, 2017. 430 с. URL: <https://dspace.pdau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/130616cc-c921-4499-9104-265d3aa1a9fa/content>

24. Іванілов О. С. Економіка підприємства: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2020. 728 с. URL: https://pidru4niki.com/1584072018150/ekonomika/ekonomika_pidpriyemstva

25. Ковальов В.В, Волкова О.М. Аналіз господарської діяльності підприємства: підручник. М.: ТК Велбі, Видавництво Проспект, 2006. 424 с. URL: <http://epi.cc.ua/analiz-hozyaystvennoy-deyatelnosti.html>

26. Кірейцев Г. Г. Фінансовий менеджмент: підручник. Житомир: ЖІТІ, 2001. 440 с. URL: <https://buklib.net/books/21874/>

27. Мартюшева Л.С. Фінансовий аналіз: методичні рекомендації до практичних завдань для студентів заочної форми навчання . Харків: Вид. ХНЕУ, 2021. URL: <https://pns.hneu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=316394>

28. Александров В.В., Курячий В.С. Технічний прогрес та ефективність виробництва. *Вісник НТУ «ХПІ»*. № 59(1168), 2016. 218 с

29. Кваско А.В., Шендерівська Л.П. Ефективність операційної діяльності підприємства та її оцінювання. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2023. Вип. 46. С. 16-22

30. Саричев Д.О. Управління ефективністю операційної діяльності підприємства. *Стратегія економічного розвитку України: зб. наук. пр. К.: КНЕУ, 2013. № 30. С. 136-144.*

31. Тульчинська С.О., Кириченко С.О., Аларіки С.Н. Фінансова стійкість як складова економічної ефективності підприємства. *Ефективна економіка*. №4. 2019.

32. Чорна М.В., Смірнова П.В., Бугріменко Р.М. Управління витратами : навч. посіб. 2018. 166 с.

33. Багорка М.О., Білоткач І.А. Диверсифікація як фактор підвищення ефективності діяльності підприємств в сучасних умовах. Інвестиції: практика та досвід. 2009. №10. С. 17-21.

ДОДАТКИ