

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ**  
**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЙ**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач випускової кафедри

д.е.н., доцент \_\_\_\_\_ Оксана ЧУМАК

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ

076 «ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ТОРГІВЛЯ»

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ «ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА БІЗНЕС-  
ТЕХНОЛОГІЇ»

**Тема:** «Оцінка ділової активності підприємницької структури АТ «ФАРМАК»

**Виконавець** \_\_\_\_\_ Данііл ІЛЮШЕНКО

(підпис)

**Керівник:** \_\_\_\_\_ Олександра НАЗАРЕНКО

(підпис)

**Нормоконтролер:** \_\_\_\_\_ к.е.н., доцент Людмила ДОЛГОВА

(підпис)

**КИЇВ 2023**

# НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та бізнес-адміністрування \_\_\_\_\_

Кафедра \_\_\_\_\_ економіки та бізнес-технологій \_\_\_\_\_

Спеціальність 076 «Підприємництво та торгівля»

Освітньо-професійна програма «Підприємництво та бізнес-технології»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

## ЗАВДАННЯ

**на виконання кваліфікаційної роботи здобувача**

Ілюшенко Данііла Олександровича

(ПІБ випускника в родовому відмінку)

1. Тема кваліфікаційної роботи «Оцінка ділової активності підприємницької структури АТ ФАРМАК»» затверджена наказом ректора від «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р. №\_\_ /\_\_
2. Термін виконання роботи: з «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023р. до «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023р.
3. Вихідні дані до роботи: Фінансова звітність АТ ФАРМАК: форма №1 Баланс (Звіт про фінансовий стан), форма № 2 Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід), Статут підприємства АТ ФАРМАК
4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що підлягають розробці): теоретико-методичні основи аналізу ділової активності підприємства; аналіз ділової активності ат «фармак»; напрямки підвищення ділової активності ат фармак
5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу: Фактори впливу на ділову активність підприємства. Організаційна структура управління АТ «Фармак», Динаміка чистого доходу від реалізації продукції на АТ «Фармак» в 2018-2020 рр., тис. грн, Динаміка собівартості реалізованої продукції на АТ «Фармак» в 2018-2020 рр., тис. грн, динаміка валового прибутку на АТ «Фармак» в 2018-2020 рр., тис. грн., динаміка чистого прибутку на АТ «Фармак» в 2018-2020 рр., тис. грн. динаміка рентабельності продукції на АТ «Фармак» в 2018-2020 рр., тис. грн., динаміка рентабельності власного капіталу на АТ «Фармак» в 2018-2020 рр., тис. грн.

## 6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1	Вступ	04.03.2023- 12.03.2023	
2	Вивчити теоретико-методичні аспекти теоретичних основ ділової активності підприємства	13.03.2023- 31.03.2023	
3	Провести аналітичну оцінку стану фінансового потенціалу АТ “Фармак”	01.04.2023- 30.04.2023	
4	Розробити пропозиції щодо удосконалення систем ділової активності підприємства АТ “Фармак”	01.05.2023- 28.05.2023	
5	Оформлення пояснювальної записки, графічного матеріалу, подання кваліфікаційної роботи на кафедру, перевірку на плагіат	29.05.2023- 07.06.2023	
6	Передзахист	08.06.2023	
7	Рецензування роботи. Оформлення документів до захисту	15.06.2023- 19.06.2023	
8	Захист кваліфікаційної роботи	22.06.2023	

7. Дата видачі завдання: «\_\_» \_\_\_\_\_ 2023р.

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_ Олександра НАЗАРЕНКО  
(підпис керівника)

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Данііл ІЛЮШЕНКО  
(підпис випускника)

# ЗМІСТ

ВСТУП .....	5
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	7
1.1 Економічна сутність ділової активності підприємства.....	7
1.2 Інформаційне забезпечення ділової активності підприємства .....	14
1.3 Методика аналізу ділової активності підприємства .....	18
РОЗДІЛ 2	
АНАЛІЗ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ АТ «ФАРМАК».....	27
2.1 Загальна організаційно-економічна характеристика підприємства АТ «ФАРМАК».....	27
2.2 Діагностика фінансового стану АТ «ФАРМАК».....	29
2.3 Аналіз ділової активності АТ «ФАРМАК» .....	34
РОЗДІЛ 3	
НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ АТ «ФАРМАК» ....	43
3.1 Пропозиції щодо поліпшення ділової активності АТ «ФАРМАК» .....	43
3.2 Впровадження програмних продуктів для удосконалення процесу моніторингу ділової активності підприємства.....	46
ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54

## ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи. Сучасні умови господарювання що ускладненні військовим станом в Україні у зв'язку с Агресію Росії вимагають від Українських підприємств пошуку шляхів вживання та підвищення показників ділової активності не зважаючи на численні негативні фактори впливу зовнішнього середовища. Ефективність вітчизняних підприємств знизилась в результаті втрати суттєвих ринків збуту такі як окуповані території Донбасу та півдня України. Це вимагає пошуку нових ринків збуту закордоном та підвищення маркетингової діяльності та ділової активності підприємства. Зміни структури асортиментах фармацевтичного підприємства що переарештуватися на потреби воєнного стану.

Проблеми дослідження ділової активності підприємства та пошуку шляхів її зміцнення присвячені роботи таких авторів, як: Азаренкова Г.М., Брадул О.М., Верхоглядова Н.І., Ільїна С.Б., Мицак О.В., Момот Т.В., Орехова К.В., Редькин О.С., Рясних Є.Г., Слободян Н.Г., Темченко А.Г., Тридід О.М., Фролова Т.О., Цал-Цалко Ю.С., Чалий І.Г., Чорна О.Є., Чуй І.Р., Шеремет О.О., Шило В.П. та інші.

Метою написання кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних та практичних основ оцінювання стану ділової активності підприємства для визначення шляхів оптимізації застосування фінансових і майнових ресурсів.

Для досягнення мети кваліфікаційної роботи будуть виконані такі завдання:

- дослідити економічну сутність ділової активності підприємства;
- виділити інформаційне забезпечення ділової активності підприємства;
- розглянути методика аналізу ділової активності підприємства;
- провести організаційно-економічну характеристику підприємства АТ «ФАРМАК»;

- аналіз ділової активності АТ «ФАРМАК»;
- здійснити діагностику фінансового стану АТ «ФАРМАК»;
- запропонувати напрями підвищення ділової активності АТ «ФАРМАК».

Об'єктом дослідження є процес дослідження та оцінки стану ділової активності підприємства АТ «ФАРМАК».

Предметом дослідження є теоретичні та практичні основи оцінювання ділової активності підприємства.

У процесі підготовки Кваліфікаційної роботи було використано теоретичні та емпіричні наукові методи дослідження, зокрема наступні: методи порівняння, систематизації та узагальнення, системний, комплексний.

Інформаційну базу дослідження склали законодавчі акти Верховної Ради України, постанови Кабінету Міністрів України, нормативні документи міністерств і відомств, інших органів державного і регіонального управління, підручники, монографії, науково-аналітичні статті вітчизняних і зарубіжних авторів, інформаційні матеріали опубліковані в періодичних виданнях, електронні ресурси.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Основні результати дослідження було апробовано на Міжнародній науково-практичній конференції «Проблеми та перспективи підприємницьких структур за умов нестійких процесів розвитку економіки, 6 квітня 2023 р. Київ, Україна.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

#### 1.1 Економічна сутність ділової активності підприємства

Загалом, поняття "ділова активність підприємства" охоплює широкий спектр діяльності, що відбувається у різних сферах підприємницької діяльності. Дослідження, проведені вченими, показують різноманітність та відсутність узгодженості у трактуванні цього поняття. Під "діловою активністю" розуміють комплексну характеристику діяльності підприємства, яка включає оцінку ступеня виконання плану за всіма показниками діяльності, зусилля, спрямовані на збільшення прибутковості та інвестиційної привабливості підприємства, пошук можливих резервів підвищення ефективності виробництва, аналіз ефективного застосування ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових) і прагнення до лідерства на ринку.

Ділова активність відображає рівень ефективного застосування різних ресурсів, таких як матеріальні, трудові, фінансові, і водночас вказує на якість управління та потенційні можливості розвитку підприємства будь якої форми власності. В умовах кризової економіки рівень ділової активності можна класифікувати як високий (достатній), середній (задовільний) або низький (незадовільний). Кожен рівень ділової активності відповідає певній виробничо-господарській ситуації, і в залежності від цього виділяються нормальна, проблемна та кризова ситуації.

Нормальна ситуація характеризується високим рівнем ділової активності, що означає, що умови та обставини сприяють успішному функціонуванню підприємства, і виникає стійка тенденція до зростання оціночних показників.

Проблемна ситуація виникає на підприємстві з середнім рівнем ділової активності і характеризується таким збігом господарських умов і факторів, при яких спостерігається тенденція до погіршення стану підприємства, а оціночні показники ділової активності виявляють нестійку динаміку.

Кризова ситуація відображає низький рівень ділової активності та виникає, коли немає оперативної реакції на стратегічні питання, що потребують негайного вирішення. Вона характеризується стійкою негативною тенденцією оціночних показників ділової активності та загрозою банкрутства підприємства.

Для визначення проблемної або кризової ситуації при оцінці ділової активності необхідно негайно вживати заходи щодо регулювання виробничо-господарської діяльності через прийняття оперативних управлінських рішень.

Ділова активність комерційної організації проявляється у її розвитку, досягненні цілей, включаючи натуральні та вартісні показники, ефективне застосування економічного потенціалу та розширення ринків збуту продукції.

Рівні ділової активності певної організації показують її етапи життєдіяльності, включаючи зародження, розвиток, підйом, спад, кризу, депресію, та вказують на рівень адаптації до змінюваних ринкових умов, якість управління та інші фактори.

Для якісної розробки методичних положень аналізу ділової активності необхідно науково обґрунтувати її класифікацію. Виходячи з різних поглядів, пропонується виділити десять ознак ділової активності для визначення її типів. (табл. 1.1):



Таблиця 1.1

## Класифікація ділової активності

Класифікаційна ознака	Види ділової активності
За масштабом охоплення	У країні; У регіоні; У галузі; На підприємстві.
За змістом оцінюваних об'єктів	Фінансова; Операційна; Інвестиційна; Інноваційна; Ринкова; Організаційно-управлінська.
За стадіями життєвого циклу підприємства	На етапі створення; На етапі первісного здійснення діяльності; На етапі активного зростання; На етапі «зрілості»; На етапі «старіння».
За ступенем співвідношення до суб'єкта господарювання	Внутрішня; Зовнішня.
За сферою діяльності	Основного виду діяльності; Інших видів діяльності.
За часовим аспектом	Ретроспективна; Поточна; Прогнозна.
За горизонтами планування	Тактична; Стратегічна.
За ступенем реальності	Реальна; Потенційна.
За спрямованістю	Інтегральна; Локальна.
За рівнем активності	Достатній; Задовільний; Незадовільний

*Джерело: складено автором на основі [6]*

В цілому, результат усієї господарської та фінансово-економічної діяльності залежить від ділової активності, яка впливає на нього за дії різних факторів, які зображені на рис. 1.1. Зовнішні і внутрішні фактори формують бізнес-середовище, яке фактично визначає позицію підприємства на ринку, його економічний потенціал та фінансове благополуччя.

Отже, ділова активність суб'єкта господарювання є показником розвиненості відносин, виявом прозорості господарювання, відкритості бізнес-процесів, свідченням ефективного виконання законодавчих і нормативно-правових норм, а також результатом ефективного управління.

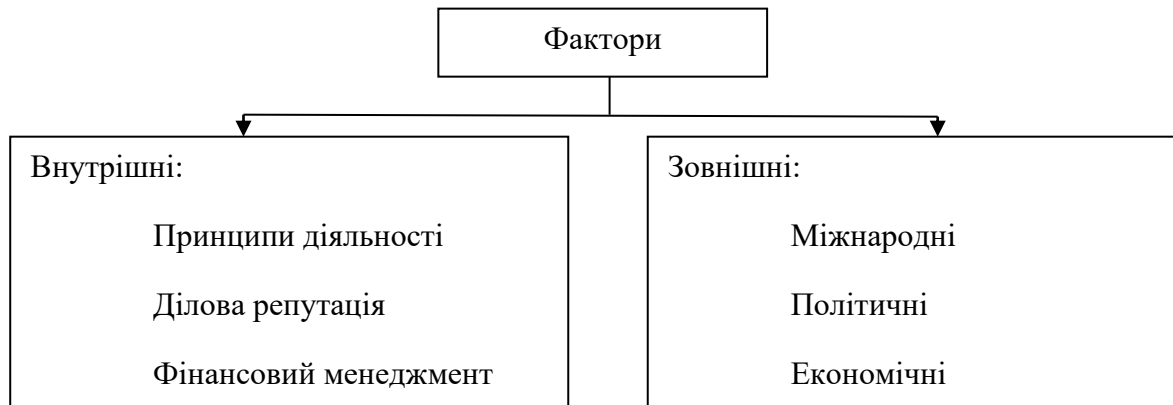


Рис. 1.1. Фактори впливу на ділову активність підприємства

*Джерело: побудовано на основі [7]*

В сучасних умовах, ділова активність підприємств може бути розглянута з двох аспектів: внутрішньої активності, яка відображає мобілізацію внутрішніх ресурсів для досягнення економічного зростання, та зовнішньої активності, яка означає активність у зовнішньому економічному середовищі. Внутрішня активність виявляється у збільшенні економічного потенціалу підприємства або підвищенні ефективності його застосування.

Результати досліджень вказують на п'ять основних характеристик ділової активності підприємств. По-перше, за допомогою коефіцієнтного аналізу можна оцінити фінансовий стан підприємства. По-друге, вона відображає рівень застосування потенціалу підприємства шляхом визначення його реальних можливостей у конкретній галузі, наявності виробничих ресурсів, продуктивності праці, організаційної структури і т.д. По-третє, ділова активність має значний вплив на становище підприємства на ринку та його конкурентоспроможність, що проявляється через показники товарообігу і наявність ринків збуту. Четвертою характеристикою ділової активності є постійний контроль і вжиття відповідних управлінських заходів. Це означає систематичне спостереження та аналіз динамічних економічних процесів [25, с. 138]. Нарешті, за допомогою останньої характеристики ділової активності виявляються сильні та слабкі сторони підприємства, що слід враховувати при формуванні різних стратегій розвитку.

Зрозуміло, що з переходом до ринкової економіки значно зростає роль і значення управлінських рішень, які приймаються на всіх етапах розвитку підприємства. Зміна технології виробництва, вихід на нові ринки збуту, розширення випуску та асортименту продукції – все це вимагає своєчасних і продуманих управлінських рішень, наслідки яких, при виправданості з урахуванням факторів, що впливають на виробничо-економічні умови підприємства, і відповідний рівень ефективності ділової активності значно покращиться. Даний метод управління ефективною діяльністю підприємств базується на вдосконаленому аналізі господарської діяльності, результати якого дозволяють розробити ефективні заходи щодо зменшення негативного впливу цих факторів на виробничо-фінансовий стан підприємств, запобігаючи таким чином кризовій ситуації. Аналіз господарської діяльності підприємства необхідний зовнішнім і внутрішнім користувачам інформації [26, с. 387].

Після систематизації користувачів інформації можна вважати, що для досягнення поставлених цілей власник повинен контролювати всі процеси, які відбуваються в аграрному бізнесі за допомогою підлеглих підрозділів. Керівники підприємств покладаються на оцінку господарської діяльності, коли проводять комплексний аналіз своєї діяльності, визначаючи сильні та слабкі сторони, вплив конкурентів та інші аспекти.

Вкладаючи кошти в будь-яку діяльність, інвестори хочуть знати, на якому етапі знаходиться аграрний бізнес і чи доцільно інвестувати в бізнес. Постачальники сировини та ресурсів використовують аналітичні дані, щоб визначити здатність компанії оплачувати поставлені товари, надані послуги та виконану роботу.

Таким чином, за адекватного рівня ділової активності фірми мають можливість уникнути кризових явищ у виробничо-фінансовій діяльності та знизити ризик невдач в умовах економічної нестабільності ринкового середовища та конкуренції.

Представники банку (аналітики, кредитори, аудитори) використовують аналітично розраховані показники для оцінки платоспроможності підприємства. Діяльність підприємства забезпечується єдністю таких функцій економічної діяльності: 1) корисність (економічна вигода); 2) економічне зростання, яке може відтворити вартість підприємства з мінімальним ризиком; 3) безперервність – коли розвиток підприємства базується на ефективне застосування ресурсів 4) Пропорційність – розподіл доданої вартості на основі узгодження інтересів різних учасників економічних відносин [27, с.12].

Виходячи з того, що всі аспекти бізнесу традиційно поділяють на зовнішні та внутрішні, бізнес-середовище має дві основні складові. Ми говоримо про зовнішнє середовище та внутрішнє середовище, і аналіз включає ідентифікацію акторів, особливості їхніх відносин з агробізнесом та характеристику його внутрішніх факторів впливу. Підходи до класифікації факторів, що впливають на ділову активність підприємства, можна узагальнити наступним чином:

Зовнішні фактори, що включають міжнародні, політичні, ринкові, економічні, природно-кліматичні та екологічні аспекти.

Внутрішні фактори, до яких відносяться принципи діяльності, ділова репутація, фінансовий менеджмент, маркетингова стратегія та інноваційна культура.

Дослідження показують, що гудвіл і ділова активність є близькими та взаємопов'язаними поняттями, але вони є незалежними. Гудвіл включає такі компоненти, як ноу-хау, технології, бренди, компетенція та знання персоналу, бази даних, зв'язки та місце знаходження. Інтелектуальний капітал, що складається з людського, технологічного та ринкового капіталу, є основою гудвілу, який приносить майбутні вигоди.

Фінансовий менеджмент досліджує структуру балансу, платоспроможність, ліквідність, фінансову стійкість, співвідношення власних і позикових коштів, вартість капіталу, близькість до банкрутства,

структуру майна, інвестиційну привабливість підприємства, рівень прибутку та рентабельність.

Маркетингова стратегія повинна включати сегментацію ринку, товарну, цінову, збутову, комунікаційну та рекламну політику. Однак основним фактором є інноваційна культура, яка визначає ефективність роботи підприємства. Інноваційна культура впливає на створення позитивного іміджу підприємства у зовнішньому середовищі та сприяє активізації інноваційної діяльності всередині нього.[32, с. 106]

Зовнішні фактори також мають значний вплив на ділову активність підприємства, оскільки представляють ринкове середовище, в якому воно функціонує. Ці фактори включають політичні аспекти, ринкові умови та вимоги споживачів.

Фактори економічного характеру охоплюють стан фінансової системи, податкову політику, кредитну політику, політику щодо амортизації, державну підтримку, обмеження монополій, захист конкуренції, купівельну спроможність, можливості отримання кредиту, внутрішній інвестиційний клімат, інфляцію, мінімальну заробітну плату, зміни у галузевій та професійно-кваліфікаційній структурах, безробіття, ділову активність та демографічні фактори. [32, с. 105].

Для досягнення основної мети будь-якого підприємства - збільшення прибутку - не достатньо забезпечити його необхідною сировиною та сучасним високотехнологічним обладнанням. Ефективнішими інструментами подолання проблеми є впровадження ефективних методів управління та форм організаційної структури, які б забезпечували координацію та гармонійну роботу, підтримували фінансову стабільність та привабливість для інвестицій. Проте, навіть застосування цих заходів може бути недостатнім для досягнення значних результатів у діяльності підприємства, якщо не буде приділено провідне місце людському фактору в системі цінностей керівництва та не буде створено нову модель застосування трудових ресурсів. Ця модель повинна сприяти створенню творчої атмосфери

в колективі, стимулювати ініціативу та підвищувати зацікавленість працівників у спільній роботі [33, с. 95].

Таким чином, дослідження сутності ділової активності підприємств і факторів, що впливають на її рівень, свідчить про її широке поширення в сучасній вітчизняній та зарубіжній практиці.

Аналіз різних вчених інтерпретацій ділової активності підприємства доводить, що вона відображає рівень ефективного застосування матеріальних, трудових, фінансових і інших ресурсів, а також характеризує якість управління.

Крім того, була проведена систематизація зацікавлених суб'єктів, які забезпечують ділову активність підприємства, і визначено мету аналізу кожного з них. Також були визначені основні фактори, що впливають на ділову активність підприємств як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі.

## **1.2 Інформаційне забезпечення ділової активності підприємства**

Важливою складовою інформаційного забезпечення ділової активності підприємства є зовнішнє середовище. Маючи на меті функціонування на ринку, підприємство повинно враховувати кожну тенденцію розвитку факторів макросередовища, так як ці тенденції впливають на його поведінку та результати діяльності.

Мікросередовище є сукупністю елементів, які мають прямий зв'язок з самою компанією.

Ці елементи прямо впливають на результати діяльності компанії. Розглянемо зміст та сутність факторів мікросередовища, які мають прямий вплив на підприємство (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

## Фактори мікросередовища

Фактор	Основний зміст фактора	Характеристика факторів
Постачальники	Забезпечують надходження необхідних для виробництва продукції сировини і матеріалів	<ul style="list-style-type: none"> <li>- доступність сировинних ресурсів;</li> <li>- обсяг можливих постачань;</li> <li>- умови постачань;</li> <li>- якість постачань;</li> <li>- цінова політика постачальників;</li> <li>- можливість надання кредиту постачальникам;</li> <li>- наявність своєчасності та безперебійності постачань;</li> <li>- оперативність постачання тощо</li> </ul>
Посередники	Сприяють підприємству просувати і доставляти споживачам свою продукцію	<ul style="list-style-type: none"> <li>- кількість посередників;</li> <li>- наявність організованих мереж розподілу;</li> <li>- сила посередницьких марок;</li> <li>- репутація посередників;</li> <li>- фінансова стабільність, платоспроможність посередників;</li> <li>- умови співпраці з посередниками;</li> <li>- тип каналу збуту (нульовий, одно-, двох-, трьохрівневий);</li> <li>- збутові витрати в кожному каналі;</li> <li>- засоби реалізації товарів;</li> <li>- кваліфікація торгових агентів посередника;</li> <li>- витрати на посередницькі послуги та ін.</li> </ul>
Споживачі	Організації або окремі юридичні особи, що здобувають товари і послуги	<ul style="list-style-type: none"> <li>- територіальне розміщення споживачів;</li> <li>- мотиви споживачів здійснювати покупки;</li> <li>- запити, уподобання та смаки споживачів;</li> <li>- рівень обслуговування споживачів;</li> <li>- частота та періодичність купівель;</li> <li>- ступінь інтенсивності основних і потенційних споживачів;</li> </ul>
Конкуренти		<ul style="list-style-type: none"> <li>- кількість лідерів-конкурентів;</li> <li>- частка ринку основних конкурентів;</li> <li>- ступінь інтенсивності основних і потенційних конкурентів (інтенсивність конкуренції);</li> <li>- сила марок конкуренції;</li> <li>- наявність прямих і непрямих товарів-замінників;</li> <li>- ступінь цінового тиску з боку конкурентів;</li> <li>- технологічний розвиток конкурентів;</li> </ul>
Контактні аудитори		<ul style="list-style-type: none"> <li>- відношення громадськості (впливає на загальний імідж підприємства);</li> <li>- лояльність і довіра власних працівників і службовців (позитивне відношення цих груп поширюється на інші контактні категорії);</li> <li>- діяльність фінансових організацій;</li> <li>- висвітлення інформації про підприємство з боку засобів масової інформації (позитивної, негативної);</li> <li>- діяльність урядових організацій і законодавчих органів (вплив на маркетингову політику підприємства – характеристика товарів, упаковка, ціна, рекламні засоби тощо)</li> </ul>

*Джерело: сформовано автором на основі [6]*

Досліджуючи фактори мікросередовища, підприємству має змогу виділити оптимальні своєчасні рішення з приводу своєї адаптації до потенціальних змін до факторів навколишнього середовища.

Фактори зовнішнього середовища мають між собою однаковий зв'язок, зміна кожного з них впливає на інші.

Проаналізуємо детальніше функціональні сфери зовнішнього середовища (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

### Функціональні сфери зовнішнього середовища

Соціальне середовище.	Збільшення жителів, розвиток культури, освіти встановлюють характер потенційного ринку; визначення потреби в кількості та якості благ, які підходять, зміна стилю життя викликає трансформацію понять зайнятості та відпочинку, здорового способу життя, комфортабельності житла, а все одночасно — мотивація для зміни створення благ і послуг.
Правове середовище.	Всі бізнес-підприємства роблять в юридичних межах, норми права налагоджують поведінку бізнес-підприємств і розв'язують дискусії, конфлікти між ними і суспільством взагалі. Тому змінюються закони, контрактне право, безпека споживачів тощо.
Соціальне середовище.	Збільшення жителів, розвиток культури, освіти встановлюють характер потенційного ринку; визначення потреби в кількості та якості благ, які підходять, зміна стилю життя викликає трансформацію понять зайнятості та відпочинку, здорового способу життя, комфортабельності житла, а все одночасно — мотивація для зміни створення благ і послуг.
Правове середовище.	Всі бізнес-підприємства роблять в юридичних межах, норми права налагоджують поведінку бізнес-підприємств і розв'язують дискусії, конфлікти між ними і суспільством взагалі. Тому змінюються закони, контрактне право, безпека споживачів тощо.

*Джерело: побудовано на основі (6)*

Є певна грань, якою підприємство можна відділити від його оточення. Кожна переміна підприємства впливає на оточення точно так само, як і зміни в оточенні на підприємство.



Надамо характеристику факторам зовнішнього середовища (рис.1.2).

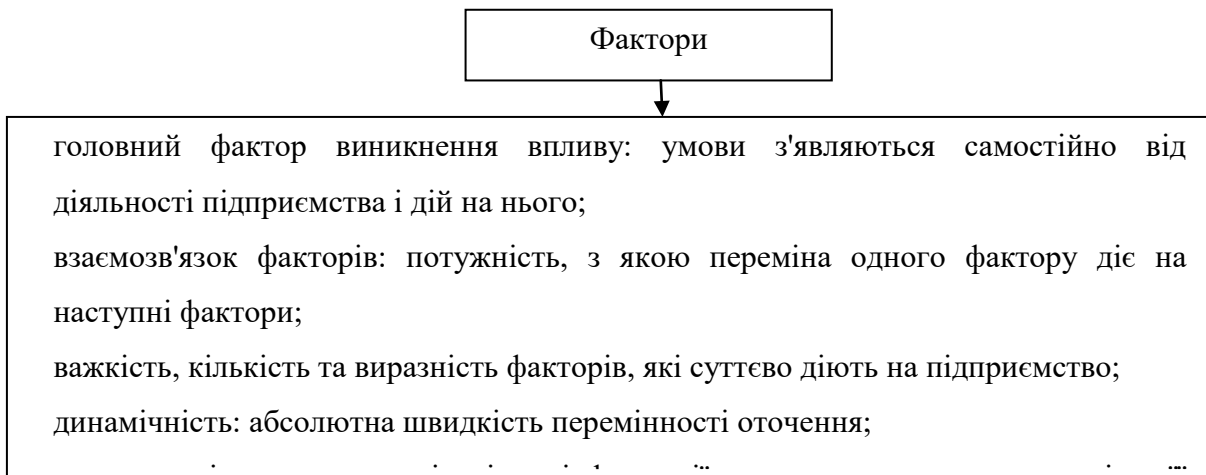


Рис. 1.2 – Фактори зовнішнього середовища

*Джерело: складено на основі [3]*

Характер впливу зовнішнього середовища буває прямої та не прямої дії на підприємство.

Певні суб'єкти, такі як споживачі, суперники, постачальники, державні органи, фінансово-кредитні установи та інші зовнішні агенти й контрагенти, утворюють оточення, що безпосередньо впливає на підприємство. Це оточення також можна назвати сферою завдань, оскільки на нього впливають елементи, що прямо пов'язані з операціями підприємства.

Фактори, що безпосередньо впливають на підприємство, включають закони України про підприємство, підприємництво, власність, охорону праці, права споживачів, про запобігання монополізму і недоброякісної конкуренції, акти уряду та постанови, нормативні документи галузевих і територіальних органів управління, спрямовані на правове і організаційне закріплення економічних взаємин між урядовими структурами та господарськими суб'єктами, розробку норм і законів, які регулюють їхню поведінку (правила гри) в економічному просторі.

Таким чином під зовнішнім середовищем розуміється змінна, яка знаходиться за межами підприємства і не являється сферою його прямого впливу. Виокремлюючи ці сфери, можна виділити інші підприємства або

осіб, які пов'язані з цим підприємством для досягнення цілей, ними є постачальники, покупці, акціонери, кредитори, конкуренти, торгові організації, урядові органи та ін. Також можна виділити інші змінні зовнішнього середовища – суспільні фактори та умови, які, не діючи саме на оперативну практику підприємства, характеризують стратегічно важливі рішення, котрі прийняті її менеджментом.

### 1.3 Методика аналізу ділової активності підприємства

Розглянемо детальніше коефіцієнти, за допомогою яких визначають рівень ділової активності.

Коефіцієнт оборотності активів - показник ділової активності, що демонструє ефективність застосування активів компанії.

Коефіцієнт дорівнює співвідношенню виручки і середньорічної суми активів. Розмір показника говорить про те, яку кількість товарів і послуг продано за досліджуваний період на кожен гривню використаних активів (ф.1.1):

$$\text{оборотність активів за рік} = \frac{\text{чистий дохід}}{\text{середньорічний обсяг активів}} \quad (1.1)$$

1) Коефіцієнт оборотності власного капіталу - показник ділової активності, який демонструє ефективність управління власним капіталом компанії. Коефіцієнт розраховується як співвідношення виручки (чистого доходу) до середньорічної суми власного капіталу. Великий розмір показника свідчить про ефективне застосування капіталу власників. Значення коефіцієнта вказує на те, скільки товарів та послуг було реалізовано на кожен грошову одиницю залучених від власників коштів (ф.1.2):

$$\text{показник оборотності власного капіталу} = \frac{\text{чистий дохід}}{\text{власний капітал}} \quad (1.2)$$

2) Фондовіддача (коефіцієнт обіговості основних засобів, коефіцієнт обороту фіксованих активів; коефіцієнт обороту фіксованого капіталу) (fixed assets turnover; або іншими словами – fixed assets turnover ratio; інша назва – capital productivity of fixed assets) (FAT; інша аббревіатура – PP & E turnover) характеризує інтенсивність застосування основних засобів підприємства (ф.1.3):

$$FAT = \frac{REVENUE}{PP\&E} \quad (1.3)$$

де Revenue – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (revenue; інша назва – net sales);

PP & E – вартість основних засобів (property, plant and equipment; інша назва - fixed assets; інша назва – capital assets).

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (Average collection period) демонструє середнє число днів, необхідне для стягнення заборгованості. Показник розраховується як співвідношення середньорічної суми дебіторської заборгованості до величини щоденної виручки (ф.1.4):

$$CP = \frac{\text{сер. дебіторська заборгованість}}{\text{обсяг продажу}} \times 365 \quad (1.4)$$

де: середня дебіторська заборгованість - середньорічне значення дебіторської заборгованості і зазвичай визначається як сума на початок і на кінець року, поділена навпіл, хоча можливо і більш детальне вивчення її змін протягом року.

Аналіз показників ділової активності містить наступні етапи: 1) оцінка тенденцій діяльності підприємства, що базується на порівнянні темпів зростання прибутку, обсягів реалізації та вартості активів, а також доповнюється аналізом динаміки відносних показників; 2) аналіз оборотності та ефективності застосування ресурсів і капіталу; 3) аналіз дебіторської та кредиторської заборгованості; 4) аналіз показників трудової діяльності; 5) аналіз показників екологічної оцінки ділової активності. Затвердження методики дає змогу охопити усі функціональні спектри діяльності

підприємства та виявити «хворі» місця, яким потрібне краще управління та контроль з боку керівництва.

Перший етап. Оцінка динаміки функціонування підприємства, здійснювана шляхом порівняння змін у рівні прибутку, обсягу продажу та вартості активів, разом з тим, доповнюється аналізом змін у відносних показниках. Для аналізу бізнес-активності підприємства доцільно враховувати випадки, коли темпи зростання чистого прибутку перевищують темпи збільшення обсягів продажу, а також темпи збільшення обсягу продажу перевищують темпи зростання основного капіталу.

$$100 \% < T_{ск} < T_r < T_n, \quad (1.5)$$

де  $T_{ск}$  – темп зміни сукупного капіталу, авансованого в діяльність підприємства;

$T_r$  – темп зміни обсягів реалізації продукції;

$T_n$  – темп зміни прибутку [4].

Зазначена пояснювальна інформація свідчить про зростання економічного потенціалу підприємства, де обсяг реалізації продукції збільшується швидше, ніж сам економічний потенціал [40, с. 45].

Перша нерівність вказує на підвищення економічного потенціалу підприємства, що означає збільшення масштабів його діяльності.

Друга нерівність свідчить про те, що зростання обсягу реалізації відбувається швидше, ніж збільшення економічного потенціалу, і це призводить до зростання рентабельності кожної вкладеної в підприємство валюти.

Третя нерівність демонструє, що прибуток збільшується швидше, що свідчить про відносне зменшення виробничих витрат та обороту завдяки діям, спрямованим на удосконалення технологічного процесу та взаємовідносин з підрядниками [47, с. 18].

Однак також припустимі відхилення від цієї ідеальної залежності, які не завжди слід вважати негативними. Такими причинами порушення системи рівноваги можуть бути: впровадження нових перспективних напрямків

застосування капіталу, реконструкція та модернізація існуючої сфери виробництва, введення продуктивних нововведень тощо. Варто зазначити, що така діяльність завжди пов'язана з великими фінансовими інвестиціями, які порушують зазначені співвідношення показників, але не свідчать про зниження бізнес-активності підприємства.

У той же час, прибуток повинен зростати швидше за відносне зменшення витрат на виробництво та оборот товарів. У кінцевому рахунку прибуток є залишковою частиною чистого продукту від споживання, яка, взаємодіючи з відновлюваними робочими силами, підтримує процес відтворення, стимулюючи нові ітерації цього процесу. Можливі відхилення від цього середньозваженого зв'язку, які не завжди слід розцінювати як негативні.

Зокрема, реконструкція або модернізація підприємства постійно пов'язана з втратою значних фінансових ресурсів протягом певного періоду, під час якого темпи зміни основного капіталу можуть бути вищими за темпи зростання виробництва. Така діяльність завжди пов'язана з великими інвестиціями фінансових, працевдатних, інтелектуальних та земельних ресурсів, що порушує зазначені співвідношення показників, але це не означає зниження бізнес-активності підприємства.

Проведення даного аналізу супроводжується оцінкою зміни відносних показників. Коефіцієнт ділової активності дозволяє визначити обсяг продукції, що виробляється з застосуванням майна підприємства, і виражається як співвідношення обсягу реалізації до валюти балансу.

Загальний оборот активів, що виражається коефіцієнтом оборотності активів, є узагальненим показником швидкості обороту всього майна підприємства за балансом. При аналізі активів слід враховувати їх неоднорідність, що впливає на якість та інформативність цього показника.

Відомо, що ділова активність підприємства залежить від стану, динаміки та ефективності застосування виробничих ресурсів, що належать

підприємству, і визначає специфіку трудових функцій його працівників. (див. посилання 42, стор. 12).

Варто відзначити, що формування та рівень ділової активності сільськогосподарського підприємства залежать не тільки від наявності та застосування його ресурсного потенціалу, а й від динаміки та ефективності застосування ресурсів. Товарооборот розраховується як співвідношення обсягу реалізації до дебіторської заборгованості. Збільшення оборотності відповідного виду дебіторської заборгованості вказує на зростання коефіцієнта та розміру комерційного кредиту, наданого підприємством його контрагентам. Розумне зниження запасів є головним фактором прискорення оборотності запасів: чим менше запаси впливають на ритм технологічного процесу, тим більш ефективною і прибутковою є діяльність. Зі зростанням обороту всього капіталу зростають ціни або прискорюється кругообіг засобів підприємства.

Другий етап полягає у аналізі оборотності та ефективності застосування ресурсів сільськогосподарського підприємства. Швидкість обертання ресурсів є передумовою результативного застосування ресурсного потенціалу (з точки зору оборотних активів). Виробнича діяльність передбачає вкладення коштів у запаси, незавершене виробництво та готову продукцію. Чим коротший цикл обертання коштів, тим більш ефективною є діяльність підприємства. Коефіцієнт обороту основних засобів розраховується як співвідношення чистого доходу від реалізації до балансової вартості основних засобів і вказує, який дохід приносять інвестиції, вкладені у засоби виробництва. Коефіцієнт оборотності запасів характеризує величину обігових коштів, вкладених у запаси, і розраховується як співвідношення собівартості реалізації продукції до величини запасів. Термін оборотності запасів демонструє середній період зберігання виробничих запасів. Термін перетворення придбаних матеріальних ресурсів на грошові кошти визначає період операційного циклу і розраховується як сума періодів обороту запасів і погашення дебіторської заборгованості.

Період фінансового циклу можна розрахувати шляхом віднімання операційного циклу від періоду кредиторської заборгованості.

Третій етап. Аналіз дебіторської та кредиторської заборгованості. Для поліпшення аналізу ділової активності потрібно оцінити дебіторську та кредиторську заборгованість. Стан і розмір дебіторської та кредиторської заборгованості значно впливають на фінансовий стан сільськогосподарського підприємства. Розглянемо показники цієї категорії. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості вказує на Величина різниці між доходами та дебіторською заборгованістю може бути використана для оцінки фінансового стану підприємства. Якщо сумнівна дебіторська заборгованість збільшується, разом з загальною часткою дебіторської заборгованості у загальних оборотних активах, це може свідчити про зниження ліквідності поточних активів та погіршення фінансового стану підприємства. Термін погашення дебіторської заборгованості відображає час, необхідний для стягнення заборгованості від дебіторів, максимальний термін - 20 днів. Аналіз дебіторської заборгованості повинен супроводжуватись аналізом кредиторської заборгованості, методологія якого схожа на аналіз дебіторської заборгованості.

Кредиторська заборгованість перед постачальниками розглядається як безкоштовна позика, надана підприємством. Якщо підприємство не має достатньо коштів для погашення боргів постачальникам, йому доведеться взяти позику в банку або використати власний капітал. Перевагою кредиторської заборгованості є економія коштів на відсотках у разі негайної оплати товару. Термін погашення кредиторської заборгованості відображає період сплати короткострокових зобов'язань підприємством. Збільшення цього показника свідчить про прискорену сплату боргу, а зниження - про збільшення купівлі продукції в кредит. Період фінансового циклу повинен скорочуватися і відображати період обігу коштів. Аналіз дебіторської та кредиторської заборгованості завершується розробкою пропозицій щодо поліпшення управління ними. Необхідно: контролювати співвідношення

дебіторської та кредиторської заборгованості. Велике перевищення дебіторської заборгованості загрожує фінансовій стійкості підприємства і вимагає додаткового фінансування; збільшувати кількість клієнтів для зменшення ризику несплати, особливо в разі монопольного замовника; контролювати прострочену заборгованість. З точки зору інфляції будь-яке затримання платежу призводить до фактичного отримання підприємством лише частини боргу; вчасно виявляти неприпустимі види дебіторської та кредиторської заборгованості, такі як прострочена заборгованість перед постачальниками і прострочена заборгованість покупців понад 3 місяці, заборгованість за платежами до бюджету та інші [43].

Четвертий етап. Аналіз трудових показників. Трудові показники - це кількісні та якісні характеристики, що оцінюють соціально-трудові відносини, застосування робочої сили та ефективність праці (протягом певного періоду). Основні трудові показники включають кількість персоналу, продуктивність праці, заробітну плату та фонд оплати праці. Визначення результатів діяльності підприємства в умовах ринку має особливе значення з екологічної точки зору.

Головною метою підприємства є досягнення виробничої програми з мінімальними витратами праці та випуск конкурентоздатної продукції. Це підкреслює важливість трудових показників для продуктивності праці. Проте, аналіз показників не повинен бути самоціллю, а має виконувати основні функції управління підприємством, такі як планування, регулювання, контроль та керівництво. Основні завдання аналізу трудових показників включають об'єктивну оцінку застосування трудових ресурсів (робочої сили, продуктивності праці), визначення факторів та їх впливу на зміну трудових показників, усунення недоліків у організації та нормуванні праці, пошук шляхів для підвищення продуктивності праці.

П'ятий етап. Дослідження показників екологічної оцінки ділової активності. Зростання ділової активності підприємства в умовах забруднення супроводжується збільшенням економічної ефективності торговельної



діяльності за умов порушення екологічної безпеки продукції. Хоча витрати на екологічний контроль, в середньому, становлять лише 2-3% від загальних витрат, в деяких галузях вони можуть бути значно вищими.

Усе вище сказане об'єднує так поняття як Swot-аналіз SWOT-аналіз є потужним інструментом для стратегічного аналізу підприємства. Він допомагає виявити сильні і слабкі сторони підприємства, а також можливості і загрози, що впливають на нього. Цей аналіз забезпечує комплексне оцінювання внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства і надає цінну інформацію для прийняття стратегічних рішень.

При написанні і аналізі SWOT необхідно враховувати деякі теоретичні принципи:

**Сильні і слабкі сторони:** Ретельно проаналізуйте внутрішні аспекти підприємства, такі як людські ресурси, фінансові ресурси, виробничі процеси, маркетингові стратегії тощо, щоб виявити його сильні і слабкі сторони. Сильні сторони - це те, що підприємство робить добре і надає йому конкурентну перевагу, а слабкі сторони - те, що потребує вдосконалення і може стати перешкодою для розвитку.

**Можливості і загрози:** Аналізуйте зовнішнє середовище підприємства, враховуючи ринкові тенденції, політичні, економічні, соціокультурні та технологічні чинники. Виявіть можливості, які можуть стати перспективними для розвитку бізнесу, а також загрози, які можуть вплинути на його успішність.

**Формулювання стратегічних рекомендацій:** На основі результатів SWOT-аналізу розробіть стратегічні рекомендації для підприємства. Використовуйте свої сильні сторони, щоб використовувати можливості та уникати загроз. Вдосконалюйте свої слабкі сторони, щоб зменшити вплив загроз і використовувати можливості. Формулюйте конкретні дії та стратегії, які допоможуть підприємству досягти своїх цілей і покращити свою ділову активність.

Загальна мета SWOT-аналізу полягає в тому, щоб дати підприємству ясне розуміння своїх внутрішніх ресурсів і здатностей, а також зовнішніх можливостей і загроз. Це допомагає підприємству розробити ефективну стратегію, зосереджену на використанні своїх переваг, покращенні слабкостей, використанні можливостей та зменшенні впливу загроз.

Отже, ділова активність підприємства охоплює всі аспекти його господарської діяльності і є важливим показником ефективності в умовах ринкової економіки. Аналізуючи ділову активність за допомогою "золотого правила економіки", було виявлено диспропорції, зокрема нерівномірне зростання активів та чистого доходу в окремі роки. Підвищення ділової активності і забезпечення балансу відповідно до "золотого правила економіки" можна досягти шляхом ефективного управління витратами, оптимального застосування ресурсів та керування грошовими потоками.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ АТ «ФАРМАК»

#### 2.1 Загальна організаційно-економічна характеристика підприємства АТ «ФАРМАК»

АТ «Фармак» є підприємством-виробником лікарських препаратів та захисного медичного одягу європейського рівня, з дотриманням усіх необхідних вимог до якості та виробництва.

АТ "Фармак" заслужено вважається лідером фармацевтичного ринку України та найбільшим експортером лікарських засобів, завдяки своїй якості та інноваційним підходам. На підприємстві працює 20 виробничих ліній, які відповідають вимогам GMP. 14 з них отримали сертифікацію від європейського регуляторного органу. Компанія постійно вдосконалює фармацевтичну систему якості, що відповідає вимогам GMP та стандартам ISO 9001, ISO 13485, ISO 22000. Щорічно проводиться близько 15 національних та міжнародних інспекцій та аудитів.

З початку 2015 року АТ "Фармак" впровадило власний комплекс з виробництва субстанцій (департамент з виробництва АФІ) у місті Шостка, з плановою потужністю виготовлення 100 тонн субстанцій щорічно.

Сучасний дослідний комплекс включає: 4 різнопрофільні аналітичні лабораторії, 2 лабораторії з біотехнологічних і синтетичних АФІ, 3 технологічні лабораторії для готових форм, 4 пілотних R&D ділянки.

Лабораторії оснащені високотехнологічним обладнанням таких світових виробників як Glatt, SBM, Urlinski, Belimed, De Ditrach, Gea, Sartorius, Malvern Instruments та ін.

Досягнення АТ «Фармак» за останні роки:

- найінноваційніших компаній України за версією порталу «Економічна правда»;
- АТ «Фармак» - єдиний фармвиробник, який увійшов до ТОП-100 платників податків за 2022 рік;

- Найкращий роботодавець серед українських компаній за версіями видань «Бізнес» та «Фокус»;
- > 80% управлінських вакансій закриваються власними кандидатами.

Місія компанії: Ми робимо доступним лікування сучасними ефективними лікарськими засобами, допомагаючи людині бути здоровою та щасливою.

Розглянемо організаційну структуру підприємства АТ «Фармак», вона виглядає наступним чином (рис. 2.1):

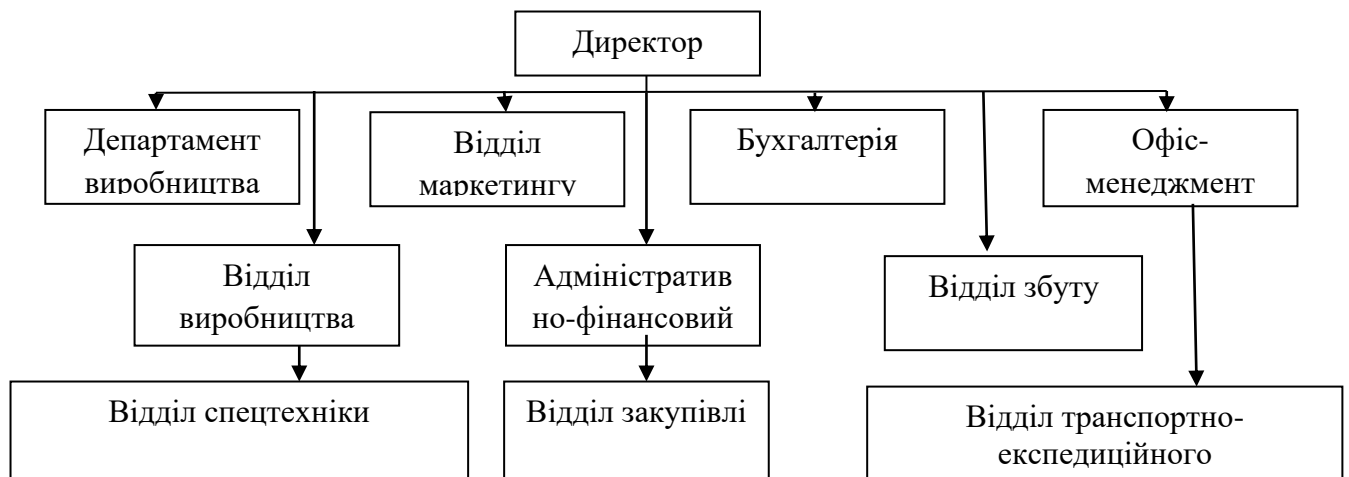


Рис. 2.1. Організаційна структура управління АТ «Фармак»

*Джерело: складено автором на основі даних підприємства*

За типом організаційна структура підприємства АТ «Фармак» є лінійно-функціональною. Метою даного виду структури є розподіл зобов'язань та відповідальності згідно функцій управління вертикально.

На сьогоднішній день, АТ "Фармак" є успішною фармацевтичною компанією з міжнародним присутністю. Вона займає лідируючу позицію в українській фармацевтичній галузі, і її ринкова частка постійно зростає. Компанія має стабільну репутацію як відповідального бізнесу та надійного партнера. Більшість прибутку, отриманого "Фармаком", регулярно

реінвестується у зростання та розвиток компанії. Це дозволяє їй розширювати свій бізнес з застосуванням європейських стандартів якості в Україні та посилювати свої позиції на міжнародному ринку.

Отже, розглянемо основні фінансові показники діяльності підприємства (табл. 2.1):

Таблиця 2.1

#### Аналіз показників фінансово-економічного стану АТ «Фармак»

Показник	Роки			Відхилення 2020/2021	Відхилення 2021/2022
	2020	2021	2022		
Валовий прибуток	14 741	12 207	15 288	3 081	-2 534
Собівартість реалізованої продукції, тис. Грн	24 680	15111	16 307	1 196	-9 569
Чистий прибуток, тис. Грн.	12 152	12 431	13 967	1 536	279
Інші операційні доходи	999	844	874	30	-155
Витрати на збут	24 159	25 100	23 775	-1 325	941
Фінансовий результат від операційної діяльності (збиток)	9 931	10 423	11 487	1 064	492

*Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності*

Як ми бачимо з табл. 2.1, підприємство АТ «Фармак» протягом останніх трьох років мало досить нестабільні показники, що пояснюється в першу чергу пандемією, а точніше її наслідками – карантинними обмеженнями, зупинкою виробництва, зменшенням реалізації товарів

## 2.2 Діагностика фінансового стану АТ «ФАРМАК»

Проведемо діагностику фінансового стану підприємства, для чого проаналізуємо основні його показники.

Для початку розглянемо динаміку чистого доходу (рис.2.2):

Протягом 2022-2021 рр. чистий дохід від реалізації продукції зменшився на 30,7% до рівня в 27,318 млн. грн.

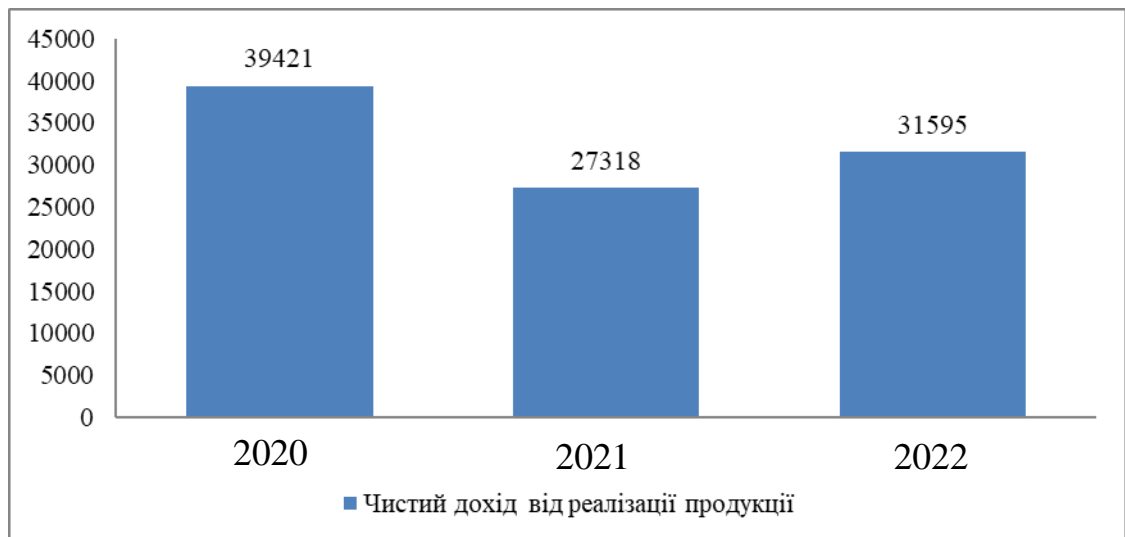


Рис. 2.2. Динаміка чистого доходу від реалізації продукції на АТ «Фармак» в 2020-2022 рр., тис. грн.

*Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності*

Проте в 2022 році в умовах пандемії для потреб індивідуального захисту підприємство збільшило обсяги виробництва захисних костюмів та спецодягу, що дозволило збільшити дохід на 15,6% до рівня в 31,595 млн. грн. Далі проаналізуємо динаміку собівартості реалізованої продукції (рис.2.3):

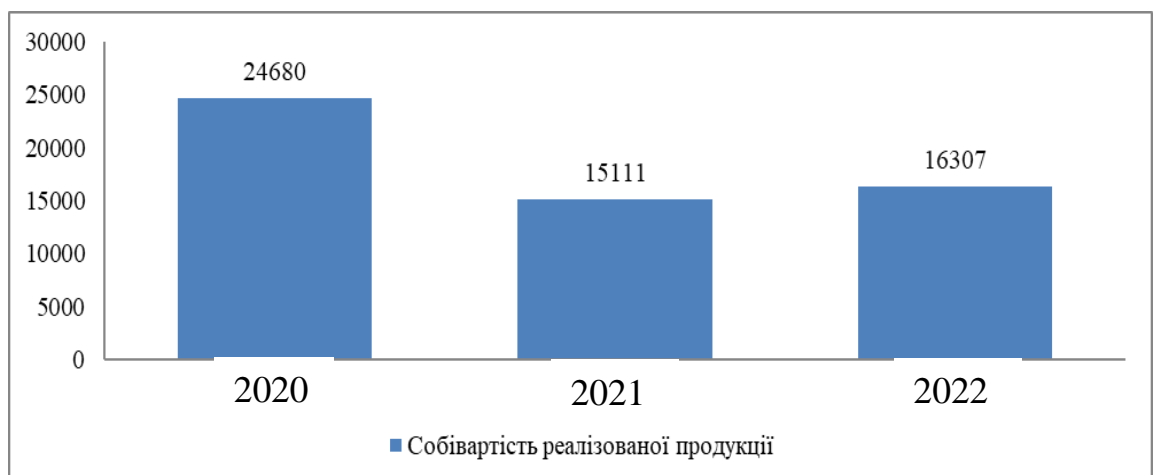


Рис. 2.3. Динаміка собівартості реалізованої продукції на АТ «Фармак» в 2020-2022 рр., тис. грн.

*Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності*

Собівартість реалізованої продукції в 2021 році скоротилася на 39% до рівня в 15,111 млн. грн. В 2022 році собівартість реалізованої продукції

зросла на 7,9% до рівня в 16,307 млн. грн. Наступним показником для аналізу було обрано динаміку валового прибутку АТ «Фармак» (рис. 2.4):

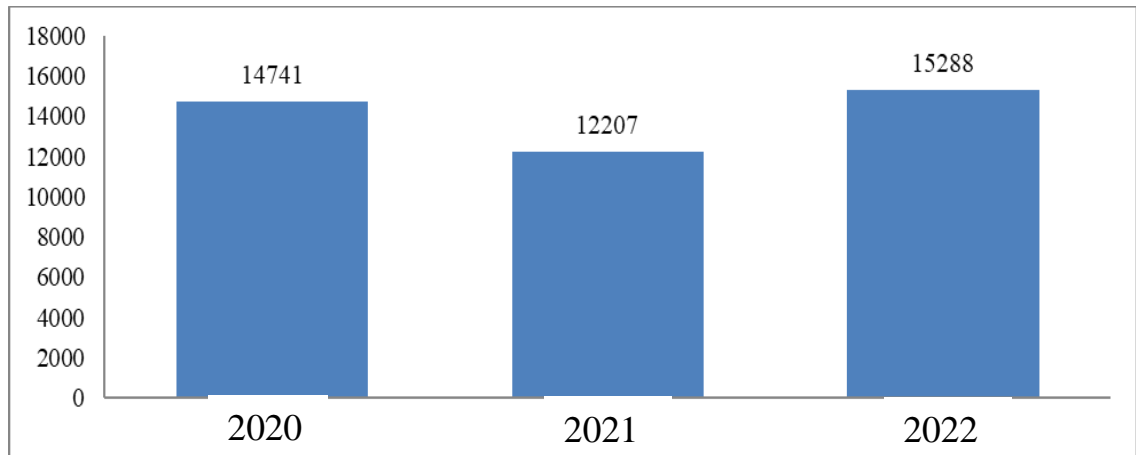


Рис.2.4. Динаміка валового прибутку АТ «Фармак» в 2020-2022 рр., тис. грн.

*Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності*

Валовий прибуток підприємства протягом 2021 р. зменшився на 17% до рівня в 12,207 млн. грн. Однак в 2022 році валовий прибуток збільшився до рівня 15,288 млн. грн., або на 25%. Інші операційні доходи протягом досліджуваного періоду мали динамку до зростання із рівня в 23,548 млн. грн. в 2021 році до рівня в 29,726 млн. грн. в 2022 році.

Далі проаналізуємо динаміку адміністративних витрат (рис. 2.6):

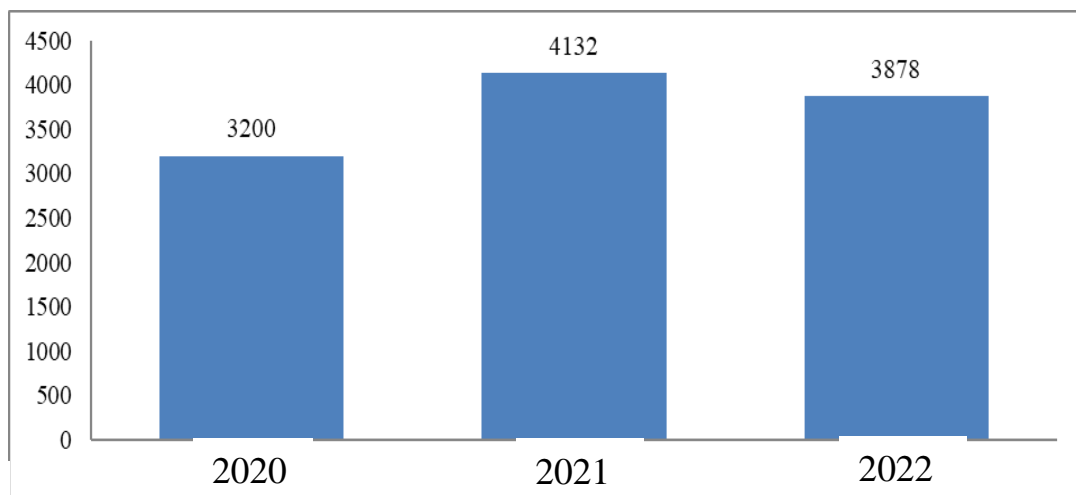


Рис. 2.6. Динаміка адміністративних витрат на АТ «Фармак» в 2020-2022 рр., тис. грн.

*Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності*

Протягом 2021 року адміністративні витрати збільшилися на 29% до рівня в 4,132 млн. грн. У 2022 році вони навпаки зменшилися на 6,15% до рівня в 3,878 млн. грн.

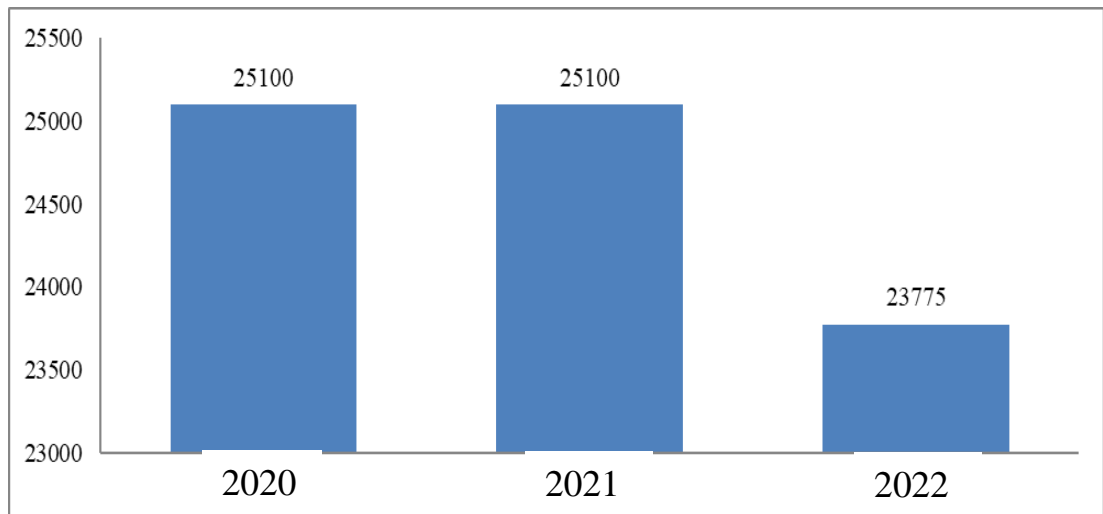


Рис. 2.7. Динаміка витрат на збут на АТ «Фармак» в 2020-2022 рр., тис. грн.

*Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності*

Протягом досліджуваного періоду чистий прибуток підприємства мав динаміку до зростання, що відображено на рис. 2.8

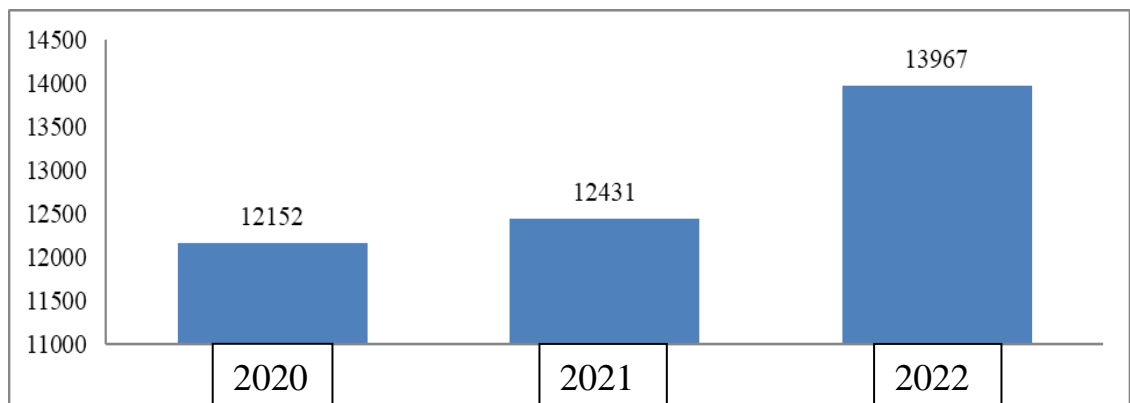


Рис. 2.8 - Динаміка чистого прибутку на АТ «Фармак» в 2020-2022 рр., тис. грн.

*Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності*



Так, в 2021 році чистий прибуток підприємства збільшився на 2,3% до рівня в 12,431 млн. грн., а в 2022 році при зростанні на 12,36% він становив 13,967 млн. грн.

Показники ліквідності визначають ступінь спроможності підприємства за короткий термін реалізувати активи і використати отримані кошти для погашення заборгованостей (табл.2.2).

Таблиця 2.2

## Динаміка показників ліквідності на АТ «Фармак» в 2020-2022 рр.

Показник	Роки			Абсолютний приріст	
	2020	2021	2022	2020-2021	2021-2022
Коефіцієнт покриття(загальний коефіцієнт ліквідності)	5,025	6,133	2,838	1,108	-3,295
Коефіцієнт швидкої ліквідності	4,123	5,288	2,274	1,165	-3,014
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	1,834	2,811	2,164	0,977	-0,647
Коефіцієнт ліквідності запасів	0,949	0,886	0,588	-0,063	-0,297
Коефіцієнт ліквідності коштів	2,268	2,454	0,081	0,186	-2,372

*Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності*

Упродовж з 2022 по 2022 рік, згідно з показником ліквідності, коефіцієнтом покриття, компанія мала достатньо обігових коштів для покриття свого боргу. Однак у 2022 році цей показник знизився на 3,295 до коефіцієнта покриття 2,838 через збільшення обсягу боргу компанії.

Загалом, з точки зору ліквідності, компанія має достатньо коштів для покриття своїх зобов'язань, як короткострокових, так і довгострокових.

Показники ділової активності(табл.2.3)визначають, наскільки ефективно підприємство використовує власні кошти. Аналіз цих показників здійснюється на основі дослідження показників ефективності використання основних засобів та динаміки показників ділової активності.

Таблиця 2.3

Динаміка показників ліквідності на АТ «Фармак» в 2022-2022 рр.

Показники	Роки			Абсолютний приріст	
	2020	2021	2022	2020-2021	2021-2022
Фондовіддача	2,04	1,49	1,33	-0,55	-0,16
Фондомісткість	0,49	0,67	0,75	0,18	0,08
Фондоозброєність	439,27	390,60	456,67	-48,68	66,08

*Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності*

Отже, можемо зробити висновок, на сьогодні АТ «Фармак» успішно функціонує на ринку. Протягом 2022-2021 рр. чистий дохід від реалізації продукції зменшився на 30,7% до рівня в 27,318 млн. грн. Проте в 2022 році в умовах пандемії у зростанні медикаментів підприємство збільшило обсяги виробництва продукції, що дозволило збільшити дохід на 15,6% до рівня в 31,595 млн. грн.

В 2021 році чистий прибуток підприємства збільшився на 2,3% до рівня в 12,431 млн. грн., а в 2022 році при зростанні на 12,36% він становив 13,967 млн. грн.

### **2.3 Аналіз ділової активності АТ «ФАРМАК»**

Для аналізу ділової активності підприємства АТ «Фармак» проаналізуємо основні її показники.

1. Показники фінансової стійкості, які характеризують його платоспроможність і дають змогу визначити його фінансові можливості в майбутньому (табл. 2.2).

За останні три роки спостерігається зниження коефіцієнта платоспроможності (автономії) з 0,846 в 2022 році до 0,769 в 2022 році.

Таблиця 2.2

Динаміка показників фінансової стійкості АТ «Фармак» в 2020-2022 рр.

Показник	Роки			Абсолютний приріст		
	2020	2021	2022	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Коефіцієнт автономії	0,846	0,869	0,769	0,023	-0,100	-0,077
Коефіцієнт фінансової залежності	1,182	1,150	1,300	-0,031	0,149	0,118
Коефіцієнт маневреності власних засобів	0,732	0,772	0,551	0,041	-0,221	-0,181
Коефіцієнт маневреності робочого капіталу	0,732	0,772	0,551	0,041	-0,221	-0,181
Коефіцієнт концентрації позичкового капіталу.	0,154	0,131	0,231	-0,023	0,100	0,077
Коефіцієнт фінансування	5,502	6,647	3,336	1,146	-3,311	-2,165
Коефіцієнт заборгованості	0,182	0,150	0,300	-0,031	0,149	0,118
Коефіцієнт забезпеченості запасів	4,240	5,795	3,124	1,554	-2,671	-1,116
Коефіцієнт забезпеченості оборотних активів.	0,801	0,837	0,648	0,036	-0,189	-0,153
Коефіцієнт інвестування	4,239	5,140	2,232	0,901	-2,908	-2,007

*Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності*

Варто відзначити, що не зважаючи на це зниження, коефіцієнт автономії залишається вищим за нормативний рівень 0,5, що свідчить про те, що підприємство має достатню незалежність від зовнішніх джерел фінансування. Коефіцієнт концентрації позичкового капіталу зменшився на 2,3% у 2021 році і становив 13,3%. У 2020 році цей коефіцієнт становив 7,7% в порівнянні з рівнем 23,1%. Зростання даного коефіцієнту є негативним для підприємства, оскільки воно свідчить про збільшення обсягів залученого позикового капіталу з рівня 15,4% у 2021 році до 23,1% у 2023 році.

Другий аспект стосується показників рентабельності, які використовуються для оцінки ефективності застосування активів і капіталу у виробничому процесі. (рис.2.9-2.11).

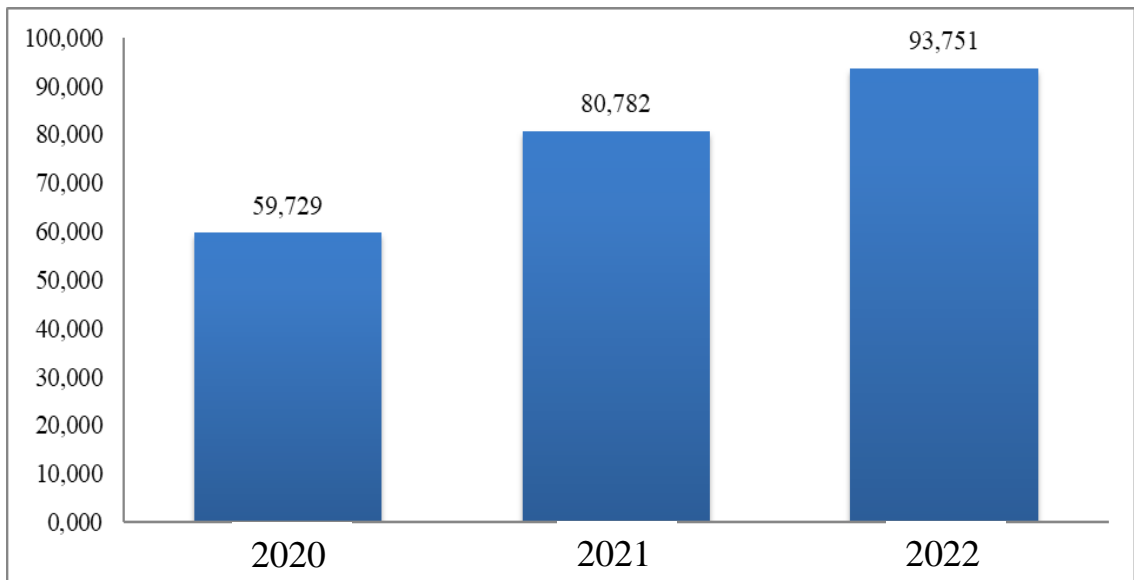


Рис. 2.9. Динаміка рентабельності продукції на АТ «Фармак» в 2020-2022 рр., тис. грн.

*Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності*

Коефіцієнт рентабельності продукції за досліджуваний період мав чітку динаміку до зростання із рівня в 59,7% в 2020 році до 93,7% в 2022 році, що є позитивним явищем в роботі підприємства «Фармак» в 2020-2022 рр., тис. грн.

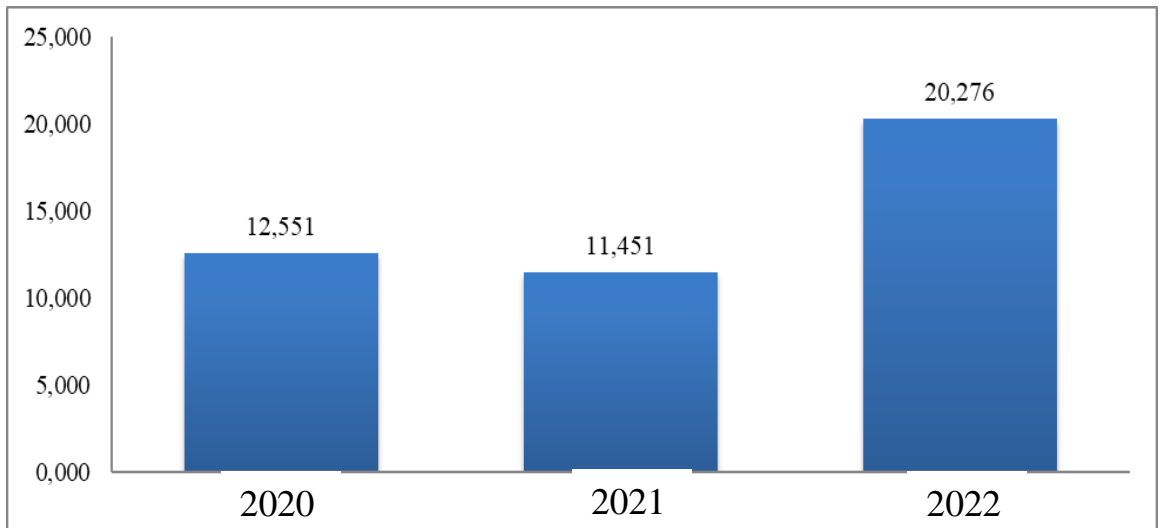


Рис. 2.11. Динаміка рентабельності власного капіталу на АТ «Фармак» в 2020-2022 рр., тис. грн.

*Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності*

Показник рентабельності власного капіталу за аналізований період мав такі значення в 2022 році – 14,8%, у 2021 році – 13,174% (-1,7%), у 2022 році – 26,353, що показує отримання підприємством 0,263 грн чистого прибутку на кожен залучену гривню власних коштів у 2022 році.

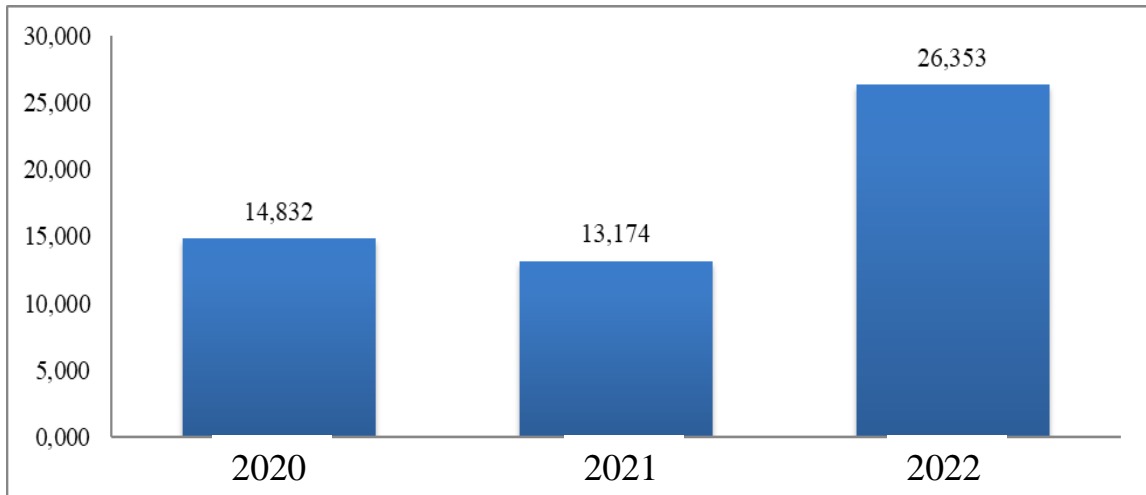


Рис. 2.12. Динаміка рентабельності АТ «Фармак» в 2020-2022 рр., тис. грн.

*Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності*

Протягом 2020-2022 рр. відбувалося скорочення показників фондівдачі та зростання показника фондомісткості, що є негативним в роботі підприємства та свідчить про погіршення ефективності застосування основних засобів підприємства.

Фармацевтичний ринок України є одним з ключових секторів економіки, відіграючи важливу роль у забезпеченні національного здоров'я населення. Аналіз динаміки показників діяльності фармацевтичних компаній є критичним. У цьому розділі ми плануємо дослідити основні показники діяльності фармацевтичних компаній в Україні протягом останніх років і проаналізувати їх зміни та вплив на загальну економічну ситуацію в країні. Це аналітичне дослідження дозволить нам отримати більш глибоке розуміння сучасних тенденцій, що спостерігаються на цьому ринку, а також визначити стан і напрямки його подальшого розвитку. фармацевтичній галузі та визначити перспективи її розвитку на ринку

України. Для проведення аналізу динаміки показників діяльності фармацевтичних компаній ми використали фінансову інформацію за 2020, 2021 та частково 2022 роки. Крім того використані дані за 2022 рік через зміни у звітності, що відбулися після цього періоду.

У сучасному господарському середовищі фармацевтична індустрія відіграє важливу роль у забезпеченні медичних потреб населення та розвитку охорони здоров'я. Фармацевтичні компанії здійснюють виробництво, дистрибуцію та продаж медикаментів, сприяючи покращенню якості життя громади. Аналіз показників діяльності фармацевтичного ринку включає такі ключові аспекти, як обсяги виробництва та продажів, частка ринку, інвестиції у дослідження та розвиток, експорт та імпорт медикаментів, а також зміни в законодавстві, що регулює фармацевтичну галузь.

З метою забезпечення якості та безпеки медикаментів, у фармацевтичній галузі важливу роль відіграють регуляторні органи, які встановлюють стандарти виробництва, контролюють якість препаратів та забезпечують дотримання вимог до їх реєстрації та дозволу на застосування. Такі органи в Україні включають Державну службу лікарських засобів та контролю за наркотиками, Міністерство охорони здоров'я, Державну службу України з лікарських засобів та Державну службу України з лікарських засобів та контролю за наркотиками.

Висвітлення цих аспектів допоможе нам отримати більш повне уявлення про стан та динаміку фармацевтичного ринку України за розглянутий період і визначити перспективи його розвитку у майбутньому.

За аналізований період з 2020 по 2022 роки та станом на 20 січня 2023 року, фармацевтичний ринок України також проявив певну динаміку. Однак, слід зауважити, що дані за 2021 та 2022 роки не враховані через відсутність актуальної статистики внаслідок російського вторгнення в Україну та його наслідків.

У фармацевтичній галузі спостерігається постійне зростання попиту

на медикаменти та засоби медичного призначення, що впливає на розвиток фармацевтичного ринку. Загалом, фармацевтичний ринок України відіграє важливу роль у забезпеченні потреб населення в лікарських засобах та сприяє поліпшенню якості охорони здоров'я.

У період з 2020 по 2022 роки, кількість фармацевтичних компаній, які діють на ринку України, може варіюватись, але конкретні цифри відсутні в даному контексті. Зважаючи на постійне зростання попиту на лікарські засоби, можна припустити, що кількість фармацевтичних компаній на ринку також збільшувалась.

Проте, варто враховувати вплив пандемії COVID-19 та воєнного конфлікту, які можуть мати негативний вплив на діяльність фармацевтичних компаній. Нестабільність економічного середовища та обмеження в діяльності, пов'язані з цими подіями, можуть вплинути на розвиток фармацевтичного ринку та кількість діючих компаній.

За результатами аналізу даних по маркетинговим організаціям, можна зробити наступні висновки:

Фармак (Україна) продовжує лідирувати на ринку, зберігаючи свою першу позицію у 2021, 2022 та 2023 роках. Ця компанія показала незначний приріст продажу в гривневому вираженні, що свідчить про її стабільність і успішність.

Дарниця (Україна) також зберігає свою другу позицію на ринку. Компанія показала значний приріст продажу в гривневому вираженні, що свідчить про її активний розвиток і популярність серед споживачів.

Asino (Швейцарія) займає третю позицію на ринку. Вона показала незначний зниження продажів у 2022 році, але відновила свій ріст у 2023 році. Це свідчить про стабільність компанії та її конкурентоспроможність.

Teva (Ізраїль) займає четверту позицію на ринку. Компанія також показала незначний приріст продажу, що свідчить про її стабільність та утримання позицій на ринку.

№ з/п, рік			Маркетуюча організація	Приріст продажу в гривневому вираженні, %	Evolution index	Частка на ринку, %
2021	2022	2023				
1	1	1	Фармак (Україна)	0,01	98	5,53
2	2	2	Дарниця (Україна)	23,2	120	4,78
5	3	3	Асінно (Швейцарія)	-2,6	95	3,41
4	4	4	Тева (Ізраїль)	1,7	99	3,38
9	8	5	Київський вітамінний завод (Україна)	8,9	106	3,25
6	7	6	Корпорація «Артеріум» (Україна)	1,5	99	3,13
7	9	7	Berlin-Chemie (Німеччина)	10,4	108	2,92
8	6	8	KRKA (Словенія)	-7,9	90	2,88
3	5	9	Sanofi (Франція)	-18,4	80	2,57
10	10	10	Кусум Фарм (Україна)	4,8	102	2,50
14	11	11	Дельта Медікел (Україна)	18,3	116	2,48
16	13	12	Servier (Франція)	-0,1	98	1,79
11	14	13	Юрія-Фарм (Україна)	-4,7	93	1,69
13	12	14	Sandoz (Швейцарія)	-20,2	78	1,62
12	15	15	Група компаній «Здоров'я» (Україна)	-10,5	87	1,53
17	17	16	Abbott Products (Німеччина)	8,5	106	1,48
24	18	17	ІнтерХім (Україна)	12,3	110	1,44
28	21	18	AstraZeneca (Великобританія)	17,5	115	1,39
15	16	19	Bayer Pharmaceuticals (Німеччина)	-22,1	76	1,26
36	33	20	Organosyn Life Sciences (Індія)	33,1	130	1,18

Рис.2.13. Динаміка щодо провідних фармацевтичних компаній на ринку за продажем різних категорій товарів

*Джерело: складено автором*

Загалом, аналіз даних по маркетинговим організаціям демонструє, що українські фармацевтичні компанії займають провідні позиції на ринку, в той час як іноземні компанії також залишаються конкурентоспроможними. Це свідчить про динамічний розвиток фармацевтичної галузі в Україні та постійний інтерес споживачів до медичних продуктів.

Тепер можемо розглянути роздрібний продаж різних категорій товарів «аптечного кошика» в грошовому і натуральному вираженні за підсумками I кв. 2021–2023 рр.



Квітень, рік	Лікарські засоби			Дієтичні добавки			Медичні вироби			Косметика			Ринок у цілому	
	Обсяги аптечного продажу	Δ, %	Частка категорії в «аптечному кошику», %	Обсяги аптечного продажу	Δ, %	Частка категорії в «аптечному кошику», %	Обсяги аптечного продажу	Δ, %	Частка категорії в «аптечному кошику», %	Обсяги аптечного продажу	Δ, %	Частка категорії в «аптечному кошику», %	Обсяги аптечного продажу	Δ, %
Грошове вираження, млн грн														
2021	9282,6	75,3	81,3	984,4	133,7	8,6	806,7	21,4	7,1	339,7	24,7	3,0	11 413,3	71,6
2022	6340,6	-31,7	83,4	531,6	-46,0	7,0	453,8	-43,7	6,0	277,3	-18,4	3,6	7603,3	-33,4
2023	10 109,7	59,4	79,3	1314,0	147,2	10,3	814,4	79,5	6,4	507,4	83,0	4,0	12 745,7	67,6
Натуральне вираження, млн упаковок														
2021	88,2	33,0	60,1	9,4	93,5	6,4	45,2	18,7	30,8	3,9	5,1	2,7	146,7	29,9
2022	54,0	-38,8	69,2	3,8	-59,6	4,9	17,8	-60,6	22,8	2,4	-37,3	3,1	78,0	-46,8
2023	68,1	26,1	66,5	8,0	111,4	7,8	22,7	27,6	22,2	3,6	48,2	3,5	102,4	31,3

Рис.2.14. Динаміка щодо Обсяги роздрібного продажу різних категорій товарів «аптечного кошика»

*Джерело: складено автором*

**Лікарські засоби:** Обсяги продажу лікарських засобів в квітні 2023 року зросли на 59,4% порівняно з минулим роком. Частка категорії лікарських засобів в "аптечному кошику" склала 79,3%. Це свідчить про стабільний попит на медичні препарати та їх активне застосування.

**Дієтичні добавки:** Обсяги продажу дієтичних добавок також зросли і становлять 1314,0 млн грн, що є збільшенням на 147,2% порівняно з попереднім роком. Частка дієтичних добавок в "аптечному кошику" склала 10,3%. Це свідчить про збільшений інтерес споживачів до здорового способу життя і піклування про своє здоров'я.

**Медичні вироби:** Обсяги продажу медичних виробів також зросли на 79,5% і складають 814,4 млн грн. Частка медичних виробів в "аптечному кошику" становить 6,4%. Це свідчить про зростаючу потребу у медичних засобах та аксесуарах для здоров'я.

**Косметика:** Обсяги продажу косметики також зросли на 83,0%, досягнувши 507,4 млн грн. Частка косметики в "аптечному кошику" складає 4,0%. Це свідчить про популярність косметичних засобів, які продаються в аптечних закладах.

Ринок у цілому: Ринок аптечних товарів в цілому в квітні 2023 року продемонстрував значне зростання обсягів продажу на 67,6%. Загальний обсяг аптечного продажу склав 12 745,7 млн грн. Це свідчить про стабільне зростання споживчого попиту на медичні товари та продукти, пов'язані зі здоров'ям.

Отже, за результатами аналізу можна сказати, що аптечний ринок в квітні 2023 року показав позитивні тенденції зі зростанням обсягів продажу у всіх категоріях товарів. Це свідчить про стійкий попит на медичні товари, дієтичні добавки, медичні вироби та косметику серед споживачів.

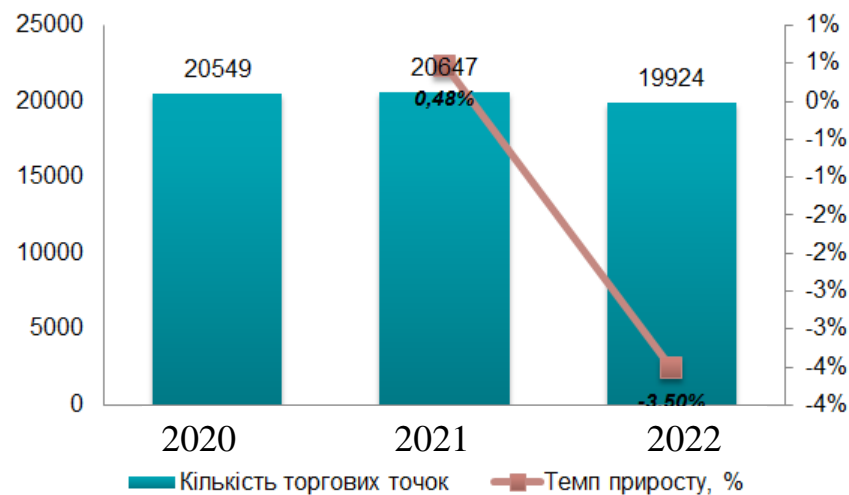


Рис.2.15. Динаміка кількості торгових точок у 2020-2022 рр.

*Джерело: складено і розраховано автором*

Порівнюючи дані фармацевтичного ринку за період з 2020 по 2022 рік, можна зробити наступні спостереження. По-перше, кількість зареєстрованих фармацевтичних точок практично не змінилася, залишаючись на рівні 20549 у 2020 році, 20647 у 2021 році та 19924 у 2022 році. В той же час, обсяг даних послуг значно збільшився, зростаючи на 30% від 2 438 млн.грн. у 2022 році до 3 175 млн. грн. у 2022 році.

Провівши аналіз ділової активності підприємства ми бачимо, що його показники достатньо високі, що говорить про міцні конкурентні позиції в своїй галузі.

## РОЗДІЛ 3

### НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ АТ «ФАРМАК»

#### 3.1 Пропозиції щодо поліпшення ділової активності АТ «ФАРМАК»

Проведений аналіз показав, що виявлені проблеми з ринком збуту у зв'язку з втратою доступу до споживачів на окупованих територіях останнім часом погіршив показники ділової активності підприємства. Крім того, існує також багато інших проблем у підприємства, які ми маємо виявити та використати конкурентні переваги підприємства для подальшого впровадження заходів, що підвищать ділову активність підприємства. Для цього можна використати метод SWOT-аналізу підприємства АТ "ФАРМАК" (табл.3.1). Для вирішення проблемних нами питань слід врахувати всі напрямки діяльності підрозділів акціонерного товариства "ФАРМАК", кожний з яких має свої сильні сторони, проблеми, можливості і загрози. Підрозділ виробництва відрізняється значними перевагами. В ньому працює кваліфікований персонал з великим досвідом у виготовленні фармацевтичних препаратів. Крім того, підрозділ обладнаний сучасними технологіями і устаткуванням, що дозволяє забезпечувати високу якість продукції і ефективність виробництва.

Зі свого боку, підрозділ маркетингу проявляє високу компетентність у розумінні ринку фармацевтики і аналізі споживчих тенденцій. Він успішно розробляє та впроваджує маркетингові стратегії, що допомагають привертати нових клієнтів і зберігати існуючих. Проте, обидва підрозділи також стикаються з проблемами. В підрозділі виробництва виникає дефіцит кваліфікованого персоналу, а також зростання витрат на сировину, що можуть негативно позначитися на продуктивності та рентабельності. Крім того, швидкі зміни технологій потребують постійного оновлення обладнання та навчання персоналу. У підрозділі маркетингу можуть виникати складнощі з визначенням ефективної стратегії маркетингу.

Таблиця 3.1

Пропозиції щодо удосконалення ділової активності підприємства на основі результатів SWOT-аналізу АТ "ФАРМАК"

		Зовнішнє середовище	
		Можливості (шанси)	Загрози
Внутрішнє середовище	Сильні сторони 1. Широкий асортимент продукції 2. Висока якість 3. Інноваційні дослідження та розробки 4. Надійні партнерські відносини з постачальниками	Можливості (шанси) 1. Розширення географії збуту продукції 2. Впровадження нових технологій 3. Зростання попиту на фармацевтичну продукцію 4. Розширення асортименту продукції	Загрози 1. Зростання конкуренції 2. Зміни в законодавстві та регулюючій сфері 3. Небезпечні епідемії та пандемії
	Слабкі сторони 1. Залежність від окремих продуктів 2. Недостатня увага до маркетингових зусиль 3. Відсутність каналів зворотного зв'язку з клієнтами	Поле СіМ Розвиток гнучкості виробництва: Інвестування в технології та процеси, які забезпечують більшу гнучкість у виробництві, може допомогти підприємствам швидше адаптуватися до змінних вимог клієнтів та ринку. Впровадження автоматизації, розумних систем управління запасами та гнучких виробничих ліній дозволить ефективніше використовувати ресурси та знизити витрати.	Поле СіЗ Інноваційність та дослідження: Інвестування в дослідження та розробку нових продуктів та технологій може створити конкурентні переваги для АТ ФАРМАК. Нові інноваційні продукти можуть привернути увагу клієнтів та забезпечити додаткові можливості збуту.
		Поле СлМ Посилення аналітики та прогнозування: Розвиток аналітичних здібностей та застосування передових методів прогнозування допоможе підприємствам більш точно визначати тенденції на ринку, передбачати зміни витрат та попиту, а також реагувати на них вчасно.	Поле СлЗ Розвиток резервних планів та гнучкості в ланцюжку постачання: Розробка резервних планів дій у разі негативних змін у геополітичній ситуації або з важливими партнерами може допомогти АТ ФАРМАК бути більш готовим до непередбачуваних ситуацій. Гнучкість у ланцюжку постачання, наприклад, шляхом швидкого переключення на альтернативних постачальників або логістичні маршрути, може допомогти зменшити вплив змін у відносинах з ключовими партнерами.

Але існують також можливості для подальшого розвитку. Підрозділ виробництва може розширити асортимент продукції, використовувати нові технології та автоматизацію процесів для покращення продуктивності і якості. Залучення партнерів у постачання сировини може забезпечити стабільне постачання. У підрозділі маркетингу можна розвивати цифрові маркетингові канали, аналізувати дані і персоналізувати маркетингові зусилля для привертання більшої цільової аудиторії і збільшення лояльності клієнтів.

Проте, існують загрози, з якими підприємство також має боротися. Підрозділ виробництва може стикатися зі зміною регулювання у фармацевтичній галузі, конкуренцією на ринку і зростанням витрат на енергію та сировину. Швидкі технологічні зміни можуть потребувати значних інвестицій у оновлення обладнання та навчання персоналу. Підрозділ маркетингу може зіткнутися зі змінами у споживчому попиті, конкуренцією та змінами в маркетингових технологіях. Зростання вимог до дотримання правил реклами та захисту персональних даних також можуть становити виклик для підрозділу.

Загальними висновками є те, що підрозділ виробництва має сильну основу засобів та навичок, а підрозділ маркетингу проявляє високу експертизу у визначенні стратегій.

Для подальшого розвитку підприємству АТ "ФАРМАК" рекомендується зосередитися на залученні і збереженні кваліфікованого персоналу, оновленні технологічного устаткування та оптимізації виробничих процесів.

Активне застосування цифрових маркетингових каналів, аналіз даних і персоналізація маркетингу також сприятимуть подальшому розвитку підрозділу маркетингу. Крім того, управління змінами, пов'язаними з регулюванням, конкуренцією і технологіями, є важливим для забезпечення стійкого розвитку підприємства.

### 3.2 Впровадження програмних продуктів для удосконалення процесу моніторингу ділової активності підприємства

З метою проведення постійного моніторингу показників, що впливають на ділову активність підприємства, відстеження та оперативного реагування на негативні зміни, пропонуємо впровадження сучасних програмних продуктів, що допоможуть відслідковувати наступні показники:

- наявність і розміщення капіталу, ефективність та інтенсивність його застосування;
- оптимальність структури пасивів, фінансову незалежність та ступінь фінансового ризику;
- оптимальність структури активів та ступінь ризику;
- оптимальність структури джерел формування оборотних активів;
- платоспроможність та інвестиційну привабливість;
- ризик банкрутства (неспроможності);
- запас фінансової стійкості.

На основі фінансового аналізу, виявлення сильних і слабких сторін у фінансовому стані підприємства можна намітити заходи щодо його зміцнення або виходу зі складної фінансової ситуації. Для автоматизації оцінки управлінської звітності підприємства використовується принцип приведення до єдиного стандарту, який закладено основою комп'ютерних систем для фінансового аналізу. Ці системи призначені для автоматизації діагностики, оцінки та моніторингу фінансової діяльності підприємства [7].

У системі аналізу фінансового стану управлінська звітність наводиться до порівняльного виду відповідно до вимог міжнародних стандартів фінансової звітності. Дані управлінської звітності підприємства можуть бути внесені до вихідних форм спеціалізованої системи для фінансового аналізу вручну, а можуть автоматично завантажуватись з бухгалтерської системи.

Audit Expert Застосування комп'ютерних технологій покращує продуктивність фінансових експертів, що дозволяє скоротити терміни

проведення аналізу, більш повно охопити вплив факторів на результати господарської діяльності, замінити наближені розрахунки точними обчисленнями, а також вирішувати нові складні завдання аналізу, які не можуть бути виконані вручну або за допомогою традиційних методів.

Отже, на основі фінансової інформації підприємства, яка зберігається у файлі, проводиться переоцінка активів та пасивів балансу, після чого розраховуються стандартні фінансові показники, такі як ліквідність, фінансова стійкість, рентабельність та ділова активність підприємства. Ці показники дозволяють виявити слабкі місця та потенційні загрози для фінансового стану підприємства.

Вартість придбання та впровадження мережевої версії програмного забезпечення "Audit Expert" становить 85 тис. грн. Крім того, вартість адаптації програмного забезпечення до потреб підприємства становить 25-35% від його вартості. Впровадження програмного забезпечення "Audit Expert" передбачає проведення організаційно-технічних заходів, які здійснюються спільно фахівцями корпорації та замовником.

Таблиця 3.2

Вартість впровадження програмного забезпечення Audit Expert:

Найменування витрат	Сума, тис. грн.
Витрати з придбання та впровадження	105
Вартість адаптації ПЗ до вимог підприємства, 30% від вартості	31,5
Вартість впровадження, 15% від вартості	15,75
Непередбачені витрати	20
Разом поточні витрати	172,25

*Джерело: складено автором*

Послуги з впровадження програмного забезпечення Audit Expert включають в себе:

- обстеження підприємства;
- налагоджувальні роботи по введенню системи в експлуатацію;

- консультації за тематикою експлуатації системи;
- інші витрати.

Вартість впровадження програмного комплексу "Audit Expert" для підприємства включає капітальні (одноразові) та поточні витрати. Капітальні витрати включають в себе придбання та освоєння програмного забезпечення, а також навчання персоналу. Поточні витрати включають витрати, пов'язані з експлуатацією програмного комплексу "Audit Expert". Період корисної дії програмного комплексу визначається на п'ять років. Непередбачені витрати на консультації та виклик фахівців оцінюються в 30 тис. грн.

Отже, одноразові витрати становлять 123,75 тис. грн, а поточні витрати - 54,62 тис. грн. Загальна сума витрат складає 177,87 тис. грн. Впровадження програмного комплексу "Audit Expert" дозволить підприємству підвищити ефективність своєї діяльності шляхом скорочення робочого часу та можливості прийняття управлінських рішень щодо аналізу фінансового стану та впровадження відповідних управлінських заходів.

При оцінці ефективності впровадження проекту ставка дисконту може бути визначена за декількома критеріями, такими як вплив інфляційних процесів, ризикованість господарської діяльності та очікувані майбутні прибутки. Для визначення ставки дисконту пропонуються три можливі сценарії розвитку та зміни вартості грошей у часі. Оптимістичний сценарій передбачає зниження інфляційних процесів та ризикованості господарської діяльності у середньостроковому періоді, зі ставкою дисконту 20% протягом наступних 5 років. Реалістичний сценарій передбачає ставку дисконту на рівні 30%, а песимістичний сценарій, при високому зростанні інфляції, - 40%.

Отже, проведемо необхідні розрахунки:

1. вигодами проекту є економія коштів в обсязі 71,8 тис. грн.(табл. 3.3) в перший рік, а в наступні +10% із врахуванням середнього рівня інфляції в Україні (за останні 10 років);

2. сума амортизації складає за умови терміну 5 років  $123,3/5=24,7$ тис.грн.;



Таблиця 3.3

Економічна доцільність впровадження програмного комплексу Audit Expert:  
за оптимістичним сценарієм

Показники	2023 рік	2024 рік	2025 рік	2026 рік	2027 рік	Всього по проект у
Вигоди, тис. грн.	71,8	79,0	86,8	95,5	105,1	438,19
Амортизація, (123,3/5=24,66)	24,7	24,7	24,7	24,7	24,7	123,30
Витрати на оновлення системи, (згідно розцінок продавця, 10% на рік) тис. грн.		12,3	13,6	14,9	16,4	57,22
Фінансовий результат до оподаткування, грн.	47,1	42,0	48,6	56,0	64,0	257,67
Витрати з податку на прибуток (18%), тис. грн.	8,5	7,6	8,8	10,1	11,5	46,38
Чистий прибуток, тис. грн.	38,6	34,4	39,9	45,9	52,5	211,29
Інвестиції, тис. грн.	123,3	0,0	0,0	0,0	0,0	123,30
Коефіцієнт дисконтування (20% річних)	1,00	0,83	0,69	0,58	0,48	
Дисконтовані інвестиції, тис. грн.	123,3	0,0	0,0	0,0	0,0	123,30
Грошовий потік по проекту, тис. грн.	38,6	34,4	39,9	45,9	52,5	211,29
Дисконтований ГП, тис. грн.	38,6	28,7	27,7	26,6	25,3	146,86
Чистий приведений дохід (NPV), тис. грн.						23,56
Індекс (коефіцієнт) рентабельності річний ІР, %						1,19
Термін окупності проекту, років						3,66

*Джерело: складено автором*

3. витрати на оновлення системи дорівнюють згідно розцінок продавця, 10% на рік, або 12,3 тис. грн. в перший рік, а в наступні +10% із врахуванням середнього рівня інфляції в Україні (за останні 10 років);

4. фінансовий результат до оподаткування становить:  $71,8 - 24,7 = 47,1$  тис. грн.;

5. витрати з податку на прибуток становлять  $47,1 * 18\% = 8,5$  тис. грн.;

6. чистий прибуток становить  $47,1 - 8,5 = 38,6$  тис. грн.

Для прикладу, розраховуємо коефіцієнт дисконтування для ставки дисконту 20%: для 1 року коефіцієнт дисконтування не розраховується і становить 1;

Таблиця 3.4

Економічна доцільність впровадження програмного комплексу Audit Expert:  
за реалістичним сценарієм

Показники	2023 рік	2024 рік	2025 рік	2026 рік	2027 рік	Всього по проекту
Вигоди, тис. грн.	71,8	79,0	86,8	95,5	105,1	438,19
Амортизація, тис. грн.	24,7	24,7	24,7	24,7	24,7	123,30
Витрати на оновлення системи, (згідно розцінок продавця, 10% на рік) тис. грн.		12,3	13,6	14,9	16,4	57,22
Фінансовий результат до оподаткування, грн.	47,1	42,0	48,6	56,0	64,0	257,67
Витрати з податку на прибуток (18%), тис. грн.	8,5	7,6	8,8	10,1	11,5	46,38
Чистий прибуток, тис. грн.	38,6	34,4	39,9	45,9	52,5	211,29
Інвестиції, тис. грн.	123,3	0,0	0,0	0,0	0,0	123,30
Коефіцієнт дисконтування (30% річних)	1,00	0,77	0,59	0,46	0,35	
Дисконтовані інвестиції, тис. грн.	123,3	0,0	0,0	0,0	0,0	123,30
Грошовий потік по проекту, тис. грн.	38,6	34,4	39,9	45,9	52,5	211,29
Дисконтований ГП, тис. грн.	38,6	26,5	23,6	20,9	18,4	127,96
Чистий приведений дохід (NPV), тис. грн.						4,66
Індекс (коефіцієнт) рентабельності річний IR, %						1,04
Термін окупності проекту, років						3,79

*Джерело: складено автором*

Для 2 року:

$$КД2 = 0,83$$

$$КД3 = 0,69$$

$$КД4 = 0,58$$

$$КД5 = 0,48$$

Дисконтований грошовий потік визначається за формулою (3.2) [10]:

$$ДГП = ГП * КД \quad (3.2)$$

Розрахуємо чистий приведений дохід за формулою (3.3):

$$NPV = -IC + \sum CF_t / (1 + r)^t, \quad (3.3)$$

де NPV - величина чистого дисконтованого доходу; IC - початкові інвестиції;

r - ставка дисконтування.

Економічну доцільність впровадження даного заходу розрахуємо виходячи із двох сценаріїв [10]:

1. оптимістичного (коефіцієнт дисконтування 20%);
2. реалістичного (коефіцієнт дисконтування 30%);

Таким чином, впровадження програмного комплексу Audit Expert: на підприємстві є економічно обґрунтованим, адже чистий приведений дохід становитиме за оптимістичним сценарієм 23,56 тис. грн., а за реалістичним – 4,66 тис. грн.

## ВИСНОВКИ

Отже, в кваліфікаційно роботі було досліджено сутність ділової активності підприємства, її складові та методологію оцінки. Базою для дослідження було обрано підприємство АТ «Фармак», наведемо основні висновки з проведеного дослідження:

– Ділова активність охоплює всебічну оцінку діяльності підприємства, включаючи оцінку ступеня напруженості і досягнення планових показників у всіх сферах діяльності. Вона також включає зусилля, спрямовані на збільшення прибутковості підприємства та його привабливості для інвестицій, пошук потенційних резервів підвищення ефективності виробництва, аналіз ефективного застосування трудових, нематеріальних і фінансових ресурсів, а також прагнення до лідерства на ринку.

– важливою складовою інформаційного забезпечення ділової активності підприємства є зовнішнє середовище. Маючи на меті функціонування на ринку, підприємство повинно враховувати кожен тенденцію розвитку факторів макросередовища, так як ці тенденції впливають на його поведінку та результати діяльності. Мікросередовище є сукупністю елементів, які мають прямий зв'язок з самою компанією. Ці елементи прямо впливають на результати діяльності компанії.

– розглядаючи методику аналізу ділової активності підприємства варто наголосити, що важливою є методика оцінювання продукції. Здійснення оцінки рівня якості продукту виливається у низку операцій, що складаються із обрання номенклатури даних якості оцінки, формулювання їх ваги, а також здійснення порівняння з базою показників якості. Важливо досягнути високого рівня якості продукції, іншими словами відносної характеристики, котра бере за основу порівняння показників, які здійснюють оцінку якості до базових значень відповідної панелі показників; АТ «Фармак» є підприємством-виробником лікарських препаратів європейського рівня, з дотриманням усіх необхідних вимог до якості та виробництва. АТ "Фармак"

став лідером фармацевтичного ринку України та найбільшим експортером лікарських засобів з 2010 року завдяки своїй якості та інноваційному підходу. При аналізі фінансових показників видно, що чистий дохід від реалізації продукції зменшився на 30,7% до 27,318 млн. грн. у період з 2020 по 2021 рік. Однак, у 2022 році, в умовах пандемії, підприємство збільшило обсяги виробництва захисних костюмів та спецодягу, що призвело до зростання доходу на 15,6% до 31,595 млн. грн.

Собівартість реалізованої продукції скоротилася на 39% до 15,111 млн. грн. у 2021 році, але зросла на 7,9% до 16,307 млн. грн. у 2022 році.

У загальному аналізі ділової активності, АТ "Фармак" має достатній обсяг коштів для покриття своїх зобов'язань як короткострокових, так і довгострокових, що свідчить про його ліквідність.

Провівши аналіз ділової активності підприємства ми бачимо, що його показники достатньо високі, що говорить про міцні конкурентні позиції в своїй галузі;

У розділі 3 було надано рекомендації для посилення рівня ділової активності підприємства, для цього було обрано напрям вдосконалення керування грошовими потоками підприємства. Для збалансованості грошових потоків, обліку сезонних і циклічних коливань в формуванні позитивних і негативних потоків грошових коштів необхідно застосування платіжного календаря, яке допоможе оптимізувати середній залишок готівки і своєчасно відреагувати у разі виникнення незапланованих і непередбачених ситуацій в АТ «Фармак».

При цьому залишок коштів повинен встановлюватися в оптимальному для АТ «Фармак» обсязі, а не бути наслідком нинішніх умов оплати наявних зобов'язань. Пропонуємо для оптимізації грошових потоків використовувати наступну схему управління грошовими потоками Якісне планування грошових потоків від операційної діяльності дозволить підприємству реалізувати намічені плани, а в деяких випадках надасть можливість втриматися «на плаву».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрєєва Л.О., Лисак О.І. Методичні аспекти стратегічного розвитку підприємств. *Науковий журнал «Бізнес-інформ»*, № 6, 2016. С. 227-231
2. Безгінова Л. І. Моделі стратегічного управління підприємством. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2014. Вип. 2. С. 300-308.
3. Бруслиновська І.В., Матвійчук В.І. Теоретичні аспекти формування фінансової стратегії підприємства. *Економіка і організація управління*. 2018. Вип. 3. С. 100-111.
4. Висоцька М.П., Назаренко О.П. Управление экономикой в кризисных условиях. *Economic Development: Global Trends and National Peculiarities*. – Collective monograph. – Poland: “Publishing House “Baltija Publishing”, 2020. – 600 p. ISBN 978-9934-588-61-7. State University of Jan Kochanowski, 2020
5. Вороніна А.В., Берьозкіна А.Ю. Стратегічне управління: навчальний посібник. Кам'янське: ДДТУ, 2017. 418 с.
6. Гавловська Н. І. Стратегічне управління підприємством: сучасний аспект / Н. І. Гавловська, Є. М. Рудніченко. *Наука й економіка*. 2015. Вип. 1. С. 110-114.
7. Гевко О.Б., Шведа Н.М. Стратегічне управління: навчальний посібник. Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2016. 152 с.
8. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2015. 360 с.
9. Гудзь О.І. Формування фінансової стратегії підприємства. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Економіка і менеджмент. 2017. Вип. 24, Ч. 1. С. 107—110.
10. Денисюк В.О., Сікорський Д. О. Вихід підприємництва на інтернет-

ринок: проблеми, переваги та недоліки. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2015. С. 15—21.

11. Дончак Л. Г. Сутність та удосконалення стратегічного управління підприємством. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2016. № 2.

12. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. С.Ф. Покропивного. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ: КНЕУ, 2005. 528 с.

13. Замкова Н.Л. Управління ефективністю діяльності підприємства / Н.Л. Замкова, А.О. Бондар // Менеджмент ХХІ століття: сучасні моделі, стратегії, технології. *Збірник наукових праць всеукр. наук.-практ. інтернет-конференції*. Вінниця: ВТЕІ КНТЕУ, 2015. С. 1224.

14. Зелінська О.В. Системний підхід до підвищення ефективності економічних процесів. Тези доповідей VII Міжнародної науково-методичної конференції Форуму молодих економістів-кібернетиків "Моделювання економіки: проблеми, тенденції, досвід, 2016. С. 25-26.

15. Ілюшенко Д. Шляхи покращення ділової активності підприємницьких структур. *Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми та перспективи підприємницьких структур за умов нестійких процесів розвитку економіки»*. 6 квітня 2023 р. К.: НАУ, 2023. С. 59-61.

16. Індекс очікувань ділової активності підприємств: веб-сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/open-data/api-dev> (дата звернення: 21.10.2022).

17. Кащена Н. Б., Горошанська О. О., Польова Т. В. Ділова активність підприємства: сутність та методика аналізу: монографія. Харків, 2016. 196 с.

18. Майбутнє українських компаній після війни: Європейська Бізнес Асоціація. URL: <https://eba.com.ua/> (дата звернення: 21.10.2022).

19. Кононова О. Є. Стан і тенденції розвитку стратегічного управління в Україні. *Вісник Одеського національного університету. Сер.: Економіка*. 2016. Т. 21, Вип. 7(1). С. 99-104.

20. Командровська В.Є., Градун А.І. Оцінка стратегії діяльності підприємства за допомогою методу бенчмаркінгу URL: <http://esobio.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/download/306/295>.

21. Командровська В.Є., Коваль О.В. Проблеми підвищення ефективності діяльності підприємства в умовах кризи. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*. 2012. Вип.26. URL: <https://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/461>.

22. Командровська В.Є. Проблеми використання світового досвіду реінжинірингу для підвищення ефективності бізнес-процесів організації. *Проблеми системного підходу в економіці. Збірник наукових праць*. Київ: НАУ, 2010. вип.46. С.87-91.

23. Командровська В.Є., Морозенко О.Ю. Бізнес-процеси підприємства: сутність та методи удосконалення. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: Збірник наукових праць*. Київ: НАУ, 2011. Вип.46. С.112-118.

24. Командровська В.Є., Тюрменко В.О., Чернишова Т.В. Управління бізнес-процесами клієнтоорієнтованості компанії. *Причорноморські економічні студії: зб.наук.праць*. Одеса: Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, 2019. Вип.48, частина 2. С.62-66.

25. Кузнєцова А.В. Застосування стратегічного планування на підприємстві: переваги та недоліки. *Управління розвитком*. 2014. №1. С. 124-126.

26. Міщенко А.П. Стратегічне управління: навч. посіб. / А.П. Міщенко. К.: Центр навч. літератури, 2018. 336 с.

27. Наливайко А.П., Гребешкова О.М., Решетняк Т.І. Стратегія підприємства у постіндустріальній економіці: *монографія*. К.: КНЕУ, 2017. 418 с.

Приймак С. В. Ділова активність як фактор зростання економічного потенціалу підприємства. Збірник тез звітної наукової конференції



Львівського національного університету імені Івана Франка за 2017 рік (електронне видання): Львів, ЛНУ ім. І. Франка, 2018. С. 121–125.

28. Соловей Н.В., Гудима В.Ю. Аналіз ділової активності підприємства як основа підвищення ефективності його діяльності. Молодий вчений. 2019. № 1 (65). С.247-249.

29. Сомов Д. О. Стратегічне управління системою стійких конкурентних переваг підприємства. *Бізнес Інформ*. 2015. №4. С. 273-278.

30. Стратегічне управління: навчальний посібник / В.Л. Дикань та ін. Київ: «Центр учбової літератури», 2019. 272 с. 2.

31. Стратегічне управління: навчальний посібник / В.О. Могилко та ін. Харків: ХНАДУ, 2016. 252 с

32. Стратегічний менеджмент: навчальний посібник / за заг. ред. Бутка М.П. Київ: «Центр учбової літератури», 2016. 376 с.

33. Сунцова О.О., Командровська В.Є., Любезна І.І. Економічний розвиток авіапідприємств в умовах агресивного стану зовнішнього середовища. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні відносини та світове господарство. Збірник наукових праць. Ужгород: ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2018. Вип.20. ч.3. С.68-74.

Ткачук Г. Ю. Оцінка ділової активності підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2015. Вип. 13. Ч. 4. С. 88–90.

34. Тютюнник Ю. М., Дорогань-Писаренко Л. О., Тютюнник С. В. Фінансовий аналіз: навчальний посібник (2-ге видання, змінене і доповнене). Полтава: Видавництво ПП «Астроя», 2020. 434 с.

35. Щелкунов В.І., Загорулько В.М., Подреза С.М., Командровська В.Є. та др. Стратегічне управління: навч. посіб. / ред. Щелкунов В.І. К.: НАУ-друк. 2012. 352 с.

36. Ясіновська І.Ф., Іщенко В.А. Ділова активність підприємства та шляхи її підвищення. Матеріали міжнародної конференції: Сучасні проблеми

правового, економічного та соціального розвитку держави. Харків, 2019. С. 206–209.

37. Ячменьова В. М. Ефективність управління діяльністю промислового підприємства та діагностика загроз: *монографія*: В. М. Ячменьова, М. В. Височина, О. Й. Сулима. Сімферополь: ВД АРІАЛ, 2010. 472 с.

38. Danilova, E.I., Marchenko, V.M., Kovalenko, Y.O., Ovsak, O.P., Komandrovskaya, V.Ye. Prospects for methodological support of procedures for managing the economic security of enterprise activities. *Estudios de Economia Aplicada*, 2021, 39(6).

39. Komandrovskaya, V., Kolesnyk, M., Barkova, K., Vasylyk, S., Dorofieiev, D. Conceptual bases of the Investment Mechanism of the Innovative Activity of Enterprises in the Context of Achieving the Tasks of Strategic Development. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, 2021 (11), P.111-118. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.11.15>.

40. Maksymenko Z., Komandrovskaya V., Creating a strategy for intellectual innovative development of the national economy. *Research Reviews of Czestochowa University of Technology Management*, vol. 42, p. 19-33. 2021.

41. Marchand M., Raymond, L. Researching Performance Measurement Systems: An Information Systems Perspectives // *International Journal of Operations & Production Management*, 2008, № 28(7), pp. 663-686.

42. Srimai S., Radford J., Wright, C. Evolutionary Paths of Performance Measurement: An Overview of Its Recent Development // *International Journal of Productivity and Performance Management*, 2011, № 60(7), pp. 662-687.