

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

**Кваліфікаційна робота
бакалавра**

на тему: «Шляхи та методи забезпечення конкурентоспроможності
фармацевтичної продукції АТ «Фармак» на зовнішньому ринку»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.0730-зед-с
спеціальності 073 менеджмент освітньої програми
менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
Іванова Є.С.

Керівник: доцент кафедри бізнес-адміністрування і
менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,
кандидат філософських наук, доцент
Сухарева К.В.

Рецензент: завідувач кафедри бізнес-адміністрування
і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,
доктор наук з державного управління, професор
Бікулов Д. Т.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет менеджменту _____

Кафедра бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності _____

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр _____

Спеціальність 073 Менеджмент _____

Освітня програма Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності _____

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

Д.Т. Бікулов _____

« ____ » _____ 2023 року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА**

Іванова Євгенія Станіславівна _____

1. Тема роботи «Шляхи та методи забезпечення конкурентоспроможності фармацевтичної продукції АТ «Фармак» на зовнішньому ринку» _____
керівник роботи: Сухарева К.В., доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, кандидат філософських наук, доцент _____

затверджені наказом ЗНУ від 12.01.2023 року № 26-с _____

2. Строк подання студентом роботи 23.05.2023 р. _____

3. Вихідні дані до роботи навчальні посібники, монографії, періодичні та аналітичні вітчизняні та зарубіжні матеріали, фінансова звітність підприємства, інтернет ресурси _____

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____

1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ _____

2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ АТ «ФАРМАК» НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ _____

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)_

13 таблиць

5 рисунків

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Сухарева К.В.		
2	Сухарева К.В.		
3	Сухарева К.В.		

7. Дата видачі завдання 01.10.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи у наукового керівника.	01.10.2022	
2.	Затвердження змісту роботи.	02.10.2022	
3.	Огляд літератури за темою кваліфікаційної роботи.	03.10.22-13.11.22	
4.	Розробка чернетки I розділу кваліфікаційної роботи.	14.11.22-23.12.22	
5.	Написання I розділу кваліфікаційної роботи.	24.12.22-31.01.23	
6.	Збір розрахунково-аналітичного матеріалу за темою.	01.02.23-21.02.23	
7.	Розробка чернетки II розділу кваліфікаційної роботи.	22.02.23-20.03.22	
8.	Написання II розділу кваліфікаційної роботи.	21.03.23-29.04.23	
9.	Оформлення кваліфікаційної роботи згідно вимог.	30.04.23-08.05.23	
10.	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	09.05.2023	
11.	Проходження нормоконтролю.	10.05.23-31.05.23	
12.	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру.	01.06.2023	
13.	Захист кваліфікаційної роботи.	червень 2023	

Студент _____
(підпис)

Є. С. Іванова
(ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____
(підпис)

К. В. Сухарева
(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено
Нормоконтролер _____
(підпис)

Т. М. Магомедова
(ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота бакалавра: 59 с., 5 рис., 13 табл., 40 джерел.

Об'єкт дослідження: зовнішньоекономічна діяльність АТ «Фармак» та рівень конкурентоспроможності його продукції.

Предмет дослідження: обґрунтування шляхів та методів підвищення конкурентоспроможності фармацевтичної продукції на зовнішньому ринку.

Мета дослідження: дослідження конкурентоспроможності фармацевтичної продукції та її оцінка на прикладі препаратів АТ «Фармак».

Методи дослідження: аналітичного порівняння, зіставлення показників, індексний метод, методи теоретико-емпіричного дослідження.

В процесі дослідження визначено поняття «конкурентоспроможність товарів» та методи оцінки конкурентоспроможності товарів підприємства.

Розглянуто шляхи підвищення конкурентоспроможності товарів на зовнішньому ринку. Так, в першу чергу слід зосередити увагу на цінній політиці, далі на інвестиційній, податковій та кредитній політиці уряду країн щодо конкурентоспроможної продукції.

Проведено оцінку зовнішньоекономічної діяльності АТ «Фармак» та оцінено конкурентоспроможність продукції АТ «Фармак» на зовнішньому ринку. Визначено, що компанія працює досить ефективно та займає перше місце в Україні по експорту фармацевтичної продукції. Товар АТ «Фармак» має досить високу конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

На основі аналізу запропоновано шляхи та методи підвищення конкурентоспроможності продукції: розширювати асортимент, підвищувати якість, проведення виставок та конференцій, створення мобільного додатку, розробка нових виняткових препаратів, налагодження співпраці з зовнішніми дистриб'юторами.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ, РИНОК ЗБУТУ, ЦІНОВА ПОЛІТИКА, СЕГМЕНТ РИНКУ, ЕКСПОРТ

ABSTRACT

Bachelor's qualification work: 59 p., 5 pic., 13 tables, 40 sources.

The object of the study: the foreign economic activity of Farmak JSC and the level of competitiveness of its products.

The subject of the research: substantiation of the ways and methods of increasing the competitiveness of pharmaceutical products on the foreign market.

The purpose of the study: the study of the competitiveness of pharmaceutical products and its assessment on the example of drugs of JSC "Farmak".

Research methods: analytical comparison, comparison of indicators, index method, methods of theoretical and empirical research.

In the course of the research, the concept of "competitiveness of goods" and methods of assessing the competitiveness of the company's goods were defined.

Ways to increase the competitiveness of goods on the foreign market are considered. So, first of all, attention should be focused on the price policy, then on the investment, tax and credit policies of the governments of the countries regarding competitive products.

The foreign economic activity of Farmak JSC was evaluated and the competitiveness of Farmak JSC products on the foreign market was assessed. It was determined that the company works quite efficiently and ranks first in Ukraine in the export of pharmaceutical products. JSC "Farmak" products are quite competitive on the international market.

Based on the analysis, ways and methods of increasing the competitiveness of products are proposed: expanding the assortment, increasing quality, holding exhibitions and conferences, creating a mobile application, developing new exceptional drugs, establishing cooperation with external distributors.

PRODUCT COMPETITIVENESS, SALES MARKET, PRICE POLICY, MARKET SEGMENT, EXPORT

ЗМІСТ

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА.....	2
РЕФЕРАТ.....	4
ABSTRACT.....	5
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ.....	9
1.1 Конкурентоспроможність товарів: основні поняття, критерії та фактори взаємодії.....	9
1.2 Оцінка конкурентоспроможності товарів підприємства.....	11
1.3 Підвищення конкурентоспроможності товарів на зовнішньому ринку.....	14
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ АТ «ФАРМАК» НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ.....	16
2.1 Загальна характеристика та аналіз зовнішньоекономічної діяльності АТ «Фармак».....	16
2.2 Оцінка конкурентоспроможності фармацевтичної продукції АТ «Фармак» на зовнішньому ринку.....	24
2.3 Шляхи та методи забезпечення конкурентоспроможності фармацевтичної продукції АТ «Фармак» на зовнішньому ринку.....	30
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	34
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ.....	38
ДОДАТКИ.....	43

ВСТУП

В епоху глобалізації конкуренція на міжнародному ринку посилюється. Збереження та укріплення позицій бізнесу реалізується внаслідок підвищення його конкурентоспроможності. Фармацевтична промисловість відіграє важливу роль у покращенні глобальної охорони здоров'я. Близько двох мільярдів людей у всьому світі не мають достатнього доступу до основних ліків і вакцин або не мають жодного доступу до них. У фармацевтичній промисловості конкуренція може спонукати компанії-виробники брендів створювати нові та вдосконалені ліки та спонукати компанії-генерики пропонувати менш дорогі альтернативи.

Доцільність господарської діяльності на закордонному ринку відображає рівень конкурентоспроможності продукції. Основною проблемою міжнародної конкурентоспроможності у фармацевтичній галузі є велика кількість конкурентів та препаратів-аналогів. Актуальність дослідження конкурентоспроможності продукції полягає у тенденції до нових вимог забезпечення конкурентоспроможності. Так, наразі в її основу покладені нецінові фактори (якість та технічний рівень продукту). Щодо підприємств України, то проблема конкурентоспроможності продукції на міжнародному ринку є дуже важливою та полягає у подоланні невідповідностей міжнародних вимог до якості та ціни продукції.

Методи та шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції на зовнішньому ринку досліджували такі фахівці, як Антипова К. І., Шевчука Д.А., Гаркавенка С. С., Примака Т. О., Войчака А. В., Павленка А. Ф., Романова А. А., Баркана Д. І. та ін.

Метою даної роботи є дослідження шляхів та методів забезпечення конкурентоспроможності продукції на зовнішньому ринку.

Завдання кваліфікаційної роботи:

- дослідити поняття «конкурентоспроможність товарів»;

- вивчити методи оцінки конкурентоспроможності товарів підприємства;
- розглянути шляхи підвищення конкурентоспроможності товарів на зовнішньому ринку;
- дослідити господарську та зовнішньоекономічну діяльність АТ «Фармак»;
- оцінити конкурентоспроможність фармацевтичної продукції АТ «Фармак» на зовнішньому ринку;
- розробити шляхи та методи забезпечення конкурентоспроможності фармацевтичної продукції АТ «Фармак» на зовнішньому ринку.

Предметом дослідження в даній роботі є обґрунтування шляхів та методів підвищення конкурентоспроможності фармацевтичної продукції на зовнішньому ринку. Об'єктом дослідження є зовнішньоекономічна діяльність АТ «Фармак» та рівень конкурентоспроможності його продукції.

В процесі дослідження були використані наступні методи: аналітичного порівняння, зіставлення показників, індексний метод, методи теоретико-емпіричного дослідження.

Інформаційною базою дослідження послужили праці вітчизняних та зарубіжних фахівців у сфері конкурентоспроможності продукції, статистична інформація зовнішньої торгівлі та фінансова звітність досліджуваного підприємства.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРІВ НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

1.1 Конкуренстоспроможність товарів: основні поняття, критерії та фактори взаємодії

Конкуренстоспроможні продукти — це товари та послуги, які цільовий ринок може вибрати замість вашого. Конкуренстні товари можуть включати: фізичні продукти, як-от одяг та іграшки; цифрові продукти, як-от електронні книги, онлайн-курси та програми потокового передавання медіа; живі події, такі як вечірки, виступи та фестивалі; професійні послуги, такі як консалтинг, коучинг і дизайн [1].

Наразі стає неможливим оцінити чи охарактеризувати господарську діяльність підприємства без оцінки конкуренстоспроможності. Складність дослідження даної категорії, зумовила виникнення розбіжностей у її визначенні.

Складність полягала в ототожненні понять «конкуренстоспроможність продукції» та «конкуренстоспроможність підприємства», підміною понять, масштабами розгляду конкуренстоспроможності.

Так, М. Портер розглядав конкуренстоспроможність продукції через сукупність показників фінансової та економічної діяльності підприємства як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринку [2].

Своєю чергою, Кузьмін О.Є. дещо по-іншому підходив до даної категорії. Він говорив, що конкуренстоспроможність товару проявляється у рівні здатності компанії задовольняти потреби та бажання клієнтів [3].

Конкуренстоспроможність товару як здатність підприємства продавати свою продукцію із запланованими фінансовими результатами, внаслідок кращого задоволення потреб, розглядали у своїй роботі А.В. Кваско та М. М. Лавренюк [4].

В цілому, конкурентоспроможність товару це певна його властивість, що проявляється в рівні задоволення ним конкретної потреби, при цьому цей рівень є вищим, ніж аналогічним продуктом компанії конкурента. Разом з тим, варто зазначати, що вона визначається тільки властивостями, що є цікавими для споживача.

Конкурентоспроможність товару залежить від факторів, що поділяються на внутрішні та зовнішні [5].

Зовнішні фактори визначають рівень розвитку країни, галузі, організації, рівень конкуренції на вході та виході, сила конкуренції аналогічних товарів.

Внутрішні ж фактори впливу на конкурентоспроможність продукції це: рівень персоналу, ціна товару, рівень витрат, організація виробничого та технологічного процесів, прогресивність та інноваційність виробництва тощо.

Існує три основні типи конкурентоспроможних продуктів, які необхідно розглядати під час дослідження [6]:

1. Прямі конкурентні продукти пропонують такий самий досвід за схожими цінами, що й фірма, і націлені на той самий ринок. Прикладами компаній, що пропонують прямі конкурентні продукти, є McDonald's, Burger King і KFC.

2. Продукти непрямой конкуренції – це продукти різних категорій, потенційно доступні за різними цінами, але орієнтовані на той самий ринок. Наприклад, пацієнти можуть вибирати між фармацевтичними препаратами та натуропатією для лікування своїх захворювань.

3. Замінні продукти пропонують клієнтам альтернативи продуктам фірми для вирішення тієї ж проблеми. Наприклад, голодний клієнт може вибрати запаковану їжу, а не обідати сидячи, якщо це буде йому зручніше.

Конкурентоспроможність продукту визначають споживачі, інвестори, держава та виробники в залежності від технічних, економічних та організаційних параметрів (рис. 1.1) [7].



Рис. 1.1 - Параметри визначення конкурентоспроможності продукції [7]

Технічні параметри відображають призначення, нормативні, ергономічні, естетичні та інші властивості товару. Економічні критерії включають ціну споживання та виробництва, а організаційні – наявність знижок, умови платежу і поставок, комплектність поставки, терміни і умови гарантії та ін. [8].

1.2 Оцінка конкурентоспроможності товарів підприємства

Виявлення та аналіз конкурентоспроможних продуктів є важливими кроками під час запуску бізнесу, розробки нових продуктів або вдосконалення існуючих.

Щоб провести аналіз конкурентного продукту необхідно виконати чотири основні кроки: визначити та проаналізувати конкурентів; випробувати конкурентний продукт на практиці; визначити слабкі сторони конкурентоспроможної продукції; визначити відмінності свого продукту (рис. 1.2) [9].

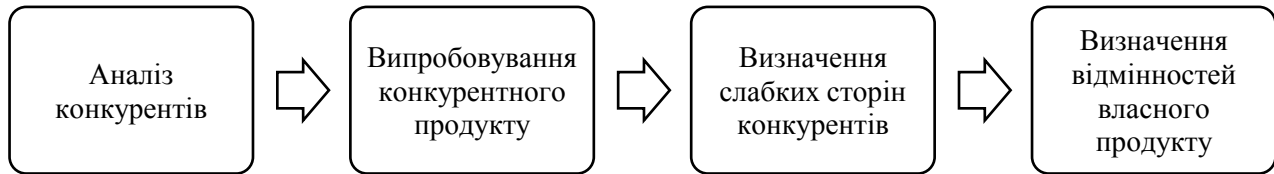


Рис. 1.2 - Алгоритм аналізу конкурентного продукту [9]

На першому етапі варто зібрати якомога більше загальнодоступної інформації про конкурентів із річних звітів, веб-сайтів, сторінок продажів товарів, підписок на електронні листи, відгуків клієнтів із соціальних мереж. В процесі збору необхідно визначити: які відмінні риси товару, які переваги чи наслідки споживання цього товару, які маркетингові повідомлення використовує конкурент для залучення цільових споживачів, як товар представлений візуально на фотографіях, відео чи макетах, скільки це коштує, які показники продажів у конкурента, яку рекламну тактику використовує конкурент, що подобається клієнтам, а що ні у товарі, згідно з відгуками чи публікаціями в соціальних мережах [10].

На другому етапі необхідно придбати товар конкурента та оцінити його як споживач. Так, можна визначити деталі щодо наявності товару у вільному продажі чи ні, переваги і недоліки в товарі, чи відчутні обіцяні переваги та результати, який досвід обслуговування клієнтів — онлайн, у магазині чи телефоном [11].

Третій етап передбачає визначення слабких сторін конкурентоспроможної продукції. Це дозволить вдосконалити свою продукцію, враховуючи недоробки конкурентів, що забезпечить перевершення продаж конкурентів [12].

На останньому етапі варто визначити переваги свого продукту. Виконання цього кроку допоможе залучити споживачів на цільовому ринку, перетворити їх на платоспроможних клієнтів і завоювати їхню лояльність [13].

При оцінці конкурентоспроможності фармацевтичної продукції варто враховувати свої окремі показники: показники якості, цінові та ринкові показники (рис. 1.3) [14].

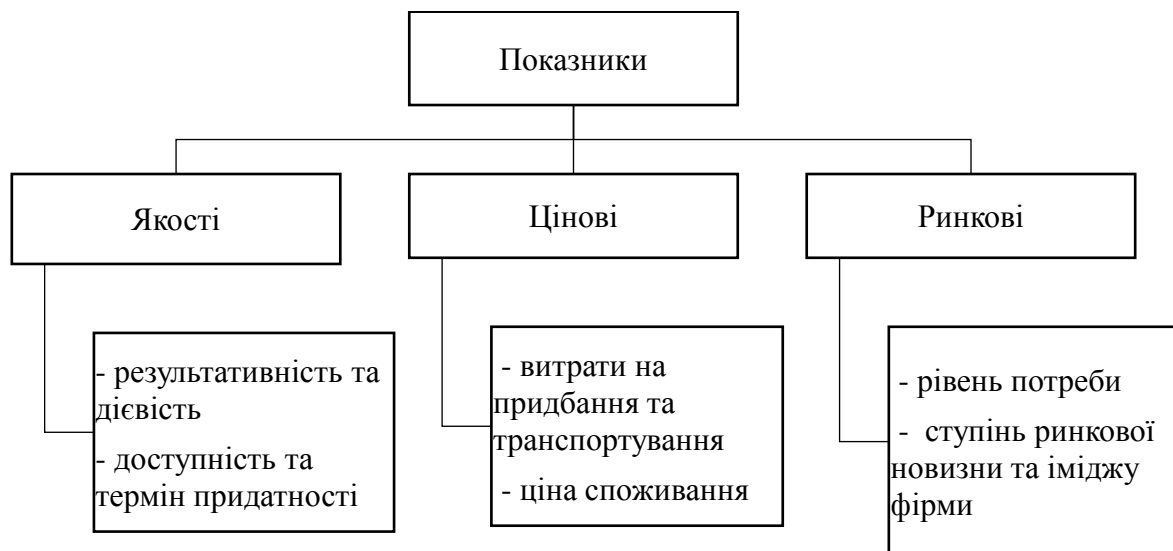


Рис. 1.3 - Показники для оцінки конкурентоспроможності фармацевтичної продукції [14]

Рівень конкурентоспроможності продукції оцінюють використовуючи аналітичні та графічні методи.

Графічні методи оцінки конкурентоспроможності продукції включають [15]:

- Матриця БКГ, яка враховує життєвий цикл товару. Оцінка проводиться виходячи зі співвідношення темпу зростання ринку продукції та його відносної частки;
- Модель «Привабливість ринку – переваги в конкуренції» дозволяє оцінити стан продукції на ринку стосовно конкурентів та розробити стратегії для підвищення конкурентоспроможності своєї продукції;
- Побудова карт стратегічних груп дає змогу визначити місце фірми на ринку, враховуючи зону чи сферу діяльності [16];

– Матриця Портера визначається конкурентною стратегією, яка орієнтована і на задоволення потреб, і на суперницькі сили ринку [15].

До аналітичних методів оцінки відносяться:

– Модель Розенберга базується на оцінці, з боку споживачів продукції на рівень задоволеності потреб та мотивів покупки;

– Розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності передбачає спочатку розрахунок окремих показників конкурентоспроможності шляхом порівняння їх з базовими або конкурентними показниками. А потім оцінюється інтегральний індекс з врахуванням ваги кожного окремого показника;

– Оцінка конкурентоспроможності через рівень збуту полягає у визначенні відносної частки ринку продукції та її переваги над конкурентами;

– Модель з ідеальною крапкою передбачає порівняння визначення відхилень показників конкурентоспроможності товару від їх ідеального значення [15].

Спільним недоліком методів є використання обмеженої групи факторів. Також в більшості з них використовується експертна оцінка, що є за своєю суттю суб'єктивною. Тому при оцінці конкурентоспроможності продукції варто використовувати дані методи комплексно.

1.3 Підвищення конкурентоспроможності товарів на зовнішньому ринку

Рівень конкурентоспроможності продукції визначає можливість міжнародної діяльності. Зовнішній ринок висуває свої вимоги до продукції. Наразі все більшого значення набувають нецінові фактори конкурентоспроможності. А якщо розглядати фармацевтичну продукцію, то тут якість та дієвість лікарських засобів буде мати вирішальне значення для споживача.

Розглядаючи фармацевтичний ринок, можна виділити фактори, що мають критичне значення для успіху компанії на зовнішньому ринку [17]:

1. Адаптація продукції до місцевих потреб.
2. Цілісне розуміння споживача продукції та ринку збуту.
3. Управління запасами відповідно до вимог ринку.
4. Застосування концепцій підвищення рентабельності та скорочення терміну окупності інвестицій.
5. Розуміння ціноутворення на зовнішньому ринку та допустимих меж.
6. Постійне управління якістю відповідно до міжнародних вимог [18].

Варто зазначити, що конкурентоспроможність проявляється у рівні попиту на продукцію, співвідношенні прибутку від реалізації на зовнішньому ринку та обсягу попиту, відношення обсягу реалізації на зовнішньому ринку до обсягу нереалізованої експортної продукції. Тому напрямки підвищення конкурентоспроможності повинні бути направлені на вдосконалення організаційної, технологічної, управлінської та інвестиційної політики підприємства [19].

Щоб отримати позитивний ефект від процесу підвищення конкурентоспроможності продукції підприємство має направити свої сили на якісну складову продукції та максимальне задоволення потреб зовнішніх споживачів у сукупності з мінімізацією витрат на виробництво та експорт. Однак в даному процесі не слід забувати про правильну послідовність дій.

Так, в першу чергу слід зосередити увагу на ціновій політиці, далі на інвестиційній, податковій та кредитній політиці уряду країн щодо конкурентоспроможної продукції. Далі варто вивчити питання регулювання імпорту, фінансового обліку та антимонопольну політику країн імпортерів.

Не останнє значення в забезпеченні конкурентоспроможності продукції має імідж компанії. Високий рівень іміджу підприємства є істотною перевагою як на внутрішньому так і на зовнішньому ринку. Особливо це важливо у фармацевтичній галузі оскільки їх продукція майже не відрізняється або незначно відрізняється.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ АТ «ФАРМАК» НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ

2.1 Загальна характеристика та аналіз зовнішньоекономічної діяльності АТ «Фармак»

Українська фармацевтична компанія АТ «Фармак» діє з 1925 року. У своєму розвитку АТ «Фармак» досягла високих результатів і вже більше 10 років є лідером в своїй галузі на вітчизняному ринку.

АТ «Фармак» має два майданчики для виробництва: в м. Київ та м. Шостка Сумської області. АТ «Фармак» має повний цикл виробництва, що збільшує її конкурентоспроможність. Всі лабораторії та виробничі потужності мають міжнародні сертифікати. Інспекції та аудиторські перевірки в АТ «Фармак» проходять з залученням міжнародних та українських регуляторів [20].

Крім того, «Фармак» має дочірні підприємства: «Смуглянка» (с.Затока, Білгород-Дністровський р-н, Одеської області), ТОВ «Фармахім» (м.Харків), ДП «Береніка» (с.Немиринці, Ружинський р-н, Житомирської області).

Підприємство постійно проводить розробку нових лікарських засобів. Щорічно випуск поповнює близько 20 нових видів [20].

«Фармак» входить в ТОП-25 інноваційних компаній України [21], ТОП-25 успішних маркетингових кампаній в Україні [22], є лідером в рейтингу Сумлінний платник податків – 2020 року [23].

Проведемо оцінку фінансових показників АТ «Фармак» на основі додатків А-В. Так, від величини та структури майна залежать обсяги діяльності, рівень платоспроможності та фінансова стійкість [15]. У табл. 2.1 наведено показники, що характеризують майновий стан АТ «Фармак».

Таблиця 2.1 – Оцінка майнового стану підприємства АТ «Фармак» [20]

Показник	рік			Відхилення			
	2019	2020	2021	%		+,-	
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,401	0,454	0,497	13,3	9,4	0,053	0,043
Коефіцієнт придатності	0,599	0,546	0,503	-8,9	-7,8	-0,053	-0,043
фондоозброєність	1530,9	1547,7	1508,6	1,1	-2,5	16,834	-39,19
фондовіддача	0,001	0,001	0,001	-1,1	2,6	0,000	0,000
Частка ОЗ в активах	0,579	0,556	0,478	-3,9	-14,0	-0,022	-0,078

Джерело: розроблено автором на основі фінансової звітності

Спостерігається зростання коефіцієнту зносу, що підтверджує старіння майна АТ «Фармак» і тому воно потребує оновлення. У 2021 році коефіцієнт зносу зріс на 9,4%. В цілому ж майно зношене більш, ніж на 45%. Також, скорочується коефіцієнт придатності, оскільки ці показники є оберненими.

Показник фондоозброєності скорочується у 2020 році на 1 людину припадало 1547,7 грн. вартості основних фондів, а в 2021 році цей показник скоротився до 1508,6 грн. Підтвердженням цього є зростання фондовіддачі. Спостерігається і скорочення частки ОЗ в активах АТ «Фармак» на 3,9% та на 14% в 2020 та 2021 роках відповідно.

Так, враховуючи факт старіння основних фондів та їх скорочення в динаміці, дана динаміка є нормальною.

Для більш детального аналізу оцінимо ліквідність та платоспроможність, використовуючи відносні показники (табл. 2.2) [24].

Таблиця 2.2 – Коефіцієнтний аналіз ліквідності та платоспроможності АТ «Фармак» [20]

Коефіцієнт	рік			Відхилення			
	2019	2020	2021	%		+,-	
1	2	3	4	5	6	7	8
Абсолютної ліквідності	0,087	0,184	0,853	110,3	364,2	0,096	0,669
Швидкої ліквідності	1,324	1,849	1,868	39,6	1,0	0,525	0,019
Загальної ліквідності	2,293	3,686	2,779	60,8	-24,6	1,394	-0,907
Маневреності власного капіталу	0,335	0,410	0,389	22,5	-5,0	0,075	-0,021
Чистий оборотний капітал	1532 243	2272960	2590341	48,3	14,0	740717	317381

Продовження табл. 2.2

1	2	3	4	5	6	7	8
Коефіцієнт платоспроможності	3,863	6,554	4,570	69,6	-30,3	2,690	-1,984

Джерело: розроблено автором на основі фінансової звітності

Коефіцієнт абсолютної ліквідності зростає в динаміці на 110% та 364% та його значення значно вище нормативного. Коефіцієнт швидкої ліквідності має нормативне значення та зростає в динаміці на 39,6% та 1%.

Значення коефіцієнта загальної ліквідності лежить в межах нормативного значення, однак також скорочується в динаміці. Це значення говорить про фінансову стійкість АТ «Фармак» та здатність проводити активну діяльність в умовах відсутності доступу до позикових коштів і зовнішніх джерел фінансування компанії.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу має вище нормативного значення. АТ «Фармак» залучає більше власних коштів на фінансування активів. Однак значення його скорочується у 2021 році на 5%, що говорить про зростання залежності від позик.

Чистий оборотний капітал більше 0, що є позитивним для АТ «Фармак» і відображає його виважену фінансову політику.

Коефіцієнт платоспроможності зростає в динаміці попри незначне скорочення у 2021 році. Високе його значення говорить про незначну залежність від позик.

Умовою розвитку фірми є стабільність її фінансових показників. Якщо підприємство фінансово стійке, то воно в стані «витримати» несподівані зміни ринкової кон'юнктури, і не опинитися на краю банкрутства [25].

Для оцінки рівня фінансової стійкості використовують різні показники (табл. 2.3).

Коефіцієнт фінансової автономії досліджуваного підприємства скорочується у 2021 році на 5% та досягає значення 2019 року. Він характеризує частку коштів, вкладених власниками АТ «Фармак» в майно.

Таблиця 2.3 – Аналіз фінансової стійкості АТ «Фармак» [20]

Коефіцієнт	рік			Відхилення			
	2019	2020	2021	%		+,-	
Фінансової автономії	0,758	0,809	0,769	6,7	-5,0	0,051	-0,041
Фінансової залежності	1,319	1,236	1,301	-6,3	5,3	-0,083	0,065
Фінансового ризику	0,319	0,236	0,301	-26,1	27,8	-0,083	0,065
Фінансової стабільності	3,135	4,245	3,322	35,4	-21,7	1,109	-0,923
Фінансової незалежності капіталізованих джерел	17,638	13,047	13,170	-26,0	0,9	-4,590	0,123
Поточної заборгованості	0,242	0,191	0,231	-21,2	21,3	-0,051	0,041

Джерело: розроблено автором на основі фінансової звітності

Показник фінансової залежності є індикатором фінансової стійкості, який також вказує на здатність компанії проводити прогнозовану діяльність в довгостроковій перспективі. Він знаходиться в межах нормативного значення та показує те, що у 2019 році АТ «Фармак» використовувало 1,236 грн. залучених фінансових ресурсів на кожен гривню свого капіталу. В 2021 році цей показник зріс на 5,3%.

Значення коефіцієнта фінансового ризику знаходиться в межах нормативного, тобто ризик залучення додаткового капіталу із зовнішніх джерел відсутній.

Індикатором фінансової стійкості, який говорить про здатність компанії відповідати за своїми зобов'язаннями в середньо і довгостроковій перспективі є коефіцієнт фінансової стабільності. Він вище нормативного значення, ризик відсутній.

Боргове навантаження на капітал відображає коефіцієнт поточної заборгованості. Його скорочення у 2019 році на 21,2%, а потім скорочення в 2021 році на 21,3% говорить про незмінність суми позик АТ «Фармак».

Ділова активність підприємства показує швидкість обороту активів та капіталу (табл. 2.4) [10].

Коефіцієнт ділової активності відображає, що у 2021 році для виробництва продукції було використано на 4,1% менше майна АТ «Фармак», ніж у 2019 році. Даний показник скорочується, хоч і наближається до оптимального.

Таблиця 2.4 – Аналіз ділової активності АТ «Фармак» [20]

Показник	рік			Відхилення			
	2019	2020	2021	%		+,-	
Коефіцієнт ділової активності	1,2	1,0	1,0	-15,2	-3,8	-0,2	0,0
Коефіцієнт ефективності використання фінансових ресурсів	0,194	0,163	0,156	-16,3	-4,1	0,0	0,0
Коефіцієнт використання власних коштів	0,258	0,207	0,198	-19,8	-4,3	-0,1	0,0
Оборотність запасів	2,7	2,1	2,2	-22,9	5,9	-0,6	0,1
Період обороту запасів	135,4	175,5	165,8	29,7	-5,6	40,2	-9,8
Оборотність активів	1,2	1,0	1,0	-15,2	-3,8	-0,2	0,0
Період обороту активів	307,3	362,6	376,7	18,0	3,9	55,3	14,1
Оборотність власного капіталу	1,6	1,3	1,2	-18,8	-3,9	-0,3	0,0
Період обороту ВК	231,2	284,7	296,3	23,1	4,1	53,5	11,6
Оборотність дебіторської заборгованості	4,9	4,5	5,2	-7,8	15,4	-0,4	0,7
Період погашення ДЗ	74,1	80,4	69,6	8,4	-13,4	6,3	-10,8
Оборотність кредиторської заборгованості	3,9	3,8	3,2	-1,6	-14,5	-0,1	-0,6
Період погашення КЗ	93,3	94,8	110,9	1,7	17,0	1,6	16,1
Оборотність ОБА	2,6	2,2	2,1	-15,3	-5,7	-0,4	-0,1
Період обороту ОБА	139,0	164,1	174,1	18,0	6,0	25,1	9,9
Період виробничого циклу	135,4	175,5	165,8	29,7	-5,6	40,2	-9,8
Період операційного циклу	209,5	255,9	235,4	22,2	-8,0	46,4	-20,5
Період фінансового циклу	116,2	161,0	124,4	38,6	-22,7	44,9	-36,6

Джерело: розроблено автором на основі фінансової звітності

Коефіцієнт ефективності використання фінансових ресурсів скорочується та вказує на неефективність їх використання. Така ж ситуація із власним капіталом АТ «Фармак».

У АТ «Фармак» простежується ріст операційного циклу в динаміці (у 2020 році він зріс на 46 днів, а у 2021 скоротився на 20 днів). Це є негативним. Вкладені кошти стали повільніше приносити прибуток. Тривалість фінансового циклу також зросла в динаміці. Це говорить про проблеми з ліквідністю. АТ «Фармак» залучає великі суми кредиторської заборгованості, що має негативні довгострокові наслідки.

Причинами таких змін стало:

– зростання періоду обороту запасів на 40 днів у 2020 році та незначне скорочення у 2021 році на 9,8 днів. Зростання періоду обороту свідчить про не продуманість тактики формування запасів.

– скорочення погашення дебіторської заборгованості на 10,8 дня у 2021 році (хоч у 2020 році показник зріс на 6,3 дні). Це відображає ефективну політику управління відносинами з постачальниками.

– період обороту кредиторської заборгованості також зростає, що зумовило скорочення фінансового циклу на 36,6 дні у 2021 році. При цьому власний капітал зробив лише 1,2 обороти, що на 0,1 оборот менше, ніж у 2020 року, що вказує на неефективність використання капіталу власників.

– зростання періоду обороту активів та оборотних активів на 25,1 день у 2020 році та 9,9 дні у 2021. Так, компанії необхідно більше ресурсів для того, щоб підтримувати поточний рівень активності.

Важливе значення має оцінка прибутковості АТ «Фармак» (табл. 2.5) [26].

Таблиця 2.5 – Аналіз рентабельності АТ «Фармак» [20]

Рентабельність	рік			Відхилення			
	2019	2020	2021	%		+,-	
активів	19,4	16,3	15,6	-16,3	-4,1	-3,18	-0,67
виробничих фондів	34,9	30,5	34,3	-12,8	12,5	-4,47	3,82
власного капіталу	25,8	20,7	19,8	-19,8	-4,3	-5,12	-0,89
реалізації по чистому прибутку	16,6	16,4	16,3	-1,3	-0,4	-0,22	-0,07
реалізації за прибутком від продажів	21,5	18,9	22,0	-11,8	16,4	-2,53	3,10
витрат	21,1	20,1	20,8	-4,6	3,6	-0,97	0,72
Валова рентабельність	55,8	56,7	57,8	1,5	1,9	0,85	1,08

Джерело: розроблено автором на основі фінансової звітності

По всіх показниках простежується скорочення. Так, прибутковість активів скоротилась у 2020 році на 3,18%, а у 2021 – ще на 0,67%.

Рентабельність виробничих фондів є індикатором ефективності виробничого процесу. Скорочення даного показника на 4,47% у 2020 році говорить про неоптимальну структуру запасів АТ «Фармак». Однак вже у 2021 році ситуація покращилась і показник зріс на 3,82%.

У 2020-2021 роках прибутковість вкладених коштів скоротилась на 5,12% та 0,89% відповідно. Про це свідчить скорочення прибутковості власного

капіталу.

Прибутковість реалізації та понесених витрат також скорочується. Валова рентабельність зростає через скорочення собівартості продукції.

Для підвищення прибутковості необхідно підвищувати ефективність діяльності АТ «Фармак» по збуту продукції та скорочувати витрати на виробництво шляхом підвищення рівня продуктивності праці, економічного використання сировини, матеріалів, палива, енергії, обладнання.

Проаналізувавши коефіцієнти ліквідності, платоспроможності, ділової активності, рентабельності та фінансової стійкості, бачимо, що АТ «Фармак» фінансово стійке.

АТ «Фармак» займає не останнє місце і на міжнародному ринку. Ринок збуту охоплює понад 30 країн світу. Основним видом діяльності АТ є виробництво фармацевтичних препаратів та гуртова торгівля ними. АТ «Фармак» є експортером-лідером медичних препаратів в Україні [27].

Продуктовий портфель АТ «Фармак» включає різні препарати терапевтичних груп. Основними напрямками виробництва та збуту є лікарські засоби шести груп дії (рис. 2.1).

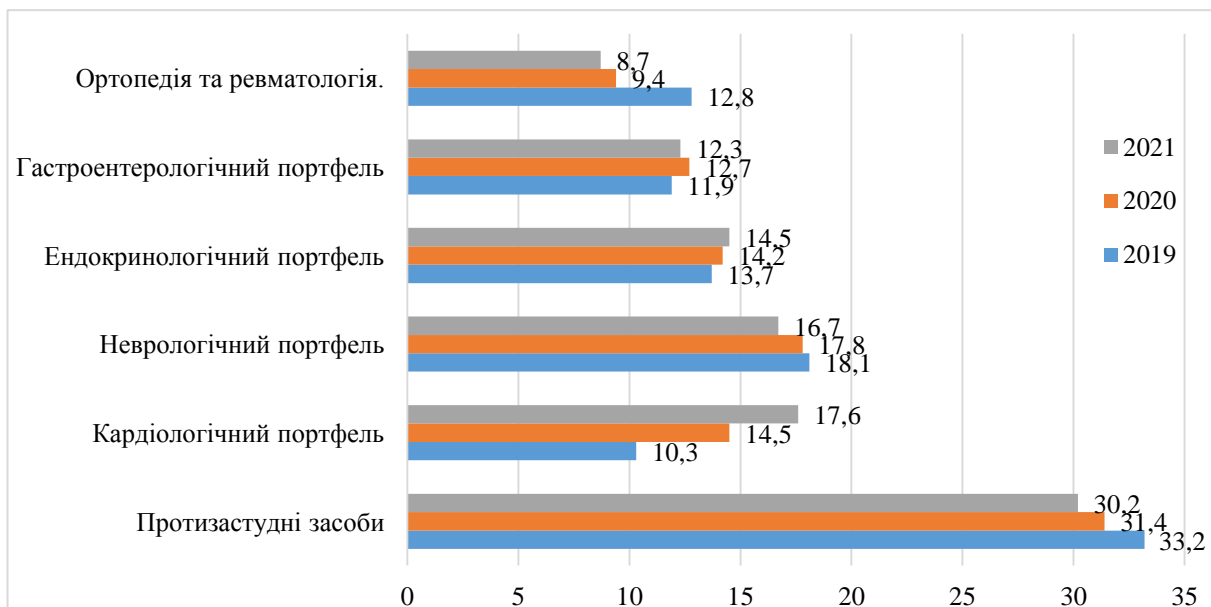


Рис. 2.1- Товарна структура експорту АТ «Фармак» в 2019-2021 рр, % [20]

Джерело: розроблено автором на основі консолідованої фінансової звітності

У своїй діяльності всі сили АТ «Фармак» направлені на розширення ринків збуту та нарощенні своєї присутності на міжнародному ринку. Наразі АТ «Фармак» має свої дочірні представництва в Узбекистані (ІП ТОВ «Фармак Уз»), Кіпрі (Фармак Інвест Лімітед), Польщі (Фармак Інтернешнл, НОРД ФАРМ, ТОВ «Фармак СП»). Крім того, «Фармак» представлена на ринках Киргизької Республіки, Республіки Казахстан, а також в місті Хошимін у В'єтнамі. У 2021 році фірма відкрила офіс в ОАЄ [28].

Оцінимо динаміку продажів АТ «Фармак» на різних ринках збуту (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Виторг АТ «Фармак» на різних ринках збуту, млрд. грн. [20]

Показник	рік						Відхилення	
	2019	%	2020	%	2021	%	%	
Виручка отримана на внутрішньому ринку	4,95	77,2	4,94	75,7	5,29	70,4	-0,2	7,1
Виручка отримана на зовнішньому ринку	1,46	22,8	1,59	24,3	2,23	29,6	8,9	40,3
Виручка всього	6,4	100	6,54	100	7,52	100	2,2	15,0

Джерело: розроблено автором на основі консолідованої фінансової звітності

Бачимо, що АТ «Фармак» нарощує обсяги реалізації на зовнішньому ринку. У 2020 році частка продукції реалізованої на міжнародному ринку становила 24,3%, а в 2021 році вже 29,6%.

Зростанню присутності на міжнародному ринку сприяла пандемія COVID-19, оскільки саме АТ «Фармак» виробляє такі необхідні препарати, як кортикостероїди, релаксатори, анальгетики, антибіотики, препарати для наркозу та седатії. Внаслідок цього, ринок збуту АТ «Фармак» розширився на Ізраїль, Великобританію, Швецію, Францію, Німеччину, Польщу, Австралію, Нову Зеландію, Мексику і Сінгапур. Ринками збутової діяльності «Фармак» є ринки Узбекистану, Казахстану та Іраку.

Розглянемо структуру експорту фармацевтичної продукції АТ «Фармак» (табл. 2.7).

Зростання обсягів експорту торкнулося всіх регіонів. Так, у 2020 році АТ «Фармак» наростила експорт в країни СНД на 5,7% або на 0,06 млрд. грн., а у

2021 році ще на 27,9% або на 0,31 млрд. грн. через розширення ринків збуту «Фармак» в Узбекистані та Казахстані.

Таблиця 2.7 – Реалізація продукції АТ «Фармак» за географічними регіонами, млрд. грн. [20]

Регіон	рік			Відхилення			
	2019	2020	2021	%		+,-	
Україна	4,95	4,94	5,29	-0,2	7,1	-0,01	0,35
СНД	1,05	1,11	1,42	5,7	27,9	0,06	0,31
Європейський союз	0,25	0,25	0,5	0,0	100	0	0,25
Азія	0,14	0,21	0,24	50,0	14,3	0,07	0,03
Австралія	0,01	0,02	0,04	100,0	100	0,01	0,02
Африка	0	0,01	0,03	-	200	0,01	0,02
Всього	6,4	6,54	7,52	2,2	15	0,14	0,98

Джерело: розроблено автором на основі консолідованої фінансової звітності

У 2021 році вдвічі зріс експорт в ЄС та Австралію, а в Африку зростання експорту склало 200% у 2021 році. Фактором такого зростання стало виробництво таких необхідних препаратів, як кортикостероїди, релаксатори, анальгетики, антибіотики, препарати для наркозу та седатії та розширення реалізації їх в Ізраїлі, Великобританії, Швеції, Франції, Німеччині, Польщі, Новій Зеландії, Мексиці та Сінгапурі.

2.2 Оцінка конкурентоспроможності фармацевтичної продукції АТ «Фармак» на зовнішньому ринку

Конкурентоспроможність є показником успішної діяльності на ринку. Вона визначає позицію компанії на ринку та результат її господарської діяльності.

З рис. 2.1 ми можемо бачити, що протягом трьох років АТ «Фармак» нарощує експорт кардіологічних препаратів. Крім того, за даними World Health Organization серцево-судинні захворювання є основною причиною смерті у всьому світі. За оцінками, у 2021 році від серцево-судинних захворювань померло 17,9 мільйона людей, що становить 32% усіх смертей у світі. З цих

смертей 85% були викликані серцевим нападом та інсультом. Понад три чверті смертей від ССЗ посідає країни з низьким і середнім рівнем доходу. З 17 мільйонів передчасних смертей (віком до 70 років) від неінфекційних захворювань у 2021 році 38% смертей були спричинені серцево-судинними захворюваннями [13].

Більшість серцево-судинних захворювань можна запобігти усуненням поведінкових факторів ризику, таких як вживання тютюну, нездорове харчування та ожиріння, відсутність фізичної активності та шкідливе вживання алкоголю.

Виходячи з цього, цілком зрозумілим є нарощення обсягів збуту кардіологічних препаратів з боку АТ «Фармак». Тому, оцінимо конкурентоспроможність лікарського засобу цієї групи, а саме «Тромбонет» (рис. 2.2).

Виходячи з особливостей препарату, оцінимо конкурентоспроможність з використанням комплексного інтегрального показника.



Рис. 2.2 - Зовнішній вигляд препарату Тромбонет АТ «Фармак»

За пунктом 1.2, розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності передбачає спочатку розрахунок окремих її елементів шляхом порівняння їх з базовими або конкурентними. А потім оцінюється інтегральний індекс з врахуванням ваги кожного окремого показника.

Одиничні показники конкурентоспроможності визначимо за формулою [24]:

$$q_i = \frac{p_i}{p_{i0}} * 100\% \quad (2.1)$$

де q_i – це одиничний показник конкурентоспроможності параметру;

p_i – величина параметра продукції, що аналізується;

p_{i0} – величина параметра продукту-аналога.

Інтегральний показник розрахуємо як суму добутків одиничних параметрів та їх вагових коефіцієнтів.

Ваговий коефіцієнт знаходимо як [29]:

$$b_i = \frac{\sum B_m / B_i}{n} * 100\% \quad (2.2)$$

де, b_i - ваговий коефіцієнт;

B_m - бал присвоєний кожному параметру окремим експертом;

B_i - сума всіх балів присвоєна одним експертом;

n - кількість експертів.

Оцінимо конкурентоспроможність препарату «Тромбонет»: склад 0,075 г клопідогрелю бісульфату. Відповідно до міжнародної класифікації препарат має назву Clopidogre [30].

За системою класифікації Anatomical Therapeutic Chemical (ATC) classification system визначимо основні аналоги-конкуренти даного препарату на зовнішньому ринку. Кожному препарату присвоїмо номер для спрощення розрахунків. Наведемо аналоги в табл. 2.8.

Таблиця 2.8 – Конкуренти-аналоги фармацевтичного препарату «Тромбонет» АТ «Фармак»

Код	Препарат	Виробник
A1	Атерокард	Київський вітамінний завод, Україна
A2	Клопідогрель-зентіва	Санофі, Франція
A3	Зилт	Артура фармасьютікалз, Індія
A4	Медогрель	Актавіс, Мальта
A5	Кардогрель	Сандоз Прайвіт Лтд, Індія/Словенія
A6	Клопідогрел-Тева	Тева, Ізраїль
A7	ФЛАМОГРЕЛЬ 75	Артура фармасьютікалз, Індія
A8	Плавікс	Санофі, Франція
A9	Клопідогрель-Ратіофарм	Аламед, Польща
A10	Клопідогрель-Фармекс	Фармекс Груп, Україна

Визначимо параметри для оцінки конкурентоспроможності препарату АТ «Фармак» (табл. 2.9).

Для оцінки препарату використаємо експертне оцінювання способом анкетування. Для початку розробимо анкети опитування (дод. Г-Д).

За отриманими даними та на основі власного аналізу провели групування даних.

Таблиця 2.9 – Параметри оцінки конкурентоспроможності фармацевтичного препарату «Тромбонет» АТ «Фармак»

Загальний показник	Параметр	Код
Параметри якості	Ефективність дії	Б1
	Побічні ефекти	Б2
Ергономічні параметри	Зручність упаковки	Б3
Технічні параметри	Термін використання	Б4
Естетичні параметри	Дизайн	Б5
Економічні параметри	Рівень попиту	Б6
	Наявність в асортименті	Б7
	Ціна	Б8

Ефективність лікарського засобу оцінили за 10-бальною шкалою, інші параметри – 5-бальною (де 0 – це найнижчий бал).

Далі за кожним параметром визначимо експертну оцінку. Щодо параметра Б8, його визначимо на основі особистого дослідження доступних статистичних даних. Результати сформуємо в табл. 2.10.

Таблиця 2.10 – Експертна оцінка параметрів фармацевтичних препаратів

	Б1	Б2	Б3	Б4	Б5	Б6	Б7	Б8
Тромбонет	8,3	1,6	4	2	4,6	4,7	4,1	115,5
А1	8,4	1,6	4	3	4,5	4,4	4	59
А2	8,9	1,6	4,5	3	4,3	4,4	4,8	110
А3	7,9	1,3	4,5	2	4,3	4	4,5	500
А4	6,7	2,4	3,8	2	4,2	4	3,6	102
А5	7,5	2	2,9	2	4,5	3,5	3,8	85
А6	7,8	1,6	4,2	3	4,2	4,5	4,5	107
А7	6,9	2,7	4	2	4,2	4,2	4,1	44
А8	9,1	1,6	4,8	3	4,8	4,8	4,7	859
А9	9,3	1,4	4,9	4	4,3	5	4,8	493
А10	8,2	1,6	4,5	3	4,7	4,3	4,1	53

На основі експертних оцінок проведемо порівняння аналогових препаратів та виберемо найкращий з них за кожним параметром. Якщо значення параметру переважає над конкурентним присвоюємо йому «1», якщо значення параметру нижче – «-1», якщо параметри рівні – «0» (табл. 2.11).

Таблиця 2.11 – Порівняння препаратів за всіма параметрами

	Б1	Б2	Б3	Б4	Б5	Б6	Б7	Б8	сума	перевага
А1 та А2	-1	0	-1	0	1	0	-1	1	-1	А2
А2 та А3	1	-1	0	-1	0	1	1	-1	1	А2
А2 та А4	1	1	1	1	1	1	1	-1	5	А2
А2 та А5	1	1	1	1	-1	1	1	-1	3	А2
А2 та А6	1	0	1	0	1	-1	1	1	4	А6
А2 та А7	1	1	1	1	1	1	1	-1	5	А2
А2 та А8	-1	0	-1	0	-1	-1	-1	1	-4	А8
А8 та А9	-1	-1	-1	-1	1	-1	-1	-1	-5	А9
А9 та А10	1	1	1	1	-1	1	1	-1	3	А9

Як бачимо в процесі попарного послідовного порівняння препарату, серед аналогів найкращим виявився препарат А9 – «Клопідогрель-Ратіофарм» (Аламед, Польща).

На основі даних анкетування, визначимо оцінки, які дали експерти кожному з препаратів та вагові коефіцієнти параметрів використовуючи формулу (2.2).

Дані представимо в табл. 2.12.

Таблиця 2.12 – Експертне оцінювання важливості параметру препарату

	Лікарі-кардіологи					Провізори					Ваговий коефіцієнт b_i
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Б1	8	8	8	8	8	7	6	8	7	6	0,21
Б2	7	7	6	7	7	5	3	6	6	8	0,17
Б3	4	5	5	2	4	2	1	5	5	3	0,10
Б4	6	4	7	3	5	3	2	3	8	2	0,12
Б5	3	2	1	1	3	4	4	1	1	1	0,06
Б6	1	3	2	6	1	8	8	2	2	7	0,11
Б7	2	1	4	4	2	1	5	4	4	4	0,09
Б8	5	6	3	5	6	6	7	7	3	5	0,15
Сума	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	

Після визначення вагових коефіцієнтів, користуючись формулою (2.1) визначимо одиничні та інтегральний показник конкурентоспроможності препарату «Тромбонет» АТ «Фармак» та порівняємо його з кращим аналогом, а саме «Клопідогрель-Ратіофарм» (Аламед, Польща). Дані представимо в табл. 2.13.

Таблиця 2.13 – Оцінка конкурентоспроможності препарату «Тромбонет» АТ «Фармак»

	Тромбонет, Фармак Україна	Клопідогрель-Р атіофарм, Аламед Польща	Бажаність параметру для споживача	Одиничний показник конкурентоспромож ності параметру, q_i	Ваговий коефіцієнт b_i	q_i * b_i
Б1	8,3	9,3	+	0,89	0,21	0,19
Б2	1,6	1,4	-	0,88	0,17	0,15
Б3	4	4,9	+	0,82	0,10	0,08
Б4	2	4	+	0,50	0,12	0,06
Б5	4,6	4,3	+	1,07	0,06	0,06
Б6	4,7	5	+	0,94	0,11	0,10
Б7	4,1	4,8	+	0,85	0,09	0,08
Б8	115,5	493	-	4,27	0,15	0,64
ІНТЕГРАЛЬНИЙ ПОКАЗНИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ:						1,36

Як бачимо, досліджуваний препарат має досить високу конкурентоспроможність на міжнародному ринку. Основному конкуренту-аналогу «Клопідогрель-Ратіофарм» (Аламед, Польща) препарат «Тромбонет» АТ «Фармак», поступається майже по всіх параметрах. Перевагою препарату над кращим аналогом є його ціна.

Для споживачів даний параметр має неабияке значення, тому АТ «Фармак» необхідно працювати над збереженням поточного рівня цін. Крім того, варто звернути увагу на вдосконалення таких параметрів, як: термін використання, зручність упаковки та наявність в асортименті.

2.3 Шляхи та методи забезпечення конкурентоспроможності фармацевтичної продукції АТ «Фармак» на зовнішньому ринку

Оцінка показників господарської діяльності показала, що АТ «Фармак» має високі показники конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. Перевагою препарату «Тромбонет» АТ «Фармак» над кращим аналогом «Клопідогрель-Ратіофарм» (Аламед, Польща) є його ціна. Для споживачів даний параметр має неабияке значення, тому АТ «Фармак» необхідно працювати над збереженням поточного рівня цін.

Але вже на даному етапі, завдяки дуже високому рівню міжнародної конкурентоспроможності АТ «Фармак» змогла отримати користь від сприятливих тенденцій глобального попиту протягом останніх років, що зробило її центральним двигуном зростання української економіки.

Високий рівень конкурентоспроможності компанії «Фармак» відображається не лише в успішній діяльності та ефективності, але й в інноваційній її силі: АТ «Фармак» успішно інвестує у розробку нових продуктів. Роблячи це, вони закладають основу для успішного утримання позицій у глобальній конкуренції в майбутньому. Це необхідно ще й тому, що конкуренція різко зростає, особливо у сфері інновацій.

Шляхами підвищення конкурентоспроможності на зовнішньому ринку АТ «Фармак» є:

- розширення асортименту препаратів шляхом їх диференціації та інноваційності;
- підвищення якості продукції через нарощення вимог до експортної продукції, удосконалення методів технічного контролю;

- удосконалення організаційної та управлінської структури АТ «Фармак» шляхом впровадження світової практики управління персоналом;
- постійне підвищення кваліфікації персоналу, застосування методу обміном досвідом з провідними компаніями фармацевтичної галузі;
- застосування маркетингової політики на міжнародному ринку через проведення виставок та конференцій.

Діяльність АТ «Фармак» має бути направлена на досягнення статусу найвпливовішої компанії на регіональному ринку та розширення міжнародних ринків збуту та закріплення на них.

Важливим фактором успіху для майбутнього є цифрова трансформація. Наш аналіз показує, що АТ «Фармак» все ще має можливості для вдосконалення в цьому відношенні. Основними методами досягнення цієї мети мають стати наступні:

1. Створення мобільного додатку. Сфера додатків та інших мобільних пропозицій (сенсорів тощо) у секторі охорони здоров'я набула значного розвитку за останні роки. Тому, сила сучасних технологій допоможе компанії налагодити співпрацю з клієнтами.

Для прикладу АТ «Фармак» могла б співпрацювати з ІТ-компанією, яка розробить та буде обслуговувати даний додаток. Так, клієнти зможуть швидко знаходити необхідні препарати саме від фірми «Фармак», крім того встановлення функції нагадування, дозволить клієнтам не пропустити приймання ліків та спростить систему контролю за прийманням та наявністю залишків препарату.

Наявність додатка допоможе АТ «Фармак» налагодити та зміцнити постійний контакт з пацієнтами, враховуючи при цьому процес лікування. Тим більше наразі світовою тенденцією є орієнтація на споживача та врахування його потреб.

2. Розробка нових виняткових препаратів. Наразі є досить багато хвороб, які хронічно прогресують і загрожують життю. Тому АТ «Фармак» аби досягти конкурентних переваг на зовнішньому ринку, варто направити свої сили на

дослідження, вивчення і розробку медичних препаратів від таких хвороб. Звичайно, розробка таких препаратів для окремої кількості людей може здатися не вигідним з фінансової точки зору, однак АТ «Фармак» в такому випадку потрібно орієнтуватися на ринок США та ЄС. США надає фінансові заохочення для підприємств, що розробляють та поставляють рідкісні препарати. ЄС своєю чергою надає безплатні наукові рекомендації з даного питання та забезпечує централізовану їх реєстрацію.

Крім того, сучасні ліки – це високотехнологічна продукція. Для їх дослідження та розробки також необхідні високі технології: новітні технології аналізу та синтезу, лабораторії генної інженерії, високопродуктивні комп'ютери, що аналізують роботи та багато іншого. Тому, АТ «Фармак» має забезпечити підвищення кваліфікації фармацевтичних дослідників та їх персоналу, щоб прокласти шлях до схвалення ліків завтрашнього дня на основі останніх медичних досліджень.

Щоб препарат був придатним, він повинен мати надзвичайне поєднання властивостей, які АТ «Фармак» має віднайти. Найважливішими з них:

- препарат повинен досягти цільового місця в організмі, де він повинен діяти без попереднього розщеплення або виведення;
- речовина повинна поєднатися з молекулами в організмі або патогеном, які відіграють важливу роль у захворювання (мішені). У результаті їх потрібно або ввімкнути, або вимкнути – залежно від того, що є корисним для лікування;
- препарат повинен мати можливість розщеплюватися або виводитися з організму пізніше, інакше він накопичувався б;
- препарат не повинен бути токсичним навіть після багаторазового передозування;
- препарат повинен бути безпечним для ембріонів, якщо ні, контрацепція є обов'язковою;

- побічні ефекти, які він викликає, не повинні бути надто небезпечними, те саме стосується взаємодії з іншими ліками або харчовими продуктами, які приймаються одночасно;

- препарат повинен бути надійно виготовлений у промислових масштабах.

Розробка нового препарату АТ «Фармак» передбачає законодавчо передбачений багатоетапний процес. В середньому від ідеї до першого затвердження проходить понад 7 років. Значна частина цього часу проходить в дослідженнях, щоб перевірити ефективність і переносимість, а також визначити, як найкраще використовувати препарат. Однак, в майбутній перспективі це забезпечує зростання конкурентоспроможності компанії-розробника та підвищує її частку ринку.

3. Налагодження довгострокової співпраці з зовнішніми дистриб'юторами. Це забезпечить спрощений збут продукції АТ «Фармак» на зовнішньому ринку та зменшить загальні витрати.

Крім того, АТ «Фармак» варто:

- зміцнювати позиції в наявному сегменті ринку (саме на ринку протипростудних, неврологічних, ендокринологічних, кардіологічних препаратів);

- на базі аналізу виводити на ринок препарати, що не представлені або мало представлені на ринку;

- поглиблювати співпрацю з партнерами та налагоджувати нові;

- нарощувати експорт наявної продукції;

- розробляти та впроваджувати проекти партнерства з експорту препаратів.

Використання даних методів та шляхів забезпечить АТ «Фармак» нові перспективи розвитку на зовнішньому ринку, розширення своєї діяльності та нарощення прибутковості.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

В процесі написання кваліфікаційної роботи ми дослідили шляхи та методи забезпечення конкурентоспроможності продукції на зовнішньому ринку. Нами було визначено наступне:

1. Конкурентоспроможність продукту – це певна його властивість, що проявляється в рівні задоволення ним конкретної потреби, при цьому цей рівень задоволення є вищим, ніж рівень задоволення аналогічним продуктом компанії конкурента. Конкурентоспроможність товару залежить від внутрішніх та зовнішніх факторів. Зовнішні фактори включають рівень конкурентоспроможності країни, галузі, організації, рівень конкуренції на вході та виході, сила конкуренції аналогічних товарів. Внутрішні ж фактори впливу на конкурентоспроможність продукції рівень персоналу, ціна товару, рівень витрат, організація виробничого та технологічного процесів, прогресивність та інноваційність виробництва тощо. Конкурентоспроможність продукту визначають споживачі, інвестори, держава та виробники в залежності від технічних, економічних та організаційних параметрів.

2. Щоб провести аналіз конкурентного продукту необхідно виконати чотири основні кроки: визначити та проаналізувати конкурентів; випробувати конкурентний продукт на практиці; визначити слабкі сторони конкурентоспроможної продукції; визначити відмінності свого товару. На першому етапі варто зібрати якомога більше загальнодоступної інформації про конкурентів із річних звітів, веб-сайтів, сторінок продажів товарів, підписок на електронні листи, відгуків клієнтів із соціальних мереж. На другому етапі необхідно придбати товар конкурента та оцінити його як споживач. Третій етап передбачає визначення слабких сторін конкурентоспроможної продукції. На останньому етапі варто визначити переваги свого продукту. При оцінці конкурентоспроможності фармацевтичної продукції варто враховувати свої окремі показники: показники якості, цінові та ринкові показники.

3. Напрямки підвищення конкурентоспроможності повинні бути направлені на вдосконалення організаційної, технологічної, управлінської та інвестиційної політики підприємства. Щоб отримати позитивний ефект від процесу підвищення конкурентоспроможності продукції підприємство має направити свої сили на якісну складову продукції та максимальне задоволення потреб зовнішніх споживачів у сукупності з мінімізацією витрат на виробництво та експорт. Не останнє значення в забезпеченні конкурентоспроможності продукції має імідж компанії. Високий рівень іміджу підприємства є істотною перевагою як на внутрішньому так і на зовнішньому ринку. Особливо це важливо у фармацевтичній галузі оскільки їх продукція майже не відрізняється або незначно відрізняється.

4. Українська фармацевтична компанія АТ «Фармак» діє з 1925 року. У своєму розвитку вона досягла високих результатів і вже більше 10 років є лідером у своїй галузі на вітчизняному ринку. «Фармак» входить в ТОП-25 інноваційних компаній України, ТОП-25 успішних маркетингових кампаній в Україні, є лідером в рейтингу Сумлінний платник податків – 2019 року.

Проаналізувавши коефіцієнти ліквідності, платоспроможності, ділової активності, рентабельності та фінансової стійкості, бачимо, що АТ «Фармак» фінансово стійке. Для підвищення прибутковості необхідно підвищувати ефективність діяльності підприємства по збуту продукції та скорочувати витрати на виробництво шляхом підвищення рівня продуктивності праці, економічного використання сировини, енергії, обладнання.

АТ «Фармак» займає не останнє місце і на міжнародному ринку та є експортером-лідером медичних препаратів в Україні. У своїй діяльності всі сили компанії направлені на розширення ринків збуту та нарощенні своєї присутності на міжнародному ринку. Наразі АТ «Фармак» має свої дочірні представництва в Узбекистані, Кіпрі, Польщі. Крім того, «Фармак» представлена на ринках Киргизької Республіки, Республіки Казахстан, а також в місті Хошимін у В'єтнамі. У 2021 році фірма відкрила офіс в ОАЄ.

5. Протягом трьох років АТ «Фармак» нарощує експорт кардіологічних препаратів. Тому, ми оцінили конкурентоспроможність лікарського засобу цієї групи, а саме препарат «Тромбонет» з використанням комплексного показника. За системою класифікації Anatomical Therapeutic Chemical (ATC) classification system визначили основні аналоги-конкуренти даного препарату на зовнішньому ринку. Кожному препарату присвоїли номер для спрощення розрахунків. Для оцінки препарату використали експертне оцінювання способом анкетування. Далі за кожним параметром визначили експертну оцінку. На основі експертних оцінок провели порівняння аналогових препаратів. Серед аналогів найкращим виявився препарат А9 – «Клопідогрель-Ратіофарм» (Аламед, Польща). На основі даних анкетування, визначили оцінки, які дали експерти кожному з препаратів та вагові коефіцієнти параметрів. Після визначення вагових коефіцієнтів, визначили одиничні та інтегральний показник конкурентоспроможності препарату «Тромбонет» АТ «Фармак» та порівняли його з кращим аналогом, а саме «Клопідогрель-Ратіофарм» (Аламед, Польща).

Дослідження конкурентоспроможності препарату АТ «Фармак», показало досить високу конкурентоспроможність його на міжнародному ринку. Бачимо, що основному конкуренту-аналогу препарат «Тромбонет», поступається майже по всіх параметрах. Перевагою препарату над кращим аналогом є його ціна. Для споживачів даний параметр має неабияке значення, тому АТ «Фармак» необхідно працювати над збереженням поточного рівня цін. Крім того, варто звернути увагу на вдосконалення таких параметрів, як: термін використання, зручність упаковки та наявність в асортименті.

6. Діяльність АТ «Фармак» має бути направлена на досягнення статусу найвпливовішої компанії на регіональному ринку та розширення міжнародних ринків збуту та закріплення на них. Шляхами підвищення конкурентоспроможності на зовнішньому ринку АТ «Фармак» є: розширення асортименту препаратів шляхом їх диференціації та інноваційності; підвищення якості продукції через нарощення вимог до експортної продукції, удосконалення методів технічного контролю; удосконалення організаційної та управлінської

структури АТ «Фармак» шляхом впровадження світової практики управління персоналом; постійне підвищення кваліфікації персоналу, застосування методу обміном досвідом з провідними компаніями фармацевтичної галузі; застосування маркетингової політики на міжнародному ринку через проведення виставок та конференцій. Крім того, варто зміцнювати позиції в наявному сегменті ринку (саме на ринку протипростудних, неврологічних, ендокринологічних, кардіологічних препаратів); на базі аналізу виводити на ринок препарати, що не представлені або мало представлені на ринку; поглиблювати співпрацю з партнерами та налагоджувати нові; нарощувати експорт наявної продукції; розробляти та впроваджувати проекти партнерства з експорту препаратів.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Адамик В., Вербицька Г. Оцінка конкурентоспроможності підприємства. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. 2018. №1. С. 69-78.
2. Портер М. Е. Стратегія конкуренції. Пер. з англ. А. Олійник, Сільський Р. Київ: Основи, 2019. 390 с.
3. Кузьмін О. Є., Горбаль Н. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Львів: Компакт-ЛВ, 2020. 304 с.
4. Кваско А. В. Лавренюк М. М. Конкурентоспроможність продукції як складова конкурентного потенціалу підприємства. Економічний аналіз: зб. наук. праць. Тернопільський національний економічний університет. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр ТНЕУ. Економічна думка, 2018. Т 14, № 3. С. 29-34.
5. Економічна стратегія підприємства: підручник / за ред. В.Д. Прокопчика Київ: Знання-Прес, 2019. 581 с.
6. Селезньова О. В. Методологічні засади оцінки конкурентоспроможності підприємства: Економіка та держава, 2020. №6. 31-34 с.
7. Трещов М. М. Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції. *Економічний простір*. 2018. №23/1 с.118-126. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2009_23/1/treshov.pdf (дата звернення: 17.11.2022).
8. Сутність та фактори конкурентоспроможності продукції підприємств України. *Інтелект XXI* № 1. 2019. URL: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2017/2017_1/9.pdf. (дата звернення: 27.10.2022).
9. Сутність та роль конкуренції в ринковій економіці / *Економіка і суспільство*. 2018. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/6_ukr/2.pdf. (дата звернення: 01.11.2022).

10. Шморгун Н. П., Головка І. В. Фінансовий аналіз: навч. посібн. Київ: ЦНЛ, 2019. 528 с.

11. Competitive Products. URL: https://npdbook-com.translate.goog/problem-definition/competitive-products/?_x_tr_sch=http&_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=uk&_x_tr_hl=uk&_x_tr_pto=sc (дата звернення: 15.01.2023).

12. Identifying and prioritizing industry-level competitiveness factors: evidence from pharmaceutical market. URL: https://www-ncbi-nlm-nih-gov.translate.goog/pmc/articles/PMC4234990/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=uk&_x_tr_hl=uk&_x_tr_pto=sc (дата звернення: 23.01.2023).

13. World health statistics 2022: monitoring health for the SDGs, sustainable development goals / World Health Organization. URL: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240051157> (дата звернення: 17.01.2023).

14. Competitive Product: Definition + How to Analyze One. Written by Coursera. Updated on Jul 28, 2022. URL: https://www-coursera-org.translate.goog/articles/competitive-product?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=uk&_x_tr_hl=uk&_x_tr_pto=sc (дата звернення: 29.01.2023).

15. Фінанси підприємств. Підручник / за заг. ред. А.М. Поддєрьогін. А. М. Київ: КНЕУ. 5-те вид., перероб. та доп., 2019. 546 с.

16. Олексенко Р. І. Показники та оцінка конкурентних можливостей підприємства. Інвестиції: практика та досвід. 2018. №11 С. 27-31.

17. Competition in pharmaceuticals: more product- than price-oriented? URL: https://link-springer-com.translate.goog/article/10.1007/s10198-017-0932-4?error=cookies_not_supported&code=2da43888-e56b-4187-88fb-9d878729ec30&_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=uk&_x_tr_hl=uk&_x_tr_pto=sc (дата звернення: 29.01.2023).

18. Полковниченко С. О. Роль маркетингового ціноутворення в підвищенні конкурентоспроможності товару. Сучасна економічна наука: теорія і практика : Матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної конференції. Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2021. 86-89 с.

19. Fumio Takei. Product competitiveness evaluation— quantitative analysis for development strategy. URL: https://www-sciencedirect-com.translate.google.com/science/article/abs/pii/S0040162585900101?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=uk&_x_tr_hl=uk&_x_tr_pto=sc (дата звернення: 17.01.2023).

20. Офіційний сайт АТ «Фармак». URL: <https://farmak.ua/> (дата звернення: 24.12.2022)

21. Топ-25 інноваційних компаній України. URL: https://www.dsnews.ua/ukr/vlast_deneg/top-25-innovacionnyh-kompaniy-ukrainy-02112020-404651 (дата звернення: 17.12.2022).

22. Топ-25 успішних маркетингових кампаній. URL: https://www.dsnews.ua/ukr/vlast_deneg/top-25-uspeshnyh-marketingovyh-kampaniy-30082021-435158 (дата звернення: 17.12.2022).

23. «Фармак» здобув перемогу у Всеукраїнському рейтингу «Сумлінні платники податків – 2020». URL: <https://farmak.ua/promo/farmak-zdobuv-peremogu-u-vseukrayinskomu-rejtingu-sumlinni-platniki-podatktiv-2020/> (дата звернення: 07.12.2022).

24. Дієва Н. М., Дедіков О. І. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Київ: ЦНЛ, 2019. 328 с.

25. Крамаренко Г. О., Чорна О. Є. Фінансовий менеджмент: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2020. 520 с.

26. Манів З. О., Луцький І. М. Економіка підприємства: навч. посіб. Київ: Знання, 2019. 580 с.

27. Акцент на фарму. URL: <https://home.kpmg.com/ua/uk/home/media/press-releases/2018/02/z-akcentom-nafarmu.htm> (дата звернення: 12.01.2023).

28. Про затвердження Концепції розвитку фармацевтичного сектору галузі охорони здоров'я України на 2011-2020 роки №769. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0769282-10#Text> (дата звернення: 18.01.2023).

29. Дослідження сутності та трактування поняття конкурентоспроможності підприємства. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_4_274_282.pdf. (дата звернення: 11.11.2022).
30. Anatomical Therapeutic Chemical Classification System. URL: <http://www.atccode.com/> (дата звернення: 17.02.2023).
31. Грецький Р. Теоретичні підходи до визначення природи та сутності конкуренції. Формування ринкових відносин в Україні. 2019. №2. С. 35-38.
32. Григорчук Т. В. Маркетинг. Оцінка якості та конкурентоспроможності. URL: <https://sites.google.com/site/marketingdistance/тема-5/5-7-оцінка-якості-та-конкурентоспроможності> (дата звернення: 03.03.2023).
33. Драган О. І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти: монографія. Київ: ДАКККиМ, 2018. 160 с.
34. Економіка підприємства: навч. посіб. / Рижиков В. С та ін. Київ: Видавничий Дім «Слово», 2019. 272 с.
35. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції. Ефективна економіка. 2019. №2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=954>. (дата звернення: 23.11.2022).
36. Швед В. В., Яблочников С. Л. Конкурентоспроможність підприємства та особливості їх визначення в сучасних умовах. *Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Економіка*. 2020. Випуск 7/1. С. 92-97.
37. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія. Одеса: Атлант, 2019. 470 с.
38. Competition issues in the distribution of pharmaceuticals. URL: https://www-oecd-org.translate.goog/competition/competition-distribution-pharmaceuticals.htm?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=uk&_x_tr_hl=uk&_x_tr_pto=sc (дата звернення: 15.02.2023)
39. Competitiveness of product, firm, industry, and nation in a global business. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/eb046319/full/html?skipTracking=true> (дата звернення: 17.01.2023).

40. The Importance of Pharmaceutical Competitor Analysis. URL: https://www-drugpatentwatch-com.translate.goog/blog/the-importance-of-pharmaceutical-competitor-analysis/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=uk&_x_tr_hl=uk&_x_tr_pto=sc (дата звернення: 19.01.2023).

ДОДАТОК А

		Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
		за ЄДРПОУ	2020.01.01
Підприємство ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФАРМАК"			00481198
Територія ПОДІЛЬСЬКИЙ		за КОАТУУ	8038500000
Організаційно- Акціонерне товариство		за КОПФГ	230
правова форма господарювання			21.20
Вид економічної діяльності Виробництво фармацевтичних препаратів і матеріалів		за КВЕД	
Середня кількість працівників 2560			
Адреса, Фрунзе, 63, м.Київ, 04080, Україна, (044) 239-19-40			
телефон			
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)			
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):			
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку			
за міжнародними стандартами фінансової звітності			v

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2019 р.

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	93651	111180
первісна вартість	1001	162039	171611
накопичена амортизація	1002	68388	60431
Незавершені капітальні інвестиції	1005	358118	364720
Основні засоби	1010	1824052	2095206
первісна вартість	1011	2964616	3495157
знос	1012	1140564	1399951
Інвестиційна нерухомість	1015	1525	1431
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	3344	3451
знос інвестиційної нерухомості	1017	1819	2020
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	0
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	4622	4855
інші фінансові інвестиції	1035	301276	494226
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	879	1416
Відстрочені податкові активи	1045	24260	20457
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	229565
Усього за розділом I	1095	2608383	3323056
1	2	3	4
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	959094	1148345
Виробничі запаси	1101	469726	562313
Незавершене виробництво	1102	85175	125049
Готова продукція	1103	393705	448342

<i>Товари</i>	1104	10488	12641
Поточні біологічні активи	1110	0	0
<i>Депозити перестраховування</i>	1115	0	0
<i>Векселі одержані</i>	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1052457	1371156
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	53972	57497
з бюджетом	1135	38080	19043
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
<i>Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів</i>	1140	0	0
<i>Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків</i>	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	11613	9563
Поточні фінансові інвестиції	1160	20472	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	43363	103577
<i>Готівка</i>	1166	1	0
<i>Рахунки в банках</i>	1167	43362	103577
Витрати майбутніх періодів	1170	4910	5984
<i>Частка перестраховика у страхових резервах</i>	1180	0	0
у тому числі в:	1181	0	0
<i>резервах довгострокових зобов'язань</i>			
<i>резервах збитків або резервах належних виплат</i>	1182	0	0
<i>резервах незароблених премій</i>	1183	0	0
<i>інших страхових резервах</i>	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	622	2548
Усього за розділом II	1195	2184583	2717713
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групивибуття	1200	0	0
Баланс	1300	4792966	6040769
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	36366	36366
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	30725	28366
<i>Емісійний дохід</i>	1411	0	0
<i>Накопичені курсові різниці</i>	1412	9441	7082
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	3505914	4515285
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	3573005	4580017
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
<i>Пенсійні зобов'язання</i>	1505	91777	112421
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	7544	162861
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
<i>Довгострокові забезпечення витрат персоналу</i>	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
<i>Благодійна допомога</i>	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:	1531	0	0
<i>резерв довгострокових зобов'язань</i>			
<i>резерв збитків або резерв належних виплат</i>	1532	0	0
<i>резерв незароблених премій</i>	1533	0	0
<i>інші страхові резерви</i>	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0

Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	99321	275282
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	325273	334669
Векселі видані	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	159284	54334
товари, роботи, послуги	1615	342447	432634
розрахунками з бюджетом	1620	76973	74735
у тому числі з податку на прибуток	1621	66948	61852
розрахунками зі страхування	1625	5360	7153
розрахунками з оплати праці	1630	161409	211108
Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами	1635	1071	10828
Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками	1640	736	451
Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків	1645	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	26408	32580
Доходи майбутніх періодів	1665	1006	6075
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	20673	20903
Усього за розділом III	1695	1120640	1185470
1	2	3	4
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	4792966	6040769

Підприємство ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФАРМАК" Дата (рік, місяць, число) за ЄДРПОУ

КОДИ
2020.01.01
00481198

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за 2019 рік

1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	6346224	5583693
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(2802614)	(2387764)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	(0)	(0)
Валовий:	2090	3543610	3195929
прибуто			
збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	10506	12218
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	0	0

Адміністративні витрати	2130	(638008)	(511489)
Витрати на збут	2150	(1241195)	(1071133)
Інші операційні витрати	2180	(313576)	(382943)
<i>Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>	2181	(0)	(0)
<i>Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2182	(0)	(0)
Фінансовий результат від операційної діяльності:прибуток	2190	1361337	1242582
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	3680	3965
Інші фінансові доходи	2220	7437	2364
Інші доходи	2240	0	0
<i>Дохід від благодійної допомоги</i>	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(41172)	(47681)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(34929)	(70567)
<i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i>	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	1296353	1130663
збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(243993)	(238797)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:	2350	1052360	891866

I. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	(2359)	3128
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	(1168)	(24085)
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	(3527)	(20957)
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	(3527)	(20957)
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1048833	870909

II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	2279867	2012767
Витрати на оплату праці	2505	1005847	891095
Відрахування на соціальні заходи	2510	196812	148981
Амортизація	2515	355923	238882
Інші операційні витрати	2520	1156944	993134
Разом	2550	4995393	4284859

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	7273200	7273200
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	7273200	7273200
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	144,7	122,6
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	144,7	122,6
Дивіденди на одну просту акцію	2650	5,75	4,6

ДОДАТОК Б

		КОДИ
Дата (рік, місяць, число)		2021.01.01
Підприємство АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФАРМАК"	за ЄДРПОУ	00481198
Територія ПОДІЛЬСЬКИЙ	за КОАТУУ	8038500000
Організаційно - Акціонерне товариство правова форма господарювання	за КОПФГ	230
Вид економічної діяльності Виробництво фармацевтичних препаратів і матеріалів	за КВЕД	21.20
Середня кількість працівників	2698	
Адреса, телефон	Кирилівська, 63, м.Київ, 04080, Україна, (044) 239-19-40	
Одиниця виміру: тис.грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма № 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)		
Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):		
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку		
за міжнародними стандартами фінансової звітності		v

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2020 р.

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початокзвітного періоду	На кінецьзвітного періоду
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	111180	133774
первісна вартість	1001	171611	225315
накопичена амортизація	1002	60431	91541
Незавершені капітальні інвестиції	1005	364720	705049
Основні засоби	1010	2095206	2080742
первісна вартість	1011	3495157	3810363
знос	1012	1399951	1729621
Інвестиційна нерухомість	1015	1431	1606
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	3451	4261
знос інвестиційної нерухомості	1017	2020	2655
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	0
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	4855	4302
інші фінансові інвестиції	1035	494226	546189
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	1416	5229
Відстрочені податкові активи	1045	20457	25851
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	229565	230011
Усього за розділом I	1095	3323056	3732753
1	2	3	4
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	1148345	1554977
Виробничі запаси	1101	562313	698907
Незавершене виробництво	1102	125049	110067
Готова продукція	1103	448342	731039
Товари	1104	12641	14964
Поточні біологічні активи	1110	0	0

Депозити перестраховання	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1371156	1133529
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	57497	134975
з бюджетом	1135	19043	99689
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	0	720
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	9563	32812
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	1092
Гроші та їх еквіваленти	1165	103577	155483
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	103577	155483
Витрати майбутніх періодів	1170	5984	4181
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:	1181	0	0
резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	2548	1622
Усього за розділом II	1195	2717713	3119080
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групивибуття	1200	0	0
Баланс	1300	6040769	6851833
	Пасив	Код рядка	На початокзвітнього періоду
			На кінецьзвітнього періоду
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	36366	36366
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	28366	28475
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	7082	7191
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	4515285	5480565
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	4580017	5545406
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	112421	145493
Довгострокові кредити банків	1510	0	168397
Інші довгострокові зобов'язання	1515	162861	146417
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:	1531	0	0
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0
Усього за розділом II	1595	275282	460307
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	334669	0

<i>Векселі видані</i>	1605	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	54334	104639
товари, роботи, послуги	1615	432634	451455
розрахунками з бюджетом	1620	74735	12748
у тому числі з податку на прибуток	1621	61852	1498
розрахунками зі страхування	1625	7153	7945
розрахунками з оплати праці	1630	211108	177862
<i>Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами</i>	1635	10828	10992
<i>Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками</i>	1640	451	449
<i>Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків</i>	1645	0	0
<i>Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю</i>	1650	0	0
Поточні забезпечення	1660	32580	27282
Доходи майбутніх періодів	1665	6075	3966
<i>Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків</i>	1670	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	20903	48782
Усього за розділом III	1695	1185470	846120
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0
Баланс	1900	6040769	6851833

Підприємство АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФАРМАК"

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

КОДИ

2021.01.01

00481198

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за 2020 рік

1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	6400843	6346224
<i>Чисті зароблені страхові премії</i>	<i>2010</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Премії підписані, валова сума</i>	<i>2011</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Премії, передані у перестраховання</i>	<i>2012</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Зміна резерву незароблених премій, валова сума</i>	<i>2013</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i>	<i>2014</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(2772473)	(2802614)
<i>Чисті понесені збитки за страховими виплатами</i>	<i>2070</i>	<i>(0)</i>	<i>(0)</i>
Валовий прибуток	2090	3628370	3543610
збиток	2095	(0)	(0)
<i>Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань</i>	<i>2105</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів</i>	<i>2110</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Зміна інших страхових резервів, валова сума</i>	<i>2111</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i>	<i>2112</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Інші операційні доходи	2120	22301	10506
<i>Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>	<i>2121</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	<i>2122</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
<i>Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>	<i>2123</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
Адміністративні витрати	2130	(710764)	(638008)
Витрати на збут	2150	(1324383)	(1241195)
Інші операційні витрати	2180	(404120)	(313576)
<i>Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за</i>	<i>2181</i>	<i>(0)</i>	<i>(0)</i>

<i>справедливою вартістю</i>			
<i>Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2182	(0)	(0)
Фінансовий результат від операційної діяльності:прибуток	2190	1211404	1361337
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	3363	3680
Інші фінансові доходи	2220	9592	7437
Інші доходи	2240	73879	0
<i>Дохід від благодійної допомоги</i>	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(44395)	(41172)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(0)	(34929)
<i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i>	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	1253843	1296353
збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(206239)	(243993)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	1047604	1052360
збиток	2355	(0)	(0)

I. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	109	(2359)
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	(31913)	(1168)
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	(31804)	(3527)
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	(31804)	(3527)
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1015800	1048833

II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	2263796	2279867
Витрати на оплату праці	2505	1170068	1005847
Відрахування на соціальні заходи	2510	199030	196812
Амортизація	2515	398416	355923
Інші операційні витрати	2520	1180430	1156944
Разом	2550	5211740	4995393

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	7273200	7273200
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	7273200	7273200
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	141,9	144,7
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	141,9	144,7
Дивіденди на одну просту акцію	2650	6,9	5,75

ДОДАТОК В

		КОДИ
		2022.01.01
Підприємство АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФАРМАК"	Дата (рік, місяць, число)	00481198
	за ЄДРПОУ	
Територія ПОДІЛЬСЬКИЙ	за КОАТУУ	8038500000
		230
Організаційно-правова форма господарювання Акціонерне товариство	за КОПФГ	
		21.20
Вид економічної діяльності Виробництво фармацевтичних препаратів і матеріалів	за КВЕД	
Середня кількість працівників		2761
Адреса, телефон		Кирилівська, 63, м.Київ, 04080, Україна, (044) 239-19-40

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

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

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

v

Баланс (Звіт про фінансовий стан)

на 31.12.2021 р.

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	133774	153372
первісна вартість	1001	225315	267149
накопичена амортизація	1002	91541	113777
Незавершені капітальні інвестиції	1005	705049	1597797
Основні засоби	1010	2080742	2084500
первісна вартість	1011	3810363	4140501
знос	1012	1729621	2056001
Інвестиційна нерухомість	1015	1606	1346
первісна вартість інвестиційної нерухомості	1016	4261	4154
знос інвестиційної нерухомості	1017	2655	2808
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
первісна вартість довгострокових біологічних активів	1021	0	0
накопичена амортизація довгострокових біологічних активів	1022	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції:			
які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	4302	4917
інші фінансові інвестиції	1035	546189	566049
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	5229	8154
Відстрочені податкові активи	1045	25851	6052
Гудвіл	1050	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0
Інші необоротні активи	1090	230011	187000
Усього за розділом I	1095	3732753	4609187
1	2	3	4
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	1554977	1327167
Виробничі запаси	1101	698907	667798
Незавершене виробництво	1102	110067	159627
Готова продукція	1103	731039	487214
Товари	1104	14964	12528

Поточні біологічні активи	1110	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0
Векселі одержані	1120	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1133529	1258692
Дебіторська заборгованість за розрахунками:			
за виданими авансами	1130	134975	61248
з бюджетом	1135	99689	136196
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів	1140	720	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків	1145	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	32812	8978
Поточні фінансові інвестиції	1160	1092	1350
Гроші та їх еквіваленти	1165	155483	1241966
Готівка	1166	0	0
Рахунки в банках	1167	155483	1241966
Витрати майбутніх періодів	1170	4181	6946
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0
у тому числі в:	1181	0	0
резервах довгострокових зобов'язань			
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0
Інші оборотні активи	1190	1622	3691
Усього за розділом II	1195	3119080	4046234
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групивибуття	1200	0	0
Баланс	1300	6851833	8655421
	Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду
	1	2	3
			На кінець звітного періоду
			4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	36366	36366
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	28475	29465
Емісійний дохід	1411	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	7191	8181
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	5480565	6587032
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0
Усього за розділом I	1495	5545406	6652863
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	145493	145827
Довгострокові кредити банків	1510	168397	277923
Інші довгострокові зобов'язання	1515	146417	122915
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0
Страхові резерви	1530	0	0
у тому числі:	1531	0	0
резерв довгострокових зобов'язань			
резерв збитків або резерв належних виплат	1532	0	0
резерв незароблених премій	1533	0	0
інші страхові резерви	1534	0	0
Інвестиційні контракти	1535	0	0
Призовий фонд	1540	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0

Усього за розділом II	1595	460307	546665
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	0	0
<i>Векселі видані</i>	<i>1605</i>	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	1610	104639	174343
товари, роботи, послуги	1615	451455	785191
розрахунками з бюджетом	1620	12748	63895
у тому числі з податку на прибуток	1621	1498	49654
розрахунками зі страхування	1625	7945	9226
розрахунками з оплати праці	1630	177862	320809
<i>Поточна кредиторська заборгованість за одержаними авансами</i>	<i>1635</i>	10992	37616
<i>Поточна кредиторська заборгованість за розрахунками з учасниками</i>	<i>1640</i>	449	449
<i>Поточна кредиторська заборгованість із внутрішніх розрахунків</i>	<i>1645</i>	0	0
<i>Поточна кредиторська заборгованість за страховою діяльністю</i>	<i>1650</i>	0	0
Поточні забезпечення	1660	27282	25000
Доходи майбутніх періодів	1665	3966	3791
<i>Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків</i>	<i>1670</i>	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	48782	35573
Усього за розділом III	1695	846120	1455893
1	2	3	4
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
<i>V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду</i>	<i>1800</i>	0	0
Баланс	1900	6851833	8655421

Підприємство АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ФАРМАК"

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ
2022.01.01
00481198

Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)

за 2021 рік

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	7410007	6400843
<i>Чисті зароблені страхові премії</i>	2010	0	0
<i>Премії підписані, валова сума</i>	2011	0	0
<i>Премії, передані у перестрахування</i>	2012	0	0
<i>Зміна резерву незароблених премій, валова сума</i>	2013	0	0
<i>Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій</i>	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(3129796)	(2772473)
<i>Чисті понесені збитки за страховими виплатами</i>	2070	(0)	(0)
Валовий: прибуток	2090	4280211	3628370
збиток	2095	(0)	(0)
<i>Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань</i>	2105	0	0
<i>Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів</i>	2110	0	0
<i>Зміна інших страхових резервів, валова сума</i>	2111	0	0
<i>Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах</i>	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	22389	22301
<i>Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>	2121	0	0
<i>Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2122	0	0
<i>Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування</i>	2123	0	0
Адміністративні витрати	2130	(814317)	(710764)
Витрати на збут	2150	(1341307)	(1324383)
Інші операційні витрати	2180	(514593)	(404120)
<i>Витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю</i>	2181	(0)	(0)
<i>Витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції</i>	2182	(0)	(0)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	1632383	1211404
збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	2945	3363
Інші фінансові доходи	2220	16517	9592
Інші доходи	2240	0	73879
<i>Дохід від благодійної допомоги</i>	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(48429)	(44395)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(120439)	(0)
<i>Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті</i>	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	1482977	1253843
збиток	2295	(0)	(0)

Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(275122)	(206239)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	1207855	1047604
збиток	2355	(0)	(0

I. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	990	109
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	(1381)	(31913)
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	(391)	(31804)
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	(391)	(31804)
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1207464	1015800

II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	2158973	2263796
Витрати на оплату праці	2505	1472344	1170068
Відрахування на соціальні заходи	2510	249495	199030
Амортизація	2515	458346	398416
Інші операційні витрати	2520	1460855	1180430
Разом	2550	5800013	5211740

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	7273200	7273200
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	7273200	7273200
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	166,1	141,9
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	166,1	141,9
Дивіденди на одну просту акцію	2650	13,75	6,9

ДОДАТОК Г АНКЕТА

анонімного опитування лікарів-кардіологів щодо задоволеності якістю ліків

1. Який препарат для Вас є найбільш якісним?	1. Атерокард (Київський вітамінний завод, Україна) 2. Клопідогрель-зентіва (Санофі, Франція) 3. Зилт (Артура фармасьютікалз, Індія) 4. Медогрель (Актавіс, Мальта) 5. Кардогрель (Сандоз Прайвіт Лтд, Індія/Словенія) 6. Клопідогрель-Ратіофарм (Аламед, Польща) 7. ФЛАМОГРЕЛЬ 75 (Артура фармасьютікалз, Індія) 8. Плавікс (Санофі, Франція) 9. Клопідогрел-Тева (Тева, Ізраїль) 10. Клопідогрель-Фармекс (Фармекс Груп, Україна) 11. Тромбонет (Фармак, Україна)
2. З інструкції якого препарату Ви отримуєте найбільш повну інформацію про препарат	1. Атерокард (Київський вітамінний завод, Україна) 2. Клопідогрель-зентіва (Санофі, Франція) 3. Зилт (Артура фармасьютікалз, Індія) 4. Медогрель (Актавіс, Мальта) 5. Кардогрель (Сандоз Прайвіт Лтд, Індія/Словенія) 6. Клопідогрель-Ратіофарм (Аламед, Польща) 7. ФЛАМОГРЕЛЬ 75 (Артура фармасьютікалз, Індія) 8. Плавікс (Санофі, Франція) 9. Клопідогрел-Тева (Тева, Ізраїль) 10. Клопідогрель-Фармекс (Фармекс Груп, Україна) 11. Тромбонет (Фармак, Україна)
3. Який препарат має побічні ефекти, які?	3. Атерокард (Київський вітамінний завод, Україна) 4. Клопідогрель-зентіва (Санофі, Франція) 5. Зилт (Артура фармасьютікалз, Індія) 6. Медогрель (Актавіс, Мальта) 7. Кардогрель (Сандоз Прайвіт Лтд, Індія/Словенія) 8. Клопідогрель-Ратіофарм (Аламед, Польща) 9. ФЛАМОГРЕЛЬ 75 (Артура фармасьютікалз, Індія) 10. Плавікс (Санофі, Франція) 11. Клопідогрел-Тева (Тева, Ізраїль) 12. Клопідогрель-Фармекс (Фармекс Груп, Україна) 13. Тромбонет (Фармак, Україна)
4. При прийомі якого препарату, проявляються побічні ефекти?	1. Атерокард (Київський вітамінний завод, Україна) 2. Клопідогрель-зентіва (Санофі, Франція) 3. Зилт (Артура фармасьютікалз, Індія)

	4. Медогрель (Актавіс, Мальта) 5. Кардогрель (Сандоз Прайвіт Лтд, Індія/Словенія) 6. ФЛАМОГРЕЛЬ 75 (Артура фармасьютікалз, Індія) 7. Плавікс (Санофі, Франція) 8. Клопідогрел-Тева (Тева, Ізраїль) 9. Клопідогрель-Фармекс (Фармекс Груп, Україна) 10. Тромбонет (Фармак, Україна)
5. Дієвістю якого препарату, Ви найбільш задоволені?	1. Атерокард (Київський вітамінний завод, Україна) 2. Клопідогрель-зентіва (Санофі, Франція) 3. Зилт (Артура фармасьютікалз, Індія) 4. Медогрель (Актавіс, Мальта) 5. Кардогрель (Сандоз Прайвіт Лтд, Індія/Словенія) 6. Клопідогрель-Ратіофарм (Аламед, Польща) 7. ФЛАМОГРЕЛЬ 75 (Артура фармасьютікалз, Індія) 8. Плавікс (Санофі, Франція) 9. Клопідогрел-Тева (Тева, Ізраїль) 10. Клопідогрель-Фармекс (Фармекс Груп, Україна) 11. Тромбонет (Фармак, Україна)
6. Який препарат Ви особисто рекомендуєте своїм пацієнтам?	1. Атерокард (Київський вітамінний завод, Україна) 2. Клопідогрель-зентіва (Санофі, Франція) 3. Зилт (Артура фармасьютікалз, Індія) 4. Медогрель (Актавіс, Мальта) 5. Кардогрель (Сандоз Прайвіт Лтд, Індія/Словенія) 6. Клопідогрель-Ратіофарм (Аламед, Польща) 7. ФЛАМОГРЕЛЬ 75 (Артура фармасьютікалз, Індія) 8. Плавікс (Санофі, Франція) 9. Клопідогрел-Тева (Тева, Ізраїль) 10. Клопідогрель-Фармекс (Фармекс Груп, Україна) 11. Тромбонет (Фармак, Україна)
3. Оцініть вагомість параметрів при виборі препарату (1- найбільш незначущий, 8- найбільш значущий)	<input type="checkbox"/> Ефективність дії <input type="checkbox"/> Побічні ефекти <input type="checkbox"/> Зручність упаковки <input type="checkbox"/> Термін використання <input type="checkbox"/> Дизайн <input type="checkbox"/> Рівень попиту <input type="checkbox"/> Наявність в асортименті <input type="checkbox"/> Ціна

Дякуємо за Ваші відповіді!

Анкета є добровільною.

Відомості, отримані при обробці даних анкети, будуть використані для оцінки конкурентоспроможності препарату

Продовження додатка Г

QUESTIONNAIRE

anonymous survey of cardiologists
regarding satisfaction with the quality of medicines

1. Which drug is best for you?	1. Aterokard (Kyiv Vitamin Plant, Ukraine) 2. Clopidogrel-zentiva (Sanofi, France) 3. Zylt (Artura Pharmaceuticals, India) 4. Medogrel (Aktavis, Malta) 5. Cardogrel (Sandoz Private Ltd., India/Slovenia) 6. Clopidogrel-Ratiofarm (Alamed, Poland) 7. FLAMOGREL 75 (Artura Pharmaceuticals, India) 8. Plavix (Sanofi, France) 9. Clopidogrel-Teva (Teva, Israel) 10. Clopidogrel-Pharmex (Pharmex Group, Ukraine) 11. Trombonet (Farmak, Ukraine)		5. Cardogrel (Sandoz Private Ltd., India/Slovenia) 6. Clopidogrel-Ratiofarm (Alamed, Poland) 7. FLAMOGREL 75 (Artura Pharmaceuticals, India) 8. Plavix (Sanofi, France) 9. Clopidogrel-Teva (Teva, Israel) 10. Clopidogrel-Pharmex (Pharmex Group, Ukraine) 11. Trombonet (Farmak, Ukraine)
2. From the instructions of which drug do you get the most complete information about the drug?	1. Aterokard (Kyiv Vitamin Plant, Ukraine) 2. Clopidogrel-zentiva (Sanofi, France) 3. Zylt (Artura Pharmaceuticals, India) 4. Medogrel (Aktavis, Malta) 5. Cardogrel (Sandoz Private Ltd., India/Slovenia) 6. Clopidogrel-Ratiofarm (Alamed, Poland) 7. FLAMOGREL 75 (Artura Pharmaceuticals, India) 8. Plavix (Sanofi, France) 9. Clopidogrel-Teva (Teva, Israel) 10. Clopidogrel-Pharmex (Pharmex Group, Ukraine) 11. Trombonet (Farmak, Ukraine)	5. Which drug are you most satisfied with?	1. Aterokard (Kyiv Vitamin Plant, Ukraine) 2. Clopidogrel-zentiva (Sanofi, France) 3. Zylt (Artura Pharmaceuticals, India) 4. Medogrel (Aktavis, Malta) 5. Cardogrel (Sandoz Private Ltd., India/Slovenia) 6. Clopidogrel-Ratiofarm (Alamed, Poland) 7. FLAMOGREL 75 (Artura Pharmaceuticals, India) 8. Plavix (Sanofi, France) 9. Clopidogrel-Teva (Teva, Israel) 10. Clopidogrel-Pharmex (Pharmex Group, Ukraine) 11. Trombonet (Farmak, Ukraine)
3. Which drug has side effects, which ones?	1. Aterokard (Kyiv Vitamin Plant, Ukraine) 2. Clopidogrel-zentiva (Sanofi, France) 3. Zylt (Artura Pharmaceuticals, India) 4. Medogrel (Aktavis, Malta) 5. Cardogrel (Sandoz Private Ltd., India/Slovenia) 6. Clopidogrel-Ratiofarm (Alamed, Poland) 7. FLAMOGREL 75 (Artura Pharmaceuticals, India) 8. Plavix (Sanofi, France) 9. Clopidogrel-Teva (Teva, Israel) 10. Clopidogrel-Pharmex (Pharmex Group, Ukraine) 11. Trombonet (Farmak, Ukraine)	6. Which drug do you personally recommend to your patients?	1. Aterokard (Kyiv Vitamin Plant, Ukraine) 2. Clopidogrel-zentiva (Sanofi, France) 3. Zylt (Artura Pharmaceuticals, India) 4. Medogrel (Aktavis, Malta) 5. Cardogrel (Sandoz Private Ltd., India/Slovenia) 6. Clopidogrel-Ratiofarm (Alamed, Poland) 7. FLAMOGREL 75 (Artura Pharmaceuticals, India) 8. Plavix (Sanofi, France) 9. Clopidogrel-Teva (Teva, Israel) 10. Clopidogrel-Pharmex (Pharmex Group, Ukraine) 11. Trombonet (Farmak, Ukraine)
4. Pry pryvomi yakoho preparatu naychastishe proyavlyayut'sya pobichni diyi?	1. Aterokard (Kyiv Vitamin Plant, Ukraine) 2. Clopidogrel-zentiva (Sanofi, France) 3. Zylt (Artura Pharmaceuticals, India) 4. Medogrel (Aktavis, Malta)	5. Evaluate the importance of parameters when choosing a drug (1 - insignificant, 8 - significant)	<input type="checkbox"/> Effectiveness of action <input type="checkbox"/> Side effects <input type="checkbox"/> Convenience of packaging <input type="checkbox"/> Term of use <input type="checkbox"/> Design <input type="checkbox"/> Demand level <input type="checkbox"/> Availability in assortment <input type="checkbox"/> Price

Thank you for your answers!

The questionnaire is voluntary.

The information obtained during the processing of the questionnaire data will be used to assess the competitiveness of the drug

ДОДАТОК Д

АНКЕТА

анонімного опитування провізорів щодо якості ліків

1. Попит на який товар є найбільшим?	1. Атерокард (Київський вітамінний завод, Україна) 2. Клопідогрель-зентіва (Санофі, Франція) 3. Зилт (Артура фармасьютікалз, Індія) 4. Медогрель (Актавіс, Мальта) 5. Кардогрель (Сандоз Прайвіт Лтд, Індія/Словенія) 6. Клопідогрель-Ратіофарм (Аламед, Польща) 7. ФЛАМОГРЕЛЬ 75 (Артура фармасьютікалз, Індія) 8. Плавікс (Санофі, Франція) 9. Клопідогрел-Тева (Тева, Ізраїль) 10. Клопідогрель-Фармекс (Фармекс Груп, Україна) 11. Тромбонет (Фармак, Україна)
2. Як Ви оцінюєте зовнішній вигляд препарату (1- найкраще, 3- найгірше)?	1. Атерокард (Київський вітамінний завод, Україна) 1__ 2__ 3__ 2. Клопідогрель-зентіва (Санофі, Франція) 1__ 2__ 3__ 3. Зилт (Артура фармасьютікалз, Індія) 1__ 2__ 3__ 4. Медогрель (Актавіс, Мальта) 1__ 2__ 3__ 5. Кардогрель (Сандоз Прайвіт Лтд, Індія/Словенія) 1__ 2__ 3__ 6. Клопідогрель-Ратіофарм (Аламед, Польща) 1__ 2__ 3__ 7. ФЛАМОГРЕЛЬ 75 (Артура фармасьютікалз, Індія) 1__ 2__ 3__ 8. Плавікс (Санофі, Франція) 1__ 2__ 3__ 9. Клопідогрел-Тева (Тева, Ізраїль) 1__ 2__ 3__ 10. Клопідогрель-Фармекс (Фармекс Груп, Україна) 1__ 2__ 3__ 11. Тромбонет (Фармак, Україна) 1__ 2__ 3__
4. Яка якість упаковки (1- найкраще, 3- найгірше)?	1. Атерокард (Київський вітамінний завод, Україна) 1__ 2__ 3__ 2. Клопідогрель-зентіва (Санофі, Франція) 1__ 2__ 3__ 3. Зилт (Артура фармасьютікалз, Індія) 1__ 2__ 3__ 4. Медогрель (Актавіс, Мальта) 1__ 2__ 3__ 5. Кардогрель (Сандоз Прайвіт Лтд, Індія/Словенія) 1__ 2__ 3__ 6. Клопідогрель-Ратіофарм (Аламед, Польща) 1__ 2__ 3__ 7. ФЛАМОГРЕЛЬ 75 (Артура фармасьютікалз, Індія) 1__ 2__ 3__ 8. Плавікс (Санофі, Франція) 1__ 2__ 3__ 9. Клопідогрел-Тева (Тева, Ізраїль) 1__ 2__ 3__ 10. Клопідогрель-Фармекс (Фармекс Груп, Україна) 1__ 2__ 3__ 11. Тромбонет (Фармак, Україна) 1__ 2__ 3__
5. Чи наявний препарат в асортименті?	1. Атерокард (Київський вітамінний завод, Україна) Так Ні 2. Клопідогрель-зентіва (Санофі, Франція) Так Ні 3. Зилт (Артура фармасьютікалз, Індія) Так Ні 4. Медогрель (Актавіс, Мальта) Так Ні 5. Кардогрель (Сандоз Прайвіт Лтд, Індія/Словенія) Так Ні 6. Клопідогрель-Ратіофарм (Аламед, Польща) Так Ні 7. ФЛАМОГРЕЛЬ 75 (Артура фармасьютікалз, Індія) Так Ні 8. Плавікс (Санофі, Фра Так Ні 9. Клопідогрел-Тева (Тева, Ізраїль) Так Ні 10. Клопідогрель-Фармекс (Фармекс Груп, Україна) Так Ні 11. Тромбонет (Фармак, україна) Так Ні
6. Оцініть вагомість параметрів при виборі препарату (1- найбільш незначущий, 8- найбільш значущий)	Ефективність дії Побічні ефекти Зручність упаковки Термін використання Дизайн Рівень попиту Наявність в асортименті Ціна

Дякуємо за Ваші відповіді!

Анкета є добровільною.

Відомості, отримані при обробці даних анкети, будуть використані для оцінки конкурентоспроможності препарату.

Продовження додатку Д

QUESTIONNAIRE

anonymous survey of pharmacists regarding the quality of medicines

1. Which product is in the greatest demand?	1. Aterokard (Kyiv Vitamin Plant, Ukraine) 2. Clopidogrel-zentiva (Sanofi, France) 3. Zylt (Arthur Pharmaceuticals, India) 4. Medogrel (Aktavis, Malta) 5. Cardogrel (Sandoz Private Ltd., India/Slovenia) 6. Clopidogrel-Ratiofarm (Alamed, Poland) 7. FLAMOGREL 75 (Arthur Pharmaceuticals, India) 8. Plavix (Sanofi, France) 9. Clopidogrel-Teva (Teva, Israel) 10. Clopidogrel-Pharmex (Pharmex Group, Ukraine) 11. Trombonet (Farmak, Ukraine)
2. How do you rate the appearance of the drug (1- the best, 3- the worst)?	1. Aterokard (Kyiv Vitamin Plant, Ukraine) 1__ 2__ 3__ 2. Clopidogrel-zentiva (Sanofi, France) 1__ 2__ 3__ 3. Zylt (Arthur Pharmaceuticals, India) 1__ 2__ 3__ 4. Medogrel (Aktavis, Malta) 1__ 2__ 3__ 5. Cardogrel (Sandoz Private Ltd, India/Slovenia) 1__ 2__ 3__ 6. Clopidogrel-Ratiofarm (Alamed, Poland) 1__ 2__ 3__ 7. FLAMOGREL 75 (Arthur Pharmaceuticals, India) 1__ 2__ 3__ 8. Plavix (Sanofi, France) 1__ 2__ 3__ 9. Clopidogrel-Teva (Teva, Israel) 1__ 2__ 3__ 10. Clopidogrel-Pharmex (Pharmex Group, Ukraine) 1__ 2__ 3__ 11. Trombonet (Farmak, Ukraine) 1__ 2__ 3__
3. What is the quality of the packaging (1- the best, 3- the worst)?	1. Aterokard (Kyiv Vitamin Plant, Ukraine) 1__ 2__ 3__ 2. Clopidogrel-zentiva (Sanofi, France) 1__ 2__ 3__ 3. Zylt (Arthur Pharmaceuticals, India) 1__ 2__ 3__ 4. Medogrel (Aktavis, Malta) 1__ 2__ 3__ 5. Cardogrel (Sandoz Private Ltd, India/Slovenia) 1__ 2__ 3__ 6. Clopidogrel-Ratiofarm (Alamed, Poland) 1__ 2__ 3__ 7. FLAMOGREL 75 (Arthur Pharmaceuticals, India) 1__ 2__ 3__ 8. Plavix (Sanofi, France) 1__ 2__ 3__ 9. Clopidogrel-Teva (Teva, Israel) 1__ 2__ 3__ 10. Clopidogrel-Pharmex (Pharmex Group, Ukraine) 1__ 2__ 3__ 11. Trombonet (Farmak, Ukraine) 1__ 2__ 3__
4. Is the drug available in the assortment?	1. Aterokard (Kyiv Vitamin Factory, Ukraine) Yes No 2. Clopidogrel-zentiva (Sanofi, France) Yes No 3. Zylt (Arthur Pharmaceuticals, India) Yes No 4. Medogrel (Aktavis, Malta) Yes No 5. Cardogrel (Sandoz Private Ltd, India/Slovenia) Yes No 6. Clopidogrel-Ratiofarm (Alamed, Poland) Yes No 7. FLAMOGREL 75 (Arthur Pharmaceuticals, India) Yes No 8. Plavix (Sanofi, France) Yes No 9. Clopidogrel-Teva (Teva, Israel) Yes No 10. Clopidogrel-Pharmex (Pharmex Group, Ukraine) Yes No 11. Trombonet (Farmak, Ukraine) Yes No
5. Evaluate the importance of parameters when choosing a drug (1- the most insignificant, 8- the most significant)	<input type="checkbox"/> Effectiveness of action <input type="checkbox"/> Side effects <input type="checkbox"/> Convenience of packaging <input type="checkbox"/> Term of use <input type="checkbox"/> Design <input type="checkbox"/> Demand level <input type="checkbox"/> Availability in assortment <input type="checkbox"/> Price

Thank you for your answers!

The questionnaire is voluntary.

The information obtained during the processing of the questionnaire data will be used to assess the competitiveness of the drug.