

$K_{лікв}$ ,  $P_{ек}$  - відповідно рівень коефіцієнта ліквідності балансу і рівень рентабельності власного капіталу підприємства;

$K_{н.лікв}$ ,  $P_{н.ек}$  - відповідно допустимі нижні межі коефіцієнта ліквідності балансу і рівня рентабельності власного капіталу в даний період;

$K_{в.лікв}$ ,  $P_{в.ек}$  - відповідно допустимі верхні межі коефіцієнта ліквідності балансу і рівня рентабельності власного капіталу в даний період;

$t$  - параметр, що визначає часовий період, для якого проводиться розрахунок.

$\%_{нк}$  - відсотки за користування позиковим капіталом, що відносяться до розглянутого періоду часу, грн.

Вважаємо, що запропонована економіко-математична модель визначення оптимального розміру кредитного навантаження підприємства дозволяє:

- досягти оптимального співвідношення часток капіталу при прийнятному рівні рентабельності власного капіталу і ліквідності балансу;

- формувати різні сценарії, що враховують ймовірність виникнення фінансових проблем на підприємстві внаслідок залучення різного обсягу позикових коштів;

- узгоджувати інтереси підприємства і кредитної організації шляхом розрахунку індивідуальних умов надання кредитів, враховуючи допустимий рівень вартості капіталу.

Крім того, модель дозволяє формалізувати процес управління структурою капіталу, її наявність полегшує подальше проектування та реалізацію технології функціонування системи управління вартістю підприємства як ключового параметра ефективності управління фінансами.

#### **Використана література:**

1. Майборода О. В. Оптимізація структури капіталу та його вплив на фінансовий потенціал підприємства / О. В. Майборода. [Електронний ресурс] . - Режим доступу: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12\\_2018/94.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/94.pdf)
2. Пилюгина А. В. Моделирование оптимальной структуры капитала предприятия / А. В. Пилюгина. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/275310>
3. Посилкіна О. В., Братішко Ю. С., Гладкова О. В. Фінансовий менеджмент / О. В. Посилкіна, Ю. С. Братішко, О. В. Гладкова. – Х.: Вид-во НФаУ, 2018. – 198 с.

**Полянський Я.Г., Світлична К.С.**

*Національний фармацевтичний університет*

**Стратегічні напрямки підвищення конкурентоспроможності фармацевтичних підприємств**

*kubasovaanna17@gmail.com*

Проблема конкурентоспроможності – це складність та багатоплановість. Найбільший вклад в її розвиток внесли американські та західноєвропейські наукові центри, зокрема науково-дослідні групи М. Портера, І. Ансоффа (США), А. Гутмана (Канада), Дж. Данінга (Великобританія). Але водночас багато теоретичних і науково-прикладних питань управління конкурентоспроможністю фармацевтичної промисловості в силу їхньої особливої складності і багатогранності залишаються не вирішеними, деякі з них є предметом наукових дискусій. Проте, наукові дослідження на сучасному етапі здійснюються недостатньо. Необхідною є розробка принципів управління формуванням конкурентоспроможності підприємств на ринку фармацевтичної продукції. Фармацевтична галузь посідає значне місце і в економіці України, оскільки є важливим сегментом національного ринку, багато в чому визначає національну і оборонну безпеку країни, відрізняється великою наукоємною і розвиненою кооперацією. Упродовж п'яти останніх років галузь демонструє стійку тенденцію до зростання в грошовому вираженні на рівні менше 20% на рік.

В умовах ринкової ситуації скорочення частки лікарських засобів українського виробництва, відсутності гарантій щодо збереження фармацевтичного профілю, необхідності серйозних фінансових витрат кожен виробник лікарських засобів вимушений формувати конкурентну стратегію й тактику поведінки в бізнес-середовищі через підвищення конкурентоспроможності продукції та напрямів діяльності. Медикаменти випускає переважно невелика кількість розвинутих країн. Частка найбільших виробників лікарських засобів до яких відносяться США, Японія, Франція, Німеччина, Великобританія, Італія, Швейцарія, Іспанія, Нідерланди перевищує 75 %. Україна перебуває у залежності від зарубіжних виробників медпрепаратів і не забезпечує потреб населення.

Провідні українські та польські фармацевтичні компанії-виробники в порівнянні з німецькими компаніями є відносно малими. З цієї причини їм важко засновувати власні відділи для НДКР. Розроблення нової хімічної субстанції коштує приблизно 400–600 млн доларів США і для того, щоб отримати прийнятний рівень повернення інвестицій, такі нові хімічні субстанції потрібно продавати по всьому світу або щонайменше на трьох найбільших ринках (США, Європа, Японія). Фармацевтичні підприємства в трьох колишніх комуністичних країнах не мають ні коштів на розроблення таких ліків, ні можливості торгувати ними в різних країнах світу.

Неможливість розробляти нові ліки разом з загальною неспроможністю населення платити за такі дорогі ліки є причиною того, що генерики займають надзвичайно велику частку на ринку, а також того, що переважно на генериках базується вітчизняне виробництво. Генерики здебільшого є дешевою продукцією, оскільки видатки на НДКР відсутні та витрати на маркетинг є незначними. Оскільки попит залежить від ціни, ця продукція має відносно невеликий рівень прибутку, що обмежує можливість виробників генериків вкладати інвестиції і стежити за науковим прогресом.

Фармацевтичний ринок України – це складний, сильно фрагментований структурний елемент системи охорони здоров'я. Динаміка розвитку ринку, прибутковість роботи підприємств галузі в значній мірі залежить від великої кількості факторів. Головним завданням учасників фармбізнесу на сучасному етапі має бути розробка ефективних та дієвих стратегій підвищення їх конкурентоспроможності з урахуванням позитивного або негативного впливу кожного з чинників, а також загальними тенденціями розвитку вітчизняної фармгалузі. На сьогоднішній день наша країна має великі можливості для розвитку фармацевтичної галузі. Це розвинений ринок лікарських засобів, великий науковий потенціал, сучасна управлінська структура, а також досвідчені кадри і потенціал для фармацевтичної освіти. Проте низка проблем у фармацевтичній сфері залишається гострою і потребує першочергового вирішення. Це стосується впровадження європейських стандартів виробництва, оновлення технологій виробництва лікарських засобів та введення в дію нових потужностей, впровадження державного замовлення на вітчизняні ліки та системи підтримки вітчизняного виробника в цілому, сприятливих умов інвестиційної діяльності, створення єдиного інформаційного простору, удосконалення системи ціноутворення на лікарські засоби та ін.

**Приймак Ю.О., Кубасова Г.В.**

*Національний фармацевтичний університет*

**Обґрунтування визначення актуального поняття бізнес-моделі**

*kubasovaanna17@gmail.com*

Важлива роль у реалізації визначення бізнес-моделі приділяється аналізу діяльності підприємств. З його допомогою виробляються стратегія і тактика розвитку підприємства, обґрунтовуються плани й управлінські рішення, здійснюється контроль за їхнім виконанням, виявляються резерви підвищення ефективності виробництва, оцінюються результати діяльності підприємства, його підрозділів і робітників.