

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт управления бизнес процессами и экономики
Кафедра «Экономика и управление бизнес-процессами»

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ И.Р. Руйга

« ____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01.01.09 «Экономика предприятий и организаций (машиностроение)»

Разработка стратегии повышения конкурентоспособности на основе
импортозамещения
(на примере ООО ПКФ «Кварц»)

Руководитель _____ старший преподаватель В.В. Бородкина

Выпускник _____ Ю.А. Васильева

Нормоконтроллер _____ Т.П. Лихачева

Красноярск 2017

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт управления бизнес процессами и экономики
Кафедра «Экономика и управление бизнес-процессами»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ И.Р. Руйга
« ____ » _____ 2016 г.

**ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы**

Студенту Васильевой Юлии Александровне

Группа УБ 13-01 Направление 38.03.01.01.09 Экономика предприятий и организаций (машиностроение)

Тема выпускной квалификационной работы «Разработка стратегии повышения конкурентоспособности на основе импортозамещения (на примере ООО ПКФ «Кварц»»

Утверждена приказом по университету № 919/с от 01.02.2017 г.

Руководитель ВКР В.В. Бородкина, старший преподаватель кафедры «Экономика и управление бизнес-процессами»

Исходные данные для ВКР: официальные данные статистики о тенденциях развития отрасли здравоохранения Российской Федерации, постановления Правительства Российской Федерации, научные работы, статьи и печатные издания, бухгалтерская отчетность ООО ПКФ «Кварц», различные исследования в сфере импортозамещения и организации деятельности предприятий по производству медицинских изделий.

Перечень разделов ВКР:

- 1 Необходимость импортозамещения в РФ в сфере здравоохранения.
- 2 Оценка деятельности ООО ПКФ «Кварц».
- 3 Разработка стратегии повышения конкурентоспособности на основе импортозамещения.

Перечень иллюстративного материала:

- Тема бакалаврской работы;
- Актуальность бакалаврской работы;
- Цели и задачи бакалаврской работы;
- Тенденции развития рынка медицинских изделий;
- Государственная поддержка импортозамещения;
- Проблемы импортозамещения;
- Финансовое состояние ООО ПКФ «Кварц»;
- Проблемы производственно-сбытовой деятельности предприятия;

- Разработка стратегии повышения конкурентоспособности на основе импортозамещения;
- Ожидаемые результаты реализации стратегии;
- Оценка эффективности предложенных мероприятий.

Руководитель ВКР _____ В.В. Бородкина

Задание принял к исполнению _____ Ю.А. Васильева

« ____ » декабря 2016 г.

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа по теме «Разработка стратегии повышения конкурентоспособности на основе импортозамещения (на примере ООО ПКФ «Кварц»)» состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Содержит 117 страниц текстового документа, 11 приложений, 75 использованных источников, 35 рисунков, 14 таблиц, 2 формулы.

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ, СФЕРА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ, РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ, ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

Целью бакалаврской работы является разработка стратегии повышения конкурентоспособности ООО ПКФ «Кварц» на основе импортозамещения.

Задачи бакалаврской работы:

- оценить обеспеченность потребностей сферы здравоохранения;
- проанализировать существующую государственную и региональную политику импортозамещения;
- выявить основные проблемы импортозамещения в сфере здравоохранения в Российской Федерации;
- проанализировать финансовое состояние предприятия;
- оценить производственно-сбытовую деятельность предприятия;
- разработать альтернативные варианты стратегии сбыта продукции;
- разработать стратегию повышения конкурентоспособности предприятия на основе импортозамещения;
- оценить эффективность предложенной стратегии.

В результате решения поставленных задач были выявлены основные проблемы ООО ПКФ «Кварц», предложена стратегия повышения конкурентоспособности предприятия на основе импортозамещения, включающая такие мероприятия, как разработка плана продвижения продукции на 2017-2019 годы, а также включение предприятия в программу предоставления субсидий на компенсацию части затрат.

При реализации данной стратегии ожидается усиление конкурентной позиции ООО ПКФ «Кварц» на рынке, увеличение объемов продаж собственной продукции, снижение зависимости предприятия от заемных средств, а также увеличение рентабельности, ожидаемый уровень которой к 2019 году составит 7,4 % по сравнению с 2016 годом, где уровень рентабельности составил 4,85 %.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1 Необходимость импортозамещения в РФ в сфере здравоохранения	7
1.1. Оценка обеспечения потребностей сферы здравоохранения РФ	7
1.2. Государственная и региональная политика импортозамещения	20
1.3. Основные проблемы импортозамещения в сфере здравоохранения	32
2 Оценка деятельности ООО ПКФ «Кварц»	42
2.1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия	42
2.2. Оценка производственно-сбытовой деятельности предприятия	52
2.3. Выработка альтернативных вариантов стратегии сбыта продукции	62
3 Разработка стратегии повышения конкурентоспособности на основе импортозамещения	72
3.1. Разработка стратегии повышения конкурентоспособности на основе импортозамещения	72
3.2. Оценка эффективности предложенных мероприятий	81
Заключение	91
Список использованных источников	93
Приложения А-М	102-117

ВВЕДЕНИЕ

Развитие политики импортозамещения является одним из ключевых факторов, способствующих благоприятному развитию экономической и социальной сфер государства. Политика импортозамещения также может оказать положительное влияние на благосостояние страны и снизить риски экономического спада в условиях кризисных ситуаций.

На сегодняшний день, в связи с вводом экономических и политических санкций со стороны ряда западных стран против России, грамотное осуществление проектов и программ по импортозамещению является действительно актуальным. Все программы импортозамещения в настоящих условиях выработаны государством для стабилизации страны к внешнему воздействию политики западных стран и для обеспечения защиты и безопасности самого государства и ее населения.

Участие в программах по импортозамещению является одним из способов повышения конкурентоспособности отечественного производства, поскольку включаясь в данные программы, предприятия могут рассчитывать на определенные меры поддержки со стороны государства, что является одним из ключевых факторов, способствующих развитию конкурентоспособных российских отраслей промышленности и их перехода на инновационный путь развития.

О необходимости развития импортозамещения говорится на уровне правительства [1; 2]. Кроме того, одним из приоритетов российской экономики заявлено развитие отечественного производства медицинской техники и лекарственных препаратов [3].

Развивающаяся отрасль медицинского оборудования является одной из крупнейших отраслей промышленности в сфере здравоохранения и новых технологий. За последние несколько лет наблюдается большой рост инновационных технологий, что приводит к государственным инвестициям в

самые современные медицинские технологии и катализирует рост и развитие бизнеса в отрасли здравоохранения [4].

Среди главных принципов ликвидации проблемы импортозамещения следует отметить принцип опережающего развития, который подразумевает под собой введение инновационных российских промышленных технологий, что должно обеспечить конкурентоспособность отечественной медицинской техники на мировом рынке.

Политика импортозамещения медицинского оборудования осуществима только при наличии надлежащих производственных мощностей и конкурентоспособных предприятий, способных производить качественный продукт по рыночным ценам. Уменьшение зависимости от зарубежной импортной продукции вероятно только за счет внедрения инноваций, стимулирования инвестиций в технические отрасли, открытия новейших производств на территории российского государства. Важно создать для российских фирм, которые занимаются производством медицинского оборудования, наиболее благоприятные условия для продолжения своей деятельности по сравнению с компаниями, которые только импортируют медицинскую технику и оборудование из других стран.

Целью настоящей бакалаврской работы является разработка стратегии повышения конкурентоспособности ООО ПКФ «Кварц» на основе импортозамещения.

Реализация цели подразумевает решение следующих задач:

- оценить обеспеченность потребностей сферы здравоохранения;
- проанализировать существующую государственную и региональную политику импортозамещения;
- выявить основные проблемы импортозамещения в сфере здравоохранения в Российской Федерации;
- проанализировать финансовое состояние предприятия;
- оценить производственно-сбытовую деятельность предприятия;
- разработать альтернативные варианты стратегии сбыта продукции;

– разработать стратегию повышения конкурентоспособности предприятия на основе импортозамещения;

– оценить эффективность предложенной стратегии.

Объектом исследования является Общество с ограниченной ответственностью производственно-коммерческая фирма «Кварц».

Предметом исследования является хозяйственная деятельность предприятия в условиях политики импортозамещения.

Информационной базой для настоящей бакалаврской работы послужили официальные данные статистики, данные предприятия, в том числе бухгалтерская отчетность, различные исследования в сфере импортозамещения и организации деятельности предприятий по производству медицинских изделий.

1 Необходимость импортозамещения в РФ в сфере здравоохранения

1.1 Оценка обеспечения потребностей сферы здравоохранения РФ

В настоящем разделе отражены результаты анализа рынка медицинских изделий и лекарственных препаратов отечественных производителей, определено влияние внешней среды на его состояние и обозначены перспективы дальнейшего развития отрасли.

Медицинская промышленность является одной из стратегически важных отраслей рынка и высокотехнологичным сегментом экономики, характеризуемым традиционно более высоким уровнем научной и инновационной активности по сравнению с другими сегментами. Конкурентоспособность производственных компаний в этой сфере напрямую зависит от их способности внедрять новые технологии и привлекать капитал, повышая на этой основе качество продукции, и оптимизировать затраты.

Здравоохранение является одной из отраслей Российской Федерации, в которой очень велика доля импортной потребляемой продукции. Так, согласно данным научного труда Н.Ю. Евсюковой [5], на сегодняшний день в Российской Федерации зависимость от импорта медицинских товаров, в том числе оборудования, составляет порядка 70% (рисунок 1).

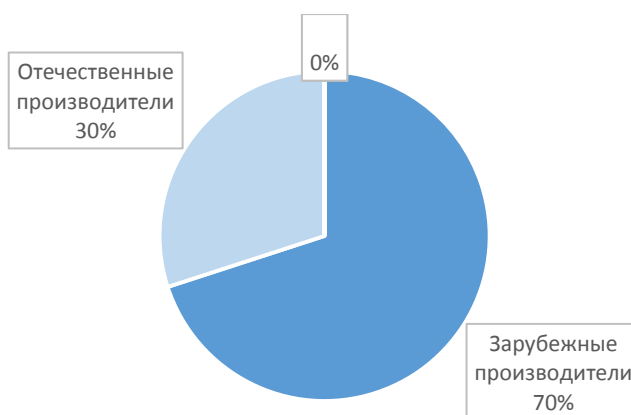


Рисунок 1 - Соотношение отечественных и зарубежных медицинских изделий на российском рынке, 2016 г., % [5]

Согласно данным исследований А.В. Писаревой, И.А. Аполлоновой, А.П. Николаева и Н.А. Зверева [6], основными заказчиками медицинского оборудования в Российской Федерации являются государство и муниципальные образования. Так, их доля в общей сумме закупок Российской Федерации составляет около 78% (рисунок 2). При этом 90% денежных средств от государственных закупок уходит за рубеж.

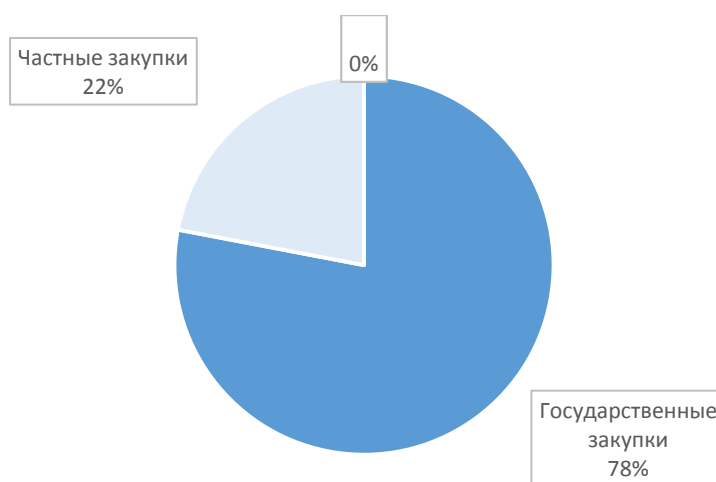


Рисунок 2 – Структура спроса на медицинские изделия на российском рынке в разрезе групп потребителей, 2016 г., % [6]

Несмотря на это, оптимистично оценивается потенциал импортозамещения. Большая часть экспертов полагает, что реализовать задачу выхода на производство 40% потребляемого в России медицинского оборудования к 2020 году, представляется вполне возможным. В развитых странах средний уровень данного показателя составляет 40% - 60%. Также планируется увеличение доли экспортируемой продукции локального производства до 16,3%, доля компаний, осуществляющих технологические инновации увеличится до 50%, а производительность труда в медицинской промышленности повысится в 2,0 раза по сравнению с 2012 годом [7].

Согласно данным Минпромторга России, объем рынка медицинских изделий в России в 2016 году составил 245,5 млрд. руб., а объем отечественного производства медицинских изделий – 52,4 млрд. руб., (рисунок 3) [8].



Рисунок 3 – Объем рынка медицинских изделий в России, 2013-2016 гг., млрд. руб.

В 2015 году импортную продукцию привозили из Германии, США, Китая и Японии, что составляло 60 % всего импорта. Несмотря на то, что крупным производителем медицинской продукции является США, уже на протяжении нескольких лет наиболее крупным поставщиком в Россию является Германия (25,2% всего импорта) [9]. Наибольшим спросом пользуется электронное диагностическое оборудование.

Согласно данным Росстата в 2016 году объем рынка медицинских изделий РФ увеличился на 9,1% по сравнению с 2015 годом.

Динамика выпуска медицинских изделий, включая хирургическое оборудование, ортопедические приспособления и их составные части, предприятиями медицинской промышленности по федеральным округам России в 2015-2016 годах представлена в приложении А и на рисунке 4 [10].

На основании данных, приведенных в приложении А и на рисунке 4, можно утверждать, что лидером по выпуску медицинских изделий в 2015 – 2016 годах являются предприятия Центрального федерального округа – 48,54% от общего объема производства по России в 2016 году. Значительную долю занимают также Приволжский, Уральский и Северо-Западный федеральные округа – 18,7%, 12,64% и 7,32% соответственно в 2016 году. Сибирский

федеральный округ находится на пятом месте по объему производства медицинских изделий и составляет 6,93% (рисунок 5).

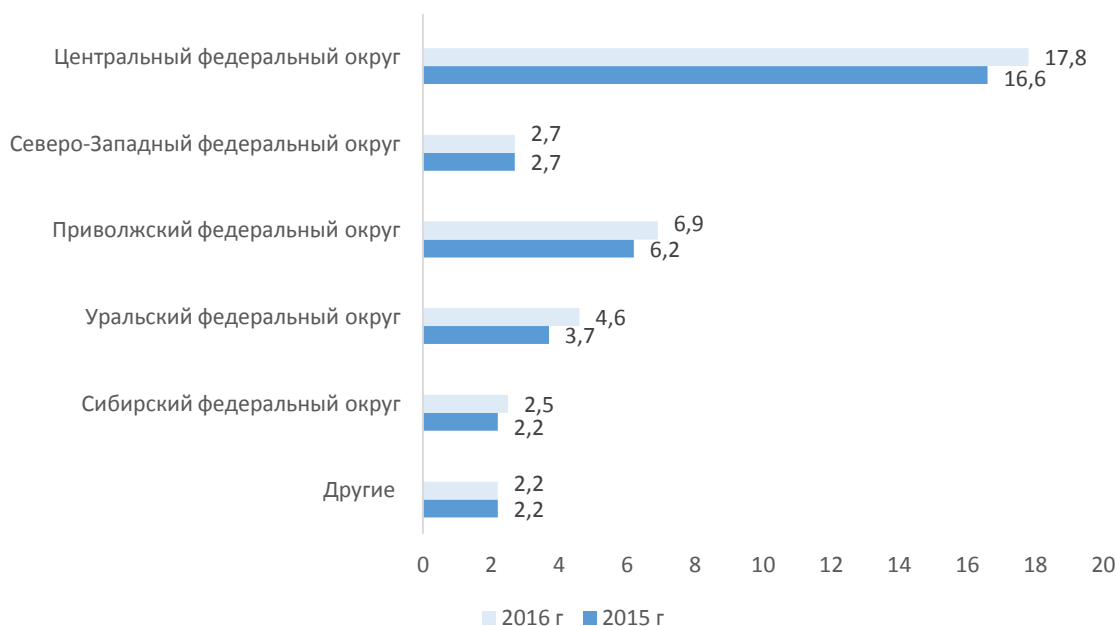


Рисунок 4 – Динамика выпуска медицинских изделий, включая хирургическое оборудование, ортопедические приспособления и их составные части, предприятиями медицинской промышленности по федеральным округам России, 2015-2016 гг., млрд. руб.

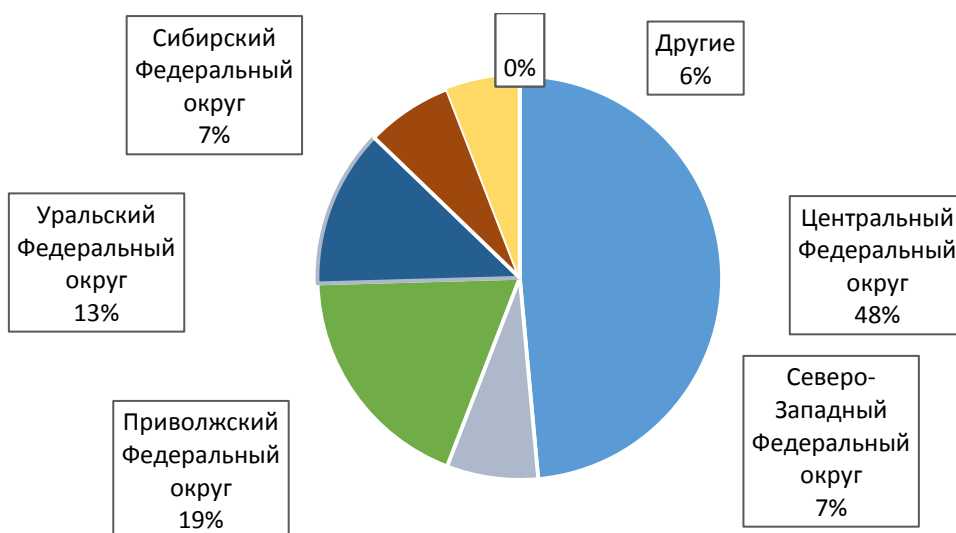


Рисунок 5 - Доля выпуска медицинских изделий, включая хирургическое оборудование, ортопедические приспособления и их составные части, федеральными округами России, 2016 г., %

Наибольшая доля выпуска медицинских изделий в Сибирском федеральном округе приходится на Новосибирскую область и составляет 2,37%. Красноярский край выпускает медицинских изделий на 341,61 млн. руб. или 1,02% от общего объема выпуска в Сибирском федеральном округе [10]. Одним из ведущих российских разработчиков и производителей ортопедической техники, выпускаемой в Красноярском крае является АО «Красмаш». На протяжении 30 лет АО «Красмаш» совместно с кафедрой травматологии и ортопедии КрасГМУ разрабатывает и выпускает устройства для коррекции искривлений позвоночника в городе Красноярске.

Экспорт медицинских изделий, произведенных на территории Российской Федерации, в 2015 году составил 3,2 млрд руб., при этом в 2015 году отмечается рост экспорта на 13,7 % по сравнению с 2014 годом [11].

За 1 полугодие 2016 г. российскими предприятиями промышленности медицинских изделий отгружено товаров, работ и услуг на сумму 23,58 млрд руб., в том числе на территории России 96,84% от общего объема отгруженной продукции, или 22,84 млрд. руб., в другие страны СНГ – 1,06%, или 249,8 млн. руб., и страны дальнего зарубежья – 2,10%, или 495,19 млн. руб. (рисунок 6), [12].



Рисунок 6 – Товары, работы и услуги, отгруженные российскими предприятиями промышленности медицинских изделий, 1 полугодие 2016 г., %

Наибольшая доля отгруженной продукции Российской Федерацией в страны СНГ приходится на Казахстан – 49,43%, или 123,47 млн. руб. Удельный вес Беларуси – 35,27%, или 88,1 млн. руб., Республики Узбекистан – 6,05%, или 15,11 млн. руб., другие – 9,25% (рисунок 7).

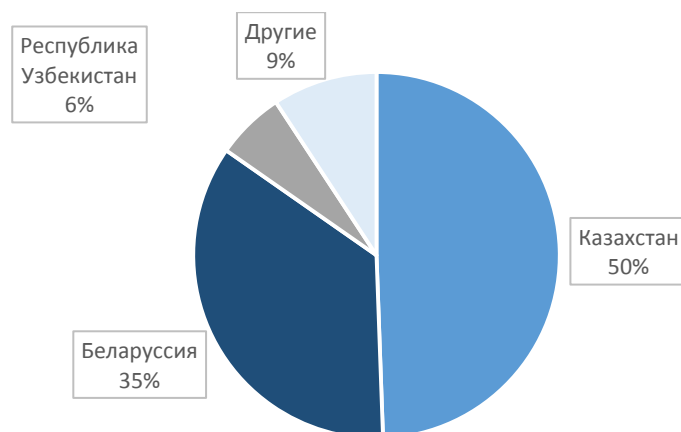


Рисунок 7 – Структура отгруженной продукции среди стран СНГ, 1 полугодие 2016 г., %

Россия больше всего экспортирует в страны Таможенного Союза (Беларусь, Казахстан), государства Средней Азии (Киргизстан, Узбекистан, Таджикистан, Туркменистан). Сократился экспорт в Украину, Молдавию, страны Прибалтики. Экспорт медицинской продукции на европейский рынок является незначимым. По мнению экспертов, в том числе Н.Ю. Евсюковой, одной из причин снижения экспорта может быть технологическое и инженерное отставание России от ведущих мировых производителей и недостаточный бюджет на реализацию маркетинговых мероприятий [5].

По данным исследований Высшей школы экономики (ВШЭ), 70% оборудования отечественного производства приходится на рентгеновское оборудование, а доля импортной техники, которую потенциально возможно заменить на отечественные аналоги составляет примерно 67% [13].

Специализация отечественных и иностранных производителей медицинской техники приведена в таблице 1 [14].

Таблица 1 - Специализация отечественных и иностранных производителей медицинской техники

Медицинские изделия	Отечественные производители	Иностранные производители
Диагностическая визуализация	Цифровой рентген, маммограф	КТ, МРТ, ПЭТ, ОФЭКТ
Оборудование для терапии	Физиотерапевтическое оборудование	Брахитерапия, Медицинские линейные ускорители
Изделия для хирургии	Хирургический инструмент	Одноразовые изделия для нейро и кардио хирургии
Клиническая диагностика	Реагенты для клинической диагностики	Автоматизированное оборудование для клинической диагностики
Оборудование и изделия для функциональной диагностики	электрокардиографы	УЗИ высокого и экспертного класса
Стерилизация	Паровая, вакуумная	Плазменная
Перевязочная продукция	Марля, бинты	Заживляющие, биосовместимые материалы
Оборудование и изделия восстановительной медицины	Механотерапия	Ортезы
Эндоскопия	жесткая	гибкая

Исходя из данных таблицы 2 видно, что российские производители выпускают широкий спектр медицинских изделий (рентгеновская медицинская техника, наркозно-дыхательная аппаратура, электрокардиографы, приборы для функциональной диагностики и физиотерапии), но они нечасто используют новейшие технологии. В большинстве своем сегмент высокотехнологичной медицинской техники принадлежит иностранным компаниям. Однако в России уже есть предприятия, способные удовлетворить внутренний спрос и на высокотехнологичную продукцию. Так, в медицинских организациях активно используется отечественное оборудование для лучевой диагностики (флюорографы, маммографы, телеуправляемые рентгеновские комплексы и другое) [14].

Крупнейшими и самыми технологичными отечественными предприятиями, производящими медицинское оборудование, стали компании НИПК «Электрон» (г. Санкт-Петербург), СП «Гелпик» (г. Москва), «Амико» (г. Москва), «Уральский оптико-механический завод» (г. Екатеринбург), «Ижевский механический завод» (г. Ижевск). Иностранными крупнейшими компаниями, работающими на российском рынке, являются Philips (Нидерланды), GE (США), Toshiba (Япония), Siemens (Германия), Medtronic, Johnson&Johnson (США) [15].

В настоящее время такие компании, как Merck Serono, Johnson&Johnson, Boehringer Ingelheim, Pfizer, Abbvie, Amgen, заявили о сотрудничестве с российскими компаниями в сфере локализации собственного медицинского оборудования на площадке отечественных компаний [16].

Что касается фармацевтической промышленности, то с момента принятия федеральной целевой программы «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности Российской Федерации на период до 2020 года и на дальнейшую перспективу» от 27.01.2015 № 91 [3], а затем и государственной программы «Развитие медицинской и фармацевтической промышленности на 2013-2020 годы», утвержденной Правительством Российской Федерации от 15.04.2014 № 305, государство предпринимает специальные меры для подъема отрасли [17].

Самым крупным мировым экспортером и импортером фармацевтической продукции является Европейский Союз. Многие страны ЕС сохраняют положительное сальдо торгового баланса в фармацевтическом сегменте, например, Бельгия, Великобритания, Германия, Франция, Ирландия.

Наряду с Европейским Союзом, к числу крупнейших мировых импортеров продукции фармацевтической отрасли относятся США, Канада, Китай, Япония. В этих странах значительный объем импорта сочетается с развитым экспортным производством лекарственных препаратов.

Однако отечественная фармацевтическая отрасль имеет высокий потенциал развития. Из-за возникновения угрожающих тенденций, приводящих

к сохранению зависимости от импортной продукции, на фоне экономического кризиса и снижения реальных доходов населения и покупательной способности национальной валюты, возникает объективная необходимость активизации мер для реализации политики импортозамещения на фармацевтическом рынке [18].

На сегодняшний день в Российской Федерации доля отечественных медицинских препаратов составляет 56% (рисунок 8) [19].

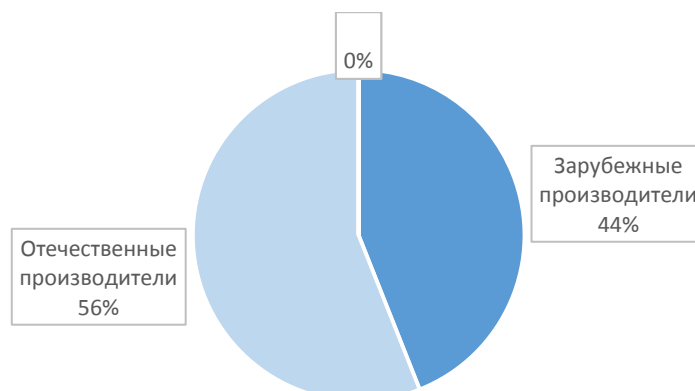


Рисунок 8 - Соотношение отечественных и зарубежных лекарственных средств на российском рынке, 1 полугодие 2016 г., %

Согласно данным Минпромторга России, объем российского фармацевтического рынка в 2016 году в денежном выражении составил 1083 млрд. руб. (рисунок 9) [8].

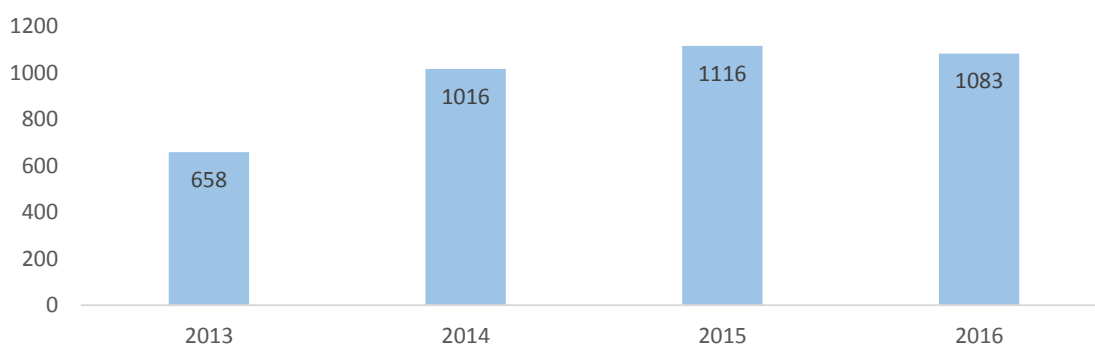


Рисунок 9 – Динамика российского фармацевтического рынка в стоимостном выражении, 2016 г., млрд. руб.

Соотношение объема продаж импортных и отечественных препаратов в 2011-2016 годах, по данным Минпромторга, представлено на рисунке 11 [8].

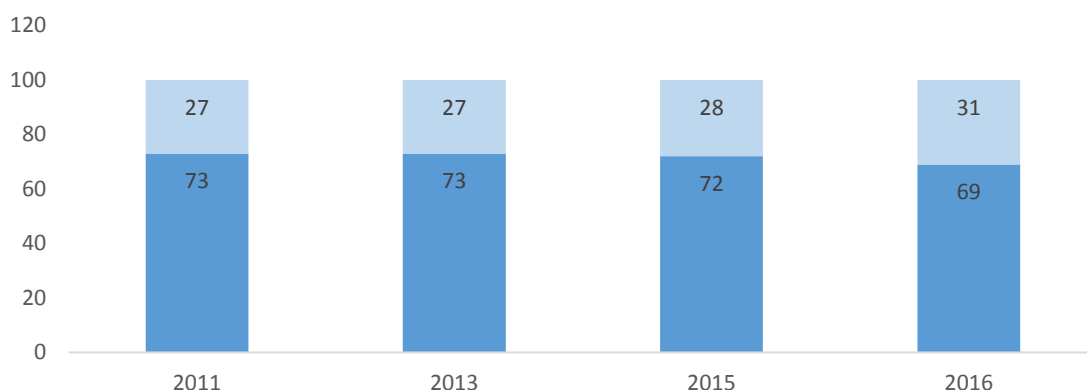


Рисунок 10 - Соотношение объема продаж импортных и отечественных препаратов в стоимостном выражении, 2011-2016 гг., %

В 2015 году объем производства фармацевтической промышленности в России увеличился на 26% и составил 231,0 млрд руб. В перечне жизненно важных препаратов в России производится порядка 70%, к концу 2016 года - 76%, а к 2018 году Минпромторг предполагает довести этот уровень до 90% [20].

Доля федеральных округов России в объеме выпуска лекарственных средств в 2016 году представлена в приложении Б и на рисунке 11, [21].

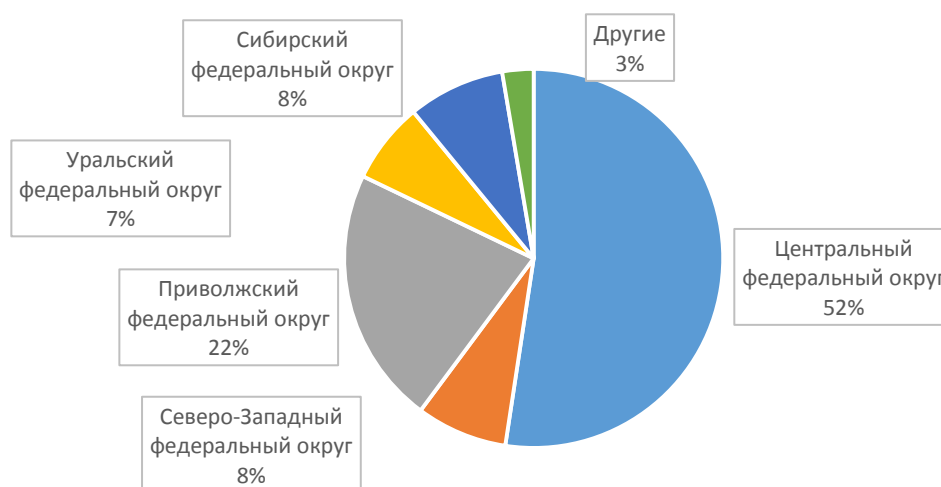


Рисунок 11 - Доля федеральных округов России в объеме выпуска лекарственных средств на декабрь 2016 г., %

Исходя из данных приложения Б и рисунка 11, наибольший объем производства фармацевтической промышленности отмечался в Центральном федеральном округе – 107,29 млрд. руб., или 52,40% от общего объема выпуска России. Значительную долю занимают также Приволжский федеральный округ – 44,95 млрд. руб., или 21,96%, и Сибирский федеральный округ – 16,93 млрд. руб., или 8,27%. При этом более высокие показатели роста производства наблюдались в Северо-Западном федеральном округе: объем выпуска лекарственных средств по сравнению с предыдущим годом увеличился в 1,41 раза.

За 1 полугодие 2016 г. предприятиями фармацевтической промышленности отгружено товаров, работ и услуг на сумму 199,16 млрд. руб., в том числе в России 96,24% от общего объема отгруженной продукции, или 191,67 млрд. руб., в другие страны СНГ – 2,85%, или 5,66 млрд. руб., и страны дальнего зарубежья – 0,92%, или 1,82 млрд. руб. (рисунок 12), [22].



Рисунок 12 - Товары, работы и услуги, отгруженные российскими предприятиями фармацевтической промышленности, 1 полугодие 2016 г., %

Наибольшая доля отгруженной продукции среди стран СНГ приходится на Казахстан – 35,57%, или 2016,5 млн. руб., удельный вес Украины – 19,85%, или 1124,51 млн. руб., а Республики Узбекистан – 12,62%, или 715,29 млн. руб.

Одной из крупнейших отечественных фармацевтических компаний является ОАО «Фармстандарт», зарубежных - американская фармацевтическая компания Pfizer. На долю «Фармстандарта» приходится более 12 % всего производства лекарств в России [23].

Такие зарубежные компании как Novartis, Teva, Novo Nordisk, Sanofi, Nycomed, ООО «КРКА РУС», Gedeon Richter, Servier, STADA CIS, ЗАО «Берлин-Фарма» (дочернее предприятие Menarini Group), Ferring Pharmaceuticals инвестировали в создание собственных производств на территории Российской Федерации. Компания Abbott приобрела 100% акций российской компании ОАО «Верофарм» и реализует проект по строительству новой производственной площадки в г. Покров (Владимирская область) [16].

Помимо локализации производства медицинской техники и лекарственных препаратов, в России проводится кластерная политика развития медицинской и фармацевтической промышленности, направленная на формирование целостной цепочки создания добавочной стоимости на основе специализированных технопарков, обеспечивающих разработку и внедрение инновации. Активно развиваются технопарки, особые экономические зоны, медицинские кластеры.

Так, согласно данным министерства здравоохранения, на территории Российской Федерации существуют следующие кластеры по направлениям «Медицина и фармацевтика» и «Биотехнологии» [24]:

- Кластер биофармацевтики и медицинских услуг. Центр кластерного развития для субъектов малого и среднего предпринимательства Астраханской области;
- Кластер «фармацевтика, биотехнологии и биомедицина». Агентство регионального развития Калужской области;

- Курганский медицинский кластер. Центр кластерного развития Курганской области;
- Биомедицинский кластер. Центр кластерного развития Пензенской области;
- Инновационный территориальный кластер «кластер медицинской, фармацевтической промышленности, радиационных технологий». Центр кластерного развития Санкт-Петербурга;
- НП «Северо-Западный кластер медицинской, фармацевтической промышленности и радиационных технологий» (Ленинградская область). Санкт-Петербург, Ленинградская область;
- Инновационный территориальный кластер «Фармацевтика, медицинская техника и информационные технологии». Центр кластерного развития Томской области;
- Биомедицинский кластер. Центр кластерного развития Кемеровской области;
- Инновационный кластер информационных и биофармацевтических технологий Новосибирской области.

Кроме того, согласно данным официального сайта Красноярского края, в качестве системообразующего приоритетного направления развития промышленного комплекса Красноярского края также выступает формирование сети промышленных кластеров, в том числе для медицины и здравоохранения [25].

Таким образом, исходя из вышеприведенных данных, возможно сделать вывод о высоком уровне зависимости Российской Федерации от импорта медицинских товаров, как лекарственных средств, так и оборудования. Вместе с тем стоит признать, что импорт товаров, а в нашем случае – лекарственных препаратов и медицинских изделий, вытесняя с внутренних рынков подобные товары национальных предприятий, негативно влияет на пополнение бюджетов регионов, а также бюджета государства, на уровень занятости в данной

отрасли, на доходы населения, ухудшая структурные изменения экономики регионов и страны в целом [26].

С одной стороны, импортные медицинские изделия имеют ряд преимуществ, однако с другой стороны они также имеют ряд недостатков. В первую очередь это высокая стоимость импортного оборудования, которая зависит от множества факторов, таких как: курс валют, дорогостоящие запасные части и комплектующие, сервисное обслуживание, транспортные расходы, таможенные пошлины и налоги. Все это обуславливает необходимость проведения политики импортозамещения.

На сегодняшний день, говоря о перспективах фармацевтической индустрии и рынка медицинских изделий, необходимо обсуждать дальнейшее повышение конкурентоспособности отечественных товаров по сравнению с зарубежными аналогами.

1.2 Государственная и региональная политика импортозамещения

Как было установлено в разделе 1.1 в Российской Федерации существует значительная потребность в проведении мероприятий, направленных на импортозамещение медицинских изделий. При этом, как отмечает ряд экспертов, эффективность таких мероприятий напрямую зависит от государственной и региональной политики импортозамещения страны [15]. В этой связи в настоящем разделе дана оценка существующей политике импортозамещения Российской Федерации и Красноярского края.

В непростой политической и экономической ситуации в России все активнее развивается импортозамещение, причем в первую очередь импортозамещение стратегически важных товаров, включая лекарственные препараты и медицинские изделия, качество и доступность которых обеспечивает стабильное функционирование системы здравоохранения. Это в свою очередь способствует стремительному развитию медицинской

промышленности отечественного производителя и повышению конкурентоспособности.

Проведение грамотной импортозамещающей политики может способствовать развитию высокотехнологичных производств, в том числе и производства лекарственных препаратов и медицинских изделий. При этом, как отмечают эксперты, нужно стремиться не столько к насыщению внутреннего рынка отечественными медицинскими изделиями, сколько к развитию выпуска медицинских изделий, способных конкурировать на мировом рынке [27]. Соответственно, важнейшим условием, определяющим целесообразность импортозамещения, является возможность обеспечения соответствующего уровня качества отечественных аналогов и признание их на внешних рынках [28].

То есть под импортозамещением понимается такой тип экономической стратегии и промышленной политики государства, которые направлены на замену импорта промышленных товаров, пользующихся спросом на внутреннем рынке, товарами национального производства, при условии, что замещение возможно и экономически целесообразно [29].

Политика импортозамещения может включать в себя: высокие импортные пошлины; налоговые льготы местным производителям; разработку программы развития необходимой производственной инфраструктуры.

Безусловно, политика импортозамещения не подразумевает полного замещения иностранной продукции товарами национального производства, а рассматривается как возможность дать отечественным компаниям развиваться с перспективой экспорта на внешние рынки.

Политика импортозамещения нацелена на создание таких экономических и технологических условий, при которых отечественные предприятия смогут производить конкурентные лекарственные препараты и медицинские изделия как минимум для внутреннего рынка. Именно российские конкурентоспособные производства обеспечат экономический баланс и позволят российской экономике стать более устойчивой к разным кризисам.

Стоит также добавить, что политика импортозамещения должна ориентироваться на производство лекарственных препаратов и медицинских изделий, которые будут по качеству равными импортным, но более дешевыми.

Среди преимуществ политики импортозамещения можно выделить следующие: «независимость цены продукта от курса валют, отсутствие переплаты за таможенные пошлины на ввозимое сырье для изготовления импортной продукции, поступление конечного продукта напрямую с завода-изготовителя, что исключает его подделку и другое» [30].

Политика импортозамещения, проводимая государством, является одной из составляющих промышленной и торговой политики Российской Федерации. В настоящее время, учитывая современные экономические проблемы и вызовы, такие как падение российского курса рубля, санкции со стороны западных стран, снижение цен на нефть и общий мировой экономический спад, данная политика имеет приоритетное значение.

На сегодняшний день импортозамещение является одним из основных направлений развития Российской Федерации.

Программа импортозамещения в сегодняшних условиях является государственной и призвана стать ключевым фактором повышения устойчивости страны к внешнему воздействию и защиты ее безопасности [28].

В связи с введенными санкциями, Правительство Российской Федерации приняло решение о создании Правительственной комиссии по импортозамещению, к основным задачам которой среди прочего относится [31]:

- рассмотрение вопросов осуществления долгосрочных программ развития и инвестиционных программ субъектов естественных монополий и организаций с государственным участием в части реализации государственной политики в сфере импортозамещения;
- определение мер, направленных на удовлетворение потребностей внутреннего рынка в промышленной продукции российского производства;

– определение основных мер, направленных на повышение инвестиционной привлекательности проектов в сфере импортозамещения.

На сегодня Минпромторгом России утверждено 22 отраслевых плана импортозамещения, охватывающих 2200 технологических направлений отечественной промышленности и определяющих меры стимулирования предприятий, принимающих участие в реализации этих программ.

Политика импортозамещения в России на федеральном уровне в отрасли медицинской и фармацевтической промышленности активно осуществляется с применением следующих разработанных планов мероприятий:

– Приказ Минпромторга России от 31.03.2015 № 655 «Об утверждении плана мероприятий по импортозамещению в отрасли медицинской промышленности Российской Федерации»;

– Приказ Минпромторга России от 31.03.2015 № 656 «Об утверждении отраслевого плана мероприятий по импортозамещению в отрасли фармацевтической промышленности Российской Федерации».

В рамках указанных планов предполагается постепенный переход на отечественное производство конкурентоспособной продукции в отраслях медицинской и фармацевтической промышленности, имеющих высокую степень зависимости от импорта.

Так, например, фактический показатель доли импорта медицинского и лабораторного оборудования для стерилизации до реализации проекта составляет 53%, а плановый показатель доли импорта после реализации проекта до 2020 года должен сократиться до 20%.

Также существует ряд нормативных актов политики импортозамещения на региональном уровне, в том числе и в Красноярском крае [25].

Промышленная политика Красноярского края – это регионально-отраслевой аспект государственной промышленной политики как комплекса правовых, экономических, организационных мер, направленных на развитие промышленного потенциала для производства высоко конкурентной продукции с учетом особенностей развития и ресурсной базы региона.

Так, одним из приоритетных направлений развития промышленного комплекса Красноярского края является создание биотехнологического кластера для медицины и здравоохранения [25].

Как сообщает «Интерфакс», в июле 2016 года стало известно о том, что российское правительство выделило 15 млрд. рублей на развитие импортозамещения в медицине [20]. Для отрасли был разработан план из 111 технологических направлений. В них включены 205 проектов, получивших серьезную финансовую поддержку. В рамках госпрограммы по развитию отрасли завершено 145 проектов, из них в 2016 году - 32.

В настоящее время также принят ряд программных документов, в том числе:

- Стратегия развития фармацевтической промышленности Российской Федерации на период до 2020 года [32];

- Стратегия развития медицинской промышленности Российской Федерации на период до 2020 года [7];

- Федеральная целевая программа «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности Российской Федерации на период до 2020 года и дальнейшую перспективу» [3];

- Государственная программа Российской Федерации «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности» на 2013-2020 годы [17];

- Стратегия лекарственного обеспечения населения Российской Федерации на период до 2025 года [33];

- Постановление Правительства Российской Федерации «Об установлении ограничения допуска отдельных видов медицинских изделий, происходящих из иностранных государств, для целей осуществления закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд», которые призваны совершенствовать механизмы обеспечения населения страны лекарственными средствами и медицинским оборудованием, используя значительную долю отечественной продукции [34].

Так же необходимо отметить, что планомерная деятельность по импортозамещению способствует обеспечению максимальной поддержки отечественным производителям лекарственных средств и медицинского оборудования.

Основной целью государственной политики Российской Федерации по развитию национальной фармацевтической промышленности на период до 2020 года является создание условий для ее перехода на инновационную модель развития, что должно привести к росту обеспеченности населения, учреждений здравоохранения и Вооруженных Сил Российской Федерации лекарственными средствами отечественного производства [32].

Основными задачами Стратегии развития фармацевтической промышленности Российской Федерации на период до 2020 года [32] являются:

- увеличение обеспеченности населения, учреждений системы здравоохранения и Вооруженных Сил РФ лекарственными средствами отечественного производства;
- повышение конкурентоспособности отечественной фармацевтической промышленности путем гармонизации российских стандартов по разработке и производству лекарственных средств с международными требованиями;
- стимулирование разработки и производства инновационных лекарственных средств и поддержка экспорта российских лекарств, в том числе за счет выработки дополнительных механизмов финансирования оригинальных разработок;
- защита внутреннего рынка от недобросовестной конкуренции и выравнивание условий доступа на рынок для отечественных и зарубежных производителей;
- осуществление технологического перевооружения российской фармацевтической отрасли;

- совершенствование системы подтверждения соответствия качества лекарственных средств, включая меры по устранению избыточных административных барьеров по регистрации отечественных лекарств;

- подготовка специалистов для разработки и производства фармацевтической продукции в соответствии с международными стандартами.

Ожидаемым результатом реализации Стратегии развития фармацевтической промышленности Российской Федерации на период до 2020 будет увеличение доли продукции отечественного производства в общем объеме внутреннего рынка, увеличение экспорта отечественной фармацевтической продукции, а также повышение конкурентоспособности отечественной продукции путем преодоления технологического отставания фармацевтической промышленности России от ведущих стран мира.

Стратегия развития медицинской промышленности Российской Федерации на период до 2020 года направлена на решение задачи перехода российской экономики на инновационный путь развития и формирование ее конкурентоспособности по разработке и производству медицинского оборудования на мировом рынке [7].

Стратегия развития медицинской промышленности Российской Федерации на период до 2020 года [7] имеет следующие ожидаемые результаты:

- Расширение доли российского медицинского оборудования до 40%, произведенного внутри Российской Федерации, в общем объеме потребления на отечественном рынке в стоимостном выражении к 2020 году;

- Расширение доли экспорта произведенных в России медицинских изделий в 8-10 раз по сравнению с 2009 годом или до 16%;

- Формирование 30-50 предприятий в течение 10 лет в пределах территории Российской Федерации, способных финансировать и осуществлять научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки (НИОКР) для собственного производства;

- Расширение доли медицинской промышленности в ВВП РФ до 0,16%, что означает увеличение в 8 раз по сравнению с 2010 годом;
- Расширение доли предприятий до 50%, способных осуществлять технологические инновации;
- Расширение показателя производительности труда в 2 раза по сравнению с 2012 годом;
- Расширение общего объема производства инновационного медицинского оборудования.

В результате данной стратегии будет создана система трансформации отечественных технологий в сфере медицинского оборудования, расширение доли экспорта российского медицинского оборудования.

Параллельно принятию Стратегии развития медицинской промышленности Российской Федерации на период до 2020 года Правительство РФ приняло Постановление РФ о федеральной целевой программе «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности Российской Федерации на период до 2020 года и дальнейшую перспективу» [3].

Цель программы заключается в формировании инновационной фармацевтической и медицинской промышленности мирового уровня. В рамках программы будут созданы «7 научно-исследовательских центров мирового уровня по разработке медицинской техники и изделий медицинского назначения, в том числе в формирующихся профильных инновационных кластерах». Более того, выделяются около «3,3 млрд. рублей на софинансирование научных исследований и конструкторских разработок производителей новых медицинских изделий».

Перечисленные задачи требуют определенных действий со стороны государства, которые помогут достичь поставленного результата даже в такой сложной экономической обстановке.

Важную роль в поддержке отечественных предприятий, участвующих в проектах по импортозамещению, играет принятый в 2015 году и вступивший в силу с 1 января 2016 года Федеральный закон № 224-ФЗ «О государственно-

частном партнерстве, муниципальном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», в котором соглашения о государственно-частном партнерстве и соглашения о муниципально-частном партнерстве заключаются в целях привлечения в экономику частных инвестиций, обеспечения органами государственной власти и органами местного самоуправления доступности товаров, работ, услуг и повышения их качества [35].

Также государство осуществляет поддержку импортозамещения с помощью такой меры, как финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ за счет средств федерального бюджета, предусмотренной государственной программой Российской Федерации «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности» на 2013 – 2020 годы в рамках заключенных государственных контрактов Министерством промышленности и торговли Российской Федерации с участниками технологических платформ в размере 1516,5 млн. рублей в 2013 – 2014 годах [17]. Доля государственных контрактов, исполняемых участниками технологических платформ, в общем количестве государственных контрактов на выполнение научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ в рамках федеральной целевой программы «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности Российской Федерации на период до 2020 года и дальнейшую перспективу», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 17 февраля 2011 г. № 91, составляет 24% (объем финансирования проектов участников технологических платформ составляет 19% общего объема финансирования выполняемых научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ) [3].

Кроме того, предполагается финансирование реализации программ развития медико-фармацевтических территориальных инновационных кластеров в 2013 – 2017 годах за счет средств федерального бюджета [17].

Согласно Федеральному закону «О промышленной политике в Российской Федерации» № 488 стимулирование деятельности в сфере

промышленности осуществляется путем предоставления ее субъектам финансовой, информационно-консультационной поддержки, поддержки осуществляемой ими научно-технической деятельности и инновационной деятельности в сфере промышленности, поддержки развития их кадрового потенциала, осуществляемой ими внешнеэкономической деятельности, предоставления государственных и муниципальных преференций, иных мер поддержки, установленных настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами и нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, законами субъектов Российской Федерации, уставами муниципальных образований [36].

На основании принятых постановлений Правительства Российской Федерации от 1 октября 2015 года №1045, №1046, №1047, №1048 утверждены правила предоставления субсидий из федерального бюджета российским организациям на компенсацию части затрат по следующим направлениям:

- на проведение клинических исследований лекарственных препаратов [37];
- на организацию производства медицинских изделий и клинических испытаний имплантируемых медицинских изделий [38];
- на реализацию проектов по организации производства и клинических испытаний лекарственных средств и фармацевтических субстанций [39];
- на организацию высокотехнологичного производства медицинских изделий [40].

На субсидии российским организациям фармацевтической и медицинской промышленности на возмещение части затрат в рамках государственной программы Российской Федерации «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности» на 2013 - 2020 годы в 2016 году выделено 6,9 млрд. руб. [17].

Также согласно постановлению правительства Российской Федерации от 30 декабря 2015 года №1503, которое направлено на поддержку разработки отечественных инновационных лекарственных средств, увеличение объёма инвестиций в научные исследования, разработки, технологические инновации и перевооружение производства лекарственных средств, одной из задач подпрограммы является разработка инновационных лекарственных средств для лечения социально значимых заболеваний [41].

Субсидии предоставляются в рамках подпрограмм «Развитие производства лекарственных средств» и «Развитие производства медицинских изделий» государственной программы «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности» на 2013–2020 годы [17].

Возмещению подлежит не более 50% от общего объёма затрат организации и не более 200 млн. рублей на все представленные направления кроме организации производства медицинских изделий и клинических испытаний имплантируемых медицинских изделий, где возмещению подлежит не более 5 млн. рублей на одно юридическое лицо.

Одним из условий предоставления субсидии является наличие бизнес-плана, в котором предусмотрено начало выпуска в гражданский оборот фармацевтической субстанции или медицинского изделия, произведённых в рамках проекта, не позднее трёх лет с даты заключения договора о предоставлении субсидии.

Безусловным стимулом для поддержания национальной промышленности следует считать ряд правительственных ограничений на закупку конкретных видов импортных товаров. Данные ограничения коснулись как медицинской [42], так и фармацевтической промышленности [43]. Данные меры стали толчком к переходу на государственные закупки у отечественных производителей, что должно способствовать созданию первичного спроса, увеличению объёмов выпускаемой продукции, которая в дальнейшем может занять место зарубежных аналогов на отечественном рынке, а также развитию отрасли в целом.

Среди значимых мер поддержки политики импортозамещения следует выделить создание в 2014 году по инициативе Минпромторга «Фонда развития промышленности» для стимулирования модернизации предприятий российской промышленности и производства ими конкурентоспособной продукции, обеспечивающей импортозамещение [44].

Главная задача Фонда состоит в увеличении доступа к займам для обеспечения денежных и материальных средств технологических проектов и для формирования новых производств, использующих передовые технологии, имеющие инвестиции в реальный экономический сектор.

Одно из направлений данного фонда - осуществление льготного финансирования проектов по импортозамещению, а именно предоставление займов по ставке 5% сроком не более 5 лет, при этом сумма займа может варьироваться от 50 до 500 млн. руб. [44]. Подобные кредиты являются одним из лучших стимулов поддержания бизнеса, выступая в качестве рычага к инвестированию в улучшение продукции, закупку новых активов и направлению их в производство. В 2015 г. Правительство РФ выделило «Фонду развития промышленности» около 20 млрд. руб.

Еще одной значимой мерой поддержки является частичное финансирование проектов Внешэкономбанком, который одобрил участие в 26 инвестиционных проектах, способствующих импортозамещению, стоимостью свыше 500 миллиардов рублей, из которых 364 миллиарда рублей приходится на долю Внешэкономбанка. Внешэкономбанк рассматривает еще 15 проектов в импортозамещении общей стоимостью 164 миллиарда рублей [45].

Также многие проекты импортозамещения реализуются за счёт самих компаний, заинтересованных в преференциях по государственным закупкам. В этой связи, как считают эксперты, целесообразно передать часть средств из отраслевой госпрограммы в Фонд развития промышленности для поддержки уже на возвратной основе наиболее значимых проектов в части проведения клинических исследований за рубежом, что также будет способствовать выводу отечественных препаратов на внешние рынки.

Дальнейшее развитие импортозамещения фармацевтики будет сфокусировано на выпуске отечественных субстанций и создании производств полного цикла, которые должны получить приоритетный доступ к государственным закупкам. Кроме того, из средств госпрограммы активно поддерживается создание инновационных препаратов, не имеющих аналогов не только в России, но и за рубежом.

Таким образом, с целью снижения доли иностранной продукции на рынке России в медицинской и фармацевтической промышленности действуют планы мероприятий по импортозамещению, а также принят ряд программных документов. Благодаря различным мерам поддержки со стороны государства внутреннее производство медицинских изделий увеличилось, а также произошло увеличение доли отечественных препаратов на растущем рынке, что во многом является результатом реализации политики импортозамещения.

1.3 Основные проблемы импортозамещения в сфере здравоохранения

В настоящем разделе говорится о сложностях перехода на путь импортозамещения. Несмотря на перспективность развития медицинской и фармацевтической промышленности, а также существующие государственные планы содействия импортозамещению и меры государственной поддержки, существует ряд проблем импортозамещения в сфере здравоохранения.

Как уже было отмечено, фармацевтическая и медицинская импортозависимость России в настоящее время представляет собой серьезную общенациональную проблему обеспечения национальной безопасности страны. Поэтому решение задачи импортозамещения в фармацевтической и медицинской промышленности является важной социально-экономической задачей.

Существенной проблемой фармацевтической промышленности является тот факт, что в настоящее время на отечественном рынке лекарственных препаратов России зарубежные фирмы занимают ту нишу, которая могла бы принадлежать отечественному производителю.

Одним из негативных последствий такого лидерства импортных производителей является отсутствие экономических выгод для России и ее граждан:

– в том случае, когда на рынке существуют зарубежные препараты и российские аналоги, первые, как правило, существенно выше по цене. Если через государственную систему социальной защиты в качестве льготных приобретаются зарубежные, а не отечественные препараты, то это наносит экономический ущерб государственному бюджету в целом [46];

– лечение зарубежными препаратами экономически невыгодно и в том случае, когда пациент приобретает аналогичный российскому, но дорогой зарубежный препарат не по льготной схеме, а в коммерческом сегменте;

– кроме того, даже если зарубежный препарат стоит не дороже отечественного, то и в этом случае предпочтение населением или государством зарубежного препарата лишает отечественного производителя средств, которые он мог бы направить на развитие и поддержание фармацевтического производства, теряются потенциальные рабочие места, налоговые поступления в бюджет и прочее.

Однако, понимание экономической невыгодности преобладания импортных производителей на рынке фармацевтической и медицинской промышленности России не способно значительно повлиять на эффективность мероприятий импортозамещения.

Это обусловлено различными проблемами, препятствующими достижению их эффективности. Прежде всего, это недоверие не только пациентов, но и врачей к отечественным лекарственным препаратам.

Как показали результаты опроса, проведенного ассоциацией международных фармацевтических производителей (AIPM) и всероссийским центром изучения общественного мнения в 2015 году, половина опрошенных врачей (48%) считает, что импортные лекарства более эффективны, 41% опрошенных полагает, что эффективны и те, и другие препараты, и всего лишь

11% опрошенных доверяют исключительно препаратам отечественного производства (рисунок 13), [47].

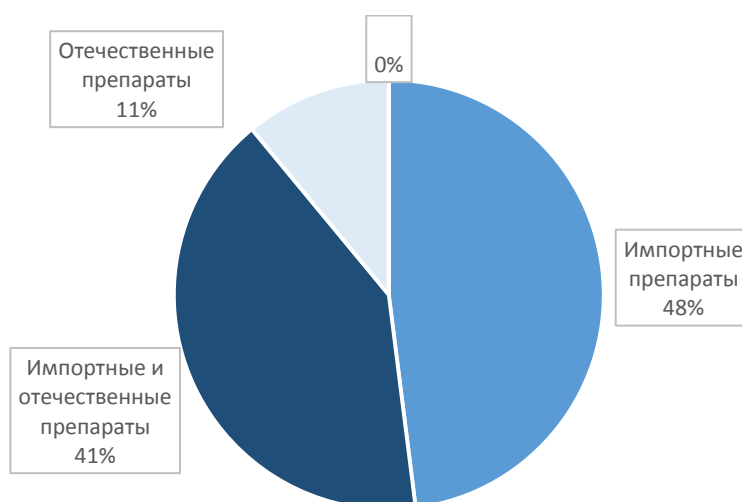


Рисунок 13 – Долевое распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие препараты наиболее эффективны?», %

При всех прочих равных условиях почти половина врачей выпишут пациентам препарат импортного производства (46%) и лишь каждый пятый (27%) – отечественного (рисунок 14), [48].

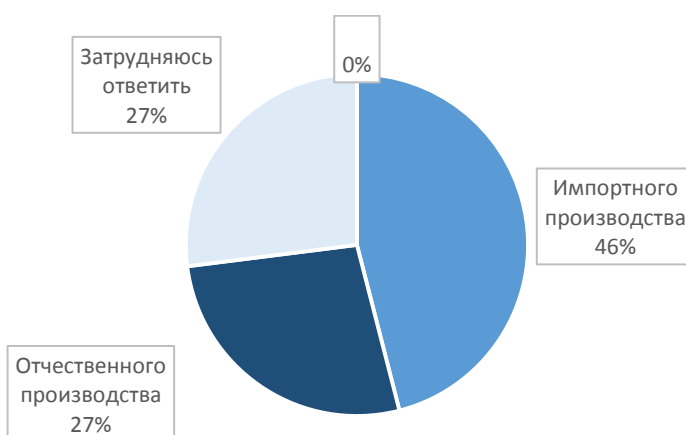


Рисунок 14 - Долевое распределение ответов респондентов (врачей) на вопрос о предпочтительных видах препаратов для выписки пациенту, %

Результаты опроса подтверждают исследования, проведенные DSM Group в 2016 году, согласно которым в топ-20 самых продаваемых в России в 2015

году брендов лекарственных препаратов входят только шесть российских. При этом из оставшихся 14 лекарств импортного производства 12 имеют отечественные аналоги, стоимость которых в разы ниже стоимости оригиналов. Однако по ряду причин потребители выбирают именно то, что дороже. Дело не только в агрессивной рекламе, в которую зарубежные бренды вкладываются очень активно, говорят эксперты в фармацевтических компаниях. У россиян сложились определенные представления об отечественных и импортных лекарствах [49].

В этой связи необходимы значительные усилия для улучшения «имиджа» российских лекарств, как со стороны производителя, так и государственных структур, направленные, с одной стороны, на полномасштабное информационное сопровождение (включая и рекламную кампанию) нового отечественного лекарственного препарата и, с другой, должен проводиться текущий, независимый от производителя контроль эффективности лечения в широкой клинической практике.

Другой проблемой, препятствующей импортозамещению в медицинской промышленности, является технологическая отсталость российских предприятий по производству медицинского оборудования и моральное устаревание продукции, что определяет низкий уровень конкурентоспособности российской медицинской техники. Как считают эксперты, предприятия отрасли эксплуатируют технологии, которые находятся в стадии зрелости, спрос на которые объективно снижается. Совершенствование продукции в данном случае не приносит желаемого успеха и приводит к усугублению восприятия российской продукции как недостаточно эффективной в решении задач практической медицины [7].

Еще одной чертой, характерной для отечественного производства медицинских изделий, является крайне низкий уровень внедрения международных стандартов качества, что также является составной частью технологической отсталости российских предприятий, в результате чего российские медицинские изделия часто имеют слабые потребительские

свойства и не выдерживают конкуренцию с зарубежными, как на внешнем, так и на внутреннем рынке [50].

Существующие сегодня в Российской Федерации стандарты и правила производства медицинских изделий не гармонизированы с международными аналогами, что существенным образом замедляет и осложняет российским разработчикам и производителям выход на европейский и мировой рынок, а также препятствует осуществлению совместных проектов с иностранными компаниями. Усовершенствование и гармонизация нормативно-правовой базы отрасли способствует структурированию рынка медицинских изделий на территории России и дает возможность отечественным производителям изготавливать современную конкурентоспособную и востребованную продукцию с перспективой развития экспортного потенциала.

Недостаток квалифицированных кадров также является серьезной проблемой: отсутствие спонсирования по обучению за рубежом специалистов в области медицины, миграция высококвалифицированных специалистов из страны, которые уезжают за рубеж в поисках лучших и более спокойных условий для труда [51].

Недостаточная обеспеченность квалифицированным персоналом также обуславливается тем, что система профессионального образования в настоящее время не предлагает рынку достаточное количество специалистов, знакомых с современными медицинскими изделиями и методами их применения. Ввиду отсутствия единого информационного поля в сфере медицинской промышленности (доступной информации о потребностях отрасли, мировых трендах в области современной медицинской промышленности), отсутствует системный подход к подготовке высококвалифицированных кадров, участвующих во всех функциональных областях - маркетинг, НИОКР, производство, эксплуатация, сервисное обслуживание - и способных эффективно решать задачи, поставленные как перед промышленностью, так и перед здравоохранением Российской Федерации в целом [7].

С учетом вышеизложенного, как отмечают эксперты, в сфере здравоохранения, в том числе в производстве медицинских препаратов и медицинских изделий, требуется привлечение дополнительных трудовых ресурсов. В данных условиях возрастает потребность в привлечении иностранных квалифицированных работников.

Российские компании, принимая западных специалистов, чаще всего приобретают «носителей технологий» с целью обучения сотрудников на местах. При этом речь идет о получении узкопрофессионального опыта работы с новейшим оборудованием.

Следующей проблемой, характеризующей медицинскую промышленность и являющейся барьером к реализации импортозамещения, является низкий уровень инноваций.

Слабая инновационная деятельность сводится либо к приобретению машин и оборудования, обновлению производственных линий (крупные и государственные предприятия), либо к ограниченному совершенствованию продукции (дизайн, переход на новые комплектующие), но отнюдь не к проведению систематических исследований и созданию предпосылок к появлению радикальных изменений в технологиях [7].

Ведущие мировые компании-производители медицинской техники тратят на инновационные разработки новых медицинских изделий до 15-25% своего годового оборота, отечественные же производители не имеют возможности в таком объеме выделять денежные средства на НИОКР. Расходы на развитие новых технологий и обучение персонала достаточно высокие. Более того, составной частью этой проблемы является тот факт, что российские производители часто ориентируются на краткосрочность инвестиций и получение быстрой прибыли. В то же время, нужно сделать небольшую поправку: в России есть некоторые сферы высокотехнологичной медицинской промышленности, где компании вкладывают деньги на разработки и исследования: это некоторое оборудование для ядерной медицины,

медицинские изделия для кардиологии, а также техника с применением лазерных технологий [50].

Однако, хотя на данный момент отечественные компании тратят на инновации меньше средств, чем их зарубежные конкуренты, эксперты отмечают наличие большого потенциала России в этой сфере [52].

Так, затраты на НИОКР в России к концу 2016 года в рублевом эквиваленте выросли почти на 10% - до 3,5 триллиона рублей [53]. Несмотря на падение доли в глобальных затратах на НИОКР с 3,1% в 2014-м до 2,8% в 2016-м, Россия занимает 8-е место в мире по уровню расходов на НИОКР (рисунок 15).



Рисунок 15 – Структура мировых расходов на исследования и разработки в 2015-2016 гг. в разрезе стран, % [54]

По данным российской академии наук больше всего средств в России выделяют на НИОКР в аэрокосмической отрасли и военно-промышленном комплексе. Российская доля от всех затрат на НИОКР в России в этих отраслях составляет 13% и 11% соответственно. На долю атомных технологий и медицины приходится около 5% всех расходов Российской Федерации на НИОКР [53].

Динамика исследований и разработок являются одним из основных критериев успеха компаний в отрасли производства медицинских изделий. На сегодняшний день только крупнейшие российские компании могут позволить эффективно финансировать собственные разработки; при этом объёмы этих средств несопоставимы с вложениями крупных иностранных производителей. Существенной проблемой во внедрении результатов научных работ в производство является отсутствие системы трансфера научных разработок в производство - отсутствие доступа к информации о научных разработках, проведённых в академической среде, эффективной кооперации между компаниями, работающими на отдельных этапах разработки и производства.

Медицинская отрасль также характеризуется высокой зависимостью от импортных комплектующих. Большинство производств медицинских изделий на 50-90% обеспечены поставками комплектующих из-за рубежа, что существенно снижает инвестиционную привлекательность российских промышленных активов [7].

Еще одной немаловажной проблемой импортозамещения и локализации производства медицинской техники является слабый уровень взаимодействия российских производителей с зарубежными предприятиями. Это приводит к тому, что отечественные компании просто не имеют доступа к мировым, продвинутым и инновационным технологиям.

Многие компании даже в своём стратегическом планировании ориентируются исключительно на внутренний рынок и только 5-7% компаний ориентированы на зарубежные рынки как на важное направление развития и прилагают усилия к продвижению продукции [7].

На сегодняшний день известны кооперации с иностранными фирмами-производителями медицинского оборудования только двух компаний: это непубличное АО НИПК «Электрон» и непубличное АО «Медицинские технологии Лтд» (далее – компания «МТЛ»). НИПК «Электрон» успешно взаимодействует с компанией Philips, а также с компанией Intel Medical в сфере производства комплексной изотопной диагностики (ядерная медицина).

Компания «МТЛ» работает совместно с GE Healthcare в сфере производства 64-128-срезовых компьютерных томографов и ультразвуковых сканеров.

Кроме всего прочего проблемой продвижения российской медицинской продукции на рынок является недостаточность ресурсов у отечественных разработчиков и производителей медицинских изделий для проведения рекламных компаний.

Вывод изделия на рынок сопровождается активной рекламной кампанией, включающей в себя множество публикаций с результатами клинического применения, что в конечном счете убеждает медицинского специалиста в качестве этого медицинского изделия. Но для конечного потребителя этого изделия - пациента - критично объективное, а не рекламируемое качество изделия [55].

Слабая система продвижения отечественных медицинских изделий обусловлена тем, что дистрибьюторам медицинских изделий невыгодно реализовывать отечественное оборудование ввиду отсутствия необходимых сопутствующих усилий по продвижению со стороны большинства производителей и зачастую гораздо более высокой доходности на торговых операциях с импортными медицинскими изделиями.

Агрессивная политика продвижения со стороны иностранных производителей медицинских изделий и фактическое отсутствие маркетинга в бизнес-функционале российских компаний препятствуют продвижению отечественной продукции на рынок. Мониторинг рынков и продвижение товаров не являются полноценными элементами управления для большинства российских производителей медицинских изделий. Работа по прогнозированию спроса, мероприятия по изучению и расширению рынка практически не проводятся. Отсутствие изменений в данной области приведет к тому, что, даже обеспечив производство широкой номенклатуры качественных медицинских изделий в стране, будет невозможно достичь результатов увеличения доли локального производства на внутреннем и внешних рынках. На определенный

период необходима государственная поддержка продвижения отечественных медицинских изделий [7].

Характерной особенностью текущего положения отрасли медицинской промышленности является отсутствие связи между спросом и предложением, что проявляется в невостребованности разрабатываемых продуктов. Причиной этого является отсутствие финансовых возможностей для проведения полноценных информационно-поисковых исследований у субъектов малого и среднего предпринимательства, которые составляют большинство компаний в анализируемой отрасли. В результате компании вынуждены принимать бизнес-решения в условиях информационного вакуума. Для обеспечения полноценного информационного потока для всех участников рынка необходимы отраслевые решения, на начальной стадии поддержанные государством.

Таким образом, ввиду сложившихся проблем наблюдаются сложности перехода на путь импортозамещения. Несмотря на различные формы поддержки со стороны государства, все еще существует комплекс барьеров, мешающих осуществлению политики импортозамещения.

2 Оценка деятельности ООО ПКФ «Кварц»

2.1 Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Как было установлено в главе 1, в Российской Федерации доля импортной медицинской техники очень велика, следовательно, сложилась потребность в проведении мероприятий, направленных на импортозамещение медицинских изделий, однако, существует ряд проблем на пути развития политики импортозамещения в сфере здравоохранения. На сегодняшний день законом Российской Федерации предусмотрены различные меры поддержки субъектов рынка медицинских товаров, способствующие наиболее эффективной реализации мер импортозамещения. Тем не менее, независимо от мер, предпринимаемых государством в области развития импортозамещения медицинских товаров, основным фактором реализации этого процесса остается активность самих субъектов этого рынка. Одним из таких субъектов является ООО ПКФ «Кварц».

В настоящем разделе отражена общая характеристика ООО ПКФ «Кварц», которое производит медицинское оборудование, не имеющее аналогов в мире, а также результаты анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Общество с ограниченной ответственностью производственно-коммерческая фирма «Кварц» было создано в 1992 году в городе Красноярск. Данное предприятие разрабатывает, производит и реализует медицинское оборудование под торговой маркой «Гейзер», а также ирригоаспираторы к нему и специальное оборудование [56].

Основной целью деятельности предприятия является удовлетворение потребностей учреждений здравоохранения Российской Федерации и Красноярского края в ремонте и их оснащении медицинским оборудованием.

Для того чтобы дать оценку положению предприятия и перспективам его развития, нужно охарактеризовать его положение в отрасли и текущее финансово-экономическое состояние.

При анализе финансово-хозяйственной деятельности предприятия рассматривалась отчетность ООО ПКФ «Кварц», которая состоит из бухгалтерского баланса, приведенного в приложении В, и отчета о финансовых результатах, приведенного в приложении Г.

Прежде всего, была осуществлена оценка имущественного положения и структуры капитала предприятия [57], результаты которой приведены в приложении Д.

Так, на основании расчетов, приведенных в приложении Д возможно сделать вывод, что в 2014-2016 годах в структуре активов предприятия доля оборотных активов превышает долю внеоборотных активов (рисунок 16).

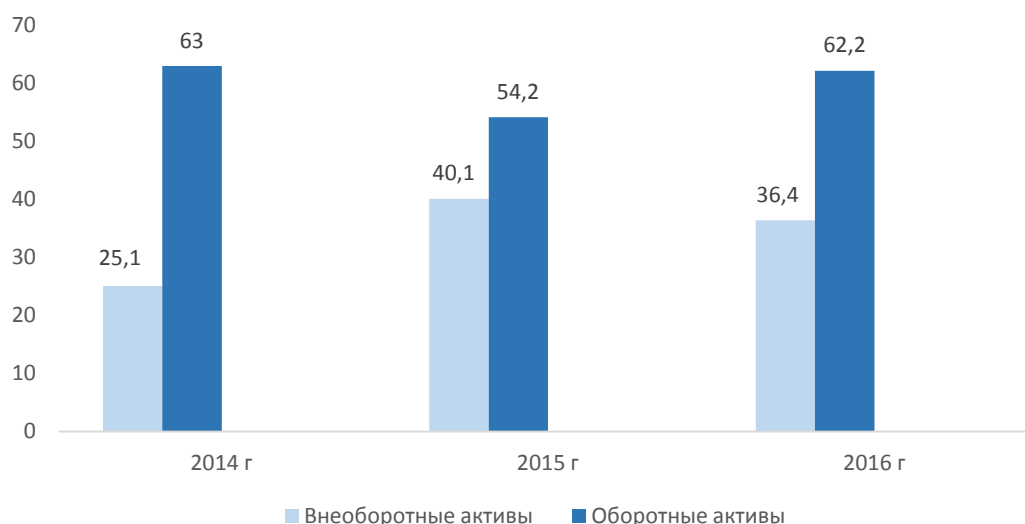


Рисунок 16 – Структура активов ООО ПКФ «Кварц», 2014-2016 гг., млн. руб.

Согласно данным, приведенным в приложении Д, в 2016 году внеоборотные активы предприятия составили 36,4 млн. руб. или 37% от всей суммы активов предприятия, а оборотные активы 62,2 млн. руб., что составляет 63% в общей сумме активов предприятия. Согласно оптимальной структуре активов организации для производственных предприятий доля оборотных

активов должна превышать долю внеоборотных активов, поскольку данное превышение говорит о расширении производственной деятельности предприятия, о приобретении, заготовлении данным предприятием запасов для дальнейшей работы.

Наибольшая часть внеоборотных активов представлена основными средствами и составляет 80,5 % от общей величины внеоборотных активов, что говорит об ориентации на создание материальных условий расширения основной деятельности предприятия и подтверждается ежегодным ростом объема продаж.

Однако наблюдается высокий рост нематериальных активов в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 46,97 % в относительном выражении и 31 тыс. руб. в абсолютном. Это сопряжено с вложениями капитала в патенты и лицензии, что характеризует стратегию предприятия как инновационную, способствующую укреплению его экономики и финансового состояния.

Темпы прироста оборотных активов, которые в 2016 году по отношению к 2015 году составили 14,7 % в относительном выражении и 7 980 тыс. руб. в абсолютном опережают темпы прироста совокупных активов, которые в 2016 году составили 4,52 % в относительном выражении и 4 262 тыс. руб. в абсолютном по отношению к 2015 году, что свидетельствует об увеличении доли мобильных активов, способствующих ускорению оборачиваемости всех активов предприятия и повышению их рентабельности.

В 2016 году прослеживается рост доли дебиторской задолженности на 15,33 % в относительном выражении и на 3 783 тыс. руб. в абсолютном по сравнению с 2015 годом, также в 2015 году по сравнению с 2014 годом происходит рост дебиторской задолженности на 4% или на 952 тыс. руб. Превышение роста дебиторской задолженности над ростом объема реализации, который составляет в 2016 году по отношению к 2015 году 7,8 % (приложение И), чаще всего является признаком того, что существуют проблемы, связанные с оплатой отгруженной продукции и низким уровнем контроля за дебиторской

задолженностью, что негативно сказывается на платежеспособности организации.

Кроме того, представление об изменении дебиторской задолженности в положительную или в отрицательную сторону может показывать период оборота дебиторской задолженности, который отображает быстроту возврата денежных средств за товары или услуги [58].

С учетом данных исследуемой бухгалтерской отчетности, в 2014 году период оборота дебиторской задолженности составил 65,8 дней, в 2015 – 56,9, а в 2016 году – 60,9 (рисунок 17).

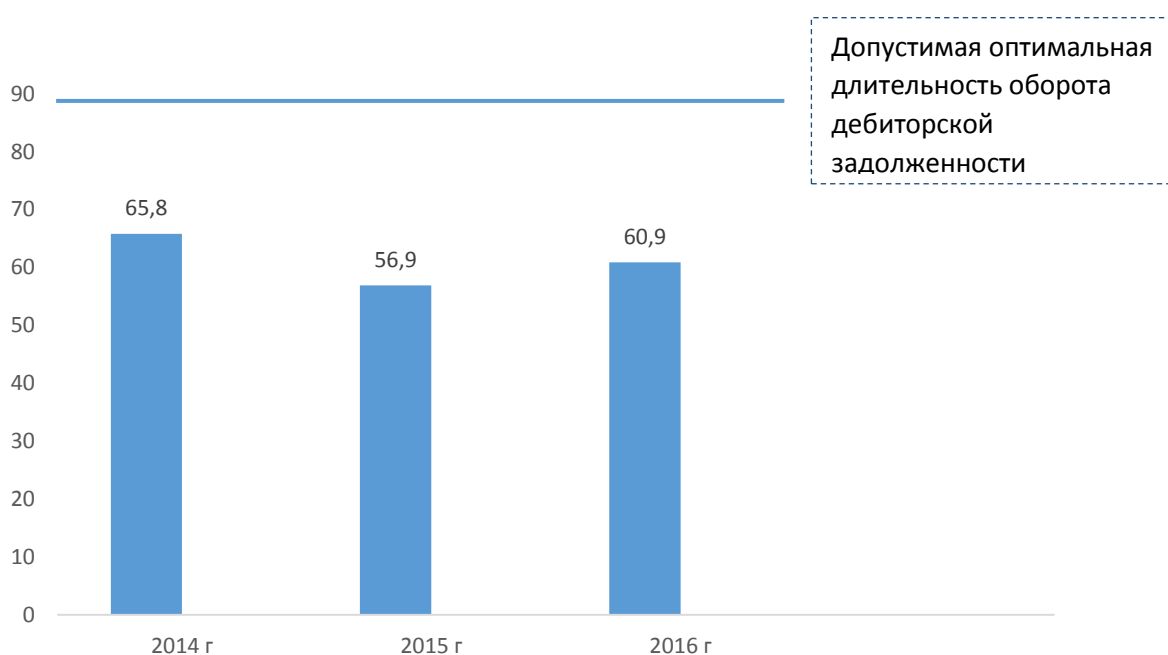


Рисунок 17 - Период оборота дебиторской задолженности ООО ПКФ «Кварц», 2014-2016 гг., дни

Период оборота дебиторской задолженности в 2016 году по сравнению с 2015 увеличился на 3,95 дней, что говорит о росте риска непогашения долгов и уменьшения прибыли, а также отрицательно влияет на деловую активность, однако по сравнению с 2014 годом, наоборот, сократился на 4,93 дня. Кроме того, в целом период оборота дебиторской задолженности на предприятии в среднем составляет 2 месяца. Такую длительность оборота дебиторской

задолженности можно характеризовать как оптимальную, поскольку она не превышает 3 месяцев.

При оценке структуры капитала была дана оценка соотношения между заемным и собственным капиталом предприятия, которые необходимы для его обеспечения деятельности и влияют на его устойчивое развитие [57].

На основании расчетов, приведенных в приложении Д, возможно сделать вывод, что в 2014-2016 годах в структуре пассивов предприятия доля собственного капитала предприятия значительно ниже доли заемных средств (рисунок 18).

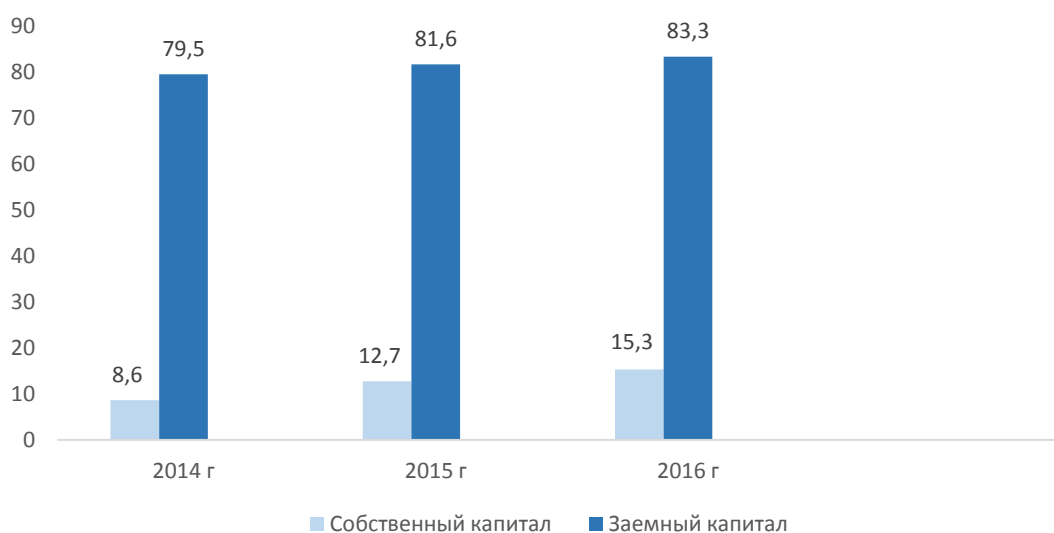


Рисунок 18 – Структура капитала ООО ПКФ «Кварц», 2014-2016 гг., млн. руб.

Так, в 2016 году собственный капитал предприятия составил 15,3 млн. руб. или 15,5% от всей суммы пассивов предприятия, а заемный капитал 83,3 млн. руб., что составляет 84,5% в общей сумме пассивов предприятия. Превышение заемного капитала над собственным может свидетельствовать об опасности неплатежеспособности предприятия и его значительной зависимости от привлеченных средств сторонних организаций.

На такую зависимость также указывает коэффициент соотношения заемных и собственных средств (рисунок 19).

В 2014 году коэффициент соотношения заемных и собственных средств составил 9,27, в 2015 – 6,43, а в 2016 году – 5,45 (рисунок 19), при его нормативном значении менее 1 [58]. Однако данный коэффициент с каждым годом снижается, что указывает на положительную динамику снижения уровня зависимости от сторонних организаций.

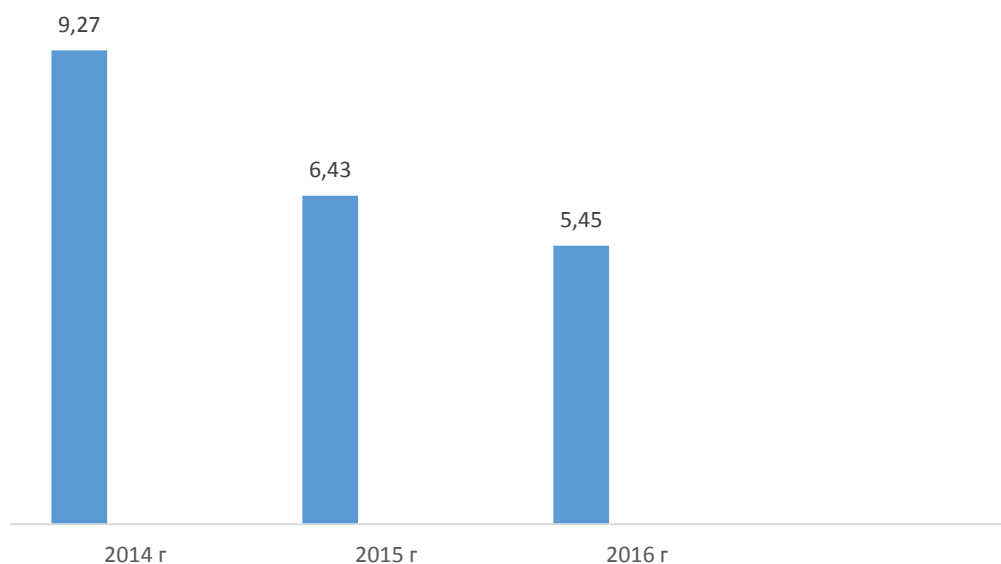


Рисунок 19 - Коэффициент соотношения заемных и собственных средств ООО ПКФ «Кварц», 2014-2016 гг., ед.

В 2016 году прослеживается рост доли кредиторской задолженности на 3,58 % или на 966 тыс. руб. по сравнению с 2015 годом, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 31,44% или на 6 455 тыс. руб.

Кроме того, представление об изменении кредиторской задолженности в положительную или в отрицательную сторону может показывать период оборота кредиторской задолженности, который характеризует среднюю продолжительность отсрочки платежей, предоставляемой предприятию поставщиками. Данный показатель позволяет судить о том, сколько в среднем требуется месяцев предприятию для погашения счетов кредиторов [58].

С учетом данных исследуемой бухгалтерской отчетности, в 2014 году период оборота кредиторской задолженности составил 68,9 дней, в 2015 – 72,5, а в 2016 году – 69,3 (рисунок 20).

Период оборота кредиторской задолженности в 2016 году по сравнению с 2015 снизился на 3,29 дней, следовательно, предприятие стало быстрее рассчитываться со своими долгами. В целом период оборота кредиторской задолженности на предприятии в среднем составляет 2-2,5 месяца, то есть менее 3 месяцев, следовательно, кредиторская задолженность не является просроченной.

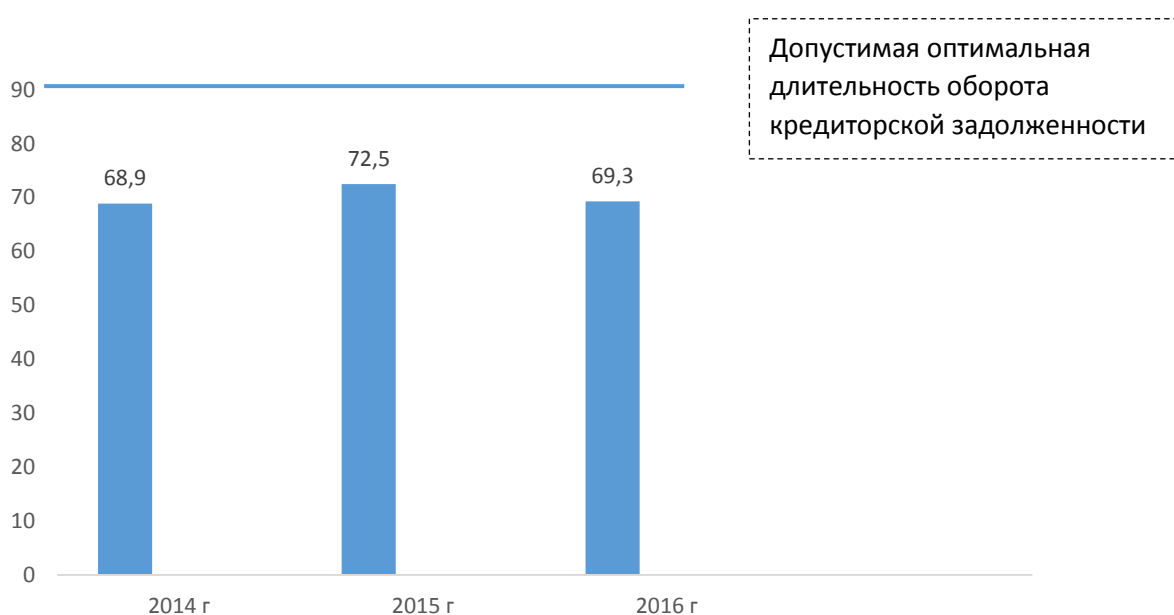


Рисунок 20 - Период оборота кредиторской задолженности ООО ПКФ «Кварц», 2014-2016 гг., дни

При оценке ликвидности предприятия, как необходимого и обязательного условия платежеспособности, то есть способности предприятия своевременно и в полном объеме выполнять свои финансовые обязательства [58; 59], были определены коэффициенты текущей и абсолютной ликвидности, приведенные в приложении Е.

Так, коэффициент текущей ликвидности, позволяющий установить, каким образом текущие обязательства погашаются при мобилизации всех оборотных активов [58], в 2014 году составил 3,07, в 2015 году 1,84, а в 2016

году 2,2 (рисунок 21). То есть, с учетом установленных нормативных значений [58], текущая ликвидность предприятия характеризуется как высокая.

На основании нормативных значений коэффициентов ликвидности [58], можно сделать вывод о том, что коэффициент текущей ликвидности в 2014 и в 2016 годах имел высокую степень платежеспособности и составил 2,2 и 3,07 соответственно, что $> 2,0$, а в 2015 году – нормальную степень платежеспособности и составил 1,84, то есть находился в диапазоне 1,5-2,0, что говорит о том, что у предприятия оборотных активов больше, чем краткосрочных обязательств с двух кратным покрытием, следовательно, предприятие имеет высокую способность в краткосрочном периоде расплатиться по своим обязательствам.

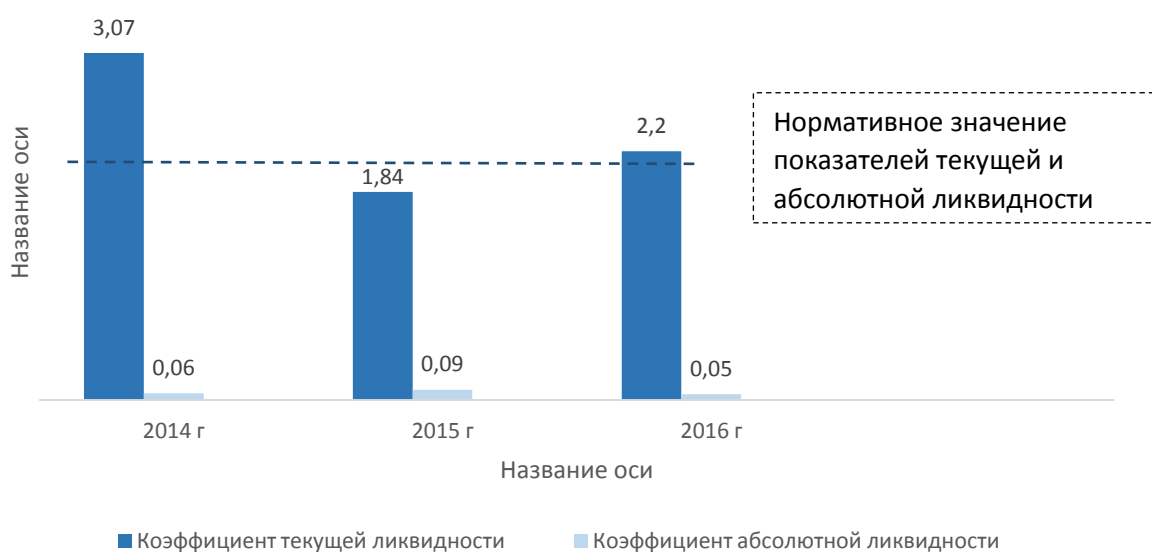


Рисунок 21 – Показатели текущей и абсолютной ликвидности ООО ПКФ «Кварц», 2014-2016 гг., ед.

Кроме того, коэффициент абсолютной ликвидности, показывающий сможет ли предприятие расплатиться с кредиторами самыми ликвидными активами [58], в 2014 году составил 0,06, в 2015 году 0,09, а в 2016 году 0,05 (рисунок 21). То есть, с учетом установленных нормативных значений [58], абсолютная ликвидность предприятия характеризуется как низкая.

Это говорит о том, что денежных средств и краткосрочных финансовых вложений предприятия недостаточно для ликвидации краткосрочной задолженности.

При оценке финансовой устойчивости предприятия, как необходимого залога выживаемости и основы стабильного положения предприятия в рыночных условиях, то есть такого состояния финансовых ресурсов, при котором предприятие, свободно маневрируя денежными средствами, способно путем эффективного их использования обеспечить бесперебойный процесс производства и реализации продукции, а также затраты по его расширению и обновлению [58], были определены показатели финансовой устойчивости ООО ПКФ «Кварц» за 2014-2016 годы (таблица 2).

Таблица 2 – Абсолютные показатели финансовой устойчивости

Показатели	Коды показателей бухгалтерского баланса	2016 г., тыс.руб.	2015 г., тыс.руб.	2014 г., тыс.руб.
Собственные оборотные средства (СОС)	1300 - 1100	(21 123)	(27 434)	(16 522)
Функционирующий капитал (ФК)	1300-1100+1400	33 958	24 788	42 470
Общая величина источников (ВИ)	1300-1100+1400+1510	33 958	26 788	42 470
Запасы и затраты (ЗЗ)	1210 + 1220	32 253	26 713	38 063

На основании данных таблицы 2, можно сделать вывод о том, что в 2016 году имело место, следующее:

- собственные оборотные средства – запасы и затраты менее нуля,
- функционирующий капитал – запасы и затраты более нуля,
- общая величина источников – запасы и затраты более нуля.

Такое соотношение вышеуказанных показателей характеризует, что предприятие имело нормальную финансовую устойчивость, что гарантирует выполнение финансовых обязательств предприятия.

Кроме того, собственные оборотные средства являются отрицательным показателем, однако это не влияет на финансовую устойчивость предприятия.

При оценке прибыли, как важнейшего фактора стимулирования производственной и предпринимательской деятельности, то есть конечного финансового результата деятельности предприятия, характеризующего его эффективность [60], была определена прибыль от продаж и чистая прибыль ООО ПКФ «Кварц», приведенная в приложении Ж.

Так, в 2016 году по сравнению с 2015 годом прибыль от продаж уменьшилась на 17,1 %, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 20,4%, данное снижение обусловлено тем, что темпы роста расходов предприятия превышают темпы роста доходов.

Кроме того, чистая прибыль предприятия снизилась в 2016 году по сравнению с 2015 на 36,8%, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 46,1%. Однако, в целом предприятие является прибыльным, но для повышения прибыльности необходимо увеличить валовой доход, либо снизить издержки.

При оценке рентабельности предприятия, как важного показателя экономической эффективности, комплексно отражающего степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных и других ресурсов, были определены коэффициенты рентабельности предприятия, приведенные в приложении И.

Так, коэффициент рентабельности продаж уменьшается в динамике, начиная с 9,52 % в 2014 году до 6,3 % в 2015 году и заканчивая 4,85 % в 2016 году (рисунок 22). Однако, коэффициент рентабельности продаж компании в 2014 году превысил среднее значение по отрасли здравоохранения, которое в 2014 году составило 7,4%, а в 2015 году - 7,6% [61].

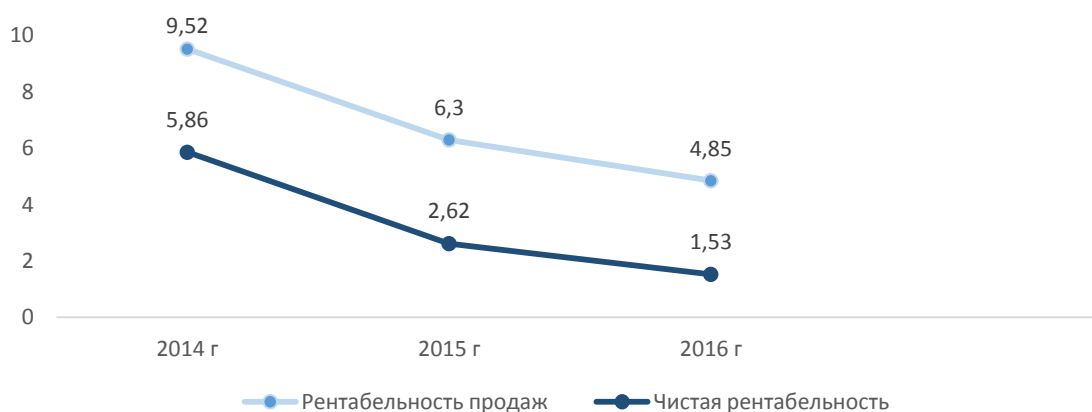


Рисунок 22 – Показатели чистой рентабельности и рентабельности продаж предприятия, 2014-2016 гг., %

Кроме того, коэффициент чистой рентабельности также уменьшается в динамике, начиная с 5,86 % в 2014 году до 2,62 % в 2015 году и заканчивая 1,53 % в 2016 году (рисунок 22).

На основании полученных расчетов, представленных в приложении И, имеет место отрицательная динамика показателей рентабельности. Снижение рентабельности основной деятельности говорит о том, что предприятие в 2016 году с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции имеет меньше прибыли. Снижение рентабельности обусловлено ранее указанным превышением темпов роста затрат на производство и реализацию продукции над темпами роста выручки, следовательно, производственная деятельность предприятия ООО ПКФ «Кварц» в 2016 году была менее эффективной, чем в 2014 и 2015 годах.

Таким образом, по итогам анализа финансовой деятельности предприятия можно сделать вывод о том, что фирма является прибыльной и финансово устойчивой, однако было отмечено снижение прибыльности и рентабельности компании с течением времени, а также выявлена большая зависимость от заемных средств, что сопряжено с рисками утраты платежеспособности предприятия и снижением уровня его финансовой устойчивости.

2.2 Оценка производственно-сбытовой деятельности предприятия

В настоящем разделе приведены сведения о производственно-сбытовой деятельности предприятия с целью выявления проблем, препятствующих его развитию.

Как уже было отмечено, ООО ПКФ «Кварц» разрабатывает и производит оборудование под торговой маркой «ГЕЙЗЕР», которое выпускается в трех исполнениях. Помимо этого, предприятие производит ирригоаспираторы к данному оборудованию, а также другое специальное оборудование [56].

Полезная модель «ГЕЙЗЕР» относится к медицинской технике, в частности, к устройству для санации биологических объектов и предназначено для применения в хирургии при санации полостей, обработки инфицированных ран в целях профилактики развития инфекции [56].

Как отмечают эксперты, предлагаемой полезной моделью «ГЕЙЗЕР» решается задача расширения технологических возможностей данного устройства за счет использования ультразвука, а также исключается травмирование инфицированных тканей в процессе работы ультразвуковым инструментом и возможность обработки инфицированных тканей озвученным промывным раствором во всех измерениях [62].

Устройство в исполнении 2 и 3 отличается от исполнения 1 следующими характеристиками [62]:

- полностью цифровое управление с помощью мембранных кнопок и индикация режимов на большом мониторе;
- поддержание давления на заданном уровне;
- быстрый набор заданного давления во время операции, позволяет приступить к операции мгновенно, не дожидаясь пока давление наберется до заданного;
- возможность сбросить давление и прекратить подачу раствора;
- возможность контролировать расход раствора;
- возможность контролировать уровень оставшейся жидкости в процессе операции;

- контролируемый процесс стерилизации раствора;
- память о последних проведенных циклах;
- обеззараживание воздуха, служащего для вытеснения раствора с помощью УФ лампы.

В исполнениях 2 и 3 в отличие от исполнения 1 на экран монитора выводятся все важнейшие параметры необходимые для контроля проведения операции.

Как отмечает руководство компании, устройство «ГЕЙЗЕР» получило широкое распространение на территории Российской Федерации и за её пределами, Минздравом рекомендовано его широкое внедрение в хирургическую практику. Устройство «ГЕЙЗЕР» не имеет аналогов на Российском и международном рынке, однако существуют и другие системы санации, например, пураторы, использующие промывные растворы, или системы для хирургической обработки раневой поверхности «Pulsavac» [62].

С целью выявления преимуществ устройства «ГЕЙЗЕР» была проведена сравнительная характеристика устройств для санации, предназначенных для применения в хирургии, по разным показателям, представленная в таблице 3.

Таблица 3 – Сравнительная характеристика устройств для санации в хирургии

Показатели	«ГЕЙЗЕР»	Пуратор	«Pulsavac»
Дезинфекция инструментов и помещений	+	+	+
Обработка инфицированных ран в целях профилактики развития инфекции	+	-	+
Использование ультразвука для исключения травмирования инфицированных тканей	+	-	-
Объем стерильного раствора, л	18	6	6
Срок хранения промывного раствора, дни	не менее 6	1	2
Цена устройства для санации, тыс. руб.	600	380	450

При сравнении различных систем санации, приведенных в таблице 3, было выявлено, что устройство «ГЕЙЗЕР» имеет ряд преимуществ над пураторами и системой для хирургической обработки «Pulsavac».

Так, результатом применения оборудования является высокий санационный эффект обрабатываемых полостей и объектов гнойных заболеваний с достоверным снижением бактериальной загрязненности, а также снижение суммарной токсичности крови и содержание в ней метаболитов [62].

При оценке финансового результата деятельности ООО ПКФ «Кварц» на основании анализа доходов и расходов в разрезе видов продукции предприятия, приведенного в приложении Ж, было определено, что в 2014 - 2016 годах наибольшей популярностью пользуется оборудование исполнения 2, выручка от которого в 2016 году составила 69,3 млн. руб., что составляет 41,2% в общей структуре доходов. Кроме того, наблюдается ежегодное увеличение объема продаж оборудования исполнения 2 и 3 (рисунок 23).

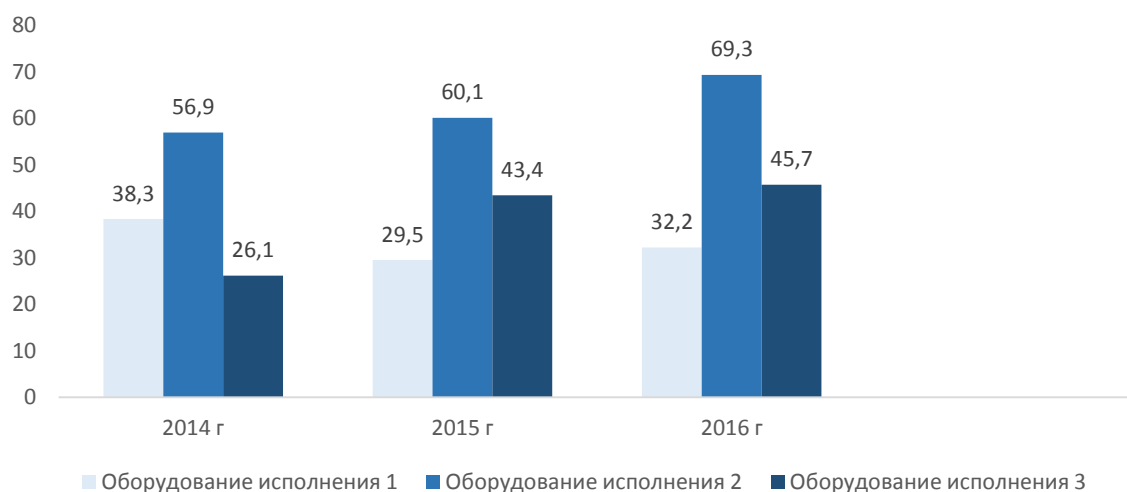


Рисунок 23 – Анализ доходов ООО ПКФ «Кварц» в разрезе видов продукции, 2014 – 2016 гг., млн. руб.

При анализе расходов предприятия, приведенного в приложении Ж, можно сделать вывод о том, что в 2014 – 2016 годах большая часть расходов приходится на материальные затраты, которые в 2016 году составили 107,7 млн. руб., что составляет 67,2% в общей структуре затрат (рисунок 24). Также наблюдается ежегодный рост материальных расходов, что говорит о расширении объема продаж оборудования исполнения 2 и 3, и о снижении эффективности использования материальных ресурсов оборудования исполнения 1.

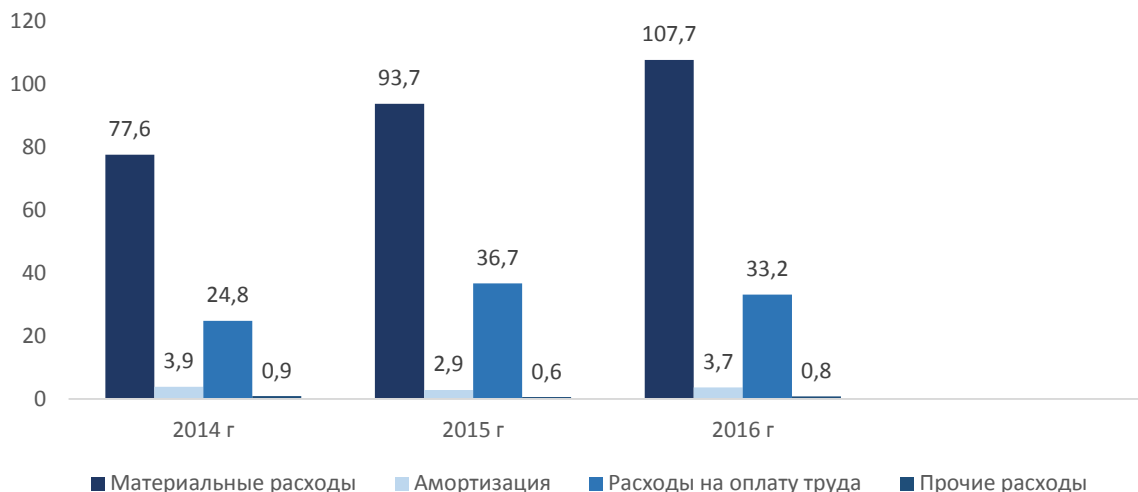


Рисунок 24 - Анализ расходов ООО ПКФ «Кварц» по обычным видам деятельности в разрезе элементов затрат, 2014 – 2016 гг., млн. руб.

Также на основании данных приложения Ж выявлено, что в 2014 – 2016 годах произошло увеличение коммерческих и управленческих расходов. Динамика, которых приведена на рисунке 25.



Рисунок 25 - Динамика коммерческих и управленческих расходов ООО ПКФ «Кварц», 2014 – 2016 гг., тыс. руб.

Так, происходит ежегодный рост коммерческих расходов организации, которые увеличились в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 20,5 %, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 70,2%, что опережает темп прироста

выручки, который в 2016 году по сравнению с 2015 годом составил 7,8%, а в 2015 по сравнению с 2014 годом 20,2% (приложение Ж). Такое увеличение коммерческих расходов считается неоправданным, соответственно, предприятию необходимо решать данную проблему.

Также на основании данных приложения Ж наблюдается ежегодный рост управленческих расходов организации, которые увеличились в 2016 году по сравнению с 2015 годом на 20,5 %, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 12,9%. Увеличение управленческих расходов говорит о привлечении новых более грамотных специалистов в области разработки новых видов продукции.

Кроме того, при анализе доходов и расходов предприятия, приведенном в приложении Ж, прослеживается снижение прибыли от продаж в 2014 - 2016 годах (рисунок 26).

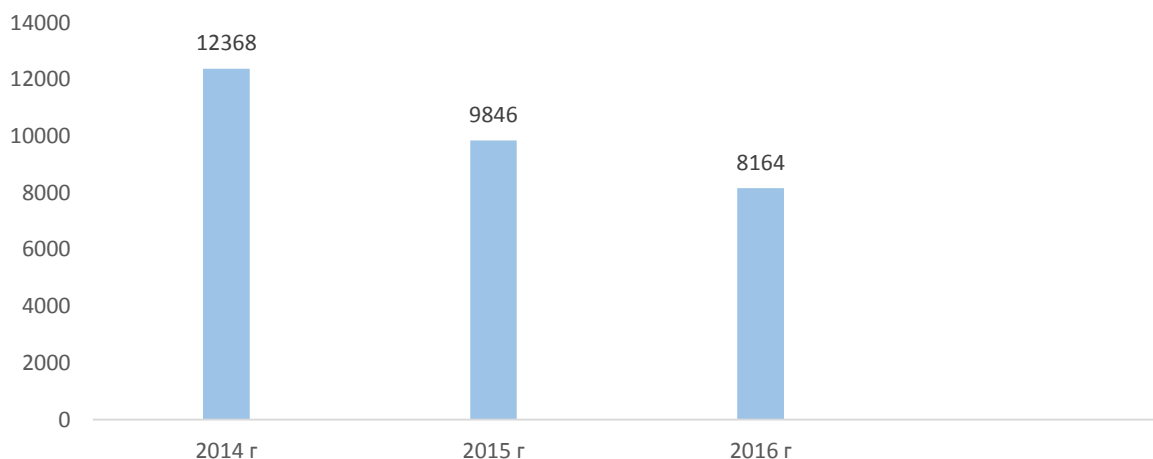


Рисунок 26 – Показатель прибыли от продаж ООО ПКФ «Кварц», 2014-2016 гг., тыс. руб.

При этом в 2016 году оборудование исполнения 2, которое, как отмечает руководство компании, пользуется большим спросом на рынке медицинских товаров, принесло предприятию убытки в размере 261 тыс. руб. (рисунок 27). Это обусловлено тем, что данное оборудование имеет большие затраты на оплату труда, поскольку требует привлечения специалистов в области разработки цифрового управления, также требуется больше затрат на материалы по данному виду оборудования.

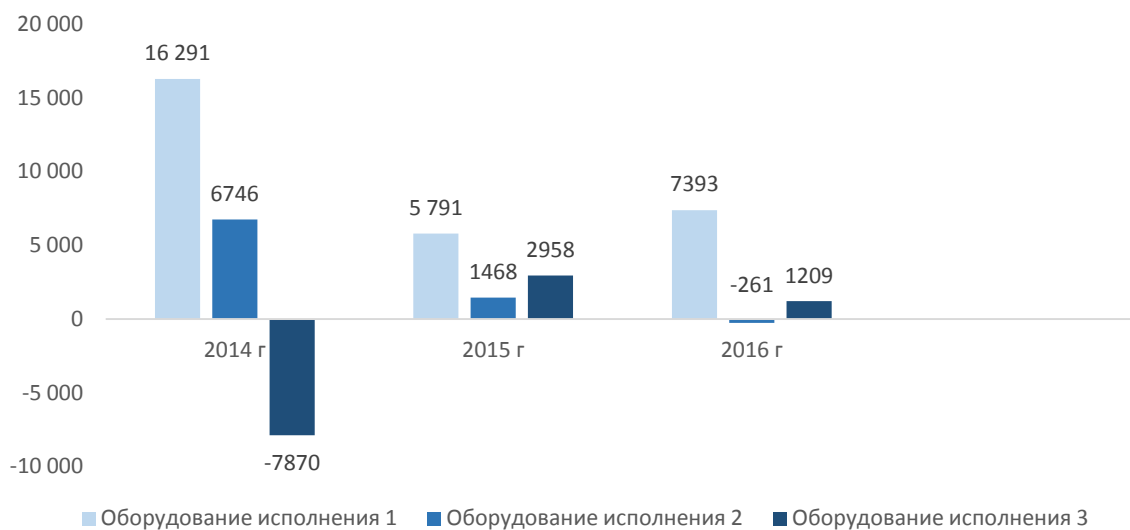


Рисунок 27 – Анализ прибыли от продаж ООО ПКФ «Кварц» в разрезе видов оборудования, 2014-2016 гг., тыс. руб.

Оборудование исполнения 3 также требует больших материальных затрат и затрат на оплату труда в отличие от исполнения 1, поскольку является более модернизированным и имеет полностью цифровое управление. Однако, спрос на оборудование исполнения 3 является незначительным, так как данное исполнение используется исключительно для применения в военно-полевых условиях [62]. Следовательно, предприятию целесообразно производить больше оборудования исполнения 1, либо снижать издержки по исполнениям 2 и 3, поскольку имеет место нерациональное использование средств производства, материальных, трудовых и финансовых ресурсов на предприятии.

С учетом данных анализа доходов и расходов предприятия, приведенного в приложении Ж, снизилась прибыль до налогообложения в 2016 году по сравнению с 2015 на 33,9 %, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 42%, на которую повлияло увеличение прочих расходов предприятия.

Таким образом, на основании анализа доходов и расходов предприятия, приведенного в приложении Ж, происходит ежегодное снижение чистой прибыли предприятия, которая в 2016 году составила 2 593 тыс. руб. (рисунок 28).

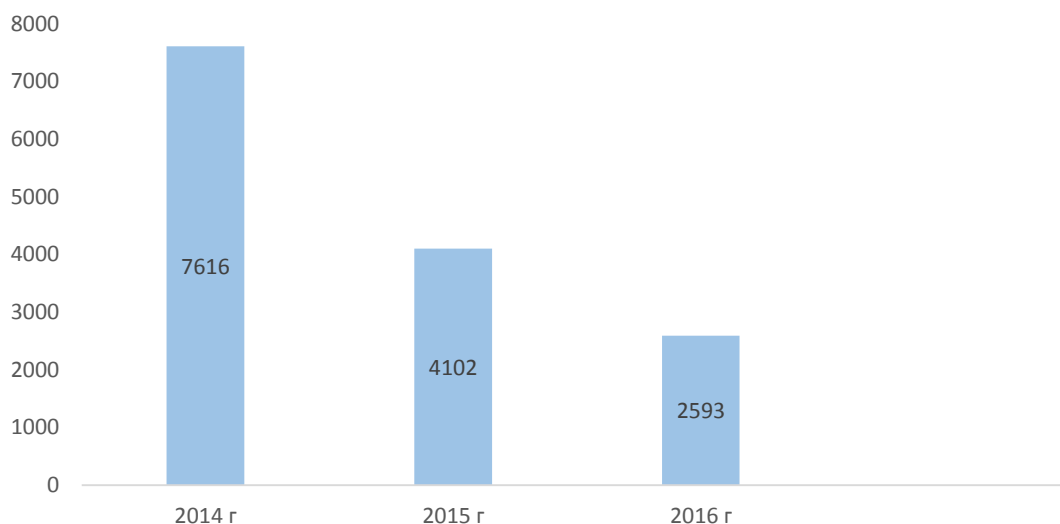


Рисунок 28 – Показатель чистой прибыли ООО ПКФ «Кварц», 2014-2016 гг., тыс. руб.

Как показал анализ доходов и расходов ООО ПКФ «Кварц» в разрезе видов продукции, приведенный в приложении Ж, в 2014-2016 годах происходит резкое снижение прибыли за счет опережающего роста расходов.

Как утверждают эксперты, ООО ПКФ «Кварц» славится качеством выпускаемой продукции, которое невозможно обеспечить без применения современных технологий, оборудования, средств измерения и новейших материалов.

Все производимое на предприятии оборудование изготавливается из высококачественной коррозиестойкой, нержавеющей медицинской стали марки 12X18H10T (AISI 321) [56].

Кроме того, продукция предприятия проходит строгий контроль качества на всем протяжении технологического цикла. Производство сертифицировано на соответствие Международного стандарта системы менеджмента качества ISO 9001:2008, также предприятием получена лицензия Росздравнадзора на право производства и сервисного обслуживания медицинской техники [56].

На сегодняшний день данное оборудование можно встретить во многих учреждениях России от Калининграда до Сахалина, а также в странах Евразийского экономического союза.

Как отмечает руководство предприятия, ООО ПКФ «Кварц» располагает собственными и арендованными производственными, складскими и офисными помещениями, современным оборудованием, квалифицированными кадрами и объектами интеллектуальной собственности, а именно патентами на изобретения, полезные модели, товарные знаки, приведенными в приложении К. Кроме того, оборудование прошло государственную регистрацию и допущено к обращению [56].

ООО ПКФ «Кварц» является малым предприятием, штат которого составляет 26 человек, определенную часть работ предприятия выполняют подрядчики [56]. Организационная структура предприятия приведена на рисунке 29.

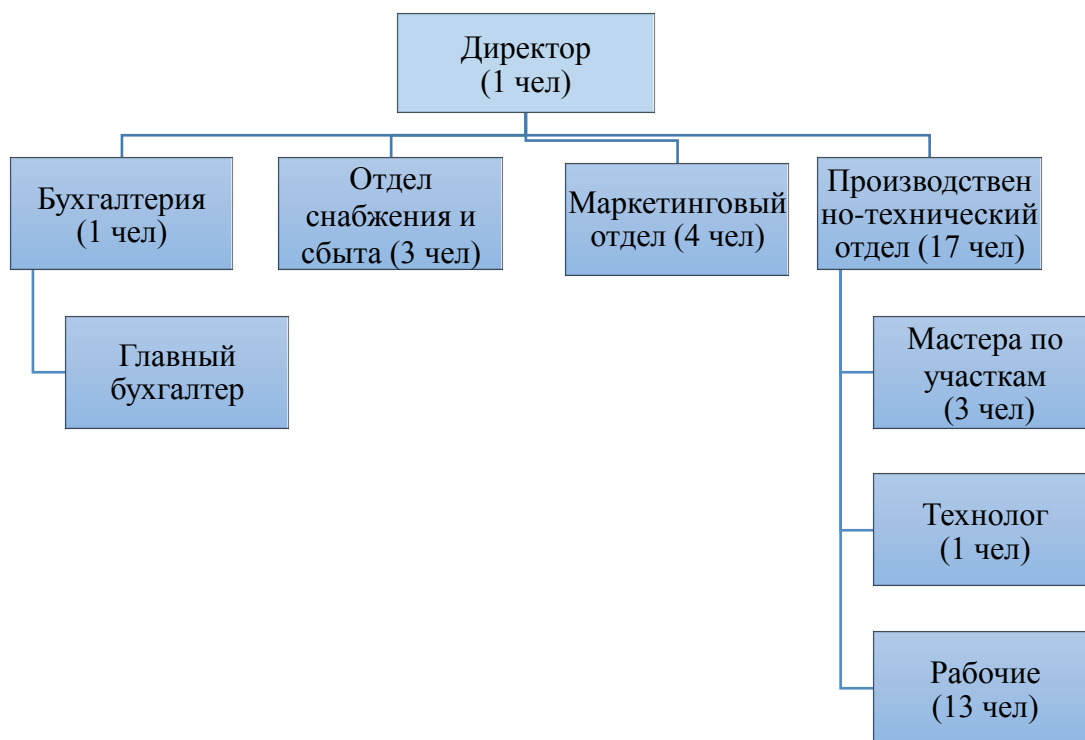


Рисунок 29 – Организационная структура ООО ПКФ «Кварц»

ООО ПКФ «Кварц» функционирует в рамках внешней среды, представителями которой являются Министерство здравоохранения

Российской Федерации, Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения и социального развития, министерства здравоохранения краёв и областей, специализированные и многопрофильные лечебные учреждения, ветеринарные клиники и медицинские выставки.

Потребителями продукции компании ООО ПКФ «Кварц» являются медицинские учреждения в области травматологии и хирургии.

Основными заказчиками предприятия являются [56]:

- Министерство здравоохранения Красноярского края;
- Краевое государственное бюджетное учреждение здравоохранения «Красноярская межрайонная клиническая больница № 20 им. И.С. Берзона»;
- Государственное бюджетное учреждение здравоохранения города Москвы «Научно-исследовательский институт скорой помощи им. Н.В. Склифосовского»;
- Федеральное государственное бюджетное учреждение «Институт хирургии им. А.В. Вишневского» Минздрава России

Кроме того, предприятие осуществляет зарубежные поставки производимого оборудования.

По результатам апробации в ведущих клиниках (г. Красноярск, г. Москва, г. Киев, г. Иваново, г. Самара, г. Курган, г. Чита и других городах России) Министерство здравоохранения РФ рекомендовало широкое внедрение устройства «Гейзер» в хирургическую практику. Клинические испытания данное устройство проходило в Федеральном государственном бюджетном учреждении «Институт хирургии имени А. В. Вишневского» Минздрава России в 2016 году и получило положительные отзывы [62].

Также предприятие организывает практические обучения и стажировки по использованию устройства в хирургической практике на базе Центр практического обучения Краевого государственного бюджетного учреждения здравоохранения «Краевая клиническая больница» г. Красноярск.

В настоящее время предприятие испытывает некоторые проблемы с заказами, поэтому работает не на полную мощность, однако объем заказов на предприятии может быть значительно расширен.

На сегодняшний день продвижение продукции ООО ПКФ «Кварц» ограничивается следующими элементами:

- поддержание деятельности интернет-сайта компании, на котором потенциальный покупатель может узнать всю интересующую его информацию, а именно перечень и описание продукции, наличие патентов и лицензий, публикаций и научных работ, последние новости и события, связанные непосредственно с компанией и ее продукцией, наличие стажировок на производимом оборудовании, также за годы работы накоплено большое количество отзывов и предложений о работе на оборудовании торговой марки «ГЕЙЗЕР» [56];

- рассылка прайс-листов и информационных материалов по запросу потенциальных клиентов, в которых указано подробное описание продукции, ее преимущества перед другими системами санации, использующими промывные растворы, а также результаты применения данного оборудования на практике [62];

- участие в специализированных выставках и форумах. Так, например, с 5 по 8 апреля 2017 года в городе Красноярске проходил XXV специализированный форум в области медицины и здравоохранения «ЕнисейМедика», в котором приняло участие ООО ПКФ «Кварц» [63]. На данном форуме предприятие представило свое оборудование на выставочной площадке, что в дальнейшем сможет привлечь больше покупателей;

- рекламные публикации в отраслевых СМИ. Предприятие организывает продвижение своей продукции на рынок через публикацию в каталоге «Российские производители медтехники и медизделий», который выпускается на территории всей страны [62];

- работа торгового представителя в городе Красноярске.

Таким образом, была рассмотрена производственно-сбытовая

деятельность предприятия, с целью выявления проблем, препятствующих его развитию, проведен анализ доходов и расходов предприятия в разрезе видов продукции, где видно, что темпы роста расходов превышают темпы роста выручки, о чем свидетельствует снижение прибыльности предприятия.

2.3 Выработка альтернативных вариантов стратегии повышения конкурентоспособности продукции

В соответствии с анализом производственно-сбытовой деятельности предприятия, приведенным в разделе 2.2 данной работы, а также на основании результатов анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия, отраженных в разделе 2.1, следует выявить проблемы, препятствующие развитию предприятия, а также рассмотреть альтернативные варианты решения данных проблем, выбрать стратегию сбыта продукции и повышения ее конкурентоспособности, в том числе, с учетом возможностей включения в программу по импортозамещению.

Для выявления проблем необходимо определить сильные и слабые стороны предприятия, выбрать конкурентную стратегию, рассмотреть ряд мероприятий по реализации выбранной стратегии.

На основании данных, составленных путем экспертных оценок и приведенных в приложении Л, составлена матрица SWOT, отражающая суммарный комплекс сильных и слабых сторон предприятия, а также возможностей и угроз, исходящих из его ближайшего окружения [64], которая представлена в таблицах 4-7.

В качестве экспертов выступает руководство ООО ПКФ «Кварц», а также работники данного предприятия, находящиеся на производстве. Оценка доли, занимаемой предприятием на рынке, проведена на основании сравнения с формами – конкурентами.

Таблица 4 – SWOT-матрица ООО ПКФ «Кварц» - стратегии SO (strengths-opportunities)

<p style="text-align: center;">Фирма</p> <p style="text-align: center;">Среда</p>		Сильные стороны - S
		<ul style="list-style-type: none"> – Существенная доля рынка; – Хорошая репутация; – Нормальная финансовая устойчивость; – Отечественный производитель; – Высокое качество продукции; – Рост производительности труда; – Низкая текучесть кадров; – Рост собственного капитала; – Позитивная динамика баланса; – Высокая квалификация персонала
Возможности - O		Стратегии - SO
<ul style="list-style-type: none"> – Рост спроса на медицинские товары; – Расширение в новые регионы; – Появление новых рынков поставки; – Уход конкурентов; – Нарастивание государственной поддержки отечественного производителя; – Усовершенствование технологий производства, хранения и поставки 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Создание представительств в других регионах и странах 2. Расширение ассортимента 3. Участие в государственных программах поддержки отечественных производителей

Таблица 5 – SWOT-матрица ООО ПКФ «Кварц» - стратегии ST (strengths – threats)

<p style="text-align: center;">Фирма</p> <p style="text-align: center;">Среда</p>		Сильные стороны - S
		<ul style="list-style-type: none"> – Существенная доля рынка; – Хорошая репутация; – Нормальная финансовая устойчивость; – Отечественный производитель; – Высокое качество продукции; – Рост производительности труда; – Низкая текучесть кадров; – Рост собственного капитала; – Позитивная динамика баланса; – Высокая квалификация персонала
Угрозы - T		Стратегии - ST
<ul style="list-style-type: none"> – Снижение спроса; – Появление новых конкурентов; – Снижение цен у конкурентов; – Расширение сервиса конкурентов; – Появление новых продуктов 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Снижение производственных издержек 2. Диверсификация деятельности 3. Участие в государственных программах поддержки отечественных производителей

Таблица 6 - SWOT-матрица ООО ПКФ «Кварц» - стратегии WO (weaknesses – opportunities)

<p style="text-align: center;">Фирма</p> <p style="text-align: center;">Среды</p>	<p style="text-align: center;">Слабые стороны - W</p> <ul style="list-style-type: none"> – Отсутствие эффективной политики продвижения; – Невысокая престижность бренда; – Опережающий рост издержек; – Недооценка системы мотивации работников; – Зависимость от курса доллара; – Снижение рентабельности и прибыльности; – Слабость вертикального распределения связей в организации
<p style="text-align: center;">Возможности - O</p> <ul style="list-style-type: none"> – Рост спроса на медицинские товары; – Расширение в новые регионы; – Появление новых рынков поставки; – Уход конкурентов; – Нарастание государственной поддержки отечественного производителя; – Усовершенствование технологий производства, хранения и поставки 	<p style="text-align: center;">Стратегии - WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Нарастание усилий по продвижению продукции 2. Участие работников в управлении и прибылях предприятия 3. Проведение углубленного стратегического анализа деятельности предприятия

Таблица 7 – SWOT-матрица ООО ПКФ «Кварц» - стратегии WT (weaknesses – threats)

<p style="text-align: center;">Фирма</p> <p style="text-align: center;">Среды</p>	<p style="text-align: center;">Слабые стороны - W</p> <ul style="list-style-type: none"> – Отсутствие эффективной политики продвижения; – Невысокая престижность бренда; – Опережающий рост издержек; – Недооценка системы мотивации работников; – Зависимость от курса доллара; – Снижение рентабельности и прибыльности; – Слабость вертикального распределения связей в организации
<p style="text-align: center;">Угрозы - T</p> <ul style="list-style-type: none"> – Снижение спроса; – Появление новых конкурентов; – Снижение цен у конкурентов; – Расширение сервиса конкурентов; – Появление новых продуктов 	<p style="text-align: center;">Стратегии - WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поиск возможностей диверсификации бизнеса 2. Поиск возможностей снижения себестоимости 3. Нарастание усилий по продвижению продукции

Оценивая сильные и слабые стороны ООО ПКФ «Кварц», её возможности

и стоящие перед ней угрозы можно сделать следующие выводы:

1. Наиболее сильными сторонами являются высокое качество продукции и хорошая репутация, поскольку именно они в большей степени влияют на объёмы реализации и формирование финансовых результатов;

2. Наиболее губительными слабыми сторонами является отсутствие эффективной политики продвижения продукции и опережающий рост издержек;

3. Из выявленных благоприятных внешних возможностей при разработке стратегии можно выделить возможность выхода на новые сегменты потребителей (расширение в новые регионы и рост спроса), усовершенствование технологий, а также наращивание государственной поддержки отечественного производителя;

4. Необходимо обеспечить защиту, в первую очередь, от следующих внешних угроз: снижение спроса и появление конкурентных продуктов.

На основании результатов анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия, отраженных в разделе 2.1, а также SWOT – анализа, приведенного на рисунках 4-7 определено, что одними из главных проблем ООО ПКФ «Кварц» являются:

- отсутствие правильной маркетинговой стратегии и политики продвижения услуг;
- опережающий рост затрат в сравнении с объёмом выручки;
- большая зависимость предприятия от заемных средств.

Следовательно, меры по увеличению спроса на услуги ООО ПКФ «Кварц» заключаются, прежде всего, в:

- разработке маркетинговой стратегии продвижения услуг компании;
- снижении зависимости от заемных средств путем участия в программах поддержки предприятий в рамках программы импортозамещения.

Одной из задач планирования для предприятия является поиск путей создания конкурентного преимущества с целью успешного существования в неблагоприятных внешних условиях.

Так, выбор конкурентной стратегии, являющейся общим замыслом поведения предприятия на рынке с учетом своих возможностей и сил конкурентов, для предприятия представлен в таблице 8 [65].

Таблица 8– Выбор конкурентной стратегии для ООО ПКФ «Кварц»

Факторы		Характеристика	Оптимальная стратегия
Особенности рынка	Многообразиие продуктов на рынке	Среднее	Дифференциация
	Размер рынка	Большой	Лидерство в издержках
	Темп роста рынка	Средний	Дифференциация
	Изменчивость спроса	Средняя	Любая
Значимость конкурентных факторов	Издержки	Высокая	Дифференциация
	Сервис	Высокая	Дифференциация
	Качество	Высокая	Дифференциация
	Гибкость	Средняя	Лидерство в издержках
	Инновации	Высокая	Дифференциация

На основании данных таблицы 8 видно, что при выборе из общих конкурентных стратегий наиболее оптимальным в данном случае представляется применение стратегии дифференциации, то есть такой стратегии завоевания конкурентного преимущества, которая предполагает поставки на рынок товаров или услуг выше по качеству, чем конкурирующая продукция [66], так как стратегия фокусирования компании не подходит, поскольку ООО ПКФ «Кварц» ориентируется на широкую аудиторию, и не намерена её сужать, кроме того, стратегия ценового лидерства также невыгодна для компании.

Кроме того, если выбирать из конкурентных стратегий по признаку доли рынка, то ООО ПКФ «Кварц» необходимо придерживаться стратегии компании-лидера, поскольку фирма имеет достаточно сильную занимаемую позицию и безоговорочно претендует на нахождение в числе компаний-лидеров рынка.

Таким образом, стратегия ООО ПКФ «Кварц» должна основываться на индивидуализации предприятия и его продукции с элементами стратегии дифференциации. Для такой индивидуализации компания должна

концентрироваться на клиентах, которые заинтересованы в приобретении продукта с уникальными характеристиками, учитывающего их специальные потребности.

Реализация данной стратегии требует:

- нахождения способов расширения рынка, то есть общего спроса на товары, выпускаемые отраслью в целом;
- защиты своей доли рынка при помощи хорошо спланированных оборонительных и наступательных действий;
- расширения своей доли рынка, даже если его общий объем стабилен.

Стратегическими задачами предприятия в реализации выбранной стратегии являются:

1. Во внешней среде:

- освоение новых рынков;
- повышение репутации и популярности бренда.

2. В потенциале предприятия:

- формирование стратегии продвижения;
- снижение производственных издержек.

Для решения поставленных задач необходимо выполнить мероприятия, воспользовавшись стратегическими альтернативами, полученными по итогам SWOT-анализа, а также оценить важность их реализации в рамках выбранной нами стратегии. Перечень возможных стратегических мероприятий с оценками представлен в приложении М.

По данным, представленным в приложении М, можно выделить список мероприятий, которые встречаются в нескольких стратегических вариантах и могут быть реализованы в рамках выбранной стратегии:

1. Разработка плана продвижения бренда и продукции компании;
2. Проведение маркетингового исследования рынков в других регионах. В числе регионов могут быть как регионы в Сибири – Омская область, Республика Хакасия, Республика Саха, Республика Алтай, в России – Москва, так и за границей – Монголия;

3. Участие в государственных программах поддержки отечественных производителей;

4. Углубленный анализ финансово-хозяйственной деятельности компании для выявления резервов снижения затрат.

В рамках данной работы была выбрана маркетинговая стратегия продвижения продукции компании, важнейшим элементом которой является план продвижения компании и её продукции, а также участие в различных программах государственной поддержки предприятий, включенным в программу импортозамещения.

Основной проблемой, как стратегии продвижения, так и маркетинга организации в целом является нечеткость вертикали управления, и, как следствие, слабая организованность работы. Причинами этого недостатка являются:

- неквалифицированность персонала в специальности по мнению руководства организации, поскольку отдел сбыта сформирован из людей, не имеющих специального образования;

- отсутствие четко сформулированного круга обязанностей маркетингового отдела, и соответственно, пересечение его деятельности с деятельностью директората.

На сегодняшний день продвижение продукции предприятия ограничивается следующими элементами:

- поддержание деятельности интернет-сайта компании;
- рассылка прайс-листов и информационных материалов по запросу потенциальных клиентов;
- участие в специализированных форумах в городе Красноярск;
- рекламные публикации в отраслевых СМИ;
- работа торгового представителя в городе Красноярске.

Таким образом, работа по расширению круга клиентов за пределами Красноярска практически не ведётся, однако есть поставки единичным клиентам по России и за рубежом, следовательно, целесообразно расширить

усилия в этом направлении.

Как уже говорилось ранее, аудитория потребителей продукции предприятия является узко специализированной, соответственно, оптимальными средствами продвижения продукции для данной аудитории являются [67]:

- специализированные выставки не только на региональном, но и на федеральном и мировом уровнях;
- статьи и рекламные публикации в отраслевых СМИ;
- активизация работы сайта предприятия в сети интернет;
- участие в государственных закупках, тем более, что законодательством предусмотрены квоты для малого и среднего предпринимательства.

При составлении проекта плана продвижения продукции ООО ПКФ «Кварц» имеет смысл использовать все упомянутые выше возможности, а именно:

- специализированные выставки: ООО ПКФ «Кварц» имеет опыт участия в медицинских ярмарках и выставках регионального уровня в городе Красноярске. В качестве инструмента для расширения рынка компании имеет смысл предусмотреть участие в подобном мероприятии всероссийского либо международного уровня. Примером подобного мероприятия могут быть международные выставки «Медицина и здоровье» (проходит в Перми в рамках местной ежегодной ярмарки), «Международный нейрохирургический форум и образовательный курс ВФНО» и другие;

- статьи и рекламные публикации в отраслевых СМИ. Наиболее авторитетными журналами в отрасли являются всероссийские издания «Хирургия. Журнал имени Пирогова» [68] и «Амбулаторная хирургия» [69]. Оба журнала допускают размещение рекламных модулей на внутренней стороне обложки. Также планируется дальнейшее размещение рекламного модуля на сайте «Русского медицинского журнала» [70];

- активизация работы сайта предприятия в сети интернет: ООО ПКФ

«Кварц» имеет смысл существенно расширить представление предприятия в интернете. Для этого следует активизировать работу сайта, поскольку в данный момент он функционирует исключительно в традиционном, но малоактивном формате «сайта-визитки» [56]. Предлагается выделить работу по наполнению и поддержанию сайта в отдельный блок, для чего создать на предприятии ставку контент-менеджера, в обязанности которого будет входить создание и поддержание страничек предприятия в социальных сетях;

- участие в государственных закупках для увеличения объема продаж собственной продукции. Заказчиками продукции ООО ПКФ «Кварц» являются медицинские учреждения – это государственные или муниципальные учреждения, которые в соответствии с Федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [71], а также распоряжением Правительства РФ «О перечне товаров, работ, услуг, в случае осуществления закупок, которых заказчик обязан проводить аукцион в электронной форме (электронный аукцион)» [72] обязаны осуществлять закупки через систему государственных контрактов. Приняв участие в государственных закупках, откроются новые рынки сбыта, также большим плюсом такого участия является экономия времени и денег, так как общение проходит без посредников. Кроме того, государство – это крупный и надежный заказчик.

Помимо разработки плана продвижения продукции предприятия важным мероприятием является участие в различных программах государственной поддержки предприятиям, включенным в программу импортозамещения, которые будут способствовать снижению зависимости от заемных средств. Так, например, ООО ПКФ «Кварц» попадает под программу предоставления субсидий на компенсацию части затрат, связанных с организацией высокотехнологичного производства медицинских изделий [40].

Таким образом, по итогам выполнения стратегической программы развития ООО ПКФ «Кварц», включающей перечисленные выше мероприятия, предприятие способно изменить свою конкурентную позицию на рынке.

3 Разработка стратегии повышения конкурентоспособности на основе импортозамещения

3.1 Разработка стратегии повышения конкурентоспособности на основе импортозамещения

Как было установлено в главе 2, на основании анализа финансово-хозяйственной деятельности и производственно-сбытовой деятельности предприятия был выявлен ряд проблем, препятствующих его развитию, аи определены возможные мероприятия для решения данных проблем.

В настоящем разделе отражены результаты разработки стратегии повышения конкурентоспособности предприятия с учетом возможностей включения в программу по импортозамещению.

На основании анализа доходов и расходов ООО ПКФ «Кварц» в разрезе видов продукции, приведенном в разделе 2.2 и приложении Ж, была выявлена тенденция темпов роста затрат, опережающих темпы роста выручки.

При этом при инерционном сценарии развития предприятия возможно спрогнозировать финансовый результат предприятия на 2017 – 2021 годы путем экстраполяции объемов показателей выручки и себестоимости за предыдущие три года, представленные в таблице 9 и на рисунке 30.

Таблица 9 – Финансовые показатели предприятия за 2014-2021 гг. при инерционном сценарии развития, тыс. руб.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Выручка	129 867	156161	168411	181946	191944	200517	208066	214833
Себестоимость	117 499	146315	160247	175689	187271	197299	206195	214925
Прибыль (убыток) от продаж	12368	9846	8164	6257	4673	3218	1871	(92)

Расчет прогнозируемой выручки, представленный в таблице 9, проведен с помощью анализа динамических показателей Excel, который сопоставляет

тенденции изменения выручки за рассматриваемый период (3 года) регрессионной функцией степенного типа вида и рассчитывается по формуле (1):

$$y=130506*(x-2013)^{0,2397},$$

(1)

где y – значение показателя выручки;

x - прогнозируемый год.

Аналогичная регрессионная функция для изменения себестоимости рассчитывается по формуле (2):

$$y=118167*(x-2013)^{0,2861}, \tag{2}$$

где y – значение показателя себестоимости;

x – прогнозируемый год.

На основании расчетов, приведенных в таблице 9, можно сделать вывод о том, что если предприятием не будут приняты меры к изменению ситуации, то в ближайшие годы его деятельность может стать убыточной (рисунок 30).

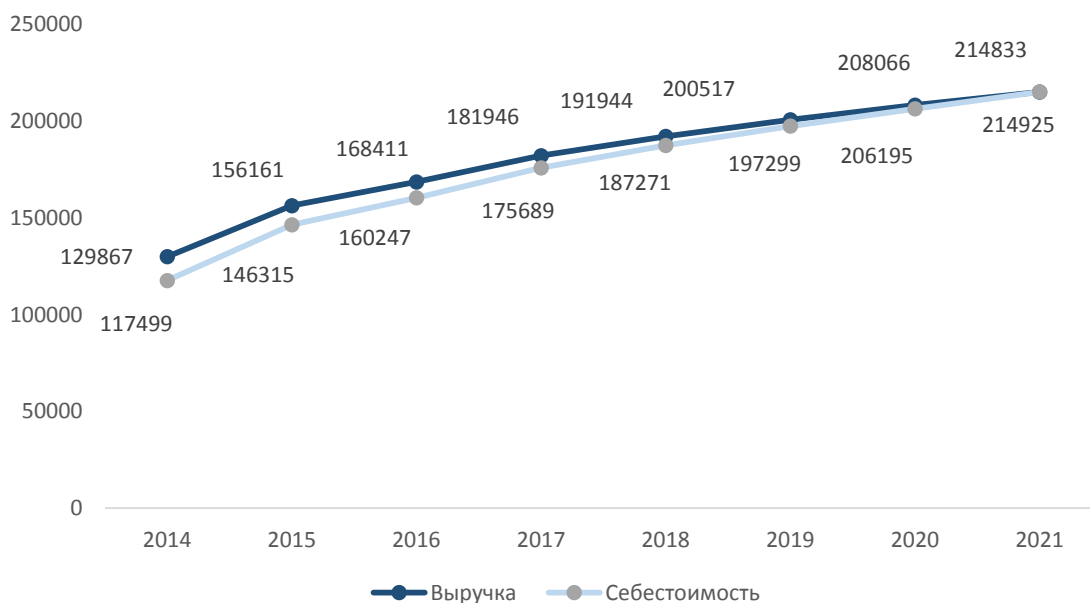


Рисунок 30 – Прогноз выручки и затрат предприятия на 2017-2021 гг. при инерционном сценарии развития, тыс. руб.

В разделе 2.3 данной работы рассматривались альтернативные варианты решения проблем предприятия. Для целей разработки стратегии были более подробно рассмотрены такие мероприятия, как проект плана продвижения продукции ООО ПКФ «Кварц» на 2017-2019 года, а также включение в программу предоставления субсидий на компенсацию части затрат. Перечень стратегических мероприятий представлен в таблице 10.

Таблица 10 – Перечень стратегических мероприятий для ООО ПКФ «Кварц» на 2017-2019 гг., тыс. руб.

Наименование мероприятия	Исполнитель	Сроки реализации	Ожидаемые дополнительные затраты	Итоговая стоимость мероприятий
1 Реализация плана промоутинга 1.1 Участие в специализированных международных и всероссийских выставках: - «Медицина и здоровье» г. Пермь; - «Здравоохранение» г. Воронеж; - «Здравоохранение, медицинская техника и лекарственные препараты» г. Москва	Маркетинговый отдел	Ежегодно	170	637
			190	
			230	
1.2 Публикация рекламы в специализированных журналах, а также на сайте «Русского медицинского журнала»			47	
1.3 Создание ставки контент - менеджера			-	

Окончание таблицы 10

Наименование мероприятия	Исполнитель	Сроки реализации	Ожидаемые дополнительные затраты	Итоговая стоимость мероприятий
2 Участие в государственных закупках	Отдел сбыта	Ежегодно	60	60
3 Включение в программу предоставления субсидии на компенсацию части затрат	Финансовый отдел	Ежегодно	10	10
Итого:				707

Как говорилось ранее, аудитория потребителей продукции ООО ПКФ «Кварц» является узко специализированной, поэтому одним из оптимальных средств продвижения продукции для данной аудитории является участие в специализированных всероссийских и международных выставках. Ожидаемым результатом участия в специализированных всероссийских и международных выставках будет расширение клиентской базы, как следствие - повышение продаж, а также повышение конкурентоспособности продукции предприятия, обеспечение позитивного восприятия торговой марки «ГЕЙЗЕР», увеличение репутационного капитала, установление контактов или поддержание отношений с представителями отраслевых и деловых СМИ, это произойдет за счет:

- наглядного представления оборудования «ГЕЙЗЕР», демонстрации его достоинств, а также отличительных характеристик от конкурентной продукции;
- оказания рекламного воздействия на целевую аудиторию в целях повышения запоминаемости и узнаваемости торговой марки;
- личного контакта с потенциальными клиентами, что позволит лучше понять клиента, ответить на интересующие его вопросы, обработать возражения,

развеять сомнения, активно влиять на принятие решений, а также получить контактную информацию для обратной связи.

Таким образом, участие в специализированных выставках предоставляет возможность одновременно решать множество задач предприятия – сбытовых, производственных, маркетинговых, рекламных, имиджевых и коммуникационных.

Планируется, что в 2017-2019 годах ООО ПКФ «Кварц» примет участие в следующих выставках:

- Ежегодная международная выставка медицинского оборудования и услуг «Медицина и здоровье», Пермь. Выставка «Медицина и здоровье» является уникальной площадкой для демонстрации больничного, лабораторного, диагностического и реабилитационного оборудования, медицинского инструментария, расходных материалов, лекарственных средств, а также медицинских услуг, где ООО ПКФ «Кварц» представит свое оборудование. Выставка «Медицина и здоровье» является самым крупным проектом медицинской тематики на территории Урала и Поволжья, ежегодно собирая на площадке участников из десятков городов России, и проходит при официальной поддержке Министерства здравоохранения Пермского края и Управления здравоохранения города Перми. В ценах 2017 года стоимость участия в выставке «Медицина и здоровье» для двух представителей предприятия на протяжении всего времени ее проведения с транспортировкой оборудования и оформлением стендов составляет около 170 тыс. руб. [73];

- Межрегиональная специализированная выставка «Здравоохранение», Воронеж. Проведение выставки «Здравоохранение» является ежегодным крупнейшим событием медицинской отрасли в Центральном Черноземье. Выставка «Здравоохранение» объединяет более 70 предприятий медицинской сферы из Москвы, Санкт-Петербурга, Курска, Барнаула, Пензы, Екатеринбурга, Воронежа и других городов России, что позволит ООО ПКФ «Кварц»

представить свое оборудование перед большой аудиторией. Стоимость участия в выставке «Здравоохранение» для двух представителей предприятия на протяжении всего времени ее проведения с транспортировкой оборудования и оформлением стендов в ценах 2017 года составляет около 190 тыс. руб. [74];

- Ежегодная международная выставка «Здравоохранение, медицинская техника и лекарственные препараты», Москва. Выставка «Здравоохранение, медицинская техника и лекарственные препараты» является главной площадкой для демонстрации новых разработок медицинской техники, местом встречи представителей органов власти в сфере здравоохранения, руководителей и ведущих специалистов медицинских учреждений с производителями и поставщиками современного оборудования и других необходимых для здравоохранения товаров, а также самой эффективной платформой для заключения контрактов на закупку продукции медицинской промышленности. Стоимость участия в выставке «Здравоохранение, медицинская техника и лекарственные препараты» для двух представителей предприятия на протяжении всего времени ее проведения с транспортировкой оборудования и оформлением стендов в ценах 2017 года составляет около 230 тыс. руб. [75].

Соответственно, ежегодные затраты предприятия на участие в специализированных международных и всероссийских выставках составят около 590 тыс. руб.

Также важным мероприятием для продвижения продукции предприятия является публикация рекламы в специализированных журналах, а также на сайте «Русского медицинского журнала». Ожидаемым результатом публикации рекламы в специализированных журналах, а также на сайте «Русского медицинского журнала» будет осуществление активного маркетинга, который заключается в продвижении товара и стимулировании продаж путем доведения информации об оборудовании «ГЕЙЗЕР» до потенциального потребителя через печатные и интернет-СМИ, вследствие чего ожидается увеличение объема

продаж продукции ООО ПКФ «Кварц».

Планируется, что в 2017-2019 годах ООО ПКФ «Кварц» опубликует статьи об оборудовании «ГЕЙЗЕР» в следующих журналах:

- размещение рекламного модуля на сайте «Русского медицинского журнала» [70]. Журнал охватывает основные направления современной медицины, в том числе хирургию. В данный момент публикация медицинского оборудования «ГЕЙЗЕР» уже размещена на сайте «Русского медицинского журнала» и ООО ПКФ «Кварц» планирует дальше размещать публикацию в этом журнале. Стоимость годовой публикации на сайте «Русского медицинского журнала» составляет 15 тыс. руб., однако предприятие уже несет расходы на эту публикацию;

- всероссийское издание «Хирургия. Журнал имени Пирогова» [68]. Журнал «Хирургия» является важнейшим источником достоверной и современной информации в области хирургии, который публикует статьи, имеющие научную и практическую ценность для широкого круга хирургов и охватывающие различные области этой специальности. Публикация в данном журнале почетна и престижна, поскольку статьи попадают в международные базы данных "Index Medicus" и "Medline", повышая показатель научной активности и известности в мировой медицине. Стоимость годовой публикации в журнале «Хирургия» составляет 30 тыс. руб.;

- журнал «Амбулаторная хирургия» [69]. На страницах журнала «Амбулаторная хирургия» отражается современное состояние вопроса оперативного и консервативного лечения различных хирургических заболеваний с использованием различного оборудования. Стоимость годовой публикации в журнале «Хирургия» составляет 17 тыс. руб.

Таким образом, ежегодные затраты предприятия на публикации рекламы в специализированных журналах составят 47 тыс. руб.

Для того чтобы расширить представление предприятия в интернете необходимо активизировать работу сайта предприятия. Предполагается

выделить работу по наполнению и поддержанию сайта в отдельный блок, для чего создать на предприятии ставку контент-менеджера, в обязанности которого будет входить создание и поддержание страничек предприятия в социальных сетях. Однако, на основании пункта 2.2 была выявлена тенденция увеличения коммерческих расходов предприятия, которая не подтверждается увеличением продаж, вследствие чего планируется изменить круг обязанностей маркетолога ООО ПКФ «Кварц», в который будет входить работа по активизации сайта. Поскольку маркетолог имеет опыт в данной сфере, то предприятию удастся избежать дополнительных расходов на создание ставки контент-менеджера.

Еще одним важным мероприятием, способствующим увеличению объема продаж собственной продукции является участие в государственных закупках. Актуальность закупок высокотехнологичного медицинского оборудования объясняется тем, что данная сфера закупок является одной из проблематичных отраслей государственных закупок в связи со своей спецификой, влиянием на состояние жизни и здоровья людей и огромными рисками, связанными с возможностью нанесения вреда людям в случае использования неэффективного оборудования. Кроме того, оборудование подобного рода является весьма дорогостоящим, и в связи с этим высоки коррупционные риски. К тому же, заказчиками продукции ООО ПКФ «Кварц» являются медицинские учреждения, которые в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [71], а также распоряжением Правительства РФ от 21.03.2016 N 471-р «О перечне товаров, работ, услуг, в случае осуществления закупок, которых заказчик обязан проводить аукцион в электронной форме (электронный аукцион)» [72] обязаны осуществлять закупки через систему государственных контрактов. Государственные закупки через торговую площадку в электронной форме позволяют узнать потребности заказчиков, планировать тендеры, делать анализ рынка и многое другое.

Кроме того, существует ряд преимуществ участия в государственных закупках:

- не нужно тратить деньги на рекламу, чего нет ни в каком другом виде продаж;
- большая часть государственных закупок проходит в электронной форме, что расширяет рынок сбыта продукции;
- возможность заранее спрогнозировать спрос среди заказчиков на продукцию предприятия;
- старт с минимальными затратами.

В результате участия в государственных закупках повышается точность планирования, реализуется система конкурентных закупок, обеспечивается достоверная оценка ценовой политики рынка.

Поскольку ООО ПКФ «Кварц» на государственных закупках будет выступать поставщиком продукции, то понесет следующие затраты:

- регистрация на пяти основных электронных площадках общей стоимостью 50 тыс. руб.;
- затраты на Крипто Про, то есть программное обеспечение необходимое для работы с электронной цифровой подписью, стоимостью 10 тыс. руб.

Кроме того, ООО ПКФ «Кварц», выступающий как поставщик, заявляющийся на аукцион в какой-либо форме должен уплатить обеспечение заявки в размере 1-10% от начальной цены контракта и обеспечение контракта в размере 5-30% от начальной цены контракта, однако эти затраты возвращаются предприятию, когда условия контракта полностью выполнены.

Помимо разработки плана продвижения продукции, включающего в себя участие в специализированных выставках, публикации в специализированных журналах, введение блока активизации сайта предприятия и участия в государственных закупках, с помощью которого планируется увеличение объема продаж продукции предприятия, не менее важным мероприятием, но для снижения расходов предприятия является участие в различных программах

государственной поддержки предприятий, включенных в программу импортозамещения, а именно включение ООО ПКФ «Кварц» в программу предоставления субсидий на компенсацию части затрат, связанных с организацией высокотехнологичного производства медицинских изделий [40].

Так, в соответствии постановлением Правительства РФ от 01.10.2015 N 1048 об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским организациям на возмещение части затрат на реализацию проектов по организации производства медицинских изделий в рамках подпрограммы Развитие производства медицинских изделий государственной программы Российской Федерации «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности» на 2013 – 2020 год», субсидии предоставляются в целях стимулирования инвестиционной активности российских предприятий для производства медицинских изделий. Возмещению подлежит не более 50% от общего объёма затрат предприятия и не более 200 млн. рублей. Одним из условий предоставления субсидии является наличие бизнес-плана, в котором предусмотрено начало выпуска в гражданский оборот медицинского изделия, произведённого в рамках проекта, не позднее трёх лет с даты заключения договора о предоставлении субсидии. Основными затратами предприятия в реализации данного мероприятия являются затраты на создание бизнес-плана и сбор документов. Таким образом, ежегодные затраты предприятия по включению в программу предоставления субсидий составят 10 тыс. руб.

С учетом вышеизложенного, ожидаемые ежегодные дополнительные затраты предприятия в связи с реализацией стратегии повышения конкурентоспособности составят 707 тыс. руб.

Таким образом, для покрытия ежегодных дополнительных затрат, связанных с реализацией стратегии, предприятию достаточно собственных средств, соответственно, отсутствует необходимость привлечения финансов из других источников.

3.2 Оценка эффективности предложенных мероприятий

В соответствии с выявленными проблемами на предприятии, представленными в главе 2 данной работы, была разработана стратегия повышения конкурентоспособности предприятия с учетом возможностей включения в программу по импортозамещению, приведенная в разделе 3.1.

С целью целесообразности реализации такой стратегии была дана оценка ее эффективности, в том числе рассчитан совокупный экономический эффект от реализации плана продвижения продукции предприятия, а также включения предприятия в программу предоставления субсидий на компенсацию части затрат.

Одним из мероприятий плана продвижения продукции ООО ПКФ «Кварц» является участие предприятия в специализированных выставках. Исходя из опыта прошлых лет, такое участие позволит предприятию заключить новые контракты и обеспечить запоминаемость торговой марки в памяти потребителей. Так, например, ООО ПКФ «Кварц» ранее уже представляло свое оборудование на различных выставках регионального уровня, а именно, в апреле 2017 года предприятие приняло участие в специализированной выставке-форуме медицинской техники «ЕнисейМедика», где было заключено два контракта на поставку оборудования, что увеличило выручку по сравнению с прошлым годом на 7 %. Кроме того, предприятию необходимо продвигать свою продукцию на международных и всероссийских выставках, тем самым расширяя круг потенциальных покупателей, что принесет больший эффект в отличии от выставок регионального уровня. Представление оборудования на таких выставках, по опыту других участников, увеличит годовую выручку в среднем на 10 %.

Также для продвижения продукции предприятия необходимым мероприятием является публикация рекламы в специализированных журналах и на сайте «Русского медицинского журнала», что является осуществлением активного маркетинга. В данный момент публикация медицинского

оборудования «ГЕЙЗЕР» уже размещена на сайте «Русского медицинского журнала» и стимулирует продажи путем доведения информации об оборудовании до потребителя, что привлекает все больше новых клиентов и увеличивает годовую выручку ООО ПКФ «Кварц» в среднем на 3 %. Однако, для лучшей узнаваемости торговой марки, расширения круга потребителей и, вследствие, увеличения выручки предприятия необходима публикация во всероссийских специализированных журналах, таких как «Хирургия. Журнал имени Пирогова» и «Амбулаторная хирургия», где, ссылаясь на опыт других публикаций, возможно увеличение годовой выручки предприятия в среднем до 5 %.

Кроме того, важным мероприятием плана продвижения продукции предприятия является участие в государственных закупках. Опираясь на опыт других участников, представление своей продукции на государственных закупках позволит предприятию расширить рынки сбыта, клиентскую базу, приобрести постоянных покупателей, увеличить объем продаж и, соответственно, прибыль. Так, по данным Национальной ассоциации участников электронной торговли, в большинстве своем закупки осуществляются в крупных объемах, что является одним из преимуществ такого участия и, соответственно, увеличивает объем продаж. Участие в государственных закупках дает возможность заранее спрогнозировать спрос среди заказчиков на продукцию предприятия, вследствие чего, ожидается, что годовая выручка предприятия увеличится в среднем на 10%.

Таким образом, предполагается, что при эффективной реализации предложенных мероприятий, ссылаясь на собственный опыт и опыт других участников, предприятие может увеличить годовую выручку на 10%.

Прогнозируемая на 2017-2019 годы выручка при реализации предложенных мероприятий, рассчитанная с учетом вышеизложенного предположения представлена в таблице 11.

Таблица 11 - Прогнозная выручка ООО ПКФ «Кварц» на 2017-2019 гг. с учетом

предложенных мероприятий

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Базовая выручка, тыс. руб.	168 411	-	-	-
Ожидаемый прирост в год, %	-	10	10	10
Прогнозная выручка, тыс. руб.	-	185 252	203 777	224 155

График изменения выручки на 2017-2019 годы с учетом предложенных мероприятий представлен на рисунке 31.

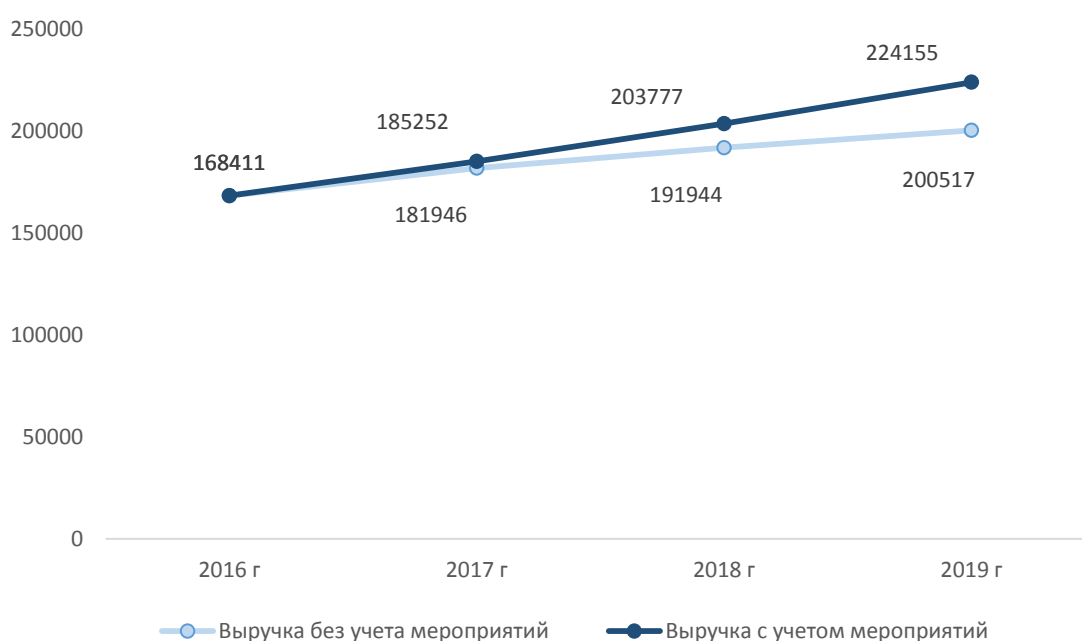


Рисунок 31 – Прогноз выручки ООО ПКФ «Кварц» на 2017-2019 гг. с учетом предложенных мероприятий, тыс. руб.

За базу взята выручка в ценах 2016 года, при этом с учетом прогнозных показателей выручки предприятия без учёта мероприятий на 2017 – 2019 годы путем экстраполяции объемов показателей выручки, приведенных в разделе 3.1, прогнозная выручка с учетом мероприятий значительно увеличивается.

Поскольку прирост выручки ожидается в связи с приростом объемов реализации, то с увеличением выручки предприятия, также увеличатся его переменные затраты. При этом переменные затраты будут увеличиваться пропорционально выручке, то есть в среднем на 10 % в год.

С учетом прогнозируемого роста переменных затрат и дополнительных

затрат на реализацию стратегии повышения конкурентоспособности, возможно определить общую величину расходов предприятия на 2017-2019 годы (таблица 12).

Таблица 12 - Прогнозные затраты ООО ПКФ «Кварц» на 2017-2019 гг. с учетом предложенных мероприятий

Показатель	Базовые затраты, 2016 г., тыс. руб.	Ожидаемый ежегодный прирост, %	Величина прогнозных затрат, тыс. руб.		
			2017, 1*2+1	2018, 3*2+3	2019, 4*2+4
0	1	2	3	4	5
Переменные затраты, всего:	140 858	10	154 944	170 438	187 482
- материальные затраты	107 681	10	118 449	130 294	143 324
- заработная плата рабочих	33 177	10	36 495	40 144	44 158
Постоянные затраты	19 389	-	19 389	19 389	19 389
Дополнительные затраты на мероприятия	-	-	707	707	707
Итого	160 247	-	175 040	190 534	207 578

Переменные затраты предприятия включают в себя материальные затраты и заработную плату рабочих. В состав постоянных затрат предприятия входят управленческие расходы, коммерческие расходы, амортизация и прочие расходы.

График изменения затрат на 2017-2019 годы с учетом предложенных мероприятий представлен на рисунке 32.

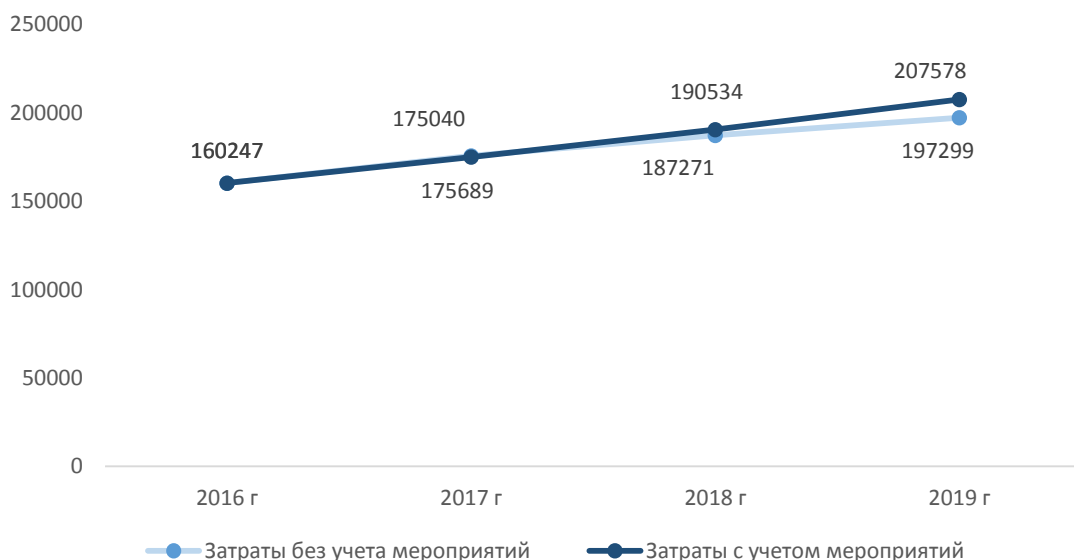


Рисунок 32 – Прогноз затрат ООО ПКФ «Кварц» на 2017-2019 гг. с учетом предложенных мероприятий, тыс. руб.

За базу взяты затраты в ценах 2016 года, при этом с учетом прогнозных показателей затрат предприятия без учёта мероприятий на 2017 – 2019 годы путем экстраполяции объемов показателей затрат, приведенных в разделе 3.1, прогнозные затраты с учетом дополнительных расходов на мероприятия меньше, чем затраты без учета мероприятий.

Как уже указывалось, для реализации политики импортозамещения на уровне государственного регулирования может быть использован такой механизм, как финансовая поддержка для стимулирования отечественного производства в форме предоставления субсидий.

В связи с этим, не менее важным мероприятием для снижения расходов предприятия является включение ООО ПКФ «Кварц» в программу предоставления субсидий на компенсацию части затрат, связанных с организацией высокотехнологичного производства медицинских изделий [40].

В рамках данной программы субсидия предоставляется на возмещение фактически осуществленных не ранее 1 января 2015 года и документально подтвержденных затрат предприятия, связанных с реализацией и предусмотренных бизнес-планом, на приобретение материалов, сырья и комплектующих для производства медицинских изделий в размере не более 200

млн. рублей и не более 50 % от общего объема соответствующих затрат предприятия [40].

Таким образом, расчет субсидии на возмещение части затрат ООО ПКФ «Кварц» на приобретение материалов, сырья и комплектующих для производства медицинского изделия «ГЕЙЗЕР» за расчетный период с 2017 по 2019 годы проводится на основании Приложения № 6 постановления Правительства РФ от 01.10.2015 N 1048 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским организациям на возмещение части затрат на реализацию проектов по организации производства медицинских изделий» [40].

Прогнозная величина субсидий на компенсацию части затрат ООО ПКФ «Кварц» на 2017-2019 годы представлена в таблице 13.

Таблица 13 – Прогнозная величина субсидий на компенсацию части затрат ООО ПКФ «Кварц» на 2017-2019 гг.

Показатель	2017	2018	2019
Планируемые затраты на приобретение материалов, сырья и комплектующих, тыс. руб.	118 449	130 294	143 324
Процент затрат на возмещение, %	50	50	50
Предельный лимит субсидии, тыс. руб.	200 000		
Сумма затрат на возмещение, тыс. руб.	59 225	65 147	71 662

Таким образом, при включении предприятия в программу предоставления субсидий на компенсацию части затрат, связанных с организацией высокотехнологичного производства медицинских изделий при возмещении 50% затрат ООО ПКФ «Кварц» на приобретение материалов, сырья и комплектующих для производства медицинского изделия «ГЕЙЗЕР» за 2017-2019 годы сумма предоставленной субсидии в 2017 году составит 59 225 тыс. руб., в 2018 году - 65 147 тыс. руб., а в 2019 году - 71 662 тыс. руб., что не превышает 200 млн. руб.

Для оценки эффективности стратегических мероприятий для ООО ПКФ «Кварц» на 2017-2019 годы необходимо рассчитать совокупный экономический

эффект от реализации данных мероприятий. Эффект от предложенных мероприятий будет включать в себя эффект от оптимизации стратегии повышения конкурентоспособности предприятия, в первую очередь, от реализации плана продвижения продукции ООО ПКФ «Кварц», а также от участия предприятия в программе государственной поддержки политики импортозамещения, а именно от включения ООО ПКФ «Кварц» в программу предоставления субсидий на компенсацию части затрат, связанных с организацией высокотехнологичного производства медицинских изделий [40], представленных в разделе 3.1.

Расчет эффекта от реализации стратегических мероприятий представлен в таблице 14.

Таблица 14 – Расчет эффекта от реализации стратегических мероприятий на 2017 – 2019 гг., тыс. руб.

Показатель	2016	Без учета мероприятий			С учетом мероприятий		
		2017	2018	2019	2017	2018	2019
Выручка	168411	181946	191944	200517	185252	203777	224155
Себестоимость	(160247)	(175689)	(187271)	(197299)	(175040)	(190534)	(207578)
Прибыль от продаж	8164	6257	4673	3218	10212	13243	16577
Рентабельность продаж	4,85	3,4	2,4	1,6	5,5	6,5	7,4
Прочие доходы в форме субсидий	-	-	-	-	59225	65147	71662
Прибыль с учетом субсидии	-	-	-	-	69437	78390	88239
Рентабельность продаж с учетом субсидии	-	-	-	-	37,5	38,5	39,4

На основании расчетов таблицы 14 видно, что прибыль от продаж без учета предложенных мероприятий ООО ПКФ «Кварц» уменьшается в динамике.

Таким образом, для увеличения прибыли, предприятию необходимо осуществлять стратегию повышения конкурентоспособности, представленную

в разделе 3.1 данной работы.

Кроме того, при реализации данной стратегии в 2017 – 2019 годах наблюдается ежегодный рост объемов продаж, а также снижение затрат предприятия за счет включения предприятия в программу предоставления субсидий, в следствие чего прослеживается тенденция роста прибыли от продаж ООО ПКФ «Кварц».

Так, прибыль от продаж в 2017 году с учетом мероприятий составит 10 212 тыс. руб., в 2018 году – 13 243 тыс. руб., а к 2019 году – 16 577 тыс. руб.

График изменения прибыли от продаж ООО ПКФ «Кварц» на 2017-2019 годы с учетом предложенных мероприятий представлен на рисунке 34.

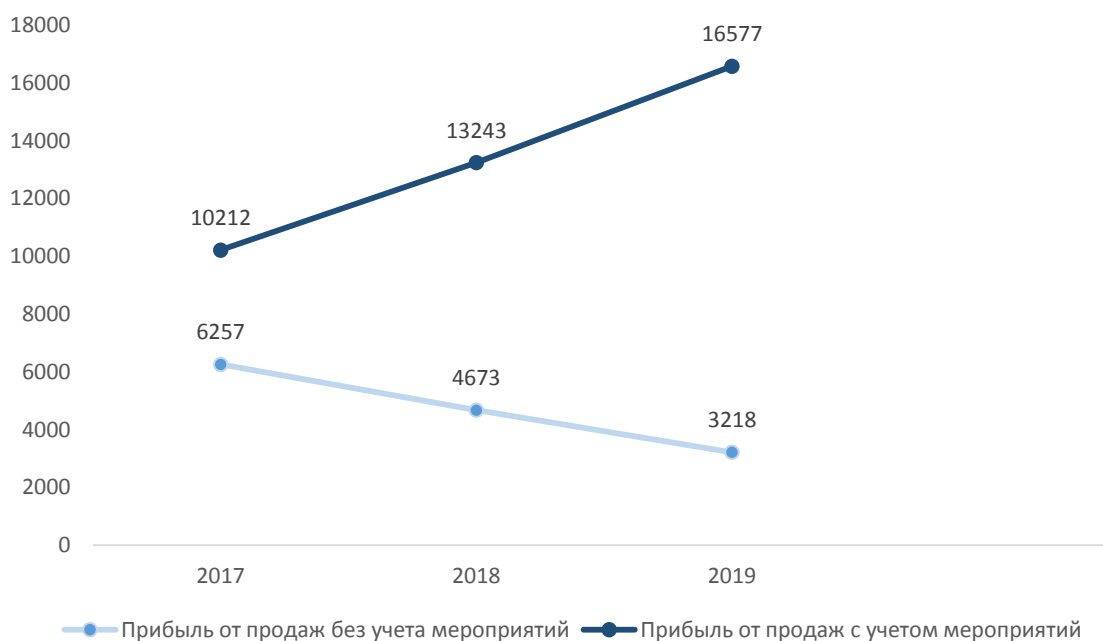


Рисунок 34 – Прогноз прибыли от продаж ООО ПКФ «Кварц» на 2017-2019 гг. с учетом предложенных мероприятий, тыс. руб.

Кроме того, коэффициент рентабельности продаж увеличивается в динамике, начиная с 5,5 % в 2017 году до 6,5 % в 2018 году и заканчивая 7,4 % в 2019 году (рисунок 35).

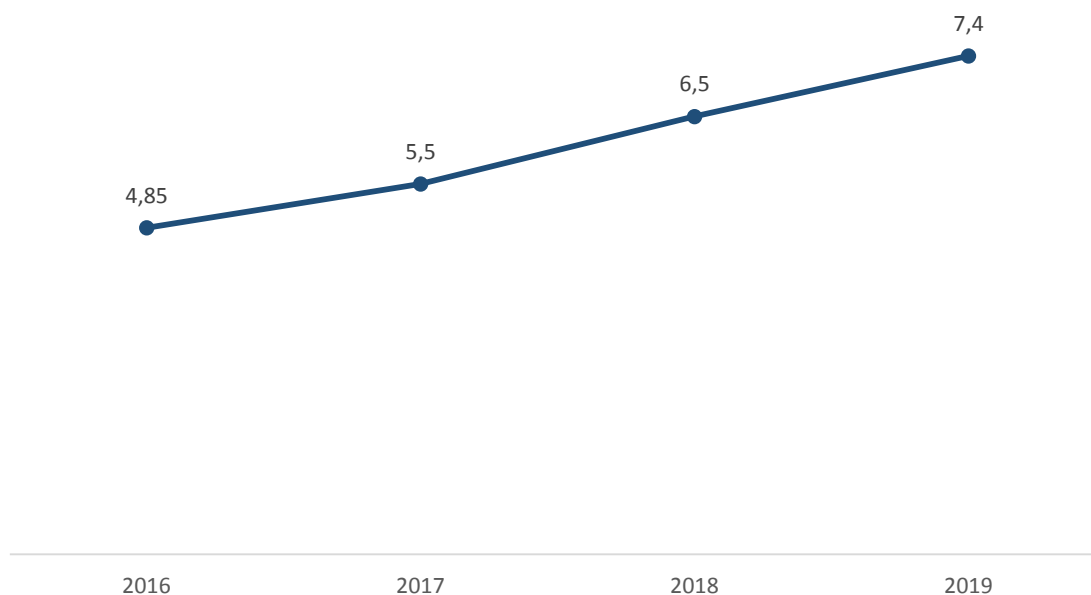


Рисунок 35 – Показатели рентабельности продаж ООО ПКФ «Кварц» на 2017-2019 гг. с учетом предложенных мероприятий, %

Также увеличивается коэффициент рентабельности продаж с учетом субсидии начиная с 37,5 % в 2017 году до 38,5 % в 2018 году и заканчивая 39,4 % в 2019 году.

На основании полученных расчетов, представленных в таблице 14, имеет место положительная тенденция показателей рентабельности продаж, что свидетельствует о повышении конкурентоспособности продукции на рынке и увеличении спроса.

Таким образом, при оценке эффективности стратегии повышения конкурентоспособности ООО ПКФ «Кварц» и расчете совокупного экономического эффекта от реализации плана продвижения продукции предприятия, а также включения предприятия в программу предоставления субсидий на компенсацию части затрат было выявлено, что стратегия является эффективной, а значит реализация данной стратегии целесообразна.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель бакалаврской работы заключалась в разработке стратегии повышения конкурентоспособности предприятия на основе импортозамещения на примере ООО ПКФ «Кварц».

Для достижения цели были решены следующие задачи:

- оценена обеспеченность потребностей сферы здравоохранения;
- проанализирована существующая государственная и региональная политика импортозамещения;
- выявлены основные проблемы импортозамещения в сфере здравоохранения в Российской Федерации;
- проанализировано финансовое состояние предприятия;
- оценена производственно-сбытовая деятельность предприятия;
- разработаны альтернативные варианты стратегии сбыта продукции;
- разработана стратегия повышения конкурентоспособности предприятия на основе импортозамещения;
- оценена эффективность предложенной стратегии.

Анализ сферы здравоохранения показал, что в этой отрасли Российской Федерации доля импортной потребляемой продукции очень велика. Несмотря на это, оптимистично оценивается потенциал импортозамещения, которое является одним из основных направлений развития Российской Федерации. В связи с вводом экономических и политических санкций со стороны ряда западных стран против России, грамотное осуществление проектов и программ по импортозамещению является действительно актуальным. Однако, существует ряд проблем перехода на путь импортозамещения.

При анализе финансового состояния ООО ПКФ «Кварц» и оценке производственно-сбытовой деятельности предприятия были отмечены следующие проблемы:

- отсутствие правильной маркетинговой стратегии и политики продвижения услуг;

- опережающий рост затрат в сравнении с объемом выручки;
- большая зависимость предприятия от заемных средств.

Для решения выявленных проблем было предложено разработать стратегию повышения конкурентоспособности, включающую следующие мероприятия:

- разработка плана продвижения продукции ООО ПКФ «Кварц» на 2017-2019 годы;
- включение в программу предоставления субсидий на компенсацию части затрат.

При оценке эффективности указанных мероприятий была установлена целесообразность реализации разработанной стратегии. В частности, ожидаются следующие эффекты:

- усиление конкурентной позиции ООО ПКФ «Кварц» на рынке;
- увеличение объема продаж собственной продукции на 10 %;
- снижение зависимости предприятия от заемных средств;
- увеличение рентабельности. Так, к 2019 году ожидается уровень рентабельности 7,4 % по сравнению с 2016 годом, где уровень рентабельности составил 4,85 %.

Таким образом, реализация стратегии повышения конкурентоспособности ООО ПКФ «Кварц» позволит предприятию улучшить свое финансовое состояние, кроме того, развитие предприятия способствует улучшению социально-экономического состояния региона в целом, в том числе за счет увеличения доходов населения, решения отдельных проблем импортозамещения в области производства медицинских изделий, повышения бюджета доходов в связи с поступлением дополнительных налоговых платежей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Об утверждении государственной программы Российской Федерации: развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности: постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 328: - Москва. -367с.
2. Об утверждении плана первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году: распоряжение Правительства РФ от 27.01.2015 N 98-р (ред. от 16.07.2015) : - Москва. -25с.
3. О федеральной целевой программе «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности Российской Федерации на период до 2020 года и дальнейшую перспективу): постановление Правительства РФ от 17.02.2011 N 91 (ред. от 09.06.2016) : - Москва. -6с.
4. Об утверждении Программы поддержки инвестиционных проектов, реализуемых на территории Российской Федерации на основе проектного финансирования: постановление Правительства РФ от 11.10.2014 N 1044 (ред. от 01.11.2016) : - Москва. -25с.
5. Евсюкова, Н. Ю. Проблемы импортозамещения фармацевтических средств и медицинского оборудования в России // Экономика России в XXI веке: сборник научных трудов XII Международной научно-практической конференции Экономические науки и прикладные исследования: - Томск : Томский политехнический университет, 2016. - 236 с.
6. Перспективы импортозамещения медицинского оборудования в России / А.В. Писарева. И.А. Аполлонова. А.П. Николаев. Н.А. Зверев. – Москва: Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана, 2016. – 44 с.
7. Об утверждении Стратегии развития медицинской промышленности Российской Федерации на период до 2020 года: приказ Минпромторга России от 31.01.2013 N 118: - Москва. -25с.

8. Фармацевтическая и медицинская промышленность России: прошлое, настоящее, будущее, 2016 [Электронный ресурс] : «Минпромторг России». – Режим доступа: <http://minpromtorg.gov.ru/common/>
9. Рынок медицинских изделий: итоги 2015 г [Электронный ресурс] : ГК«Ремедиум». - Режим доступа: www.remedium.ru/state/
10. Рейтинг федеральных округов по выпуску медицинских изделий за 2015 год [Электронный ресурс] : ГК «Ремедиум». – Режим доступа: <http://www.remedium.ru/industry/medtech/region/>
11. Фармацевтическая и медицинская промышленность: факты за 2015 год [Электронный ресурс] : «Новости GMP». – Режим доступа: <http://gmpnews.ru/>
12. Финансовые результаты отрасли: 1 полугодие 2016 год [Электронный ресурс] : ГК «Ремедиум». – Режим доступа: <http://www.remedium.ru/industry/medtech/analysis/>
13. Тяжелый случай: чем импортозамещение грозит здравоохранению, 2015 [Электронный ресурс] : «Forbes». – Режим доступа: <http://www.forbes.ru/sobytiya/vlast/>
14. Российская отрасль производства медицинских изделий [Электронный ресурс] : – Режим доступа: <http://refdb.ru/>
15. Писарева А. В. Ситуация в сфере замещения импорта медицинского оборудования в России сегодня / А. В. Писарева // МНИЖ. - 2015. - №6-3. - С. 37.
16. Минпромторг: Фармацевтическая и медицинская промышленность [Электронный ресурс] : – Режим доступа: <http://minpromtorg.gov.ru/>
17. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности» на 2013 – 2020 годы : постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 305 (ред. от 30.12.2015) : - Москва. -26с.

18. Халатян С. Г. Перспективы реализации политики импортозамещения на отечественном фармацевтическом рынке/ С. Г. Халатян // Молодой ученый. — 2016. — №25. — С. 415-418.
19. Фармацевтический рынок России [Электронный ресурс] : «Group DSM». – Режим доступа: <http://www.dsm.ru/>
20. Медицинское оборудование [Электронный ресурс] : «Здравэксперт». – Режим доступа: <http://zdrav.expert/index.php>.
21. Фармацевтическая промышленность за 9 месяцев 2016 года [Электронный ресурс] : ГК «Ремедиум». – Режим доступа: <http://www.remidium.ru/industry/pharmindustry/analysis/>
22. Финансовые результаты фармацевтической отрасли за 1 полугодие 2016 года [Электронный ресурс] : ГК «Ремедиум». – Режим доступа: <http://www.remidium.ru/industry/pharmindustry/analysis/>
23. Фармацевтическая промышленность России [Электронный ресурс] : – Режим доступа: <http://xreferat.com/55/4482-1-farmaceuticheskaya-promyshlennost-rossii.html>.
24. Кластеры направления «Медицина и фармацевтика», «Биотехнологии», 2016 [Электронный ресурс] : «Министерство здравоохранения РФ». – Режим доступа: <http://medical-science.ru/>
25. Концепция промышленной политики Красноярского края до 2030 года от 16.12.2015: - Красноярск. - 25с.
26. Макаров А. Н. Импортозамещение как инструмент индустриализации экономики региона: инновационный аспект (на примере Нижегородской области)/ А. Н. Макаров// Российский внешнеэкономический вестник. - 2011. - № 5. - С. 36.
27. Текущее состояние и проблемы импортозамещения медицинских изделий и лекарственных средств в РФ [Электронный ресурс] : – Режим доступа: <http://statref.ru/>

28. Логачева Е. В. Актуальность проблемы импортозамещения некоторых групп товаров в современных условиях российской экономики и международной экономической конъюнктуры / Е. В. Логачева // Экономические науки. – 2009. – № 1. – С. 360-363.

29. Экономический словарь [Электронный ресурс] : – Режим доступа: <http://abc.informbureau.com/html/eiidoicaiauaiea.html>.

30. Попова О. И. Импортозамещение как условие развития машиностроительного комплекса региона./ О. И. Попова // Вологда: Проблемы развития территории. - 2012. - №3(59). – С. 42.

31. О Правительственной комиссии по импортозамещению» (вместе с Положением о Правительственной комиссии по импортозамещению) : постановление Правительства РФ от 04.08.2015 N 785) : - Москва. -5с.

32. Об утверждении Стратегии развития фармацевтической промышленности Российской Федерации на период до 2020 года : приказ Минпромторга РФ от 23.10.2009 N 965: - Москва. -27с.

33. Об утверждении Стратегии лекарственного обеспечения населения Российской Федерации на период до 2025 года и плана ее реализации : приказ Минздрава России от 13.02.2013 N 66 (ред. от 07.04.2016) : - Москва. -21с.

34. Об установлении ограничения допуска отдельных видов медицинских изделий, происходящих из иностранных государств, для целей осуществления закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд : постановление Правительства РФ от 5.02.15 № 102 : - Москва. -7с.

35. О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : федеральный закон от 13.07.2015 N 224-ФЗ (ред. от 03.07.2016) : - Москва. -40с.

36. О промышленной политике в Российской Федерации : федеральный закон от 31.12.2014 N 488-ФЗ (последняя редакция) : - Москва. -18с.

37. Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским организациям на возмещение части затрат на реализацию проектов по организации и проведению клинических исследований лекарственных препаратов в рамках подпрограммы Развитие производства лекарственных средств государственной программы Российской Федерации «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности» на 2013 – 2020 годы : постановление Правительства РФ от 01.10.2015 N 1045 (ред. от 30.08.2016) : - Москва. -21с.

38. Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским организациям на компенсацию части затрат на реализацию проектов по организации и проведению клинических испытаний имплантируемых медицинских изделий в рамках подпрограммы Развитие производства медицинских изделий государственной программы Российской Федерации «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности» на 2013 – 2020 годы : постановление Правительства РФ от 01.10.2015 N 1046 (ред. от 20.01.2017) : - Москва. -14с.

39. Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским организациям на компенсацию части затрат, понесенных при реализации проектов по организации лекарственных средств и (или) производства фармацевтических субстанций, в рамках подпрограммы развитие производства лекарственных средств» государственной программы Российской Федерации «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности» на 2013 – 2020 годы: постановление Правительства РФ от 01.10.2015 N 1047 (ред. от 30.08.2016) : - Москва. -12с.

40. Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским организациям на возмещение части затрат на реализацию проектов по организации производства медицинских изделий в рамках подпрограммы Развитие производства медицинских изделий государственной программы Российской Федерации «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности на 2013 – 2020 год»: постановление Правительства РФ от 01.10.2015 N 1048 (ред. от 31.12.2016) : - Москва. -24с.

41. Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским организациям на возмещение части затрат на реализацию проектов по разработке схожих по фармакотерапевтическому действию и улучшенных аналогов инновационных лекарственных препаратов : постановление Правительства РФ от 30.12.2015 N 1503(ред. от 27.06.2016) : - Москва. -12с.

42. Об установлении ограничения допуска отдельных видов медицинских изделий, происходящих из иностранных государств, для целей осуществления закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд: правительство РФ, Постановление от 5.02.15 г. № 102 : - Москва. -17с.

43. Об ограничениях и условиях допуска, происходящих из иностранных государств лекарственных препаратов, включенных в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов, для целей осуществления закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд: постановление Правительства РФ от 30.11.15 г. N 1289 : - Москва. -29с.

44. Еремина Н. В. Политика импортозамещения в российской экономике / Н. В. Еремина // Краснодар: Научный журнал КубГАУ. - 2016. - №122(08). – С. 7.

45. Группа Внешэкономбанк приняла участие в XIV международном инвестиционном форуме «Сочи – 2015» [Электронный ресурс] : «ВЭБ». – Режим доступа: <http://www.veb.ru/press/actions/archive/>

46. Семенов А.М. Политика импортозамещения в развитии фармацевтической промышленности России. Стилиевые характеристики: автореф. дис. ... канд. эк. наук : 08.00.05 / Семенов Андрей Михайлович. – Москва, 2014. – 88 с.

47. Краткие итоги исследования [Электронный ресурс] : «Medpred». – Режим доступа: <http://medpred.ru/>

48. Анкетирование фармацевтических работников о положительных и отрицательных сторонах деятельности медицинского представителя [Электронный ресурс] : – Режим доступа: <http://studbooks.net/>

49. Чем на самом деле отличаются отечественные и импортные лекарства [Электронный ресурс] : «Group DSM». – Режим доступа: <http://primechaniya.ru/home/news/>

50. Рукавишникова Ю. В. Импортозамещение медицинской техники Российской Федерации на основе международного сотрудничества / Ю.В. Рукавишникова // Иркутск: Известия Иркутской государственной экономической академии. - 2011. – № 6. – С. 47.

51. Сорокина Ю. С. Международная интеллектуальная миграция в РФ: проблемы и пути решения / Ю. С. Сорокина // Томск: «Экономические науки и прикладные исследования» Томский политехнический университет. - 2015. - С. 332.

52. Иностранные компании готовы финансировать исследования в России 2016 году [Электронный ресурс] : «Сколково». – Режим доступа: <http://sk.ru/news/>

53. Перечень расходов на НИОКР будут расширять в 2016 году [Электронный ресурс] : «Новости сибирской науки». – Режим доступа: <http://www.sib-science.info/>

54. Расходы на НИОКР 2016 [Электронный ресурс] : «ИКСИ». – Режим доступа: <http://icss.ru/vokrug-statistiki/rasxodyi-na-niokr.>

55. Проблемы импортозамещения медицинских изделий в сердечно-сосудистой хирургии 2016 [Электронный ресурс] : «ГК Ремедиум». – Режим доступа: <http://www.remedium.ru/health/>
56. ООО ПКФ «Кварц» – инновации в оборудовании для хирургии [Электронный ресурс] : «Кварц». – Режим доступа: <http://pkfquartz.ru>.
57. Анализ имущественного положения предприятия [Электронный ресурс] : «StudFiles». – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/>
58. Бутакова, Н.М. Анализ финансового состояния предприятия : методическое пособие / Н.М. Бутакова. – Красноярск : 2017. – 41 с.
59. Анализ ликвидности предприятия [Электронный ресурс] : «StudFiles». – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/>
60. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия [Электронный ресурс] : «Учебные материалы». – Режим доступа: <http://works.doklad.ru/>
61. Приложение №4 к Приказу ФНС России от 30.05.2007 N ММ-3-06/333 (ред. от 10.05.2012) // Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок», – «Рентабельность проданных товаров, продукции, работ, услуг и рентабельность активов организаций по видам экономической деятельности в процентах» по состоянию на 27.04.2016 [Электронный ресурс] : «КонсультантПлюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
62. Устройство «ГЕЙЗЕР» - решение проблемы санации в хирургии: Каталог российские производители медтехники и медизделий №6 2016-2017, С.203. [Электронный ресурс] : – Режим доступа: <http://www.farosplus.ru>.
63. Медицинский форум «ЕнисейМедика-2017» [Электронный ресурс] : «Krasfair». – Режим доступа: <http://www.krasfair.ru/events/medica/>.
64. Применение SWOT – анализа для определения маркетинговых стратегий организации [Электронный ресурс] : «StudFiles». – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/>

65. Выбор конкурентной стратегии [Электронный ресурс] : «Finances.Social». – Режим доступа: [http://finances.social/marketing_692 /vyibor-konkurentnoy-strategii.html](http://finances.social/marketing_692/vyibor-konkurentnoy-strategii.html).
66. Стратегия дифференциации [Электронный ресурс] : «Grandars». – Режим доступа: <http://www.grandars.ru>
67. Лубшева М. Н. Иголкина Е. А. Особенности рекламной кампании медицинского оборудования на рынке B2B [Текст] // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июнь 2013 г.). – Санкт-Петербург: Реноме, 2013. - С. 82-84.
68. Хирургия. Журнал им. Н.И. Пирогова [Электронный ресурс] : «Медиа сфера». - Режим доступа: <https://www.mediasphera.ru/>
69. Амбулаторная хирургия [Электронный ресурс] : «ГК Ремедиум». - Режим доступа: <http://www.remedium.ru/public/journal/as/>.
70. Русский медицинский журнал [Электронный ресурс] : «РМЖ». - Режим доступа: <http://www.rmj.ru>.
71. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд : федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ (последняя редакция) : - Москва. – 144с.
72. О перечне товаров, работ, услуг, в случае осуществления закупок, которых заказчик обязан проводить аукцион в электронной форме (электронный аукцион) : распоряжение Правительства РФ от 21.03.2016 N 471-р (ред. от 10.08.2016) : - Москва. – 4с.
73. Международная выставка «Медицина и здоровье», 2017 [Электронный ресурс] : «Permmed». - Режим доступа: <http://permmed.ru/ru/>
74. Межрегиональная специализированная выставка «Здравоохранение», 2017 [Электронный ресурс] : «Allbiz». – Режим доступа: <http://exporu.all.biz/zdravoohranenie-expo561>
75. Международная выставка «Здравоохранение, медицинская техника и лекарственные препараты», 2017 [Электронный ресурс] : «Экспоцентр». – Режим доступа: <http://www.expoctr.ru/ru/expocentre/zdravo/>

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Динамика выпуска медицинских изделий, включая хирургическое оборудование, ортопедические приспособления и их составные части, предприятиями медицинской промышленности по федеральным округам России, 2015-2016 гг.

Наименование федеральных округов	Объем производства, млн. руб.		Темп роста, %	Удельный вес от общего объема, %		Изменение процентных пунктов
	2015 г.	2016 г.		2015 г.	2016 г.	
Центральный федеральный округ	16573,7	17804,7	107,4	49,29	48,54	-0,75
Северо-Западный федеральный округ	2726,9	2686,5	98,5	8,11	7,32	-0,79
Южный федеральный округ	796,9	941,9	118,2	2,37	2,57	0,2
Северо-Кавказский федеральный округ	1129,9	949,3	84	3,36	2,59	-0,77
Крымский федеральный округ	16,4	64,8	393,9	0,05	0,18	0,13
Приволжский федеральный округ	6191,3	6861,4	110,8	18,41	18,70	0,29
Уральский федеральный округ	3741,1	4636,4	123,9	11,13	12,64	1,51
Сибирский федеральный округ	2214,3	2542,8	114,8	6,59	6,93	0,34
Дальневосточный федеральный округ	230,8	194,2	84,2	0,69	0,53	-0,16
Всего по России:	33621,6	36682,4	109,1	100	100	0

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Доля федеральных округов России в объеме выпуска лекарственных средств,
2016 г.

Наименование федеральных округов	Удельный вес от общего объема, %
Центральный федеральный округ	52,40
Северо-Западный федеральный округ	7,78
Южный федеральный округ	0,50
Северо-Кавказский федеральный округ	1,19
Крымский федеральный округ	0,00
Приволжский федеральный округ	21,96
Уральский федеральный округ	6,92
Сибирский федеральный округ	8,27
Дальневосточный федеральный округ	0,97
Всего по России:	100

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Бухгалтерский баланс ООО ПКФ «Кварц»

Бухгалтерский баланс
на 31 декабря **2016г.**

Форма по ОКУД

Дата (год, месяц, число)

Организация Общество с ограниченной ответственностью по ОКПО
Производственно-коммерческая фирма «Кварц»

Идентификационный номер налогоплательщика _____ **ИНН**

Вид деятельности 86.9 по ОКВЭД

Организационно-правовая форма/форма собственности

Общество с ограниченной ответственностью по ОКОПФ/ОКФС

Единица измерения: тыс. руб. по ОКЕИ

Адрес: 660037, Красноярск г., им. Газеты Красноярский рабочий д. 47А, пом. 48

КОДЫ		
0710001		
31	12	2016
14464306		
38122074890		
86.9		
12300	16	
385		

Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2016 года	На 31 декабря 2015 года	На 31 декабря 2014 года
АКТИВ				
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	1110	97	66	76
Основные средства	1150	29 302	33 123	18 372
Прочие внеоборотные активы	1190	7 002	6 930	6 657
Итого по разделу I	1100	36 401	40 119	25 105
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	1210	30 719	24 153	36 852
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	1 534	2 560	1 211
Дебиторская задолженность	1230	28 465	24 682	23 730
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	1 292	2 767	1 196
Прочие оборотные активы	1260	147	15	11
Итого по разделу II	1200	62 157	54 177	63 000
БАЛАНС	1600	98 558	94 296	88 105
ПАССИВ				
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	15 268	12 675	8 573
Итого по разделу III	1300	15 278	12 685	8 583
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1410	55 081	52 222	58 992
Итого по разделу IV	1400	55 081	52 222	58 992
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1510	0	2 000	0
Кредиторская задолженность	1520	27 951	26 985	20 530
Прочие обязательства	1550	248	404	0
Итого по разделу V	1500	28 199	29 389	20 530
БАЛАНС	1700	98 558	94 296	88 105

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Отчет о финансовых результатах

Отчет о финансовых результатах
на 31 декабря **2016г.**

Форма по ОКУД
Дата (год, месяц, число)

Организация Общество с ограниченной ответственностью по ОКПО
Производственно-коммерческая фирма «Кварц»

Идентификационный номер налогоплательщика _____ **ИНН**
Вид деятельности 86.9 _____ **по ОКВЭД**

Организационно-правовая форма/форма собственности
Общество с ограниченной ответственностью **по ОКОПФ/ОКФС**

Единица измерения: тыс. руб. **по ОКЕИ**

Адрес: 660037, Красноярск г., им. Газеты Красноярский рабочий д. 47А, пом. 48

КОДЫ		
0710001		
31	12	2016
14464306		
38122074890		
86.9		
12300	16	
385		

Наименование показателя	Код строки	За 2016 год	За 2015 год	За 2014 год
Выручка	2110	168 411	156 161	129 867
Себестоимость продаж	2120	(145 289)	(133 904)	(107 132)
Валовая прибыль (убыток)	2100	23 122	22 257	22 735
Коммерческие расходы	2210	(2 515)	(2 088)	(1 227)
Управленческие расходы	2220	(12 443)	(10 323)	(9 140)
Прибыль (убыток) от продаж	2200	8 164	9 846	12 368
Проценты к уплате	2330	(33)	(908)	(947)
Прочие доходы	2340	109	639	110
Прочие расходы	2350	(5 251)	(5 056)	(3 736)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	2 989	4 521	7 795
Текущий налог на прибыль	2410	(283)	(351)	(113)
Прочее	2460	113	68	66
Чистая прибыль (убыток)	2400	2 593	4 102	7 616
Совокупный финансовый результат периода	2500	0	0	0

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Оценка имущественного положения и структуры капитала ООО ПКФ «Кварц»,
2014-2016 гг.

Показатели	Абсолютная величина, тыс. руб.			Изменение по отношению к предыдущему году, тыс. руб. (+, -)		Измен ение 2016 г. по отнош ению к 2014 г., тыс. руб. (+, -)	Темп роста, %		
	2016 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.		2015 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.	2016 г. к 2014 г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 Внеоборотные активы	36401	40119	25105	15014	-3 718	11296	159,8	90,7	145
1.1 Нематериальные активы	97	66	76	-10	31	21	86,8	146,9	127,6
1.2 Основные средства	29302	33123	18372	14751	-3821	10930	180,3	88,5	159,5
1.3 Другие внеоборотные активы	7002	6930	6657	273	72	345	104,1	101,1	105,2
2 Оборотные активы, всего	62157	54177	63000	-8823	7980	-843	85,9	114,7	98,6
2.1 Запасы и затраты	32253	26713	38063	-11350	5540	-5810	70,2	120,7	84,7
2.2 Дебиторская задолженность	28 465	24 682	23 730	952	3783	4735	104	115,3	119,9
2.3 Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	1292	2767	1196	1571	-1475	96	231,3	46,7	108,1
2.4 Другие оборотные активы	147	15	11	4	132	136	136,4	980	1336,4
Баланс	98558	94296	88105	6191	4262	10453	107,1	104,5	111,8

Продолжение приложения Д

Показатели	Абсолютная величина, тыс. руб.			Изменение по отношению к предыдущему году, тыс. руб. (+, -)		Измен ение 2016 г. по отнош ению к 2014 г., тыс. руб. (+, -)	Темп роста, %		
	2016 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.		2015 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.	2016 г. к 2014 г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3 Собственный капитал	15278	12685	8583	4102	2593	6695	147,8	120,4	178
3.1 Собственный оборотный капитал	33958	24788	42470	-17682	9170	8512	58,4	136,9	79,9
4 Заемный капитал, всего	83280	81611	79522	2089	1669	3758	102,6	102,1	104,7
4.1 Долгосрочные обязательства	55081	52222	58992	-6770	2859	-3911	88,5	105,5	93,4
4.2 Краткосрочные обязательства, всего	28199	29389	20530	8859	-1190	7669	143,2	95,9	137,4
- краткосрочные займы и кредиты	0	2000	0	2000	-2000	0	0	0	0
- кредиторская задолженность	27951	26985	20530	6455	966	7421	131,4	103,6	136,2
- другие краткосрочные обязательства	248	404	0	404	-156	248	0	61,4	0
Баланс	98558	94296	88105	6191	4262	10453	107,1	104,5	111,8

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Показатели ликвидности ООО ПКФ «Кварц», 2014-2016 гг.

Наименование показателей	Формула расчета	Коды показателей	2016 г.	2015 г.	2014 г.	Изменение		
						2015 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.	2016 г. к 2014 г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1) Коэффициент текущей ликвидности	<i>Оборотные активы / Краткосрочные обязательства</i>	<i>1200 / 1500</i>	2,2	1,84	3,07	-1,23	0,36	-0,87
2) Коэффициент абсолютной ликвидности	<i>Денежные средства и их эквиваленты / Краткосрочные обязательства</i>	<i>1250 / 1500</i>	0,05	0,09	0,06	0,03	-0,04	-0,01

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

Анализ доходов и расходов ООО ПКФ «Кварц в разрезе видов продукции, 2014-2016 гг.

Показатель	Абсолютное значение, тыс. руб.			Доля в общей структуре, %			Темп роста, %	
	2016 г.	2015 г.	2014 г.	2016 г.	2015 г.	2014 г.	2016/2015	2015/2014
Выручка:	168 411	156 161	129 867	100	100	100	107,8	120,2
- оборудование исполнения 1	32 220	29 458	38 256	19,1	18,9	29,5	109,4	77
- оборудование исполнения 2	69 325	60 100	56 989	41,2	38,5	43,9	115,3	105,5
- оборудование исполнения 3	45 661	43 370	26 109	27,1	27,8	20,1	105,3	166,1
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 1	4 400	3 819	4 834	2,6	2,4	3,7	115,2	79
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 2	12 555	8 164	2 569	7,5	5,2	2	153,8	317,8
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 3	4 250	11 250	1 110	2,5	7,2	0,9	37,8	1013,5
Расходы:	160 247	146 315	117 499	100	100	100	109,5	124,5
Материальные расходы	107681	93730	77571	67,2	64,1	66	114,9	120,8
- оборудование исполнения 1	15482	14199	14806	14,4	15,1	19,1	109	95,9
- оборудование исполнения 2	45089	38604	35416	41,9	41,2	45,7	116,8	109
- оборудование исполнения 3	31099	26373	21721	28,9	28,1	28	117,9	121,4
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 1	2486	3332	1007	2,3	3,6	1,3	74,6	330,9
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 2	9710	7547	3244	9	8,1	4,2	128,7	232,6
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 3	3815	3675	1377	3,5	3,9	1,8	103,8	266,9
Амортизация	3 675	2 910	3 900	2,3	2	3,3	126,3	74,6
- оборудование исполнения 1	869	836	790	23,6	28,7	20,3	103,9	105,8
- оборудование исполнения 2	1 415	996	1 362	38,5	34,2	34,9	142,1	73,1
- оборудование исполнения 3	1 023	754	1 138	27,8	25,9	29,2	135,7	66,3
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 1	91	83	101	2,5	2,9	2,6	109,6	82,2

Продолжение приложения Ж

Показатель	Абсолютное значение, тыс. руб.			Доля в общей структуре, %			Темп роста, %	
	2016 г.	2015 г.	2014 г.	2016 г.	2015 г.	2014 г.	2016/2015	2015/2014
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 2	168	117	311	4,6	4	8	143,6	37,6
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 3	109	124	198	3	4,3	5,1	87,9	62,6
Расходы на оплату труда	33 177	36 700	24 770	20,7	25,1	21,1	90,4	148,2
- оборудование исполнения 1	5 600	6 100	4 815	16,9	16,6	19,4	91,8	126,7
- оборудование исполнения 2	15 674	13 968	9 313	47,2	38,1	37,6	112,2	150
- оборудование исполнения 3	8 114	9 755	7 911	24,5	26,6	31,9	83,2	123,3
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 1	639	2 186	726	1,9	6	2,9	29,2	301,1
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 2	1 314	2 140	989	4	5,8	4	61,4	216,4
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 3	1 836	2 551	1 016	5,5	7	4,1	72	251,1
Прочие	756	564	891	0,5	0,4	0,8	134	63,3
- оборудование исполнения 1	156	107	184	20,6	19	20,7	145,8	58,2
- оборудование исполнения 2	304	201	448	40,2	35,6	50,3	151,2	44,9
- оборудование исполнения 3	190	163	211	25,1	28,9	23,7	116,6	77,3
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 1	28	14	14	3,7	2,5	1,6	200	100
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 2	50	64	21	6,6	11,3	2,4	78,1	304,8
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 3	28	15	13	3,7	2,7	1,5	186,7	115,4
Коммерческие расходы	2 515	2 088	1 227	1,6	1,4	1	120,5	170,2
- оборудование исполнения 1	734	410	274	29,2	19,6	22,3	179	149,6
- оборудование исполнения 2	1 200	963	578	47,7	46,1	47,1	124,6	166,6
- оборудование исполнения 3	415	521	249	16,5	25	20,3	79,7	209,2
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 1	45	70	26	1,8	3,4	2,1	64,3	269,2
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 2	66	94	74	2,6	4,5	6	70,2	127
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 3	55	30	26	2,2	1,4	2,1	183,3	115,4

Окончание приложения Ж

Показатель	Абсолютное значение, тыс. руб.			Доля в общей структуре, %			Темп роста, %	
	2016 г.	2015 г.	2014 г.	2016 г.	2015 г.	2014 г.	2016/2015	2015/2014
Управленческие расходы	12 443	10 323	9 140	7,8	7,1	7,8	120,5	112,9
- оборудование исполнения 1	1 986	2 015	1 096	16	19,5	12	98,6	183,9
- оборудование исполнения 2	5 904	3 900	3 126	47,4	37,8	34,2	151,4	124,8
- оборудование исполнения 3	3 611	2 846	2 749	29	27,6	30,1	126,9	103,5
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 1	138	314	585	1,1	3	6,4	43,9	53,7
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 2	440	662	769	3,5	6,4	8,4	66,5	86,1
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 3	364	586	815	2,9	5,7	8,9	62,1	71,9
Прибыль (убыток) от продаж	8 164	9 846	12 368	100	100	100	82,9	79,6
- оборудование исполнения 1	7 393	5 791	16 291	90,6	58,8	131,7	127,7	35,5
- оборудование исполнения 2	(261)	1 468	6 746	-3,2	14,9	54,5	-17,8	21,8
- оборудование исполнения 3	1 209	2 958	(7 870)	14,8	30	-63,6	40,9	-37,6
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 1	973	(2 180)	2 375	11,9	-22,1	19,2	-44,6	-91,8
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 2	807	(2 460)	(2 839)	9,9	-25	-23	-32,8	86,7
- ирригоаспиратор для оборудования исполнения 3	(1 957)	4 269	(2 335)	-24	43,4	-18,9	-45,8	-182,8
Прибыль (убыток) от прочих видов деятельности	(5 175)	(5 325)	(4 573)	100	100	100	97,2	116,4
*прочие доходы	109	639	110	-	-	-	17,1	580,9
*проценты к уплате	33	908	947	-	-	-	3,6	95,9
*прочие расходы	5 251	5 056	3 736	-	-	-	103,9	135,3
Прибыль до налогообложения	2 989	4 521	7 795	100	100	100	66,1	58
Текущий налог на прибыль	283	351	113	-	-	-	80,6	310,6
Прочее	113	68	66	-	-	-	166,2	103
Чистая прибыль	2 593	4 102	7 616	100	100	100	63,2	53,9

ПРИЛОЖЕНИЕ И

Показатели рентабельности ООО ПКФ «Кварц», 2014-2016 гг.

Наименование показателя	Экономическое содержание	Формула расчета	Коды показателей	2016 г., %	2015 г., %	2014 г., %
1	2	3	4	5	6	7
1) <i>Рентабельность активов (ROA)</i>	Показывает прибыль, получаемую предприятием с рубля его активов	<i>Чистая прибыль × 100 / Среднегодовая величина активов*</i>	2400 (ф.№2) × 100 / 1600 (ф.№1)	2,63	4,35	8,64
2) <i>Рентабельность собственного капитала (ROE)</i>	Показывает величину чистой прибыли, получаемую с рубля вложенных собственных средств	<i>Чистая прибыль × 100 / Среднегодовая величина собственного капитала*</i>	2400 (ф.№2) × 100 / 1300 (ф.№1)	16,97	32,34	88,73
3) <i>Рентабельность инвестиций (ROI)</i>	Характеризует доходность вложения капитала	<i>Чистая прибыль × 100 / Среднегодовая величина собственного капитала и долгосрочных обязательств*</i>	2400 (ф.№2) × 100 / (1300 + 1400) (ф.№1)	3,68	6,32	11,27
4) <i>Рентабельность оборота (продаж)</i>	Является показателем эффективности коммерческой деятельности предприятия	<i>Прибыль от реализации продукции × 100 / Выручка от реализации</i>	2200 (ф.№2) × 100 / 2110 (ф.№2)	4,85	6,3	9,52
5) <i>Рентабельность продукции</i>	Используется для исследования эффективности процесса производства продукции	<i>Прибыль от реализации продукции × 100 / Затраты на ее производство и реализацию</i>	2200 (ф.№2) × 100 / (2120 + 2210 + 2220) (ф.№2)	5,09	6,73	10,53
б) <i>Чистая рентабельность</i>	Показывает, сколько чистой прибыли приходится на единицу выручки.	<i>Чистая прибыль × 100 / Выручка от реализации</i>	2400 (ф.№2) × 100 / 2110 (ф.№2)	1,53	2,62	5,86

ПРИЛОЖЕНИЕ К

Патент ООО ПКФ «Кварц» на изобретение № 2219950



РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ



ПАТЕНТ

НА ИЗОБРЕТЕНИЕ

№ 2219950

Российским агентством по патентам и товарным знакам на основании Патентного закона Российской Федерации, введенного в действие 14 октября 1992 года, выдан настоящий патент на изобретение

УСТРОЙСТВО ДЛЯ ПРИГОТОВЛЕНИЯ ПРОМЫВНЫХ РАСТВОРОВ И ПОДАЧИ ИХ К ОПЕРАЦИОННОМУ ПОЛЮ

Патентообладатель(ли):

*Общество с ограниченной ответственностью
Производственно-коммерческая фирма "Кварц"*

по заявке № 2001115455, дата поступления: 05.06.2001

Приоритет от 05.06.2001

Автор(ы) изобретения:

*Якубови Валерий Петрови, Сухоруков Александр Михайлович,
Колмыков Владимир Афанасьевич, Якубови Олег Петрови*

Патент действует на всей территории Российской Федерации в течение 20 лет с 5 июня 2001 г. при условии своевременной уплаты пошлины за поддержание патента в силе

Зарегистрирован в Государственном реестре изобретений Российской Федерации

г. Москва, 27 декабря 2003 г.

Генеральный директор

А.Д. Коржагин
А.Д. Коржагин



ПРИЛОЖЕНИЕ К (продолжение)

Патент ООО ПКФ «Кварц» на полезную модель № 115209

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ



ПАТЕНТ

НА ПОЛЕЗНУЮ МОДЕЛЬ

№ 115209

**УСТРОЙСТВО ДЛЯ ИНТРАОПЕРАЦИОННОГО
ПРОМЫВАНИЯ ТОЛСТОЙ КИШКИ**

Патентообладатель(ли): *Общество с ограниченной
ответственностью Производственно-коммерческая фирма
"Кварц" (RU)*

Автор(ы): *см. на обороте*

Заявка № 2011108065

Приоритет полезной модели **21 февраля 2011 г.**

Зарегистрировано в Государственном реестре полезных
моделей Российской Федерации **27 апреля 2012 г.**

Срок действия патента истекает **21 февраля 2021 г.**

*Руководитель Федеральной службы
по интеллектуальной собственности*



Б.П. Симонов

ПРИЛОЖЕНИЕ Л

Матрица сильных и слабых сторон ООО ПКФ «Кварц»

Базовые характеристики	Сильная сторона	Слабая сторона
<p>Маркетинг:</p> <ul style="list-style-type: none"> - доля рынка; - каналы распределения: число, охват и контроль; - организация эффективного сбыта; - имидж, репутация и качество товара (услуги); - результативность и эффективность продвижения товаров на рынок и их реклама 	<ul style="list-style-type: none"> - существенная доля рынка; - хорошая репутация; - отлаженные каналы реализации 	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие эффективной политики продвижения продукта
<p>Производство:</p> <ul style="list-style-type: none"> - номенклатура товаров - сезонность - отношения с поставщиками; - местонахождение торговых помещений; - сравнительная по отношению к конкурентам и отрасли величина издержек и качества технологии 	<ul style="list-style-type: none"> - компания является отечественным производителем; - высокое качество продукции 	<ul style="list-style-type: none"> - невысокая престижность бренда; - опережающий рост издержек
<p>Кадры:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мораль и квалификация сотрудников; - кадровая политика; - использование стимулов для мотивирования выполнения работы; - текучесть кадров и прогулы; - опыт 	<ul style="list-style-type: none"> - рост производительности труда; - низкая текучесть кадров 	<ul style="list-style-type: none"> - недооценка системы мотивации работников
<p>Финансы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стоимость капитала по сравнению с отраслевой и стоимостью капитала у конкурентов; - отношение к налогам; - гибкость структуры капитала; - возможность снижения издержек 	<ul style="list-style-type: none"> - рост собственного капитала; - позитивная динамика валюты баланса 	<ul style="list-style-type: none"> - снижение рентабельности и прибыльности в динамике
<p>Характеристика потенциала управления и организации фирмы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структура управления; - система контроля; - организационный климат, культура; - квалификация высшего руководства. 	<ul style="list-style-type: none"> - высокая квалификация персонала 	<ul style="list-style-type: none"> - слабость вертикального распределения связей в организации

ПРИЛОЖЕНИЕ М

Выбор стратегических альтернативных мероприятий развития ООО ПКФ «Кварц»

Стратегические мероприятия	Достижимые результаты при реализации мероприятий	Сложности и риски	Отнесение мероприятия в перечень	
			Реализуемых	Потенциальных
1	2	3	4	5
<p>Стратегии SO</p> <p>1. Создание представительств в других регионах</p> <p>2. Расширение ассортимента</p> <p>3. Участие в государственных программах поддержки отечественных производителей</p>	<p>- расширение рынка</p> <p>- повышение устойчивости</p> <p>- улучшение финансового положения</p>	<p>- вхождение на новый рынок</p> <p>- возможность переоценки спроса</p> <p>- рост контроля со стороны государства</p>	<p style="text-align: center;">+</p> <p style="text-align: center;">+</p>	+
<p>Стратегии ST</p> <p>1. Снижение производственных издержек</p> <p>2. Диверсификация деятельности</p> <p>3. Участие в государственных программах поддержки отечественных производителей</p>	<p>- рост рентабельности</p> <p>- повышение устойчивости</p> <p>- улучшение финансового положения</p>	<p>- риск снижения качества</p> <p>- вхождение на новый рынок</p> <p>- рост контроля со стороны государства</p>	<p style="text-align: center;">+</p> <p style="text-align: center;">+</p>	+

Окончание приложения М

Стратегические мероприятия	Достижимые результаты при реализации мероприятий	Сложности и риски	Отнесение мероприятия в перечень	
			Реализуемых	Потенциальных
1	2	3	4	5
<p>Стратегии WO</p> <p>1. Нарращивание усилий по продвижению продукции</p> <p>2. Участие работников в управлении и прибылях предприятия</p> <p>3. Проведение углубленного стратегического анализа деятельности предприятия.</p>	<p>- увеличение продаж, рост популярности бренда</p> <p>- повышение эффективности организационной структуры и персонала</p> <p>- повышение эффективности организационной структуры и персонала</p>	<p>- рост маркетинговых расходов</p> <p>- затраты на разработку программы</p> <p>- затраты на проведение</p>	<p>+</p> <p>+</p>	<p>+</p>
<p>Стратегии WT</p> <p>1. Поиск возможностей диверсификации бизнеса</p> <p>2. Поиск возможностей снижения себестоимости</p> <p>3. Нарращивание усилий по продвижению продукции</p>	<p>- повышение устойчивости</p> <p>- повышение эффективности организационной структуры и персонала</p> <p>- увеличение продаж, рост популярности бренда</p>	<p>- вхождение на новый рынок поставки</p> <p>- затраты на проведение анализа</p> <p>- рост маркетинговых расходов</p>	<p>+</p> <p>+</p>	<p>+</p>