

Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Кафедра міжнародного менеджменту

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Організація експорту ліків та медичних засобів до країн Латинської
Америки»**

(за матеріалами ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»)

Студентки 4 курсу 3 групи
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності

Приймак Ксенії
Олександрівни

Науковий керівник:
кандидат економічних наук,
доцент

Прохорова Марина
Едуардівна

Гарант освітньої програми:
«Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

П'янкова Оксана
Василівна

Київ 2022

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права

Кафедра міжнародного менеджменту

Спеціальність «Менеджмент»,

спеціалізація «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Затверджую

Зав. кафедри _____

«__» _____ 20__ р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентці

Приймак Ксенії Олександрівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи

Організація експорту ліків та медичних засобів до країн Латинської Америки» (за матеріалами ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»)

Затверджена наказом КНТЕУ від «20» грудня 2021р. №4205

2. Строк здачі студентом закінченої роботи

03.06.2022

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи

Розробка проекту організації експорту ліків та медичних засобів до країн Латинської Америки.

Об'єкт дослідження

Процес організації експорту ліків та медичних засобів ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» до Латинської Америки.

Предмет дослідження

Механізм організації експорту ліків та медичних засобів до країн Латинської Америки.

4. Перелік графічного матеріалу

Таблиць: 15, Рисунки: 23, Діаграм: 1, Графіків: 0

5. Консультанти по роботі (проекту) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ім'я)	Підпис, дата	
		Завдання видано	Завдання виконано

6. Зміст випускного кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»

1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»

1.2. Аналіз експортної діяльності ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ ЛІКІВ І МЕДИЧНИХ ЗАСОБІВ

2.1. Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку фармацевтичної продукції

2.2. Оцінка перспектив результативності експорту ліків і медичних засобів до країн Латинської Америки

РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ ЛІКІВ І МЕДИЧНИХ ЗАСОБІВ ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»

3.1. Організаційне забезпечення здійснення експорту ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» до Латинської Америки

3.2. Прогнозна оцінка результативності експортної поставки до Латинської Америки

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

7. Календарний план виконання роботи

№ пор.	Назва етапів випускного кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Затвердження плану випускних кваліфікаційних робіт у наукових керівників	11.02.2022	11.02.2022
2.	Подача науковому керівнику 1-го розділу	15.04.2022	15.04.2022
3.	Подача науковому керівнику 2-го розділу	01.05.2022	01.05.2022
4.	Подача науковому керівнику 3-го розділу	13.05.2022	13.05.2022
5.	Подача науковому керівнику доопрацьованої роботи	25.05.2022	25.05.2022
6.	Попередній захист	01.06.2022	01.06.2022
7.	Подача роботи завідувачу кафедри	03.06.2022	03.06.2022

8. Дата видачі завдання «01» лютого 2022 р.

9. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи
Прохорова Марина Едуардівна

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Гарант освітньої програми П'янова Оксана Василівна

(прізвище, ініціали, підпис)

11. Завдання прийняв до виконання студент

Приймак К.О.

(прізвище, ініціали, підпис)

12. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Тема дипломної роботи «Організація експорту ліків та медичних засобів до країн Латинської Америки» є актуальною, оскільки вітчизняні фармацевтичні компанії потребують пошуку нових ринків збуту. У країнах Латинської Америки ринок ліків активно розвивається, при цьому зростає їх нестача власного виробництва. Відповідно ринок Латинської Америки є досить привабливим для вітчизняних фармкомпаній.

Написання дипломної роботи супроводжувалося використанням певної колаборації методів дослідження: порівняння, моделювання, дедукції, синтезу та аналізу, а також метод системного підходу та припущень, були використані прийоми фінансового аналізу, діаграма Ганта, експертний метод, STAR, SWOT-аналіз, графічні та табличні.

Позитивним у роботі є те, що студентка проаналізувала експортну діяльність ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» та провела оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА».

Автором були проаналізовані заходи щодо реалізації управлінського рішення щодо експорту ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» лікарських засобів до країн Латинської Америки, зокрема Бразилії та зроблена прогнозна оцінка результативності експортної поставки.

Викладені матеріали демонструють вміння дипломниці узагальнювати матеріали літературних джерел і практичного досвіду діяльності, пов'язану з тематикою дослідження

Усі висновки зроблені автором самостійно та обґрунтовані. Також робота носить практичний характер.

У цілому випускна кваліфікаційна робота відповідає вимогам і може бути допущена до захисту.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

(підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

(підпис, прізвище, ініціали)

«_____» _____ 20____ р.

АНОТАЦІЯ

Приймак К.О. «Організація експорту ліків та медичних засобів до країн Латинської Америки (за матеріалами ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА», м. Київ)». Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю «Менеджмент» спеціалізацією «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності». Державний торговельно-економічний університет, Київ, 2022.

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено практичним аспектам організації експортної поставки ліків та медичних засобів до країн Латинської Америки, що передбачає: оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»; аналіз експортної діяльності ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»; визначення основних тенденцій розвитку світового ринку фармацевтичної продукції; оцінку перспектив результативності експорту ліків і медичних засобів до країн Латинської Америки; розгляд організаційного забезпечення здійснення експорту ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» до Латинської Америки; здійснення прогностичної оцінки результативності експортної поставки до Латинської Америки.

Ключові слова: суб'єкт ЗЕД, експорт, фармпродукція, організаційне забезпечення, лікарські засоби, Бразилія.

SUMMARY

Priymak K.O. "Organization of export of drugs and medical devices to Latin America (according to the materials of LLC "BIOPHARMA PLASMA ", Kyiv)". Manuscript.

Graduation thesis in the specialty "Management" specialization "Management of foreign economic activity". State University of Trade and Economics, Kyiv, 2022.

The final qualifying work is devoted to the practical aspects of the organization of export supply of medicines and medical devices to Latin America, which includes: assessment of production and economic activities, financial condition and total income of LLC "BIOFARMA PLASMA"; analysis of export activity of BIOPHARMA PLASMA LLC; identification of the main trends in the world market of pharmaceutical products; assessment of prospects for the effectiveness of exports of drugs and medical devices to Latin America; consideration of organizational support for the export of LLC "BIOPHARMA PLASMA" to Latin America; forecasting the effectiveness of export deliveries to Latin America.

Key words: subject of foreign economic activity, export, pharmaceutical products, organizational support, medicines, Brazil.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА».....	5
1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА».....	5
1.2. Аналіз експортної діяльності ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА».....	11
РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ ЛІКІВ І МЕДИЧНИХ ЗАСОБІВ.....	18
2.1. Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку фармацевтичної продукції.....	18
2.2. Оцінка перспектив результативності експорту ліків і медичних засобів до країн Латинської Америки.....	29
РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ ЛІКІВ І МЕДИЧНИХ ЗАСОБІВ ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА».....	42
3.1. Організаційне забезпечення здійснення експорту ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» до Латинської Америки.....	42
3.2. Прогнозна оцінка результативності експортної поставки до Латинської Америки.....	56
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	64
ДОДАТКИ.....	68

ВСТУП

Актуальність дослідження. Фармацевтичний ринок України є досить розвиненим та представлений великою кількістю виробників лікарських засобів. Конкуренцію вітчизняним виробникам на внутрішньому ринку чинять й імпортна продукція, які поставляється з іноземних країн. До того ж фармацевтичні підприємства України функціонують в одних з найбільш кризових та складних умовах господарювання через війну. У таких умовах кожному підприємству складно функціонувати та необхідно шукати резерви підвищення своєї ефективності. Найбільш реальним варіантом вбачається вихід на нові ринки збуту через експорт фармацевтичної продукції на іноземні ринки.

Слід зазначити, що окремі питання організації експортної діяльності розглядали: Бойко О.О., Борис Н., Діденко С., Ліпич Л.Г., Павленко І.В., Пальчевська Т.А., Пінчук Л., Федоронько Н.І. та інші. Водночас у сучасній науковій літературі бракує досліджень щодо організації експорту ліків та медичних засобів до країн Латинської Америки. Тому зважаючи на активний розвиток останніх обрана тема для дослідження є досить актуальною.

Мета дослідження. Мета дослідження полягає у розробці проекту організації експорту ліків та медичних засобів до країн Латинської Америки.

Завдання дослідження. Для досягнення поставленої мети поставлено наступні завдання:

- провести оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»;
- проаналізувати експортну діяльність ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»;
- визначити основні тенденції розвитку світового ринку фармацевтичної продукції;
- оцінити перспективи результативності експорту ліків і медичних засобів до країн Латинської Америки;
- розглянути організаційне забезпечення здійснення експорту ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» до Латинської Америки;

– здійснити прогностичну оцінку результативності експортної поставки до Латинської Америки.

Об’єкт дослідження. Об’єктом дослідження є процес організації експорту ліків та медичних засобів ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» до Латинської Америки.

Предмет дослідження. Предметом дослідження є механізм організації експорту ліків та медичних засобів до країн Латинської Америки.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети буде використано комплекс наступних методів дослідження: порівняльного аналізу – для виявлення найбільш перспективних ринків збуту ліків та медичних засобів; прийоми фінансового аналізу – для аналізу результатів фінансово-господарської діяльності ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»; діаграма Ганта – для планування реалізації проекту експорту лікарських засобів та медичних засобів до країн Латинської Америки; експертний метод – для прогнозування можливого обсягу експорту продукції; STAR – для оцінки ризиків підприємства; SWOT-аналіз – для визначення перспектив результативності експорту ліків і медичних засобів до країн Латинської Америки; графічні та табличні – для ілюстрації результатів дослідження тощо.

Інформаційна база дослідження. У процесі виконання випускної кваліфікаційної роботи використано наукові праці вітчизняних та іноземних фахівців у сфері міжнародної економіки, офіційна фінансова звітність ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» за 2017-2021 рр., дані Державної служби статистики України, базу даних Trademap, а також інформація представлена у мережі Інтернет.

Практичне значення отриманих результатів. Результати дослідження мають практичну цінність для ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА». Оскільки надані у роботі пропозиції можуть бути використані ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» для виходу на нові ринки збуту.

Структура роботи. Основний текст роботи (до початку списку використаних джерел) становить 63 сторінок, в т.ч. 15 таблиць, 23 рисунки. Список використаних джерел містить 35 найменувань, викладених на 4 сторінках. Робота містить бодатків.

РОЗДІЛ 1

ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»

1.1. Оцінка виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»

Об'єктом дослідження у кваліфікаційній роботі виступає товариство з обмеженою відповідальністю «БІОФАРМА ПЛАЗМА» (далі – ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»), що зареєстроване за адресою: Україна, 09100, Київська область, місто Біла Церква, вулиця Київська, будинок 37-В. ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є українською імунобіологічною фармацевтичною компанією. Президентом компанії є Хмельницький Василь Іванович та Єфименко Костянтин Олексійович. Займається ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» виробництвом фармацевтичної продукції, які полегшують та рятують життя пацієнтів. Діяльність ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» має важливе соціальне значення для суспільства. У табл. 1.1 наведено інформаційну карту ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА».

Таблиця 1.1

Інформаційна карта ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»

Найменування стаття	Характеристика
Повна назва	Товариство з обмеженою відповідальністю «БІОФАРМА ПЛАЗМА»
Скорочена назва	ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»
Назва на англійському	LLC BIOPHARMA PLASMA
Адреса	Україна, 09100, Київська область, місто Біла Церква, вулиця Київська, будинок 37-В
ЄДРПОУ	39000694
Дата заснування	29.11.2013
Основний вид діяльності за КВЕД	21.20 Виробництво фармацевтичних препаратів і матеріалів
Інші види діяльності за КВЕД	21.10 Виробництво основних фармацевтичних продуктів 46.19 Діяльність агентів з торгівлі товарами широкого асортименту 46.46 Оптова торгівля фармацевтичними товарами
Основні ринки збуту	Україна, Білорусія, Боснія та Герцовина, Казахстан, Узбекистан, Туркменістан, Киргизія, Вірменія, Індія, ОАЕ тощо

Джерело: побудовано автором на основі даних [17]

ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» проводить свою діяльність на території України, де і знаходяться його виробничі потужності. Водночас діяльність по реалізації продукції далеко виходить за межі країни. Продукція ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» поширена по усім куточкам світу. Висока якість продукції, що підтверджено міжнародними стандартами, дозволяють успішно реалізовувати продукцію в інші країни.

Важливими показниками успішності підприємства є дані його фінансової звітності. Користуючись офіційною фінансовою звітністю ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» за останні 5 років проведемо аналіз виробничо-господарської діяльності товариства. Для початку в табл. 1.2 наведемо аналізу сукупного доходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» за 2017-2021 рр.

Таблиця 1.2

Аналіз сукупного доходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» за 2017-2021 рр.

Показник, тис. грн.	Роки				
	2017	2018	2019	2020	2021
1. Чистий дохід від реалізації	643443	723343	767788	999547	1114423
2. Собівартість реалізованої продукції	521235	589877	625454	750678	887567
3. Валовий прибуток	122208	133466	142334	248869	226856
4. Інші операційні доходи	62345	34323	45657	65456	78675
5. Сумарні операційні доходи	184553	167789	187991	314325	305531
6. Адміністративні витрати	42321	45654	65434	95678	101321
7. Витрати на збут	35434	38797	51434	78676	82345
8. Інші операційні витрати	53234	34557	35678	65646	62454
9. Сумарні операційні витрати	120989	119008	126878	220000	246120
10. Прибуток від операційної діяльності	63564	48781	61113	74325	59411
11. Фінансові доходи	11676	26547	29889	45656	32123
12. Інші фінансові витрати	49556	52346	67890	65676	55467
13. Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування	25684	22982	23112	54305	36067
14. Витрати з податку на прибуток	4623	4137	4160	9774	6492
15. Чистий фін. результат:прибуток	21061	18845	18952	44531	29575
16. Інший сукупний дохід після оподаткування	0	0	0	0	0
17. Сукупний дохід	21061	18845	18952	44531	29575

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Проведений аналіз вказує на щорічне зростання чистого доходу від реалізації продукції. Його розмір за 2017-2021 рр. зріс з 643443 тис. грн. до 1114423 тис. грн.,

майже удвічі. Цього було досягнуто завдяки активній рекламній діяльності, виходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» на нові для себе зовнішні ринки збуту (Індія, В'єтнам), а також зміцнення позицій на вітчизняному ринку завдяки бездоганній репутації надійного виробника фармацевтичної продукції.

Одночасно зі зростанням чистого доходу зростала і собівартість від реалізації з 521235 тис. грн. до 887567 тис. за 2017-2021 рр. відповідно. Зростання собівартості відбулося через загальне зростання обсягів виробництва, а також підвищення вартості сировини. Додамо, що більшість сировини для виробництва ліків ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» імпортує. Можемо помітити, що у 2021 р. темпи зростання собівартості від реалізації продукції складають 18,24 %, а темпи зміни чистого доходу – 11,49 %. Це є негативним та негативно впливає на зменшення прибутку. На рис. 3.1 наведено динаміку основних економічних показників діяльності ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» за 2017-2021 рр.

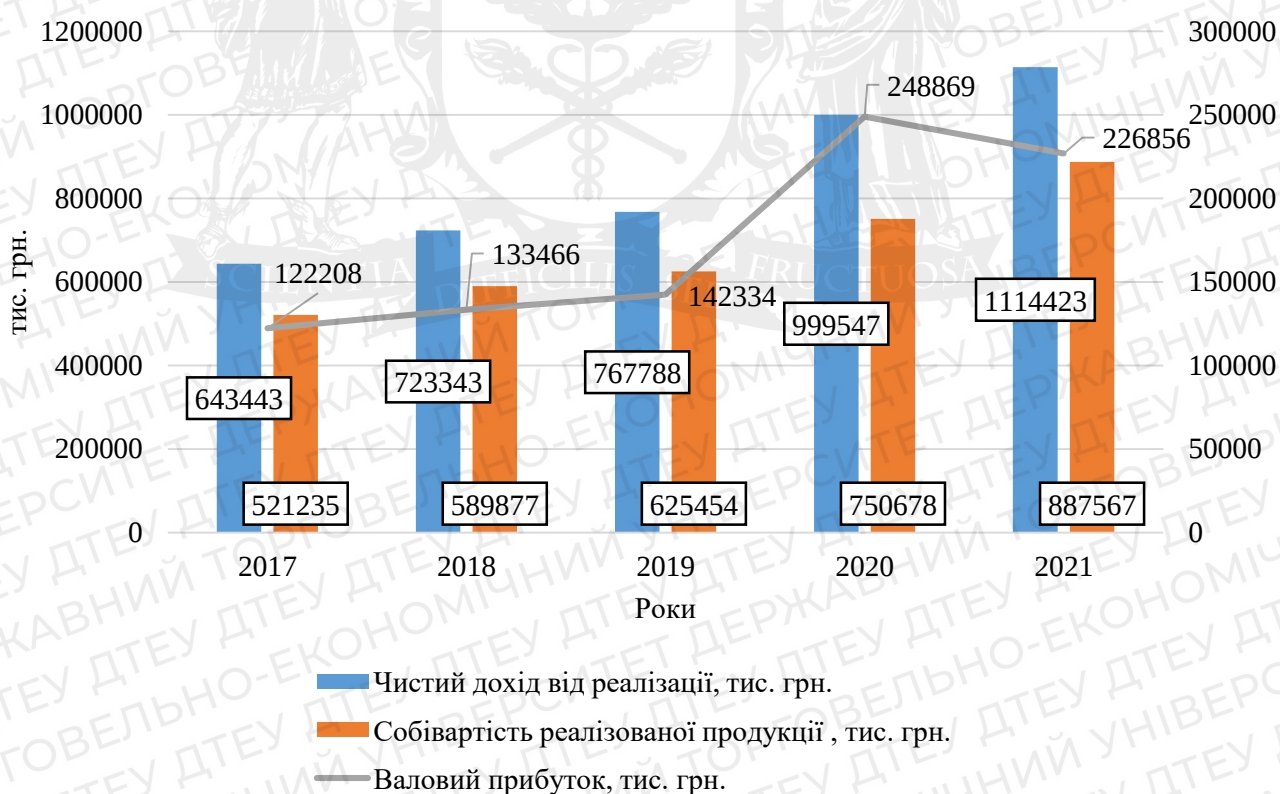


Рисунок 1.1. Динаміка основних економічних показників діяльності ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» за 2017-2021 рр.

Джерело: побудовано автором за даними фінансової звітності підприємства

Слід звернути увагу на зростання витрат на збут продукції ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА». У 2021 р. товариство на збут продукції витратило 82345 тис. грн., що на 3669 тис. грн. більше за попередній рік. Для порівняння у 2017 р. товариство витрачало на збут 35434 тис. грн. Таке зростання обумовлено розвитком ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА», виходу його на нові ринки збуту та їх освоєння.

Кінцевим фінансовим результатом ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є чистий прибуток. Найбільший його розмір товариство отримало у 2020 р., коли він склав 44531 тис. грн. У 2021 р. його розмір скоротився на 33,59 % до 29575 тис. грн. В цілому протягом останніх 5 років ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» було прибутковим та отримувало стабільні прибутки.

Далі проведемо розрахунок показників фінансової стійкості досліджуваного товариства. Розрахунки представлено у табл. 1.3.

Таблиця 1.3

**Динаміка показників фінансової стійкості ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»
у 2017-2021 рр. на 31.12.2021**

Показники	Оптим. знач.	2017	2018	2019	2020	2021	Абсолютне відхилення 2021 р. від:	
							2017 р.	2020 р.
1. Коефіцієнт фінансової автономії (незалежності)	>0,5	0,22	0,24	0,26	0,27	0,31	0,09	0,07
2. Коефіцієнт фінансової заборгованості	<0,5	0,78	0,76	0,74	0,73	0,69	-0,09	-0,07
3. Коефіцієнт фінансової залежності	зменш.	4,65	4,12	3,78	3,77	3,21	-1,44	-0,91
4. Коефіцієнт покриття боргу	>1-1,5	0,27	0,32	0,36	0,36	0,45	0,18	0,13

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

З проведеного аналізу встановлено, що для ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» хронічною є проблема високої залежності від зовнішнього фінансування. Так, коефіцієнт фінансової автономії хоча і має чітку тенденцію до зростання, але не відповідає оптимальному значенню, тобто за весь період є меншим за 0,5. Для прикладу у 2021 р. коефіцієнт фінансової автономії складає 0,31, а коефіцієнт фінансової заборгованості – 0,69. Висока залежність від зовнішнього фінансування обумовлена тим, що ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» вкладає значні кошти для

проведення лабораторних досліджень, пошуку нових ліків, які можуть врятувати життя людей. Для визначення типу фінансової стійкості ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» у табл. 1.4 формуємо зведену таблицю.

Таблиця 1.4

Фінансова стійкість ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» у 2017-2021 рр.

Показник	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Загальна величина запасів (Зп)	121212	142384	135675	152940	155670
Наявність власних оборотних коштів (В)	-36911	-53416	-70954	-45364	-13640
Наявність власних та довгострокових позикових коштів (робочий капітал) (ВД)	93739	102084	94046	229636	236360
Наявність загальних коштів (ЗК)	283306	273651	254822	442533	392035
$\Phi_v = В - Зп$	-158123	-195800	-206629	-198304	-169310
$\Phi_{vd} = ВД - Зп$	-27473	-40300	-41629	76696	80690
$\Phi_{zk} = ЗК - Зп$	162094	131267	119147	289593	236365

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

З проведених розрахунків можемо зробити висновок, що протягом 2017-2019 рр. фінансова рівновага ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» була порушеною. Товариство могло покрити потребу в запасах лише за умови використання короткострокових кредитів. Протягом же наступних років, а саме 2020-2021 рр. ситуація покращилася і для ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» характерною на цей період була нормальна фінансова стійкість. Товариство за рахунок власних коштів та довгострокових кредитів могло фінансувати потребу в запасах. У табл. 1.5 проведено аналіз показників ліквідності та платоспроможності.

Таблиця 1.5

Аналіз показників ліквідності ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» у 2017-2021 рр.

Показники	Оптим. значен.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Абсолютне відхилення 2021 р. від:	
							2017 р.	2020 р.
1. Загальний коефіцієнт покриття	2-2,5	0,96	1,21	1,20	1,47	1,51	0,55	0,04
2. Проміжний коефіцієнт покриття	0,7-0,8	0,62	0,86	0,84	1,03	1,08	0,46	0,05
3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,2-1	0,37	0,47	0,63	0,67	0,68	0,31	0,01

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Проведений аналіз показує, що ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є платоспроможним підприємством та має ліквідний баланс. За рахунок оборотних активів товариство має можливість покрити поточну заборгованість. Лише у

2017 р. розмір поточної заборгованості перевищував обсяг оборотних активів. Починаючи з 2017 р. коефіцієнт загальної ліквідності виріс з 0,96 до 1,51 на кінець 2021 р. Водночас оптимальним значенням вважається його значення у межах 2-2,5. Коефіцієнт абсолютної ліквідності протягом 2017-2021 рр. перебуває в діапазоні оптимальних значень, тобто в межах 0,2-1. Це свідчить про те, що ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» за рахунок найбільш ліквідних активів може своєчасно розраховуватися по найбільш терміновим зобов'язанням. У 2021 р. товариство могло оперативіно погасити 68 % термінових зобов'язань.

Важливими показниками ефективності функціонування ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є показники рентабельності, аналіз яких наведено у табл. 1.6.

Таблиця 1.6

Аналіз показників рентабельності ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» у 2017-2021 рр., %

№ зп	Показники	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р.	2021 р.	Абсолютне відхилення 2021 р. від:	
							2017 р.	2020 р.
1.	Рентабельність діяльності	3,27	2,61	2,47	4,46	2,65	-0,62	-1,81
2.	Рентабельність власного капіталу	16,12	12,12	11,49	16,19	11,83	-4,29	-4,36
3.	Рентабельність оборотних активів	3,67	3,16	3,34	6,24	4,21	0,54	-2,03
4.	Рентабельність операційної діяльності	9,88	6,74	7,96	7,44	5,33	-4,55	-2,11
5.	Рентабельність сумарних активів	2,70	2,20	2,18	4,31	2,84	0,14	-1,47

Джерело: розраховано автором за даними фінансової звітності підприємства

Проведений аналіз показує, що ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» протягом 2017-2021 рр. є рентабельним та прибутковим підприємством. Найбільш рентабельно та ефективно використовувало ресурси ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» у 2020 р., коли був отриманий максимальний розмір прибутку. У подальшому товариству слід забезпечити раціональне використання ресурсів, шукати шляхи зниження витрат, ліквідувати непродуктивні втрати та збільшувати прибуток.

Таким чином, ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є вітчизняним підприємством, яке займається виробництвом фармацевтичної продукції. Діяльність товариства має важливе суспільне значення, оскільки його продукція рятує життя людей.

Протягом 2017-2021 рр. ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є рентабельним та прибутковим підприємством. Розмір чистого прибутку товариства у 2021 р. склав 29575 тис. грн., а чистий дохід від реалізації продукції – 1114423 тис. грн. Таких високих показників товариство домоглося завдяки освоєнню нових для себе іноземних ринків та активній рекламній діяльності. У подальшому товариству слід шукати пошуки зниження операційних витрат, а також виходити на нові ринки збуту. В сукупності це забезпечить приріст прибутку досліджуваному товариству.

Важливою складовою діяльності ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є зовнішньоекономічна діяльність. Тому далі проведемо аналіз експортної діяльності досліджуваного товариства.

1.2. Аналіз експортної діяльності ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»

ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є активним учасником зовнішньоекономічної діяльності. Товариство здійснює як імпорتنі, так й експортні операції. Імпортує ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» переважно сировину, яка необхідна для виробництва фармацевтичної продукції, а також сучасні та прогресивні технології виробництва. Оскільки на українському ринку вони відсутні й тому товариство змушено займатися їх імпортом. Лабораторії ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» оснащені сучасним обладнанням імпортного виробництва, що дозволяє контроль на усіх етапах виробництва. Сировину ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» імпортує з метою її подальшої переробки та виробництва готової кінцевої продукції – фармацевтичних ліків. Сучасні технології на іноземних ринках товариство закуповує з метою посилення виробничої бази, що дозволяє виробляти більш якісну продукцію з меншими витратами.

Експортна діяльність ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» полягає у реалізації продукції власного виробництва на іноземні ринки. Уся продукція ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» сертифікована до найсуворіших міжнародних стандартів якості. Основними конкурентними перевагами продукції

ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» на міжнародній арені є: висока якість продукції, відносно не висока вартість порівняно з цінами виробників аналогічної продукції, а також високий рівень репутації та дотримання договірних зобов'язань.

Налагодженням зовнішніх контактів на ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» займається відділ зовнішньоекономічної діяльності, який очолює директор ЗЕД. На даний відділ та його керівника покладаються завдання щодо реалізації продукції на іноземні ринки. Основною метою діяльності ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» на зовнішніх ринках є не лише максимізація прибутку, але й допомога всім хворим людям, в не залежності від їх національності.

На рис. 1.2 наведено структуру продаж ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» за географічною структурою.

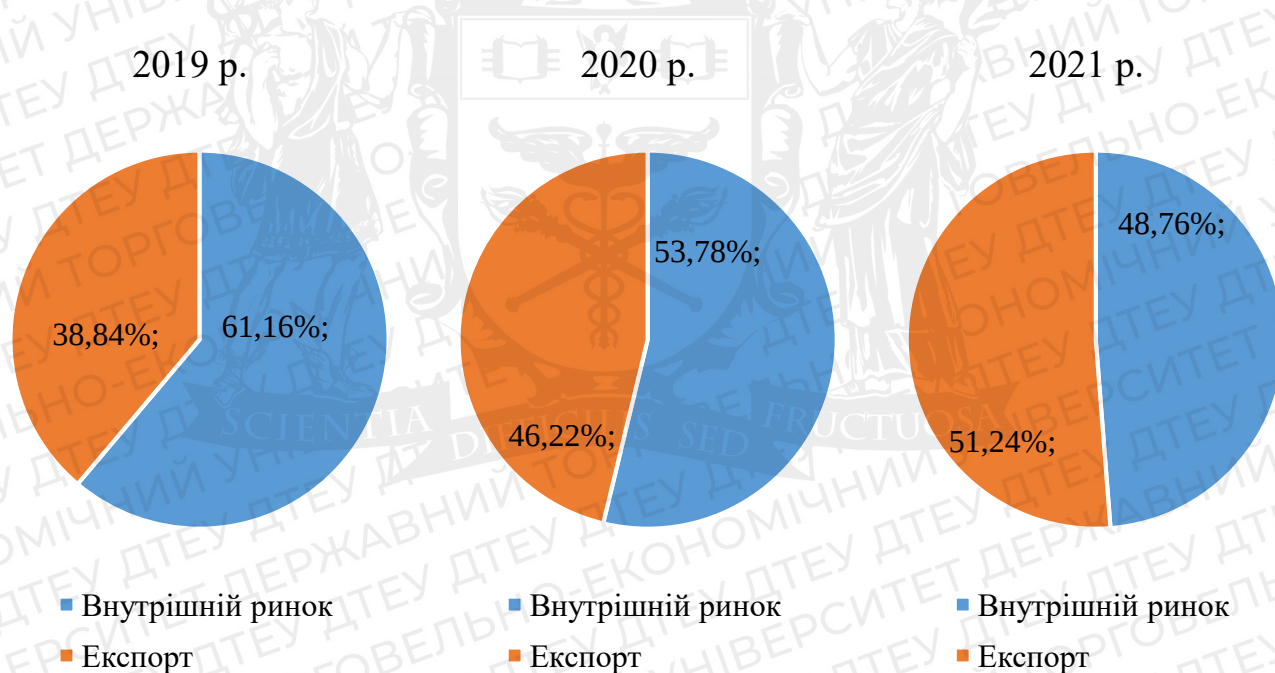


Рисунок 1.2. Структура продаж ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» за географічною структурою у 2019-2021 рр.

Джерело: побудовано автором за даними підприємства

Протягом останніх трьох років географічна структура продажу продукції ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» видозмінилася. Протягом 2019-2021 рр. помітне поступове зниження частки продажу продукції на внутрішньому ринку та відповідно зростання частки на зовнішньому ринку. У 2019-2020 рр. частка

продажу на внутрішній ринок складала 61,16 % та 53,78 % відповідно, а уже в 2021 р. зменшилася до 48,76 %. Відповідно у 2021 р. частка продажу на зовнішній ринок складала 51,24 %. Зростання частки продажу на зовнішній ринок відбулося завдяки освоєнню ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» нових для себе ринків збуту. Для ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» зовнішні ринки є більш привабливими через те, що він є більш ємний, а також є можливість реалізовувати продукцію по більш високим цінами. Можемо констатувати, що ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є експортно орієнтованим підприємством.

На рис. 1.3 наведено динаміку обсягів експорту ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА».

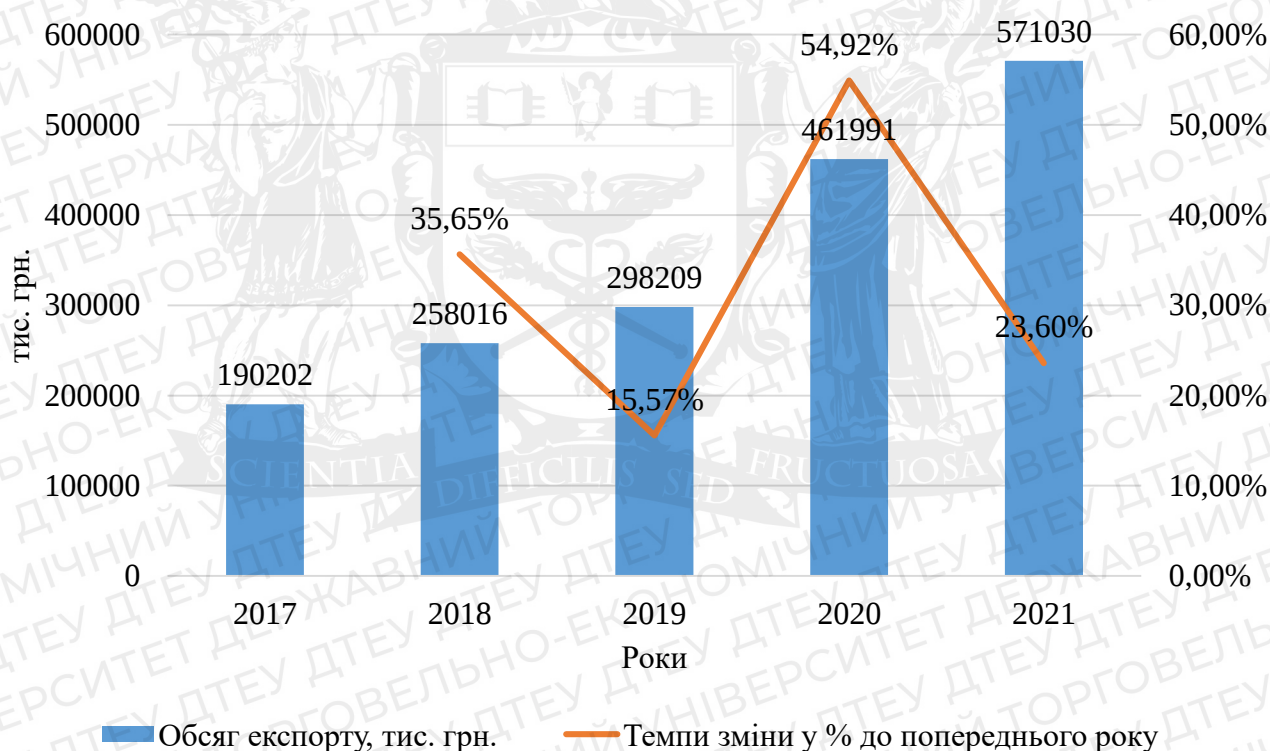


Рисунок 1.3. Динаміка обсягів експорту ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» у 2017-2021 рр.

Джерело: побудовано автором за даними підприємства

Щороку протягом попередніх 5 років ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» збільшує обсяги експорту. Найбільший приріст експорту продукції товариства зафіксований у 2020 р. на 54,92 % порівняно з попереднім роком, у 2021 р. темпи його зростання сповільнилися та склали 23,6 % відносно 2020 р. У 2021 р. обсяг експорту ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» склав 571030 тис. грн. Продукція

ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» експортується до різних країн світу, зокрема: Білорусію, Боснію та Герцовину, Казахстан, Узбекистан, Туркменістан, Киргизію, Вірменію, Індію, ОАЕ тощо.

Для того, щоб виявити найбільш стартегічні та перспективні ринки збуту ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» необхідно розглянути обсяги реалізації продукції по країнам світу (рис. 1.4).

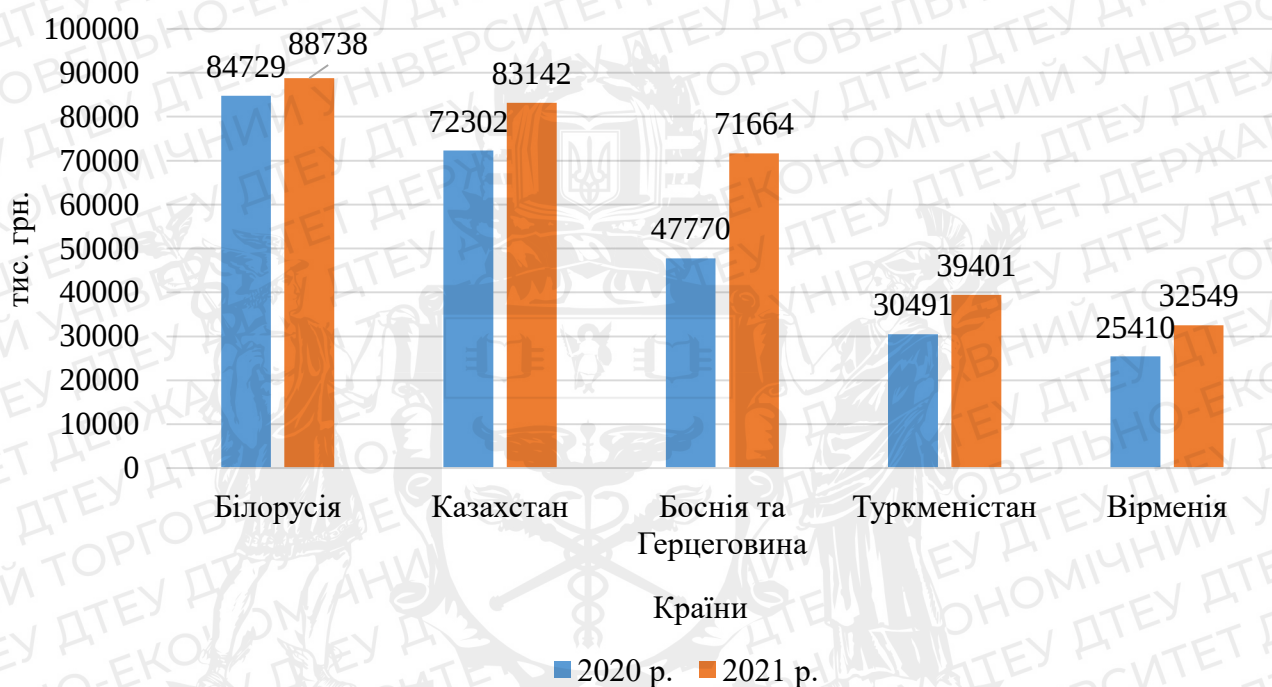


Рисунок 1.4. Обсяги експорту ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» за окремими країнами у 2020-2021 р.

Джерело: побудовано автором за даними фінансової звітності підприємства

При експорті продукції ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» орієнтується на країни колишнього СНД. Так, найбільші обсяги експортуються до Білорусії, в 2021 р. вони склали 88738 тис. грн., на другому місці знаходиться Казахстан з обсягом експорту в розмірі 83142 тис. грн., а на третьому Боснія та Герцеговина – 71664 тис. грн. Примітним є те, що в абсолютних значеннях обсяги експорту до кожної з країн зростає.

Структура експорту ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» за 2019-2021 рр. наведено на рис. 1.5.

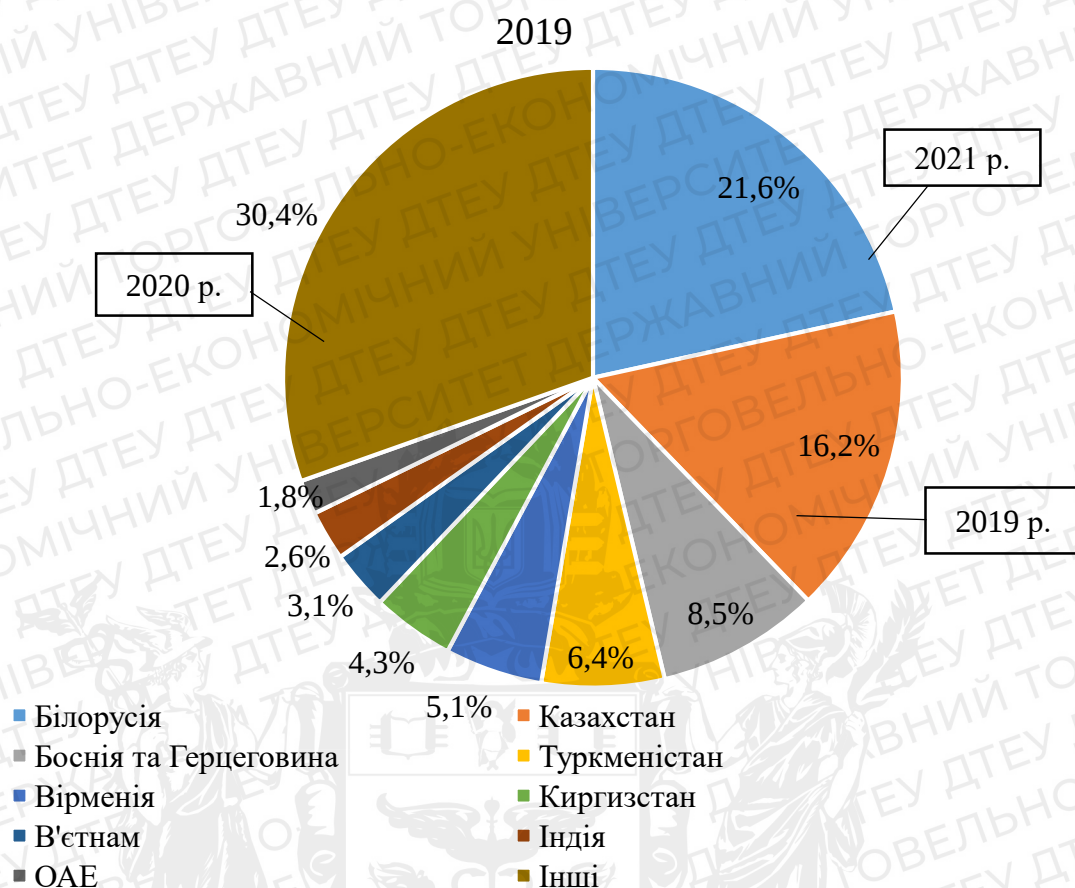


Рисунок 1.5. Структура експорту ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» за країнами країнам у 2019-2021 р.

Джерело: побудовано автором за даними фінансової звітності підприємства

Можемо бачити цікаву тенденцію щодо зменшення частки реалізації продукції до Білорусії та Казахстану. Це обумовлено погіршенням політико-економічних відносин з даними країнами на вищому рівні, а також євроінтеграційними процесами, які протікають в Україні. При цьому зростає частка експорту до Боснії та Герцеговини з 8,5 % у 2019 р. до 12,5 % на кінець 2021 р. Водночас ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є досить залежним від експорту до Білорусії, на дану країну припадає у 2021 р. 15,5 % від загального розміру. У світлі початку війни в Україні та підтримкою Білорусії військового агресору можемо керівництво ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» прийняло рішення припинити поставки до даної країни. Відповідно обсяги експорту суттєво знизяться у 2022 р. або ж товариству слід шукати нові ринки для збуту. Перспективними є експорт до країн

ЄС в світлі можливого повноцінного членства України в даному альянсі та до країн Латинської Америки, куди товариство ще не експортувало своєї продукції. Привабливим є ринок Латинської Америки через його ємність.

На іноземних ринках попитом користується практично вся продукція ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА». Зокрема, найбільше товариство експортує таку продукцію, як: Біовен, Біовен Моно, Альбумін, Імуноглобулін людини нормальний, Резоглобін, Біоцерулін та БіоКлот. У подальшому керівництво ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» планує й надалі розширювати географію продажу та збільшувати поставки на іноземні ринки збуту.

Важливим показником ефективності зовнішньоекономічної діяльності є її рентабельність. Вона визначається шляхом співвідношення чистого прибутку до загальних витрат. На рис. 1.6 наведено динаміку рентабельності ЗЕД за 2017-2021 рр.

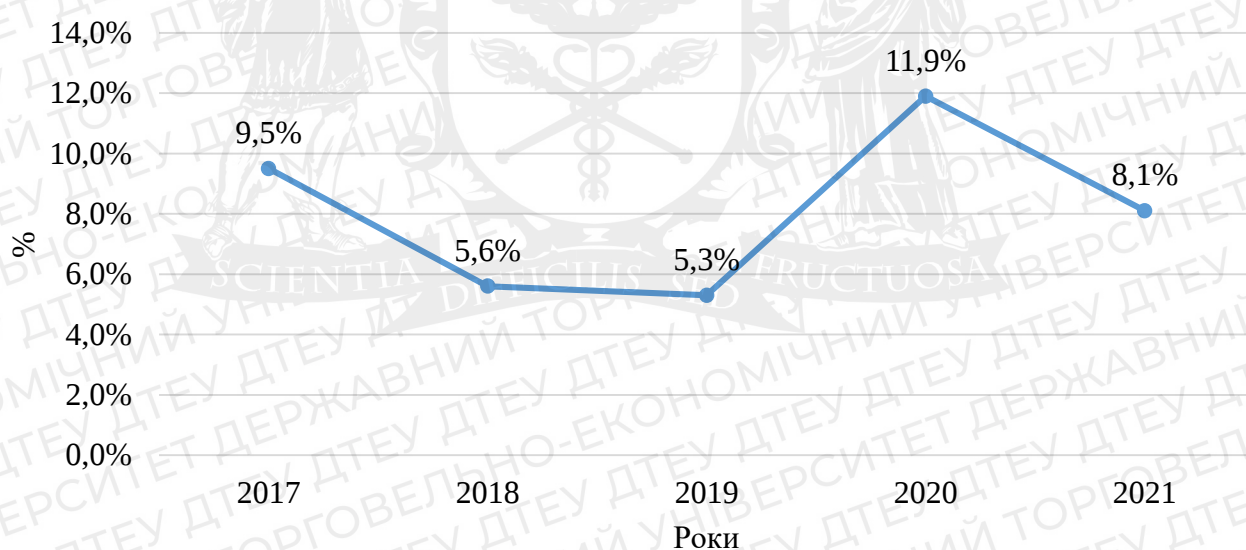


Рисунок 1.6. Динаміка рентабельності ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» у 2017-2021 р.

Джерело: побудовано автором за даними фінансової звітності підприємства

Показники рентабельності ЗЕД мають додатні значення, що свідчить про рентабельність таких операцій. Продукція ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» користується попитом та успішно реалізовується на іноземних ринках. Для товариств залишається проблемою високий рівень мита при перетині українського

кордону, що впливає на розміри отриманих у подальшому прибутків. Найбільше значення рентабельність ЗЕД мала у 2020 р. в розмірі 11,9 %, у 2021 р. даний показник скоротився до 8,1 % через зростання насамперед логістичних витрат. При виходу на новий ринок товариство витрачає значних коштів на маркетинг, побудову нових логістичних зв'язків, пошук партнерів тощо.

До основних перешкод при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» можна віднести наступні:

- високий рівень мита;
- висока мінливість світового фармацевтичного ринку;
- девальвація національної валюти;
- ризики перевезення продукції в період війни;
- суттєва залежність від експорту до Білорусії;
- підвищення вартості палива, що впливає на логістичні витрати;
- високі бар'єри входу на нові ринки.

Таким чином, ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є активним учасником зовнішньоекономічної діяльності. Досліджуване товариство на іноземних ринках закупає сировину для виробництва продукції, виробничі потужності. Експортує до країн готову фармацевтичну продукцію, зокрема: Біовен, Біовен Моно, Альбумін тощо. Протягом 2017-2021 рр. суттєво збільшує обсяги експорту з 190202 тис. грн. до 571030 тис. грн. У 2021 р. ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» 51,24 % всієї реалізованої продукції припадає на зовнішні ринки збуту. Найбільші обсяги експорту припадають на країни колишнього СНД, зокрема Білорусію та Казахстан. Власне висока залежність від продажу продукції в Білорусії викликає головні ризики, так як з 2022 р. через війну товариство відмовилося продавати до даної країни свою продукцію. Відтак, товариству слід шукати нові ринки для збуту своєї продукції.

РОЗДІЛ 2

ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ПОТЕНЦІЙНОГО РИНКУ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСПОРТУ ЛІКІВ І МЕДИЧНИХ ЗАСОБІВ

2.1. Визначення основних тенденцій розвитку світового ринку фармацевтичної продукції

Світовий ринок фармацевтичної продукції є одним з найбільш стійких сфер економіки. Це обумовлено тим, що фармацевтична продукція відноситься до товарів важливої необхідності. Ця продукція дозволяє врятувати життя людей, вилікувати від захворювань, полегшити їх життя. Фармацевтичний ринок є тим ринком, який незважаючи на військові дії, зниження платоспроможності населення та інші негативні фактори продовжує розвиватися. Фармацевтичний ринок є важливим та одним з найбільш прибуткових ніш міжнародної економіки.

Традиційно розвиток тієї чи іншої галузі залежить від існування попиту на продукцію її виробництва. Фармацевтична продукція є тією на який завжди існує попит й водночас з ростом населення відбувається збільшення попиту на цей вид продукції. Слід зазначити, що починаючи з кінця 2019 р. усі галузі народного господарства вразила пандемія Covid-19. Тоді, коли розвиток більшості галузей через пандемію Covid-19 забуксував, фармацевтичний ринок лише наростив свої обсяги. Це обумовлено тим, що всьому світу потрібні були термінові ліки для підтримки імунітету, боротьби з вірусом Covid-19. Це сприяло активізації інвестицій у розвиток фармацевтичної промисловості. На фармацевтичну промисловість покладалася важлива роль у допомозі всьому людству. Тому фармацевтична промисловість напевне єдина галузь на яку пандемія Covid-19 здійснила позитивний вплив. Усі аналітики та фармацевти впевнені, що світовий ринок фармацевтичної продукції у найближчій перспективі буде лише розвиватися.

Зазначимо, що фармацевтичний ринок складається з продажу фармацевтичних препаратів та супутніх послуг суб'єктами (організаціями, приватними підприємцями та товариствами), які виробляють лікарські засоби для

лікування захворювань. Фармацевтичними засобами можуть бути будь-які види ліків, які використовуються в лікувальних цілях, при лікуванні захворювань. До цієї галузі входять підприємства, що виробляють біопрепарати та фармацевтичні препарати. Фармацевтичний ринок сегментований на фармацевтичні препарати; і біопрепарати.

На рис. 2.1 наведемо загальний обсяг міжнародного фармацевтичного ринку за 2016-2020 рр.

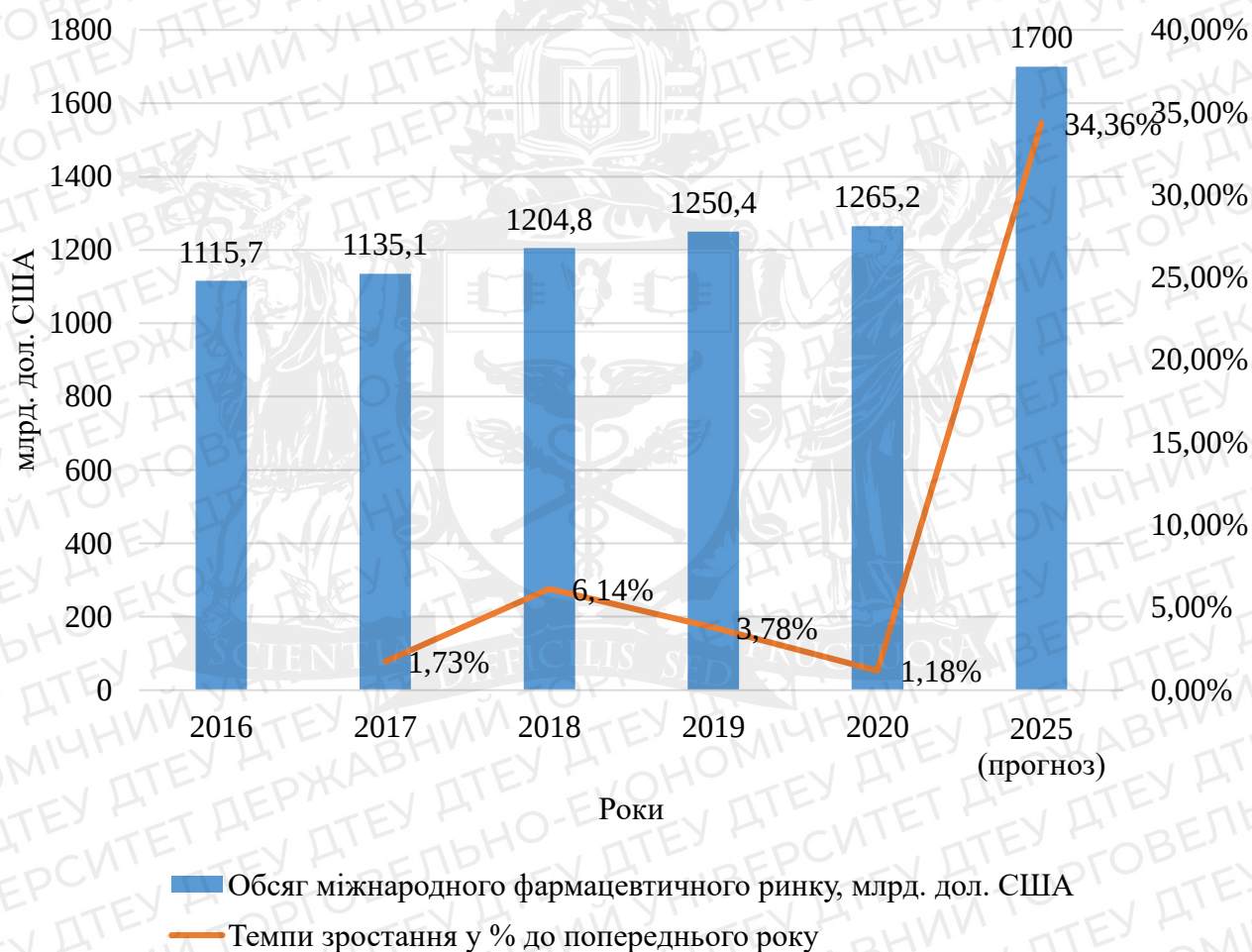


Рисунок 2.1. Динаміка загального обсягу міжнародного фармацевтичного ринку у 2016-2020 р.

Джерело: побудовано автором на основі даних [26, 28]

Протягом 2016-2020 рр. помітне щорічне зростання розміру міжнародного фармацевтичного ринку. У 2020 р. його розмір оцінювався у 1265,2 млрд. дол. США, що на 1,18 % більше від попереднього року. Згідно прогнозів аналітиків обсяг міжнародного фармацевтичного ринку буду продовжувати зростати, при

цьому темпи зростання прискорюватимуться. У 2025 р. розмір міжнародного фармацевтичного ринку прогнозується у розмірі 1700 млрд. дол. США. Слід зазначити, що його зростання у 2020 р. обумовлено пандемією Covid-19, через яку зросла кількість захворювань та як наслідок попит на противірусні препарати. Звітний рік ознаменувався проведенням активних науково-дослідних та лабораторних робіт над пошуком вакцини від пандемії Covid-19.

Зростання обсягу міжнародного фармацевтичного ринку в основному пов'язане з тим, що компанії перебудовують свою діяльність та відновлюються після впливу COVID-19, що раніше призвело до обмежувальних заходів, що передбачають соціальне дистанціювання, віддалену роботу та закриття комерційної діяльності та призвело до операційних проблем. Очікується, що ринок досягне 1700 мільярдів доларів у 2025 році.

Нові ліки постійно розробляються, затверджуються та продаються, що призводить до значного зростання ринку. FDA схвалило 55 нових ліків у 2021 році. Серед інших факторів зростання ринку – старіння населення, оскільки люди похилого віку вживають більше ліків на душу населення, а також зростає поширеність та лікування хронічних захворювань.

Імунологія, онкологія та неврологія є найбільш швидкозростаючими напрямками терапії, і, як очікується, будуть основними джерелами зростання до 2026 року. Ринок біологічних препаратів росте значними темпами і, як очікується, продовжить зростати у найближче десятиліття. Три найбільші галузі біологічної терапії включають онкологію, аутоімунні захворювання та діабет.

За останні роки світовий фармацевтичний ринок пережив значне зростання. Станом на кінець 2020 року загальний світовий фармацевтичний ринок оцінювався приблизно в 1,27 трильйона доларів США. Фармацевтичний ринок відіграє ключову роль у тому, як люди отримують ліки. Однак деякі ринки кращі для фармацевтичних компаній, ніж інші. На рис. 2.2 наведено розподіл світового ринку фармацевтичної продукції за регіонами у 2020 р.

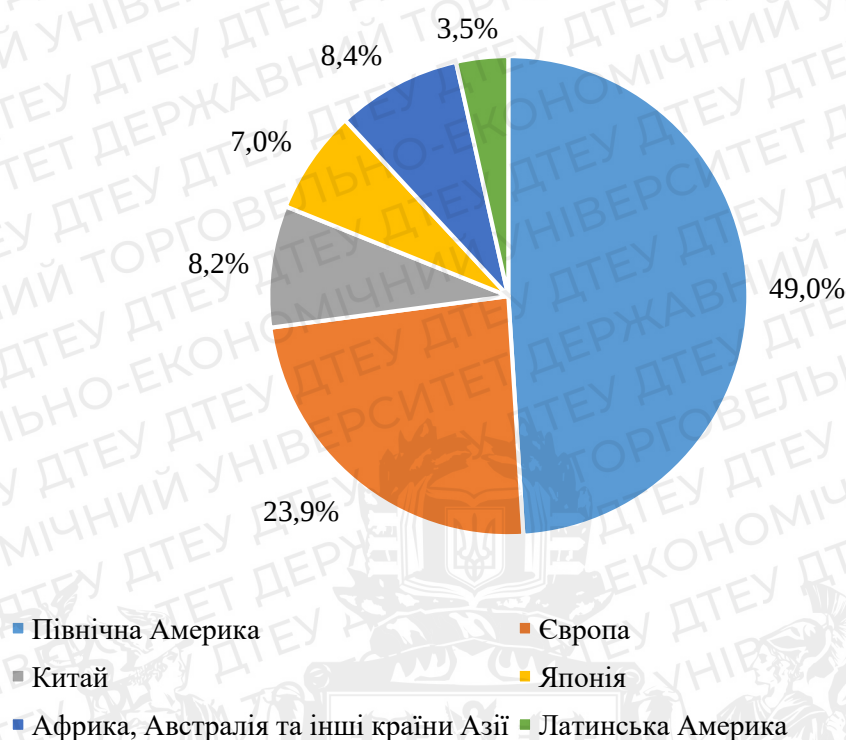


Рисунок 2.2. Розподіл світового ринку фармацевтичної продукції за регіонами у 2020 р., %

Джерело: побудовано автором на основі даних [30]

Північна Америка була найбільшим регіоном на світовому фармацевтичному ринку, у 2020 році на нього припадало 46 % ринку. Азіатсько-Тихоокеанський регіон був другим за величиною регіоном, на який припадало 23,9 % світового ринку фармацевтичних препаратів. Латинська Америка була найменшим регіоном на світовому фармацевтичному ринку. При цьому споживання ліків у країнах Латинської Америки існує не менше, а ніж в інших регіонах світу. Проблема у тому, що у Латинській Америці знаходиться не велика кількість фармацевтичних компаній, порівняно з іншими регіонами світу.

Залежно від обсягу і темпів приросту, фармацевтичні ринки поділяють на 4 групи:

- розвинені фармацевтичні ринки — США, Канада, Німеччина, Великобританія, Франція, Італія, Іспанія, Японія;
- фармацевтичні ринки, що розвиваються, 1 рівня — Китай, Бразилія, Мексика, Туреччина, Індія, Південна Корея (щорічний приріст 9 – 18 %);

– фармацевтичні ринки, що розвиваються, 2 рівня – Еквадор, Перу, Чилі, Колумбія, Пуерто-Рико, Аргентина, Венесуела, В'єтнам, Філіппіни, Індонезія, Таїланд, Пакистан, Алжир, Єгипет, ПАР, Саудівська Аравія, Литва, Болгарія, Чехія, Угорщина, Румунія (щорічний приріст 7 – 10 %);

– інші [20].

Слід зазначити, що згідно прогнозів експертів обсяги споживання лікарських засобів у світі будуть зростати у наступні роки. Це пов'язано не скільки зі збільшенням захворювань, а полегшенням доступу до лікарських засобів у країнах, що розвиваються, зокрема ринки, що розвиваються 1 рівня. Користуючись даними аналітичної компанії IQVIA на рис. 2.3 відобразимо обсяги споживання лікарських засобів у встановлених добових дозах у 2010-2021 рр. та прогноз на 2022-2025 рр.

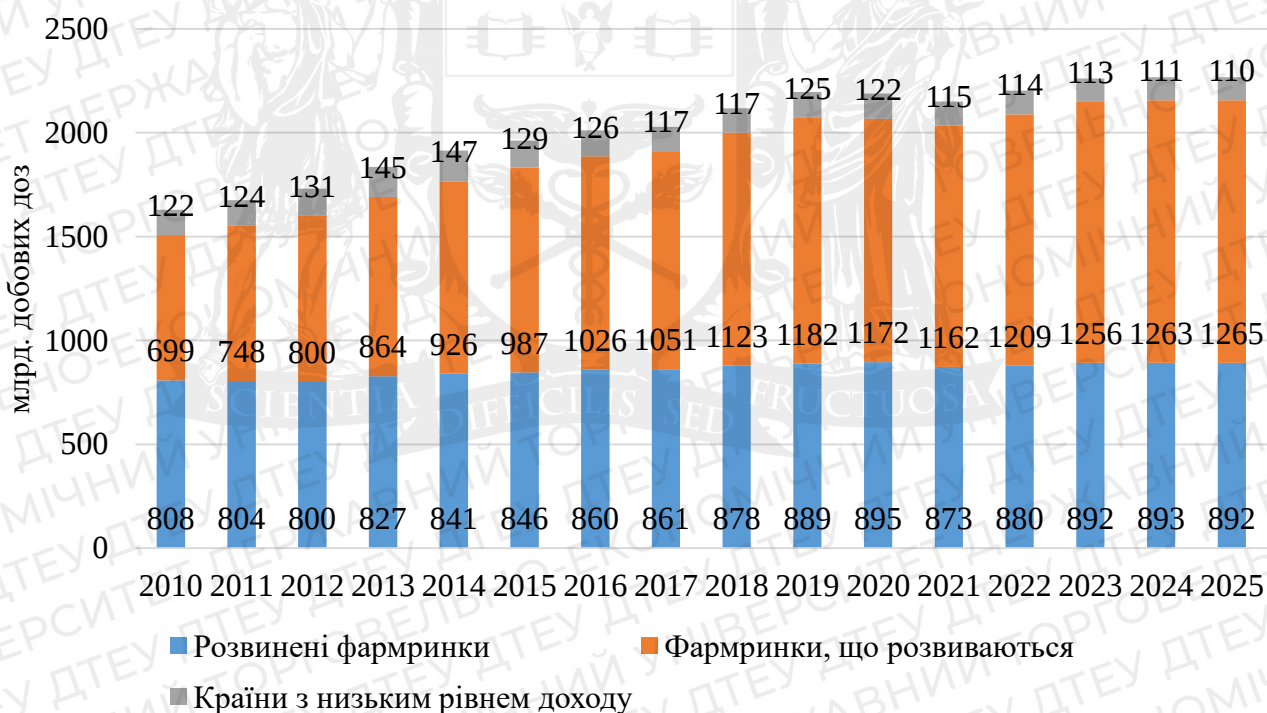


Рисунок 2.3. Обсяги споживання лікарських засобів у встановлених добових дозах у 2010-2021 рр. та прогноз на 2022-2025 рр.

Джерело: побудовано автором на основі даних [21]

З наведених даних можемо зробити висновок про те, що в основному фармацевтичний ринок буде зростати за рахунок ринків, що розвиваються. Оскільки розвинені ринки уже перенасичені фармацевтичною продукцією.

Відповідно досить перспективним є ринки Латинської Америки, Туреччини та окремі країни Азії. Фармацевтичним компаніям слід звернути увагу на дані ринки для реалізації своєї продукції.

Слід зазначити, що на ринку фармацевтичної продукції існує велика кількість компаній, які займаються її виробництвом. Існує тенденція щодо їх об'єднання у великі транснаціональні компанії, що дозволяє їм підвищувати свою конкурентоспроможність, відкривати виробничі потужності у країнах всього світу. На рис. 2.4 наведено найбільші фармацевтичні компанії світу за рівнем отриманих доходів у 2020 р.

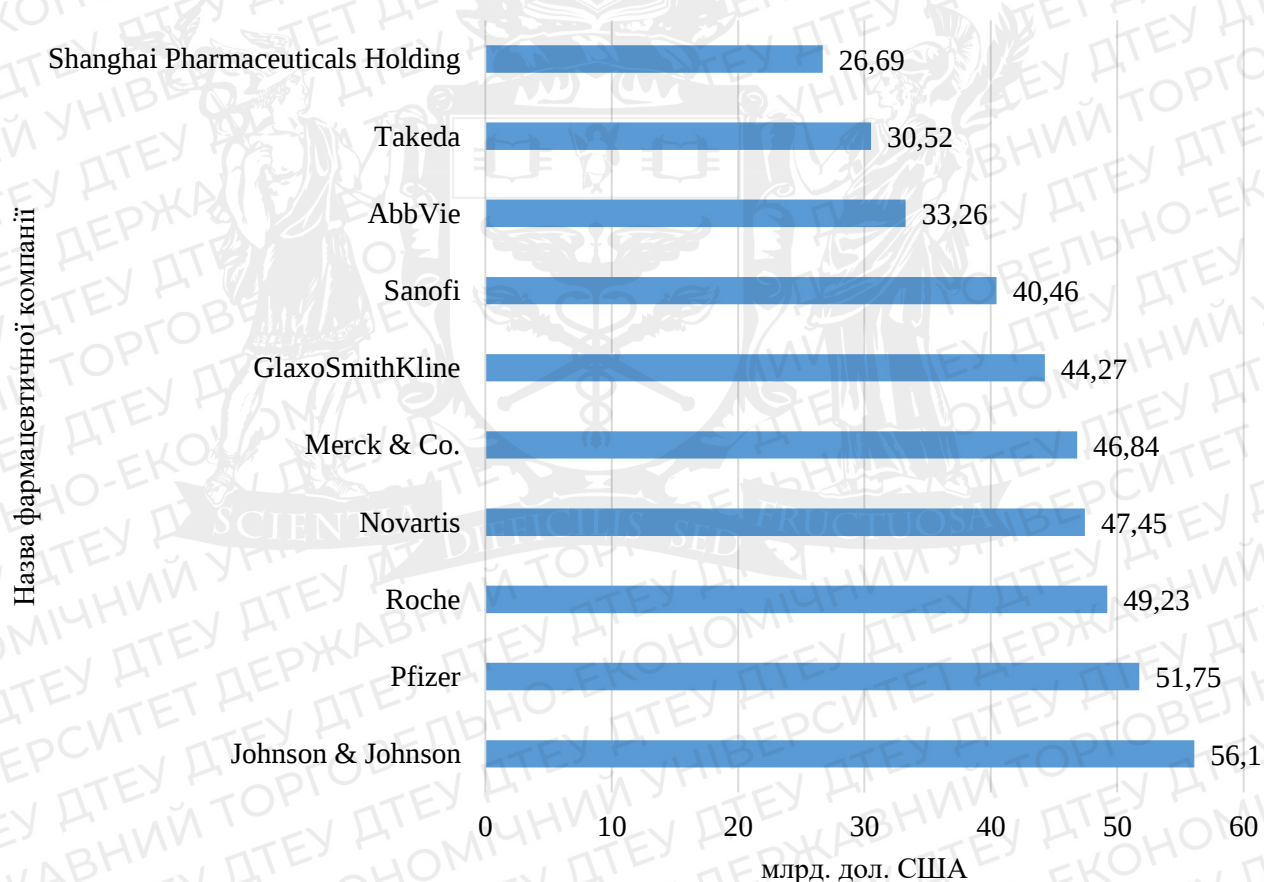


Рисунок 2.4. Найбільші фармацевтичні компанії світу за рівнем отриманих доходів у 2020 р.

Джерело: побудовано автором на основі даних [31-32]

Флагманами світової фармацевтичної галузі є фармакологічна компанія Johnson & Johnson (США), Pfizer (США) та Novartis (Швейцарія). Вони займають

лідуюче положення в галузі розробки нових препаратів для лікування діабету, онкологічних і серцево-судинних захворювань і працюють більш ніж в 150 країнах світу, щорічно інвестуючи до 10 млрд. дол. США у наукові дослідження. Вагомий внесок дані компанії зробили і у розробку вакцини про пандемії Covid-19. Найбільше фармацевтичних компаній створено у фармацевтичній промисловості США – більше 1000. Найкрупніші з них представляють собою транснаціональні компанії (ТНК) із складною організаційною структурою, яка складається з багатьох підрозділів.

Найбільш активно розробка й виробництво сучасних біотехнологічних препаратів здійснюються в Північній Америці, Японії, Австралії, Західній Європі. Частка біофармацевтики в цих країнах, за різними джерелами, досягає 32-46% фармацевтичного ринку й має тенденцію до збільшення. Домінують на ринку біофармацевтичної продукції виробники зі США.

На розвиток будь-якої галузі впливає велика кількість чинників, які складно спрогнозувати з високою точністю. Водночас усі експерти, міжнародні організації та аналітики переконані, що ринок фармацевтичної продукції як мінімум у наступні десятиліття буде активно розвиватися та зростати. Цьому сприяють наступні чинники:

- загальне зростання захворюваності через погіршення екології;
- «старіння населення» в розвинених країнах відбувається скоріше за природний приріст;
- поява нових захворювань;
- зростання рівня доходів населення в Китаї, Індії, країнах Латинської Америки, країнах Східної Європи, що сприяє використанню більш дорогих і якісних препаратів.

Важливим показником стану світового ринку фармацевтичної продукції є обсяги експорту/імпорту. Динаміку експорту та імпорту фармацевтичної продукції в світі наведено на рис. 2.5.



Рисунок 2.5. Динаміка експорту та імпорту фармацевтичної продукції в світі за 2016-2020 рр.

Джерело: побудовано автором на основі даних [33]

Згідно офіційних даних Trademap щорічно експортуються та імпортуються значні обсяги фармацевтичної продукції. При цьому помітні дві тенденції. По-перше як обсяг міжнародного експорту, так й імпорту зростає. Обсяг світового експорту за 2016-2020 рр. зріс з 499 млрд. дол. США до 680 млрд. дол. США. Обсяг імпорту зріс з 530 млрд. дол. США до 714 млрд. дол. США за останні 5 років. По-друге, протягом аналізованого періоду помітне суттєве переважання обсягу імпорту над експортом. У переважній більшості країни більше імпортують фармацевтичної продукції, а ніж експортують.

На світовому ринку фармацевтичної продукції існує високий рівень дисбалансу. Він полягає у тому, що одні країни виробляють великі обсяги фармацевтичної продукції, яка перебуває у надлишку. Тоді, як інші країни хронічно відчувають дефіцит окремих фармацевтичних продуктів. На міжнародній арені

активно здійснюються експортно-імпорتنі операції. У табл. 2.1 наведено провідні експортери фармацевтичної продукції у 2020 р.

Таблиця 2.1

Провідні експортери фармацевтичної продукції у 2020 році

Країна	Обсяг експорту, млн. дол. США	Світова частка, %
Німеччина	99720	15,04
Швейцарія	73647,2	13,47
Ірландія	69303,5	9,98
США	53749,6	8,2
Бельгія	44199	6,99
Франція	35658	5,78
Італія	34811,4	5,49
Нідерланди	27975,5	4,26
Велика Британія	24817,6	3,78
Данія	19009,6	2,9

Джерело: побудовано автором на основі даних [10]

Найбільшим експортерами фармацевтичної продукції на міжнародній арені є європейські країни – Німеччина, Швейцарія та Ірландія. На ці три країни припадає до 40 % загального експорту фармацевтичної продукції. Також значні обсяги експортує США у розмірі 53749,6 млн. дол. США, що складає 8,2 % частки від загального світового експорту. З представлених десяти найбільших експортерів фармацевтичної продукції дев'ять є країнами з Європи. У табл. 2.2 наведено провідні країни імпортери фармацевтичної продукції за 2020 р.

Таблиця 2.2

Провідні імпортери фармацевтичної продукції у 2020 році

Країна	Обсяг експорту, млн. дол. США	Світова частка, %
США	139387,3	20,42
Німеччина	65744	9,63
Бельгія	36911,7	5,4
Нідерланди	19212,1	2,81
Швейцарія	38923,3	5,7
Китай	34885,4	5,1
Італія	28399,1	4,16
Франція	28675,7	4,2
Велика Британія	25887,5	3,79
Японія	28565,1	4,18

Джерело: побудовано автором на основі даних [10]

Незважаючи на досить розвинений фармацевтичний сектор у США, дана країна є найбільшим імпортером фармацевтичної продукції. Це обумовлено великою кількістю населення, на яке не вистачає лікарських препаратів. Так, на початок 2021 р. чисельність населення США складала 350 млн. осіб. Іншою причиною цієї тенденції є те, що фармацевтичні компанії спеціалізуються на виробництві окремих препаратів. Як наслідок у країнах помітний дефіцит однієї фармацевтичної продукції та надлишок іншої. Щоб виправити цей дисбаланс активно і розвивається зовнішньоекономічна діяльність між країнами у сфері купівлі та продажу фармацевтичної продукції.

На рис. 2.6 наведемо топ-10 найбільших фармацевтичних ринків у світі за обсягами продажів.

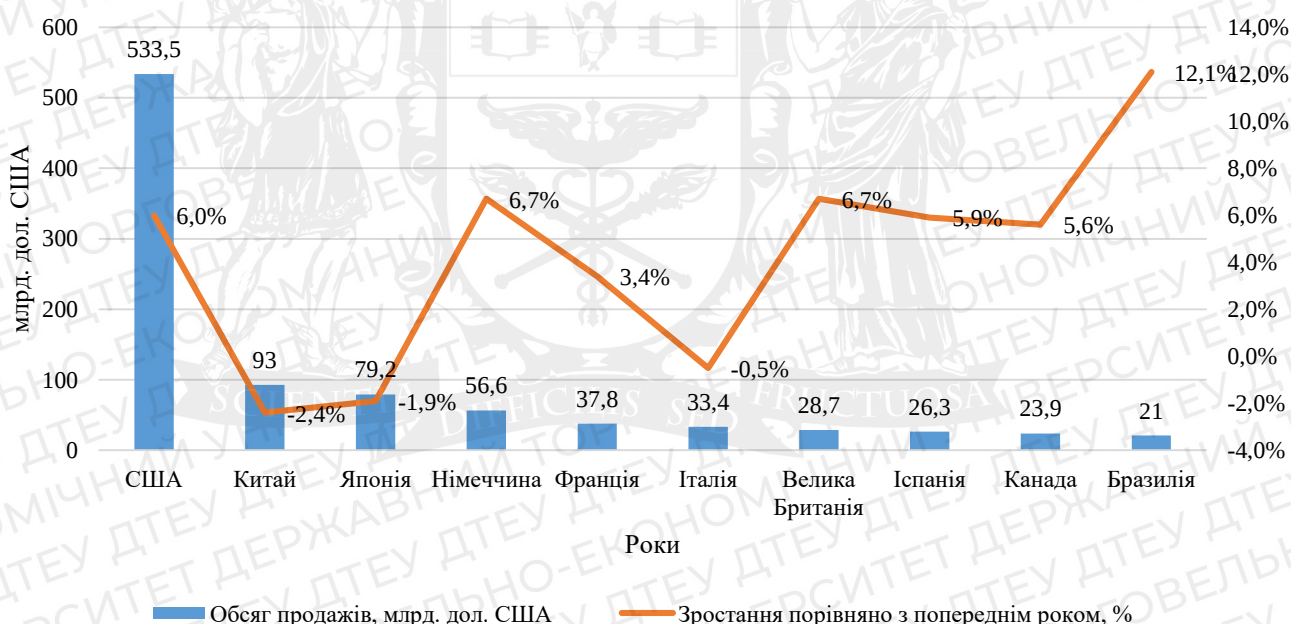


Рисунок 2.6. Топ-10 найбільших фармацевтичних ринків у світі за обсягами продажів у 2020 р.

Джерело: побудовано автором на основі даних [31-32]

Найбільші обсяги продажу фармацевтичної продукції припадає на США. У 2020 р. в США було реалізовано фармацевтичної продукції на суму в 533,5 млрд. дол. США., що на 6 % більше у порівнянні з попереднім роком. Слід зазначити, що найбільш прогресивним фармацевтичним ринком є ринок Латинської Америки. Так, у Бразилії було реалізовано фармацевтичної продукції на суму в 21 млрд. дол.

США, що на 12,1 % більше у порівнянні з попереднім роком. Цьому сприяє розвиток країн Латинської Америки, більшість з них відносяться до держав, які активно розвиваються. Тому в наступному році також прогнозується зростання фармацевтичного ринку. Покращення економічного стану в даних країнах сприяє збільшення купівлі фармацевтичної продукції. Нестача власного виробництва у країнах Латинської Америки компенсується їх імпортом з інших країн.

Слід зазначити, упродовж останніх 15 років фармацевтичні препарати перевозилися переважно наземним транспортом, проте останнім часом набирає обертів розвиток логістики повітряними шляхами. На морську торгівлю завжди припадає близько 18 % торгівлі у вартісному вираженні. Наразі зростаючу роль авіаперевезень можна пояснити насамперед специфічними умовами, необхідними для перевезення деяких фармацевтичних товарів, а також їх терміном доставки, оскільки існує проблема швидкого псування. На рис. 2.7 наведено основні тенденції розвитку світового ринку фармацевтичної продукції.



Рисунок 2.7. Основні тенденції розвитку світового ринку фармацевтичної продукції

Джерело: побудовано автором на основі даних [16]

Таким чином, світовий ринок фармацевтичної продукції є одним з важливих секторів, який протягом останніх років стрімко розвивається. Попит та потреба на лікарські препарати завжди існує та лише зростає. Стимулює розвиток фармацевтичної галузі зростання чисельності населення, погіршення екологічної ситуації в світі, поява нових захворювань тощо. протягом 2016-2020 рр. обсяги міжнародного фармацевтичного ринку постійно зростають. У 2020 р. він оцінювався у 1,2 трлн. дол. США, у 2025 р. прогнозується його зростання до 1,7 трлн. дол. США. Щорічні інвестиції у наукові дослідження фармацевтичної сфери сягають 150 млрд. дол. США щорічно. Найбільш розвинений фармацевтичний сектор у країнах ЄС та США, щорічно зростають обсяги експорту та імпорту фармацевтичної продукції. Досить перспективним фармацевтичним ринком є ринок Латинської Америки, який показує найбільший приріст обсягів продаж. Зокрема, у 2020 р. приріст обсягів продажу фармацевтичної продукції склав 12,1 %, що є найвищим серед усіх країн світу.

З огляду на те, що протягом останніх років активно розвивається фармацевтичний ринок Латинської Америки далі оцінимо перспективи експорту ліків до даних країн.

2.2. Оцінка перспектив результативності експорту ліків і медичних засобів до країн Латинської Америки

Україна зараз переживає одні з найскладніших часів за весь період своєї незалежності. Повномасштабна війна в країні ставить під загрозу суверенітет України, страждає цивільне населення, велика кількість міграції населення до інших держав світу, знижується інфраструктура, завдається непоправних втрат людське населення та економіка. У даній ситуації важливого значення має розвиток підприємств, які підтримують національну економіку України, на території якої триває війна. Одним з досить розвинених секторів національної економіки є фармацевтична промисловість. В Україні існує велика кількість підприємств, які виробляють фармацевтичну продукцію високої якості, яка відповідає усім

європейським та міжнародним стандартам. Зокрема, на території України здійснюють свою діяльність такі фармацевтичні компанії як: «Фармак», «Артеріум», «Дарниця», «Юрія-Фарм», «Здоров'я», «Київський вітамінний завод», «Лекхім», «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод», «Фітофарм», «БІОФАРМА ПЛАЗМА» тощо. Наявність потужної сировинної бази, висока кваліфікація кадрів дозволяє українським фармацевтичним компаніям виробляти продукцію високої якості. Підштовхує українських фармацевтичних компаній до експорту продукції й висока конкуренція на вітчизняному ринку.

Фармацевтична продукція українського виробництва високо котирується на міжнародному ринку. Водночас протягом тривалого часу фармацевтична продукція України успішно експортувалася до країн СНД. Нині в умовах війни в Україні та неможливості експорту до великої кількості країн, які раніше була партнерами виникає необхідність пошуку нових ринків збуту. Альтернативою для них можуть бути ринки Латинської Америки, фармацевтичні ринки яких активно зростають й помітний дефіцит фармацевтичної продукції власного виробництва. Тому доцільно визначити перспективи експорту української фармацевтичної продукції до країн Латинської Америки.

Для початку на рис. 2.8 наведемо динаміку обсягів експорту фармацевтичної продукції за 2016-2021 рр.

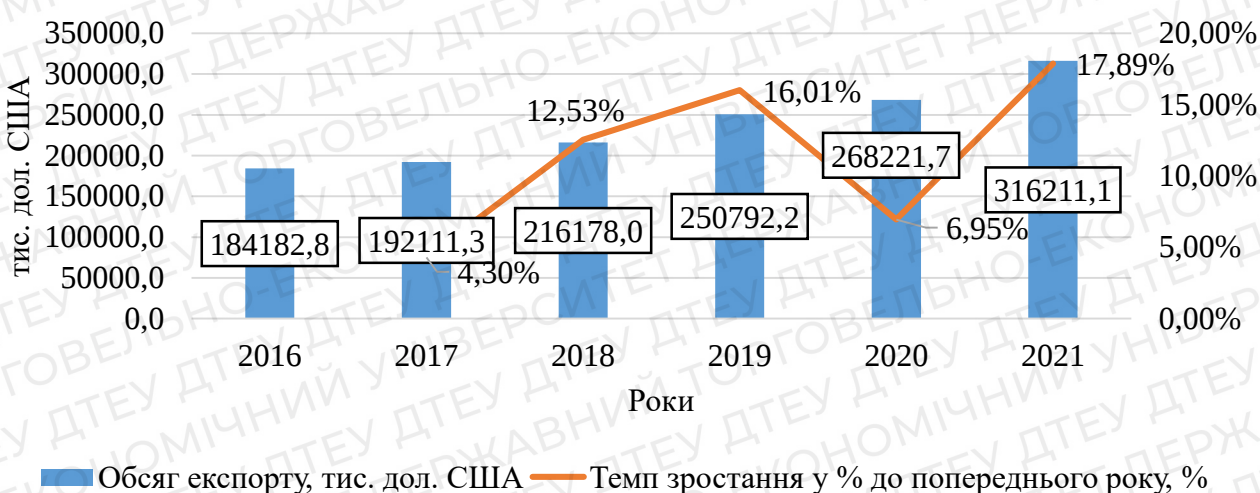


Рисунок 2.8. Динаміка обсягів експорту фармацевтичної продукції за 2016-2021 рр.

Джерело: побудовано автором на основі даних [9]

Динаміка обсягів експорту вітчизняної фармацевтичної продукції протягом 2016-2021 рр. щорічно зростає. Це є свідченням високого рівня потенціалу даної продукції. За 2016-2021 рр. обсяг експорту фармацевтичної продукції зріс з 184182,8 тис. дол. США до 316211,1 тис. дол. США. У 2021 р. приріст обсягів експорту фармацевтичної продукції склав 17,89 % у порівнянні з попереднім роком. Фармацевтична продукція українського виробництва є експортно орієнтованою.

На рис. 2.9 наведено країни експорту української фармацевтичної продукції у 2016 та 2021 рр.

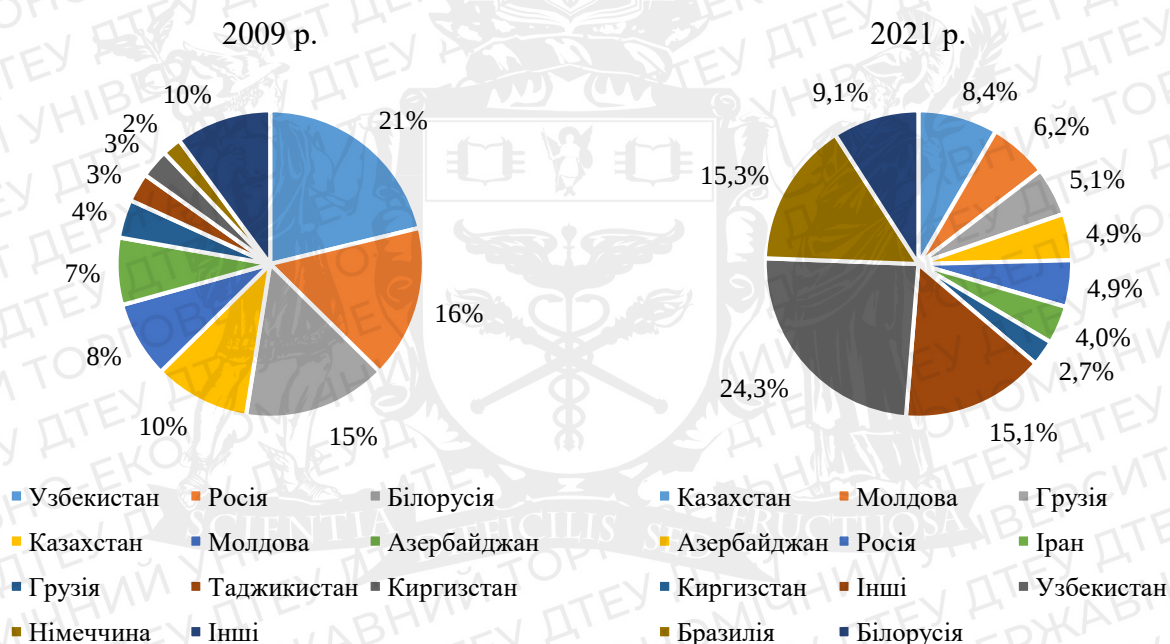


Рисунок 2.9. Країни експорту української фармацевтичної продукції у 2009 р. та 2021 р.

Джерело: побудовано автором на основі даних [9]

З наведених даних бачимо структура експорту фармацевтичної продукції українського виробництва зазнала суттєвих змін. У 2009 р. переважна більшість фармацевтичної продукції експортувалася до країн колишнього СНД. У 2021 р. через погіршення політико-економічних відносин з окремими з них, а також зміну пріоритетів державної політики, частка експорту до країн СНД зменшувалася. Зокрема, у першу чергу це стосується частка експорту до таких держав як Білорусія

та Росія. У 2021 р. на Бразилію, яка є представником Латинської Америки припадало 15,3 % експорту української фармацевтичної продукції. Географія експорту вітчизняної продукції поступово розширюється. Українські фармацевтичні компанії освоюють нові міжнародні ринки, одними з них є ринки Латинської Америки.

Однією з важливих передумов експорту ліків і медичних засобів до країн Латинської Америки є велика чисельність населення у цих регіонах. Відомо, чим більша кількість населення, чим більша ймовірна потреба у ліках. При тому, що хворіє населення усіх вікових груп, одні частіше, інші рідше. На рис. 2.10 наведено динаміку чисельності населення Латинської Америки у 2016-2021 рр.

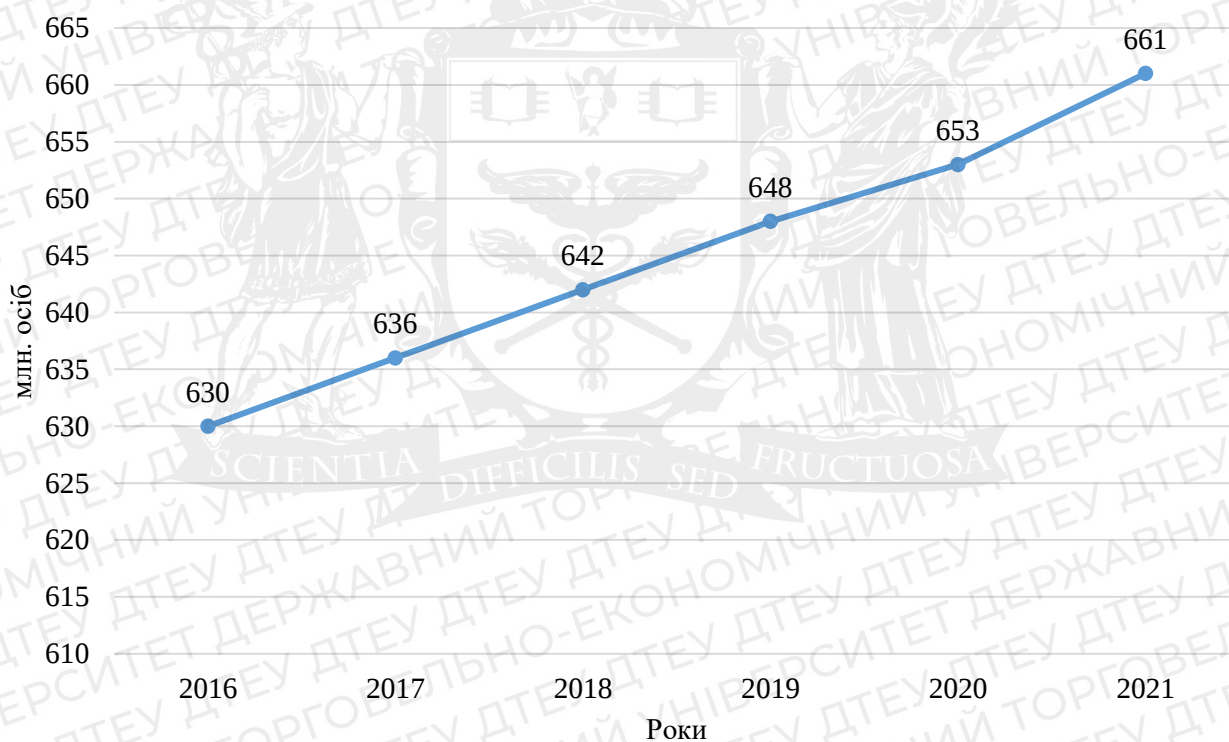


Рисунок 2.10. Динаміка чисельності населення Латинської Америки у 2016-2021 рр., млн. осіб

Джерело: побудовано автором на основі даних [27]

Згідно наведених даних бачимо, що за останні 5 років чисельність населення Латинської Америки зросла на 31 млн. осіб. Це є досить високим приростом населення. Відповідно зростає потреба в ліках, адже екологічна та епідеміологічна ситуація у цих країнах не поліпшується, виникають нові захворювання. Відтак,

вітчизняним фармацевтичним компаніям перспективно постачати свою продукцію на ринок даного регіону.

На рис. 2.11 відобразимо динаміку обсягів імпорту фармацевтичної продукції до країн Латинської Америки.

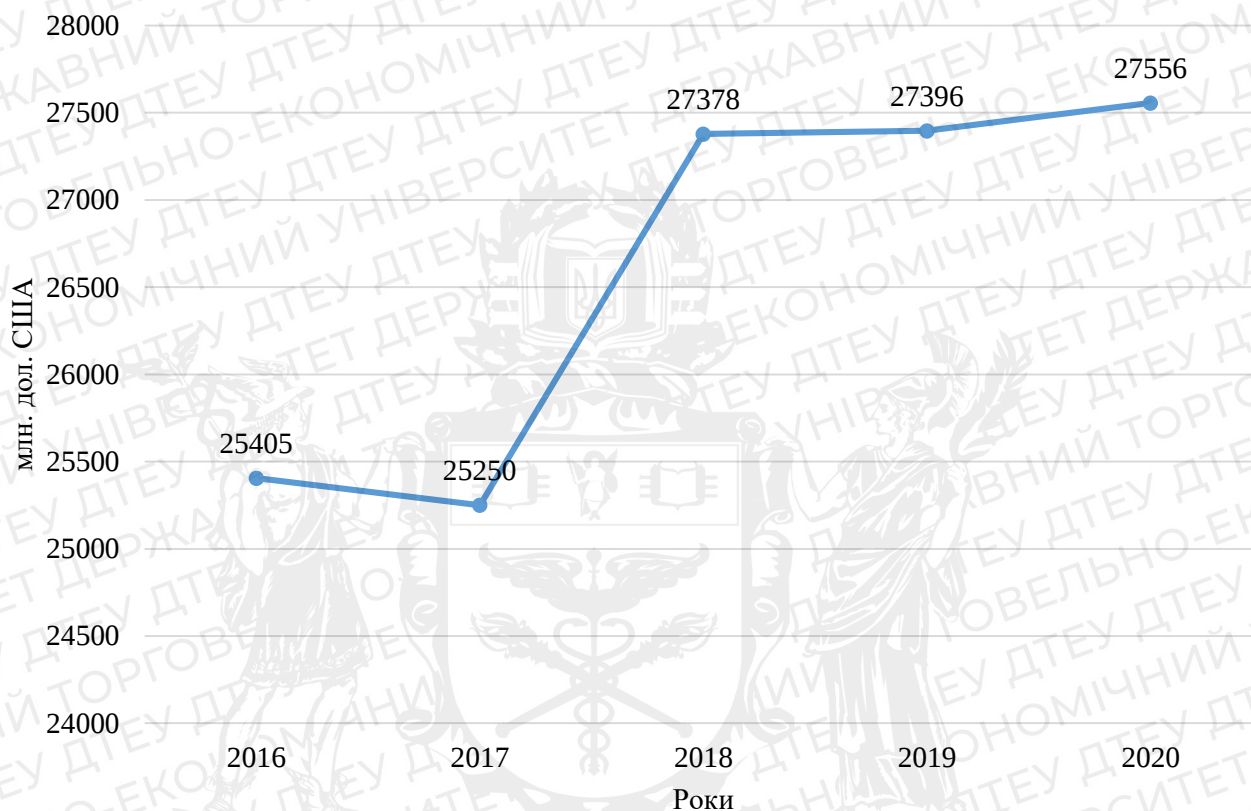


Рисунок 2.11. Динаміка обсягів імпорту фармацевтичної продукції до країн Латинської Америки у 2016-2021 рр., млн. дол. США

Джерело: побудовано автором на основі даних [33]

З наведених даних можемо бачити, що обсяги імпорту фармацевтичної продукції до країн Латинської Америки щорічно зростають, за виключенням 2017 р. Це підтверджує тезу щодо зростання потреби у країн Латинської Америки в імпорті фармацевтичної продукції.

Слід зазначити, що Латинська Америка динамічно розвивається. Сукупний ВВП регіону – близько 9 трлн дол. США, що становить більше половини економіки Євросоюзу та понад 8 % загальносвітового ВВП.

На рис. 2.12 наведемо приріст/спад споживання у встановлених добових дозах в окремих країнах Латинської Америки.

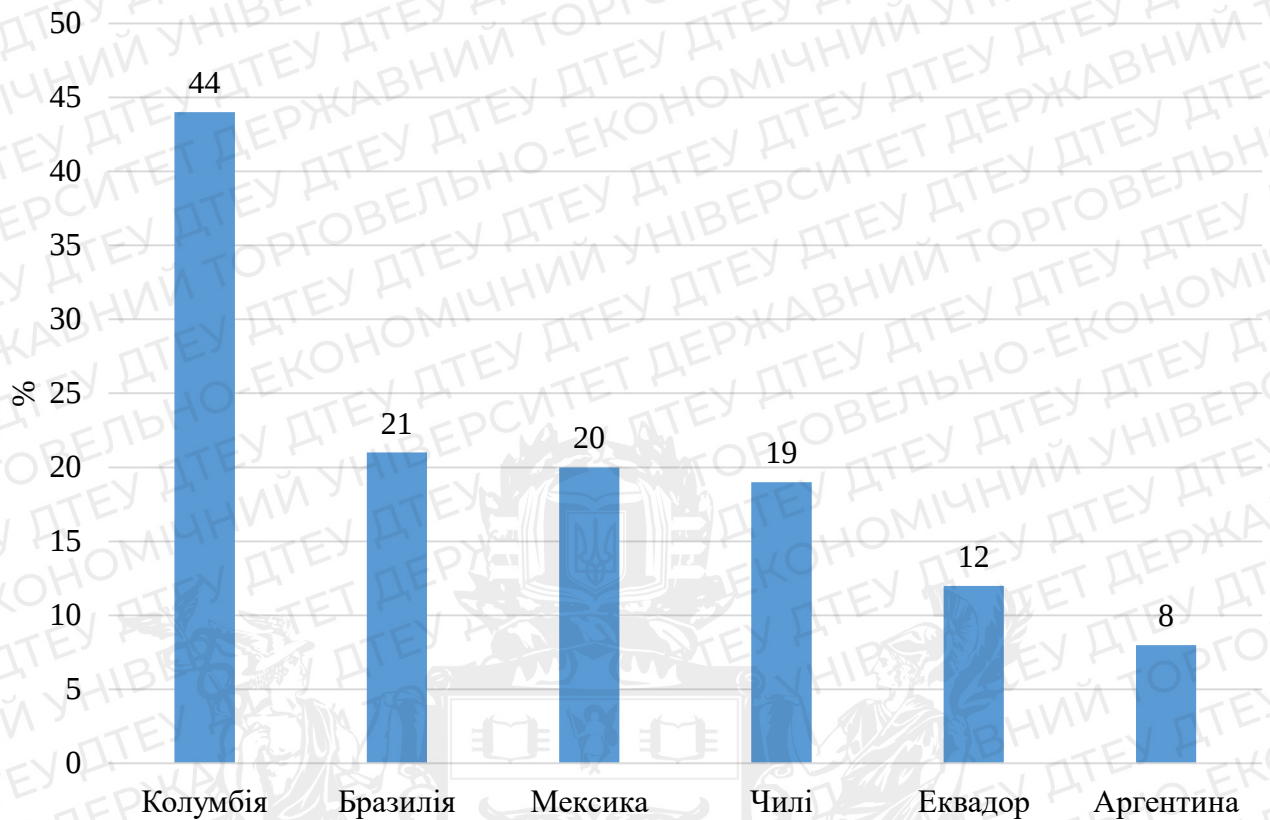


Рисунок 2.12. Приріст/спад споживання у встановлених добових дозах в окремих країнах Латинської Америки

Джерело: побудовано автором на основі даних [21]

У основних країнах Латинської Америки помітне зростання споживання у встановлених добових дозах фармацевтичної продукції. Згідно даних найбільший приріст споживання даного виду продукції припадає на Колумбію, яка показує приріст у 44 %. На другій позиції знаходиться Бразилія з приростом у 21 %, а на третьому Мексика з приростом 20 %. Таке стрімке зростання споживання лікарських засобів у країнах Латинської Америки зумовлене їх економічним розвитком, інтеграцією у світовий економічний простір, що дозволило полегшити доступ фармацевтичної продукції на ринки країн Латинської Америки. Також сприяє цього велика чисельність населення країнах Латинської Америки. З іншого боку екологічна ситуація в даних країнах є не найкращою, доволі часта епідемія на різні захворювання.

На рис. 2.13 наведено вартість фармацевтичної промисловості та показники експорту/імпорту лікарських засобів основних країн Латинської Америки у 2020 р.

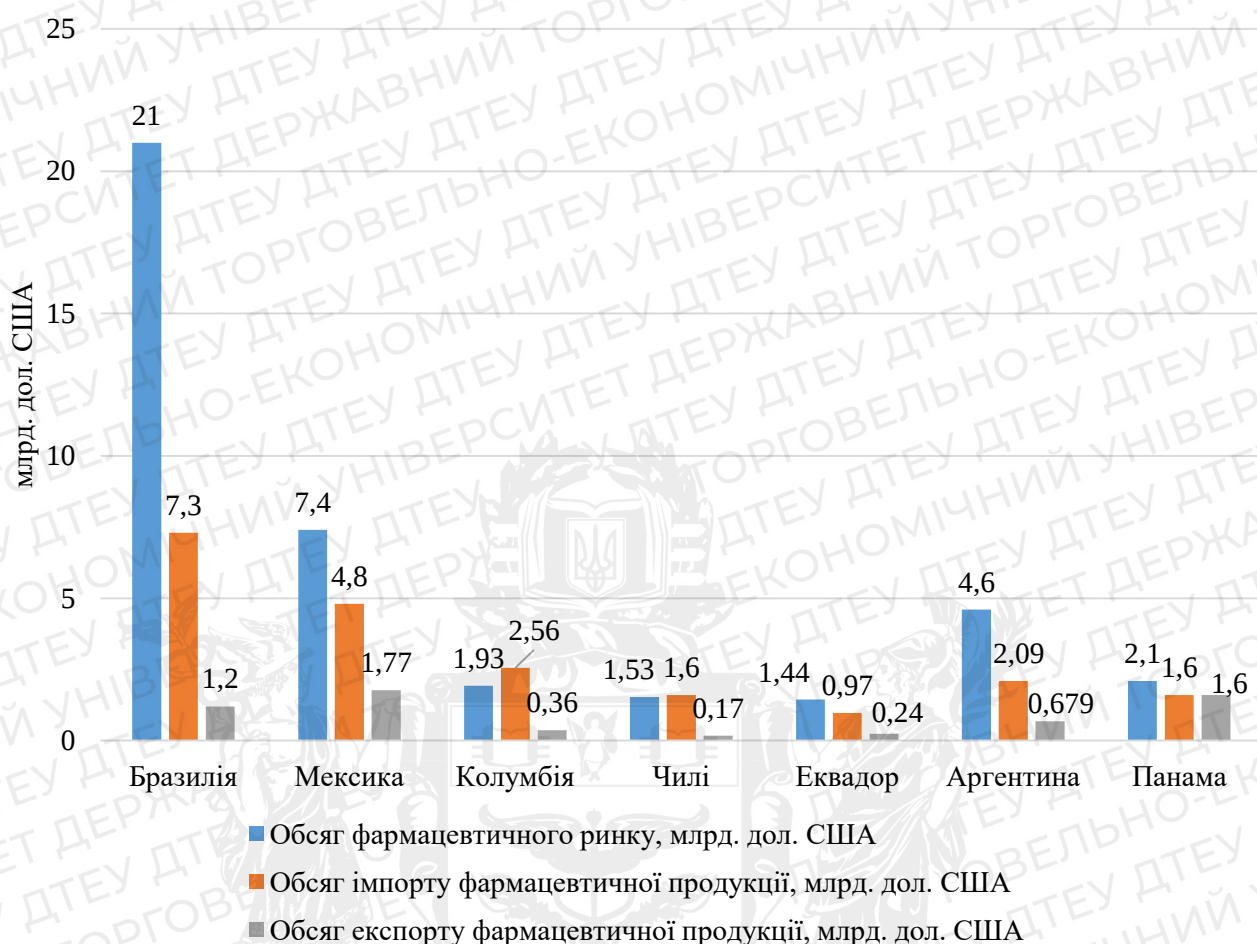


Рисунок 2.13. Вартість фармацевтичної промисловості та показники експорту/імпорту лікарських засобів основних країн Латинської Америки у 2020 р.

Джерело: побудовано автором на основі даних [30]

Найбільший обсяг фармацевтичного ринку має Бразилія у розмірі 21 млрд. дол. США, який майже у три рази більший від ринку Мексики, який має вартість у 7,4 млрд. дол. США. На третій позиції за величиною знаходиться Аргентина з вартістю фармринку в 4,6 млрд. дол. США. У 2020 році Мексика була країною Латинської Америки, яка показала найвищу вартість фармацевтичного експорту – понад 1,77 мільярда доларів США. У той же час Бразилія була країною з найвищою вартістю імпорту фармацевтичних препаратів того року – майже 7,3 мільярда доларів США. Торговельний баланс південноамериканської країни за 2020 рік склав дефіцит у розмірі 6,11 мільярда доларів США. В цілому фармринки країн

Латинської Америки є дефіцитним та значно залежить від обсягів експорту з інших країн.

Слід зазначити, що серед українських фармкомпаній, які освоїли ринок Латинської Америки є «Фармак», яка успішно реалізовує уже продукцію до Мексики, Перу, Колумбії, Чилі, Панами, Болівії та інших латиноамериканських країн. Для виходу на фармринок Латинської Америки важливим є: висока якість продукції, адаптивна бізнес-модель, глибокі знання місцевої ринкової кон'юктури, відповідність лікарських засобів міжнародним стандартам тощо.

Основними гравцями на фармринку Латинської Америки є такі компанії як: Aché Laboratorios SA, Hypera, Pharma, Sanofi México, Roemmers, Pfizer, Bayer та інші компанії. Перші п'ять компанії є латиноамериканськими місцевими, які утримують позицію лідера, інші є найбільшими експортерами на ринок Латинської Америки. В цілому фармринок Латинської Америки є досить конкурентним. Для українських фармацевтичних компаній ринок Латинської Америки є досить перспективним, на ньому є можливість реалізовувати продукцію по більш високим цінам, а ніж на вітчизняному. Європейський ринок є перенасиченим лікарськими засобами та зростає низькими темпами. Тоді, як фармринок Латинської Америки є не до кінця освоєним та має резерви до зростання.

Попит на ліки буде завжди, оскільки вони потрібні для того, щоб жити. Важливим обмежувальним фактором виступає ціна, на яку звертає уваги кожен мешканець планети. Ліки – це той продукт, на який ціна постійно зростає. Процес ціноутворення є досить складним та залежить від великої кількості факторів. Для фармкомпанії важливо, щоб ціна на вироблену продукцію покрила усі витрати, а також принесла певний прибуток. У загальному ціна на фармпродукцію включає витрати фармацевтичної компанії на її виробництво та торговельну націнку (певний відсоток, що дозволяє отримати прибуток). Витрати фармацевтичної компанії включають витрати на сировину, оплату праці, сплату податків, мита, оплату ліцензії, маркетингові витрати. Також при визначенні кінцевої ціни на продукцію великий вплив мають посередники: оптові фірми та аптеки. Зокрема, якщо брати до уваги Україну, то ціна на фармпродукцію на 69 % залежить від

виробника, 12 % – від оптового покупця та 19 % – від націнки з боку аптек. При реалізації фармпродукції кінцевому споживачу існує великий ланцюг поставок, який включає низку посередників. При визначенні кінцевої ціни фармацевтичної продукції значний вплив має існування попиту та пропозиції на ринку, поведінка споживачів та конкурентів. Існує практика, коли ціну на продукцію визначає найбільший гравець на ринку. Найбільш простим методом ціноутворення фармацевтичної продукції є витратний. За допомогою нього у ціну фармпродукції закладаються усі витрати підприємства плюс фіксований відсоток прибутку. В умовах високого рівня розвитку фармринку значну роль підіграє пропозиція на ринку. Нині фармацевтичні компанії змушені підлаштовуватися під ціни головних гравців на ринку.

Одним із факторів, що дозволили Україні розробити довгострокову стратегію, була стабільність політичної системи в більшості країн регіону за останні 30 років; українці та їх нащадки, які іммігрували до регіону наприкінці XIX ст. (проукраїнські лобі в Аргентині та Бразилії); відсутність активного збройного конфлікту між країнами, хоча це не усуває питання окремих територіальних суперечок (наприклад, останнім часом стали актуальними територіальні претензії Болівії до Чилі, Гватемали до Белізу, Венесуели та Гайани). Деякі суперечки також мають нерегіональний вимір: наприклад, претензія Аргентини на британські Мальвінські острови (Фолклендські острови); претензії Чилі та Аргентини на цей район (оголошення цього району демілітаризованою зоною досліджень). Ці обставини також слід врахувати під час вироблення нашого зовнішньополітичного курсу у регіоні та гнучко реагувати на зміну ситуації.

Країни ЛАКБ одними із перших визнали незалежність України у 1991 році (Аргентина – 5 грудня, Куба – 6 грудня) та встановили із дипломатичні відносини упродовж 1992-1993 років. Відтоді українсько-латиноамериканські відносини напружували певну договірно-правову базу.

На сьогодні у ЛАКБ діють шість дипломатичних установ України (посольства – в Аргентині, Бразилії, Кубі, Мексиці, Перу та Відділення Посольства

України в Аргентинській Республіці в Республіці Чилі). Вони забезпечують українські інтереси у 18 іспаномовних країнах регіону, у португаломовній Бразилії, англomовній Гайані та голандомовному Сурінамі. Інтересами України у 4-х англomовних островних державах Карибського басейну (Антигуа і Барбуді, Співдружності Багамських островів, Ямаїці та Трінідаді і Тобаго) опікується Посольство України у США. Таким чином, Україна встановила дипломатичні відносини із усіма 33-ма державами ЛАКБ, утім мережа наших посольських установ забезпечує наші інтереси у 25 із них. Натомість в Україні діють чотири посольства латиноамериканських країн (Аргентини, Бразилії, Куби та Мексики) [28].

Наші посольства в Аргентині та Мексиці були найефективнішими за останні роки. Їхні керівники зосереджуються не лише на роботі в країні перебування, а й на країнах, в яких вони визнані «сумісниками». У їх діяльності важливо знайти економічні ніші для української продукції, налагодити контакти з представниками місцевого бізнесу, налагодити широкі контакти з представниками правлячої еліти. Плоди їхньої роботи з протидії російській пропаганді та розвінчання «фейків» видно через постійні виступи та інтерв'ю з місцевими ЗМІ, особисті зустрічі з громадськістю та студентами вищих навчальних закладів.

Україна стала членом міжнародної Системи співробітництва фармацевтичних інспекцій (Pharmaceutical Inspection Cooperation Scheme — PIC/S). Це світовий клуб взаємного визнання фармацевтичного контролю якості і його інспектування, до якого входить близько 40 країн світу. Відповідно це полегшує процедуру експорту вітчизняної фармацевтичної продукції до країн Латинської Америки.

Також в країнах Латинської Америки застосовуються різні нетарифні бар'єри при імпорті продукції у вигляді ліценцій, спеціальних дозволів, довгих бюрократичних процедур при розгляді заявок на імпорт окремих видів продукції тощо. Серед позитивних сторін слід відзначити зняття антидемпінгового мита з всієї продукції українського виробництва, що здійснено з метою підтримки

України через війну. При експорті вітчизняної фармацевтичної продукції слід сплатити такі розміри мита [29]:

- податок на імпорт (IP) – від 10 до 35 %;
- податок на Програму соціальної інтеграції (PIS) – 2,1 %;
- внесок для фінансування соціальної захисту та інші податки (COFINS) – 9,65 %.

Всі імпортні та експортні операції в Латинській Америці мають бути зареєстровані в Інтегрованій системі зовнішньої торгівлі. Зокрема, у Бразилії такою системою є SISCOMEX, яка працює за принципом «єдиного вікна» - <http://www.siscomex.gov.br/sistema/demais-sistemas/importacao2/>, що суттєво зменшує час на оформлення та кількість документів. Адміністративні процедури експорту вітчизняної фармацевтичної продукції до країн Латинської Америки можна поділити на декілька етапів [25]:

- реєстрація імпортера в системі SISCOMEX (<http://www.portalsiscomex.gov.br/>);
- класифікація товарів згідно з Єдиною митною номенклатурою МЕРКОСУР;
- передача експортером проформи інвойса імпортеру;
- реєстрація імпортером операції в SISCOMEX;
- отримання імпоротної ліцензії, у разі необхідності (автоматично або неавтоматично);
- відправка товару експортером та направлення імпортеру всіх супроводжуючих документів;
- видача міжнародної документації та здійснення митного очищення товару;
- укладення імпортером угоди про обмін валюти з авторизованою фінансовою інституцією;
- сплата імпортних податків та зборів;
- видача імпоротної декларації.

Для підведення підсумків у табл. 2.3 проведемо SWOT-аналіз перспектив результативності експорту ліків і медичних засобів до країн Латинської Америки.

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз перспектив результативності експорту ліків і медичних засобів до країн Латинської Америки

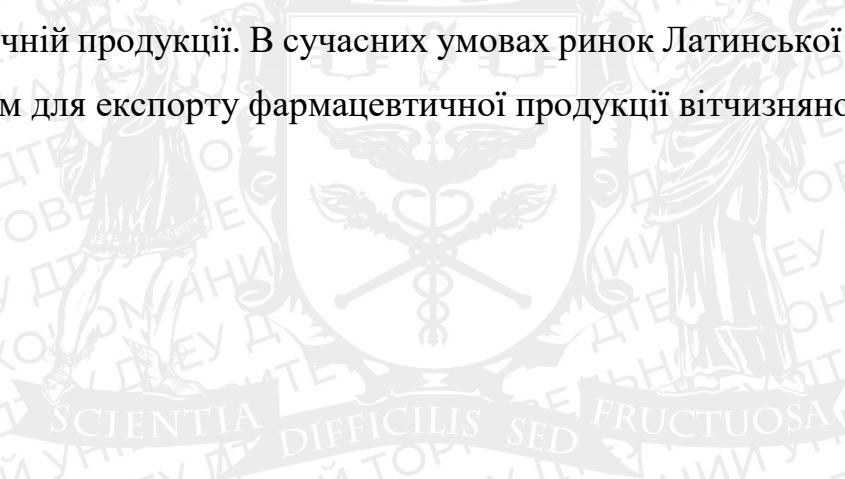
Сильні сторони	Слабкі сторони
1	2
1. Відносна недорога вартість на вітчизняну фармацевтичну продукцію, яка у 4-12 разів дешевша від іноземних аналогів 2. Доступ до сировини 3. Потужний кадровий та інноваційний потенціал 4. Розвинена фармацевтична промисловість 5. Великий асортимент лікарських засобів 6. Наявність досвіду експортера 7. Лікарські засоби відповідають міжнародним стандартам GMP 8. Активна наукова діяльність вітчизняних фармацевтичних компаній щодо випуску нових лікарських рецептур	1. Нерозвиненість бренду вітчизняної фармацевтичної продукції 2. Недостатній обсяг експорту 3. Недостатність інноваційних технологій 4. Низький рівень фінансового забезпечення 5. Високі транспортні витрати 6. Закритий доступ до морських портів
Можливості	Загрози
1. Зростання чисельності населення у країнах Латинської Америки 2. Дефіцит лікарських засобів у країнах Латинської Америки 3. Поява нових захворювань та зростання потреби у ліках від них 4. Сприяння державної влади для підтримки вітчизняних фармацевтичних компаній 5. Зменшення андидемпінгового мита щодо української фармацевтичної продукції 6. Зменшення вивізного мита 7. Створення технопарків з розробки інноваційних лікарських засобів 8. Сприяння розвитку системи охорони здоров'я у світі	1. Затяжна війна в Україні 2. Підвищення вартості сировини та енергоресурсів 3. Зростання конкуренції на ринку Латинської Америки 4. Банкрутство та ліквідація окремих українських фармацевтичних компаній 5. Втрата виробничих потужностей через війну в Україні 6. Повна та безповоротна втрата доступу до морських портів

Джерело: складено автором за даними підприємства

З результатів проведеного аналізу можемо зробити висновки про те, що існують значні перспективи для успішного експорту ліків та медичних засобів українського виробництва до країн Латинської Америки. Основними перевагами вітчизняної продукції є відносна її дешевизна з одночасно високою якістю. Для вітчизняних фармацевтичних компаній існують як можливості, так і загрози для

виходу на ринки Латинської Америки. Ці можливості фармацевтичним компаніям слід використовувати та просувати свою продукцію на ринки Латинської Америки.

Таким чином, фармацевтична продукція українського виробництва є досить конкурентоспроможною на міжнародному ринку. Вона експортується до різних країн світу. Для більшості українських фармацевтичних компаній ринок Латинської Америки є новим, але досить перспективним. Головною передумовою експорту ліків і медичних засобів до країн Латинської Америки є активний розвиток даного регіону, в плані економічного зростання. До того ж тенденція щодо зростання чисельності населення у країнах Латинської Америки сприяє збільшенню потреби у фармацевтичній продукції. При тому, що країни Латинської Америки не покривають за рахунок власного виробництва реальних потреб у фармацевтичній продукції. В сучасних умовах ринок Латинської Америки є досить привабливим для експорту фармацевтичної продукції вітчизняного виробництва.



РОЗДІЛ 3

РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ ЩОДО ЕКСПОРТУ ЛІКІВ І МЕДИЧНИХ ЗАСОБІВ ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА»

3.1. Організаційне забезпечення здійснення експорту ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» до Латинської Америки

Для подальшого розвитку ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» необхідне розширення географії продажу, що можна забезпечити за рахунок виходу на нові ринки збуту. У попередньому розділі кваліфікаційної роботи встановлено, що найбільш перспективним для експорту фармацевтичної продукції є ринок Латинської Америки. Це передусім пояснюється активним розвитком фармацевтичного ринку в даному регіоні. Тому ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» важливо освоїти новий для себе регіон Латинської Америки. При цьому слід враховувати, що зовнішньоекономічна діяльність є ризиковою, а тому слід підходити до цього процесу досить відповідально. Освоєння нового ринку слід розпочати з експорту першої партії фармацевтичної продукції й при вдалій її реалізації продовжити збільшення поставок та вихід на ринки збуту й інших країн. Найбільш привабливим для здійснення експорту фармацевтичної продукції ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є Бразилія, яка має досить ємний фармринок та імпортує значні обсяги продукції. Так, дефіцит фармацевтичної продукції на суму близько 7,3 млрд. дол. США покривається за рахунок імпорту. При цьому в Бразилії й за рахунок імпорту в недостатній кількості ліків для забезпечення ним необхідного попиту. Це обумовлено не високим рівнем розвитку власної фармацевтичної промисловості, великою чисельністю населення, а також активним розвитком економіки Бразилії. Дана країна у Латинській Америці найбільше імпортує фармацевтичної продукції та відчуває найбільший дефіцит лікарських засобів.

З урахуванням зазначеного ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» слід спочатку розпочати експорт продукції на ринок Бразилії, завоювати на ньому довіру клієнтів і після цього продовжити експансію й на фармацевтичні ринки інших країн Латинської Америки. Питання виходу на новий ринок завжди є досить чутливим, оскільки вимагає проведення значної організаційної роботи, урахування усіх можливих ризиків, а також достатнього фінансування. Важливою перевагою ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є наявність значного досвіду експортера та стабільних партнерів.

Алгоритм виходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» на ринок Латинської Америки можемо представити на рис. 3.1 у вигляді схеми.

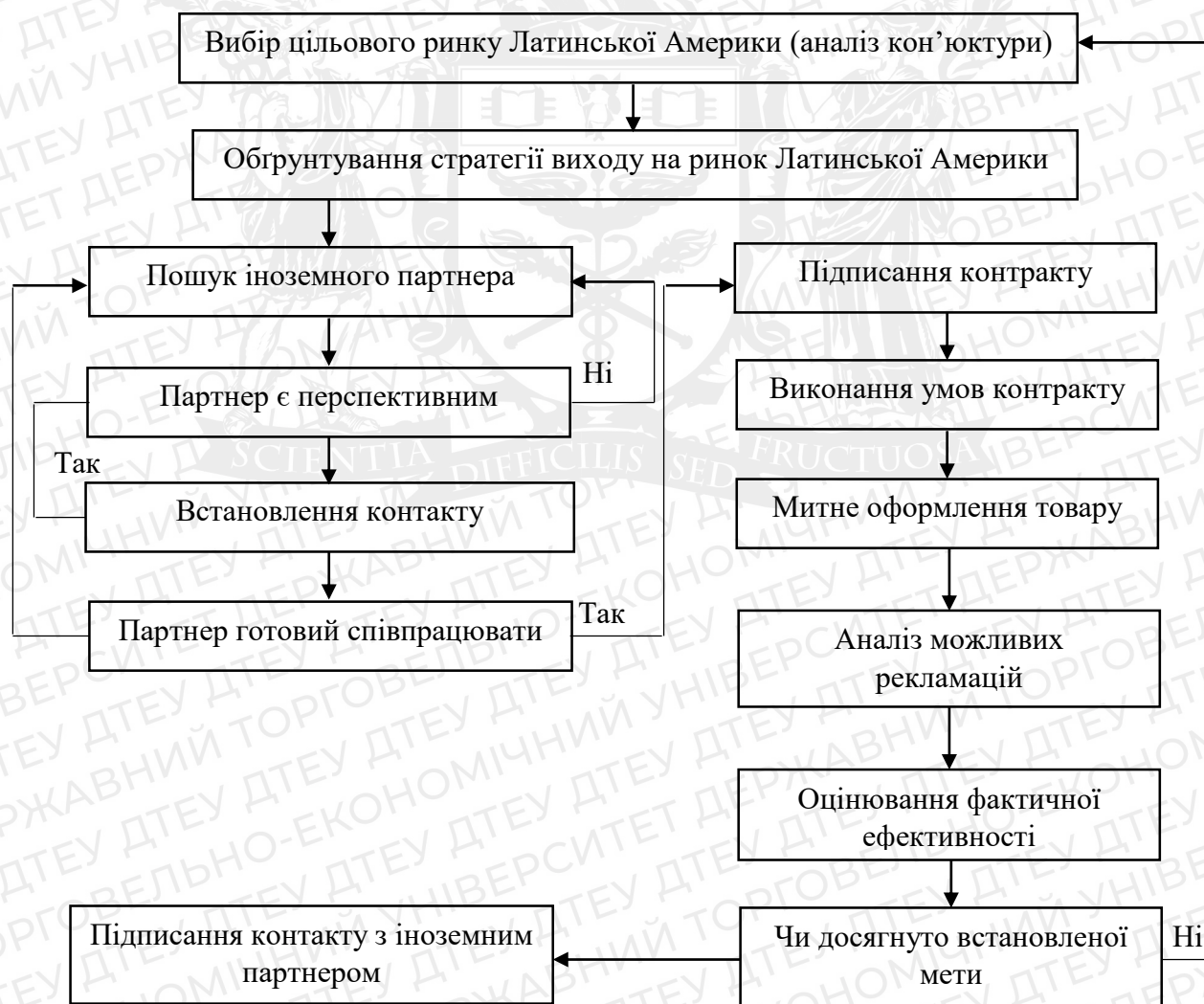


Рисунок 3.1. Алгоритм виходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» на ринок Латинської Америки

Джерело: побудовано автором на основі даних [11]

Фармацевтична продукція, яку виробляє ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є різноманітною. Експорт пропонуємо розпочати лише з одного найменування продукції, у разі успішності експорту асортимент буде розширено. У планах керівництва ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» уже є вихід на ринок Латинської Америки з продуктом Human normal Immunoglobulin (bioven mono). Цей лікарський засіб призначений для лікування захворювання, спричинених бактеріальною та вірусною інфекцією. Широкого поширення даний препарат має для лікування гепатиту А і В, вірусу герпесу, вірусу Епштейна-Барр, віспи, кору, краснухи, кишкової палички тощо. Це якраз ті захворювання, які поширені в регіонах Латинської Америки та існують випадки цілих епідемій на дані види захворювання. До того ж безпосередньо керівництво ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» та його маркетингові служби також рекомендують саме даний фармацевтичний продукт для експорту до країн Латинської Америки.

Полегшує процедуру експорту препарату Human normal Immunoglobulin (bioven mono) наявність підтверджених міжнародних стандартів якості. Україна є учасником міжнародної Системи співробітництва фармацевтичних інспекцій (Pharmaceutical Inspection Cooperation Scheme – PIC/S). Учасники даного співробітництва взаємно визнають фармацевтичний контроль та якість продукції. До чого долучилася й Бразилія. Відповідно при початку експорту препарату Human normal Immunoglobulin (bioven mono) ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» не потрібно проводити додаткові дослідження та отримувати повторні сертифікати якості. Окрім того з метою підтримки України через повномасштабну війну Бразилія зняла антидемпінгове мито з усієї продукції українського виробництва. Уряд Бразилії планує активізувати зовнішньоторговельну діяльність з Україною. Тому сама така політика та нинішні умови створюють сприятливе середовище для експорту фармацевтичної продукції ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» до Бразилії.

Далі слід визначитися з стратегією виходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» на ринок Бразилії. У міжнародній практиці фармацевтичні компанії найчастіше використовують одну з таких стратегій: прямого експорту (через власне іноземне представництво, відділ ЗЕД), непрямого експорту (франшиза, комерційні

посередники), створення спільного підприємства, а також прямого інвестування (відкриття власного виробництва на іноземному ринку). У нашому випадку обираємо стратегію непрямого експорту шляхом залучення комерційних посередників. Вибір саме такої стратегії обумовлений тим, що ринок Латинської Америки є новим для ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА». Тому товариству необхідний надійний місцевий посередник, який добре знає ринок. Інвестування у спільне підприємство чи відкриття власного виробництва вимагає значних фінансових коштів, що нині є недоцільним в умовах війни та забирає значну кількість часу для підготовки та експорту за такими стратегіями.

До того ж більшість експертів та науковців усім підприємствам при першому виходу на певний ринок рекомендують розпочинати з стратегії непрямого експорту, а уже далі при його успішності можливо переглянути стратегію та перейти на більш вищий рівень ефективності.

Визначивши стратегію виходу на ринок Бразилії та препарат для експорту далі ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» слід визначитися з посередником у питанні ЗЕД на ринку Бразилії. Так, як досліджуване товариство займається уже протягом тривалого часу експортною діяльністю, то має надійних партнерів, з якими співпрацює протягом тривалого часу. Зокрема, таким є компанія «ASP-Farmaceutica», яка є офіційним міжнародним представником ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» та взаємодії у тому числі й з країнами Латинської Америки й має там свої представництва в Бразилії та Уругваї. Пропонуємо ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» продовжити співпрацю з даним посередником зважаючи на їх тривалі відносини. З ним необхідно провести детальні переговори щодо умови співпраці, експорту продукції на ринок Бразилії, підготувати та підписати контракт.

Але для надсилання оферти обов'язковим є визначення ціни та базових умов поставки. Базові умови поставки визначаємо проаналізувавши звичні для даного товару умови у світі.

Найпоширенішим основним терміном доставки лікарських замобів є СІР (carriage and insurance paid to – «фрахт / перевезення та страхування оплачені до»). Термін СІР відноситься до доставки товару продавцем призначеному ним

перевізнику. Крім того, продавець зобов'язаний оплатити витрати, пов'язані з транспортуванням товару до зазначеного пункту призначення. Це означає, що продавець несе всі ризики та будь-які додаткові витрати після доставки товару таким чином. Однак, згідно з умовами СІР, продавець також зобов'язаний застрахувати покупця від ризику втрати та пошкодження товару під час транспортування. Тому продавець підписує договір страхування та сплачує страховий внесок. Покупець повинен враховувати, що умови СІР вимагають від продавця забезпечити страхування з мінімальним покриттям. У разі перевезення декількома перевізниками до пункту призначення передача ризику відбудеться, коли вантаж буде передано під опіку першого перевізника.

Перевізника шукає та визначає безпосередньо ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА». Необхідне постачання фармацевтичної продукції з України до Бразилії, що є досить довгим маршрутом. Тому логістичний маршрут є досить ускладнений. Спочатку перевезення вантажу буде здійснюватися спеціалізованими фурами, які розраховані на транспортування фармацевтичної продукції. Вибір щодо перевізника ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є невеликим, оскільки мала кількість транспортних перевізників, мають відповідні ліцензії та обладнані фури для перевезення лікарських засобів. Однією з таких компаній є транспортна компанія EA LOGISTIC, яка допомагає не лише з транспортування лікарських засобів, але і з розвантажувально-завантажувальними роботами. Тому послугами даної компанії й рекомендовано ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» скористатися.

Існує два альтернативних маршрути вантажного перевезення лікарських засобів ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА». Перший передбачає відправку з Білої Церкви, де власне знаходиться товариство та його склади, до морського порту Одеси, а далі на кораблях відбудеться перевезення до порту Бразилії. Водночас нині морські порти Одеси повністю заблоковані російською армією та не працюють. Тому використання такого маршруту можливе лише у разі розблокування українських портів. Альтернативним шляхом є маршрут з Білої Церкви до порту міста Клайпед (Литва). Цей варіант використовуватиметься товариство у разі продовження блокування морських портів України. Довжина

маршруту та вартість за другого варіанту є орієнтовно в 3-4 рази більшою, а ніж за першого. На рис. 3.2-3.3 наведено альтернативні маршрути вантажного перевезення фармацевтичної продукції ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА».

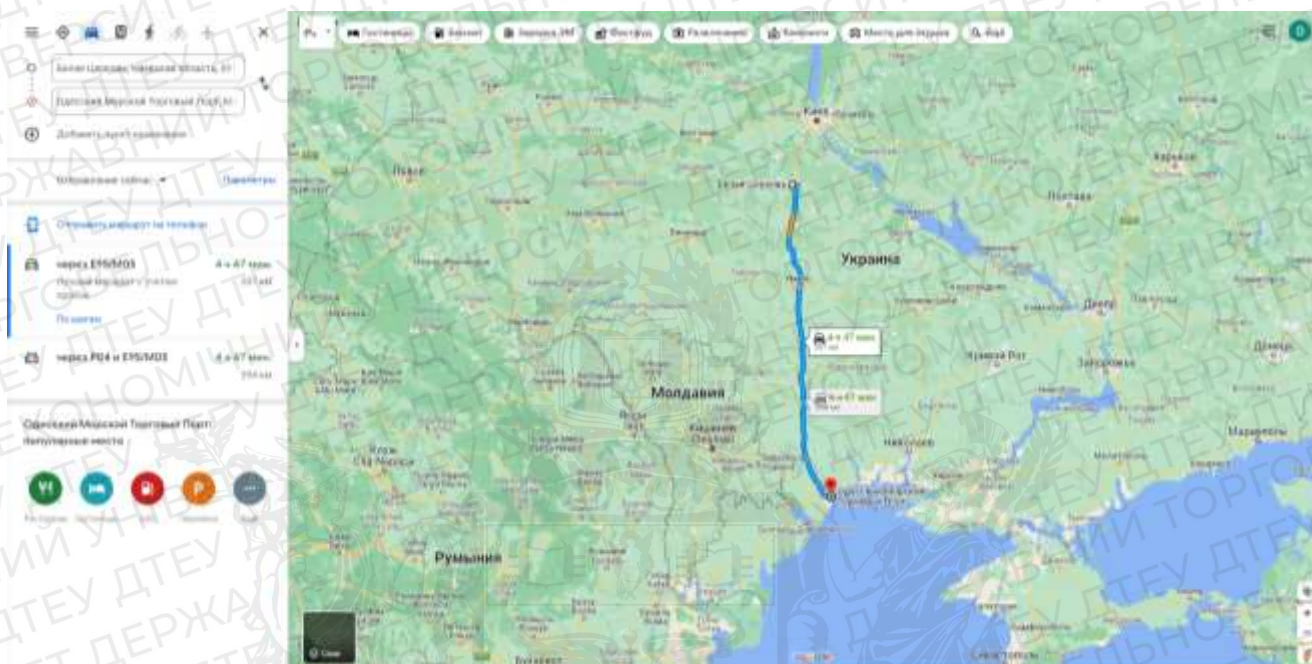


Рисунок 3.2. Альтернативний маршрут вантажного перевезення лікарських засобів ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» № 1

Джерело: побудовано автором на основі даних [16]

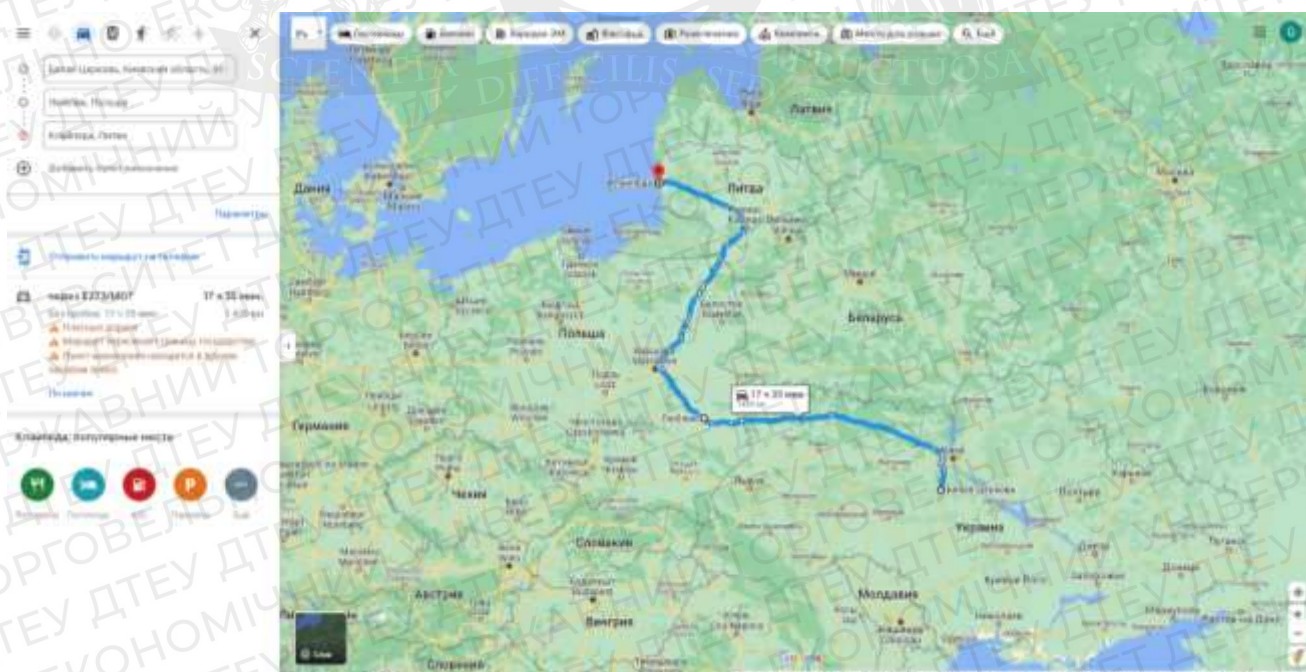


Рисунок 3.3. Альтернативний маршрут вантажного перевезення лікарських засобів ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» № 2

Джерело: побудовано автором на основі даних [16]

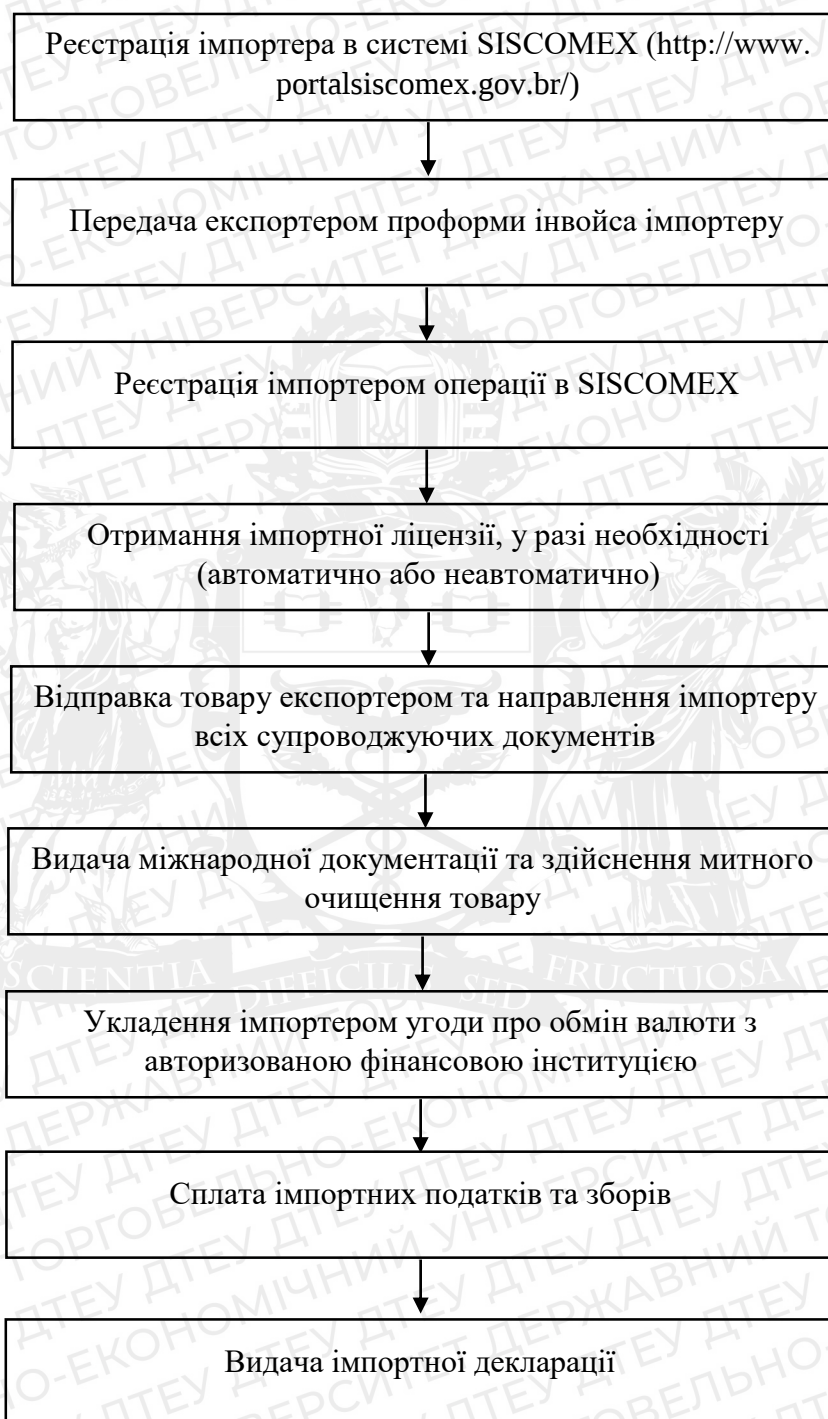
Природно, що найбільш привабливим є перший варіант перевезення, але його використання можливе лише після морського розблокування портів Одеси. На це ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» вплинути не можемо, а тому повинно мати усі можливі альтернативні шляхи. Після автомобільного транспортування надалі фармацевтична продукція розвантажується у одному з морських портів (Одеському або Клайпедському) й далі за допомогою корабля транспортується до основного місця призначення порту Ресіфі (Бразилія), де його чекатимуть представники компанії «ASP-Farmaceutica». Надалі уже компанія «ASP-Farmaceutica» буде відповідати за розвантаження продукції ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА», її розмитненням, проходженням на території Бразилії усіх дозвільних операцій та займатиметься безпосередньо реалізацією продукції. «ASP-Farmaceutica» у якості торговельного посередника буде отримувати 5 % від кожної реалізованої продукції ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА».

За базисними умовами поставки вибір компанії страхувальника входить до обов'язків ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА». Оскільки, компанія вже давно співпрацює з страховою компанією Allianz Україна, яка зарекомендувала себе надійним та стабільним страховим посередником, то і у випадку поставки товару автомобільним та морським транспортом, компанія використовуватиме послуги Allianz Україна. Страхування здійснюватиметься за умовами «Повної відповідальності». Цією умовою передбачається відшкодування збитків від повної загибелі усього або частини вантажу у випадку аварії транспортних засобів.

«ASP-Farmaceutica» на себе бере подальші витрати пов'язані з маркетингом та рекламою препарату Human normal Immunoglobulin (bioven mono), встановлення договірних відносин з аптеками, розвантаженням та перевезенням вантажу на території Бразилії, а також проходженням усіх дозвільних процедур на території країни-імпортера.

Зазначимо, що для успішної реалізації препарату Human normal Immunoglobulin (bioven mono) важливого значення матиме співпраця ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» з торговельним посередником «ASP-Farmaceutica».

Процедуру експорту фармацевтичної продукції ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» з України до Бразилії можемо схематично представити на рис. 3.4.



**Рисунок 3.3. Процедура експорту фармацевтичної продукції
ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» з України до Бразилії**

Джерело: побудовано автором на основі даних [25]

Додамо, що усі реєстраційні процедури в Бразилії здійснюються в режимі онлайн в єдиній системі SISCOMEX. Усі формальностями на території Бразилії займатиметься торговельний посередник «ASP-Farmaceutica». Своєю чергою фахівці ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» будуть займатися усіма питаннями, пов'язаними з експортом, вивезенням продукції з території України та відправлення її до порту в Бразилії. На рис. 3.1 наведемо діаграму Ганта виходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» на ринок Бразилії.

Таблиця 3.1

Діаграма Ганта виходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» на ринок Бразилії

Назва етапу (робіт)	Місяць					
	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	Листопад
Вибір цільового ринку Латинської Америки (аналіз кон'юнктури)	■					
Оцінка зовнішніх та внутрішніх можливостей	■					
Обґрунтування стратегії виходу на ринок Латинської Америки		■				
Пошук партнера з Бразилії для постачання продукції на ринок			■			
Обговорення та підписання контракту				■		
Укладання договорів з перевізником та страховиком				■		
Виконання умов контракту				■	■	
Митне оформлення товару						■
Оцінювання фактичної ефективності експорту						■

Джерело: авторська розробка

Згідно діаграми Ганта процес виходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» на ринок Бразилії триватиме 6 місяців. Він включає проведення детального аналізу кон'юнктури ринку, внутрішніх можливостей товариства, пошук партнера, укладання з ним договору, а також з перевізником та страховиком, виконання умов контракту, митне оформлення товару, а також оцінювання фактичної ефективності

експорту. Додамо, що передоплата за поставлену продукцію контрагентом буде здійснена у розмірі 30 % у вигляді авансу. Інші 70 % ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» отримає після реалізації продукції товариства на ринку Бразилії.

Здійснення зовнішньоекономічної діяльності є досить ризиковою діяльністю та вимагає наявності значних фінансових, маркетингових, виробничих, кадрових можливостей ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА». Для оцінки можливостей досліджуваного товариства використаємо бальний метод. Згідно яким буде оцінено такі складові, як: фінансові можливості, виробничі можливості, кадрові можливості, науково-технічні можливості, організаційні можливості, маркетингові можливості. Кожна з можливостей буде включати параметри, які оцінюватимуться шляхом присвоєння балів від 0 до 3 балів (0 балів – низький рівень можливостей, 3 бали – високий рівень можливостей). У табл. 3.2 проведена оцінка можливостей ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» до виходу на ринок Латинської Америки.

Таблиця 3.2

**Оцінка можливостей ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» до виходу на ринок
Латинської Америки**

Складові	Параметри	Вага	Бали
1	2	3	4
1. Фінансові можливості	6.1 Коефіцієнт абсолютної ліквідності		3
	6.2 Коефіцієнт швидкої ліквідності		3
	6.3 Коефіцієнт загальної ліквідності		3
	6.4 Фінансова стійкість підприємства		2
Підсумкова оцінка		0,25	11
2. Виробничі можливості	2.1 Ступінь використання виробничої потужності.		3
	2.2 Рівень прогресивності застосовуваних технологій.		3
	2.3 Ступінь гнучкості виробництва.		2
	2.4 Рівень оновлення основних засобів		2
Підсумкова оцінка		0,25	10
3. Кадрові можливості	3.1 Розвиненість системи мотивації персоналу.		2
	3.2 Ступінь творчої ініціативності персоналу.		2
	3.3 Рівень кваліфікації персоналу.		3
	3.4 Згуртованість колективу.		2
Підсумкова оцінка		0,1	9
4. Науково-технічні можливості	4.1 Рівень витрат на наукові розробки		2
	4.2 Ноу-хау		2
	4.3 Рівень використання розробок.		2
	4.4 Частка персоналу, яка займається науковими розробками у загальній чисельності персоналу.		3
Підсумкова оцінка		0,15	9

1	2	3	4
5. Організаційні можливості	5.1 Ступінь інноваційної спрямованості організаційної структури.		2
	5.2 Рівень відповідності організаційної культури інноваційному розвитку підприємства.		2
	5.3 Рівень компетенції керівників.		3
	5.4 Розвиненість системи інформаційного забезпечення.		3
Підсумкова оцінка		0,2	10
6. Маркетингові можливості	6.1 Раціональність використання каналів розподілу товарів.		2
	6.2 Гнучкість цінової політики.		2
	6.3 Рівень використання реклами.		2
	6.4 Ефективність системи збуту.		2
Підсумкова оцінка		0,15	8

Джерело: авторська розробка

Проведена оцінка вказує на те, що ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» володіє потужними фінансовими можливостями для розширення своєї діяльності, виходу на нові ринки збуту, збільшення обсягів виробництва. Так, фінансові можливості для виходу на ринок Латинської Америки отримали 11 балів з 12 можливих. На рис. 3.4 наведено оцінку можливостей товариства.



Рисунок 3.4. Оцінка можливостей ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» для виходу на ринок Латинської Америки

Джерело: авторська розробка

Для визначення потенціалу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» для виходу на ринок Латинської Америки скористаємося наступною формулою:

$$P_{\text{спр.}} = \sum (P_i * W_i) \quad (3.3)$$

де $P_{\text{спр.}}$ – рівень спроможності підприємства до виходу на іноземний ринок;

P_i – експертна оцінка використання і-того елементу потенціалу, бали;

W_i – коефіцієнт вагомості і-того елементу потенціалу.

$$P_{\text{спр.}} = 0,25 \times 11 + 0,25 \times 10 + 0,15 \times 9 + 0,15 \times 9 + 0,2 \times 10 + 0,15 \times 8 = 11,15$$

бала

Оцінку рівня потенціалу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» доцільно здійснювати за наступною шкалою:

- від 0 до 4,0 – низький рівень;
- від 4,1 – до 8,0 – середній рівень;
- від 8,1 до 12 – високий рівень.

Проведена оцінка показала, що ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» має високий рівень спроможності до виходу на ринок Латинської Америки – 11,15 бали. Тому внутрішній стан ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» дозволяє йому безперервно вийти на ринок Латинської Америки

Також слід враховувати, що здійснення зовнішньоекономічної діяльності є ризиковим. На її ефективність має вплив ряд ризиків внутрішнього та зовнішнього походження. Щоб визначити можливий вплив ризиків скористаємося методикою STAR (Strategic technology assessment review). Відповідно до даної системи критеріїв оцінка ризиків здійснюватиметься за допомогою експертних оцінок. Експертні оцінки дозволять визначити важливість кожного ризику для досліджуваного товариства, а також рівень їх впливу. Узагальнений результат при впливі ризиків надасть добуток важливості ризику та його оцінку. Шкала для оцінки ризиків проекту наступна:

- 0,80 – дуже сильний вплив фактору на проект;
- 0,40 – сильний вплив фактору на проект;
- 0,20 – помірний вплив фактору на проект;
- 0,10 – слабкий вплив фактору на проект;
- 0,05 – дуже слабкий вплив на проект. Оцінку рівня ризиків пропонується проводити в діапазоні від нуля до десяти.

В якості орієнтовних критеріїв можна запропонувати наступні:

- 0-1 бал – впевненість у відсутності ризику;
- 2-4 бали – впевненість скоріше у відсутності ризику, ніж у наявності;
- 5 балів – позиція щодо ризику не визначена;
- 6-8 балів – впевненість скоріше у наявності ризику, ніж у відсутності;
- 9-10 балів – впевненість у високому ризику.

У табл. 3.3 наведено оцінку рівня ризику виходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» на ринок Латинської Америки за методикою STAR.

Таблиця 3.3

**Оцінка рівня ризику виходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» на ринок
Латинської Америки за методикою STAR**

№	Фактор	Важливість фактора, 0-1	Оцінка в балах, 0-10	Оцінка з урахуванням важливості
1	Подальше розгортання війни в Україні	0,8	7	5,6
2	Втрата морських портів	0,8	7	5,6
3	Зміни у пільгових умовах оподаткування	0,4	7	2,8
4	Погіршення інвестиційного клімату	0,4	8	3,2
5	Пошкодження продукції при транспортуванні	0,8	5	4
6	Невиконання договору контрагентом	0,4	3	1,2
7	Ризик впливу сильних конкурентів	0,2	5	1
8	Нестача власних фінансових ресурсів	0,8	3	2,4
9	Брак кваліфікованих кадрів	0,8	4	3,2
10	Невиконання термінів реалізації проекту	0,4	5	2
11	Ризики переоцінки очікуваного ринкового попиту	0,2	6	1,2
12	Недооцінка рівня бар'єрів входу на ринки, в яких зацікавлене підприємство	0,2	4	0,8
13	Відсутність попиту на продукцію підприємства	0,8	3	2,4
14	Ризики неправильної оцінки стратегії виходу на ринок Латинської Америки	0,4	2	0,8
Загальна оцінка				36,2

Джерело: побудовано на основі [29]

Загальна оцінка ризиковості проекту виходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» на ринок Латинської Америки складає 36,2 балів з максимальних 112 балів. Така оцінка свідчить про не високий рівень ризику виходу на новий ринок. Це обумовлено наявністю значного досвіду ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» як відомого експортера. На ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» впливає ряд ризиків як внутрішнього, так й зовнішнього середовища. У табл. 3.4 наведено матрицю оцінки ризику проекту виходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» на ринок Латинської Америки.

Таблиця 3.4

Матриця оцінки ризику проекту виходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» на ринок Латинської Америки

		Оцінка ризику по фактору				
		[0; 1]	[2; 4]	[5]	[6; 8]	[9; 10]
Важливість фактору	0,8		8, 9, 13	5	1, 2	
	0,4		6, 14	10	3, 4	
	0,2		12	7	11	
	0,1					
	0,05					

Джерело: побудовано на основі [29]

Також у межах просування свого бренду в Латинській Америці ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» слід активізувати маркетингову діяльність. Зокрема, при умові завершення війти доцільно відвідати Бразилію, зустрітися з фармацевтичними представниками, міністром охорони здоров'я та поспілкуватися на предмет постачання фармацевтичної продукції на даний ринок. Якщо ж війна не завершиться, то такі зустрічі слід проводити у дистанційному режимі у форматі онлайн. Також ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» слід створити маркетинг-кит для просування своєї продукції на новий ринок. Для цього слід створити відеорекламу про ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА», а також єдину міні-книгу (буклет) з історією товариства, технологіями, які використовуються, останніми досягненнями,

продукцією, персоналом, реалізованими проектами, його соціальний розвиток, продуктовою лінійкою тощо. Це дозволить персоналізувати бренд ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» розповісти про свої переваги на ринку Латинської Америки.

Таким чином, з метою розширення ринків збуту запропоновано ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» вийти на ринок Латинської Америки, який є новим для досліджуваного товариства. Першочергово рекомендовано вийти на ринок Бразилії, який є найбільшим фармринком Латинської Америки та водночас і дефіцитним. У разі успішності виходу на ринок Бразилії ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» далі буде прийнято рішення щодо подальшої експансії й на інші фармринки Латинської Америки. Для виходу на ринок Бразилії обрано стратегію непрямого експорту, яка передбачає залучення торговельного посередника, а саме «ASP-Farmaceutica». Умови поставки для експорту фармацевтичної продукції обрано СІР. Такі умови покладають відповідальність щодо реалізації продукції на території Бразилії та проведення усіх операцій у даній країні на торговельного посередника «ASP-Farmaceutica».

У наступному підрозділі кваліфікаційної роботи здійснимо оцінку результативності експортної поставки до Латинської Америки.

3.2. Прогнозна оцінка результативності експортної поставки до Латинської Америки

Експортна діяльність ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» спрямована на збільшення обсягів збуту продукції та зростання на цій основі прибутку товариства. Тому важливо, щоб експорті поставки мали ефективність для товариства. Для початку розглянемо основні умови поставки продукції товариства на ринок Бразилії.

Постачання фармпродукції за контрактом здійснюється окремими партіями на підставі письмових замовлень «ASP-Farmaceutica», переданого факсом або

електронною поштою, де вказується асортимент, кількість і також термін виробництва товару (дата готовності Товару до відвантаження) для кожної окремої партії.

Базовою умовою поставки фармпродукції за контрактом є умова СІФ відповідно до Міжнародних правил тлумачення торгових термінів МТІ 2010 року («Інкотермс-2020»). ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» надає наступні документи:

- інвойс (рахунок-фактуру) – 3 оригінали із зазначенням найменування, кількості, цін, рядок оплати та загальної вартості, мова документа – англійська;
- пакувальний лист – 3 оригінали із зазначенням дати виробництва, терміну придатності, мова документа – англійська;
- сертифікат походження – 1 оригінал, 2 копія;
- сертифікат якості виданий заводом-виробником на кожну серію - 3 оригінали; мова документа – англійська;
- транспортна накладна оригіналу, мова документа – англійська;

Максимальний термін реєстрації товару в Бразилії становить 6 місяців з моменту передачі всіх необхідних документів та зразків «ASP-Farmaceutica». Усі витрати на реєстрацію товару в Бразилії несе «ASP-Farmaceutica», тоді як всі витрати на отримання реєстрації товару в державі продавця, такі як підготовка реєстраційного досьє, СФІ, зразків для реєстрації, нотаріальне засвідчення документів та вартість легалізації, будуть покриті ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА».

Валюта платежу за контрактом – долари США. Покупець оплачує ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» вартість кожної партії Товару, що поставляється, прямим банківським переказом на рахунок товариства. Ціна кожної партії товару, що поставляється на підставі кожної окремої специфікації, попередньо оплачується «ASP-Farmaceutica» у повному розмірі перед початком постачання такого Товару. Оплата провадиться на підставі рахунку, виставленого ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» протягом 10 (десяти) календарних днів з дня виставлення такого рахунку.

Податки, мита та інші витрати у зв'язку з контрактом, які повинні оплачуватись у країні продавця, несе ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА», витрати в країні покупця податки, мита, збори, несе «ASP-Farmaceutica».

Жодна із Сторін не нестиме відповідальності за повне або часткове невиконання будь-якого зі своїх зобов'язань, якщо невиконання буде наслідком таких обставин, як повінь, пожежа, землетрус та інші стихійні лиха, війни, військові дії, антитерористичні операції. на час дії відповідних обставин. Сторона, для якої створилася неможливість виконання зобов'язання, про настання, передбачуваний термін дії та припинення вищезгаданих обставин, зобов'язана негайно, проте не пізніше 10 (десяти) днів з моменту їх настання та припинення, письмово повідомити іншу сторону. Факти, викладені у повідомленні, повинні бути підтверджені Торговою (Торгово-промисловою) Палатою або іншим компетентним органом чи організацією відповідної країни. Не повідомлення або несвоєчасне повідомлення позбавляє Сторону права посилається на будь-яку вищезгадану обставину як на підставу, що звільняє її від відповідальності за невиконання зобов'язань.

Щоб визначити результативність експортної поставки до Бразилії слід визначити ймовірні доходи від цього та витрати, а після цього порівняти їх розміри. Для початку визначимо можливий обсяг збуту препарату Human normal Immunoglobulin (bioven mono). Для цього скористаємося методом стандартного розподілу ймовірностей, який базується препарату Human normal Immunoglobulin (bioven mono) на ринку Бразилії наведено у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Прогнозований обсяг збуту препарату Human normal Immunoglobulin (bioven mono) на ринку Бразилії

№	Сценарій	Експерти			Середнє значення, од.
		Директор	Комерційний директор	Менеджер ЗЕД	
1	Оптимістичний	223956	236864	216702	225840
2	Найімовірніший	152045	134245	164460	150250
3	Песимістичний	129452	120395	125153	125000

Джерело: побудовано на основі експертної оцінки

Розраховуємо прогнозований обсяг збуту препарату Human normal Immunoglobulin (bioven mono) на ринку Бразилії за допомогою формули:

$$\Pi_3 = \frac{O + 4H + \Pi}{6} \quad (3.1),$$

де Π_3 – очікуваний обсяг збуту ліків на ринку Бразилії, од.;

O – обсяг реалізації ліків на ринку Бразилії за оптимістичного прогнозу, од.;

H – обсяг ліків на ринку Бразилії за найімовірнішим прогнозом, од.;

Π – обсяг реалізації ліків на ринку Бразилії за песимістичним прогнозом, од.

Відповідно до відомих даних визначаємо прогнозований обсяг збуту:

$$\Pi_3 = \frac{225840 + 4 \cdot 150250 + 125000}{6} = 158640 \text{ од.}$$

Очікуване значення прогнозу збуту препарату Human normal Immunoglobulin (bioven mono) на ринку Бразилії складає на експертній оцінці обсягів збуту.

Прогнозна оцінка обсягів збуту

158640 од.

У табл. 3.6 проведемо розрахунок результативності експортної поставки препарату Human normal Immunoglobulin (bioven mono) на ринок Бразилії.

Таблиця 3.6

Результативність експортної поставки препарату Human normal Immunoglobulin (bioven mono) на ринок Бразилії

Показники	Механізм розрахунку	Результат
Кількість одиниць товару (Q)	-	158640
Контрактна ціна, дол. США (P)		94
Чистий дохід від реалізації, дол США	ЧД = Q × P	14912160
Курс валюти, грн/дол. США (ВК)		29,25
Виробнича собівартість одиниці виробленої продукції, дол. США (СВ)		75
Загальна виробнича собівартість, дол. США (СВз)	СВз = Q × СВ	11898000
Витрати на транспортування (Т)	6 % від загальної вартості	713880
Витрати на розвантажувально-складські роботи	1 % від загальної вартості	118980
Страховання вантажу (С)	3 % від загальної вартості	356940
Оплата послуг торговельного посередника (Оп)	10 % від чистого доходу	1491216
Загальні витрати (Взаг)	СВз = Взаг + Т + РСР + С + Оп	14579016
Ефект від експортної поставки, дол. США	Е = ЧД – СВз	333144
Економічна ефективність експортної поставки, %	ЕЕ = Е / СВз × 100 %	102,28

Проведені розрахунки показують, що експортні поставки препарату Human normal Immunoglobulin (bioven mono) на ринок Бразилії є результативними та принесуть ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» вигоду у вигляді зростання прибутку. Зокрема, згідно маркетингових даних товариства реалізація продукції на ринку Бразилії буде здійснювати за ціною у 94 дол. США, що відповідає середньоринковій ціні. Просування продукції товариства на ринку Бразилії здійснюватиме торговельний посередник «ASP-Farmaceutica». За це йому передбачатиметься згідно договору 10 % винагороди від розміру чистого доходу. Реалізація продукції товариства здійснюватиметься у Бразилії через аптечну мережу. Згідно проведених розрахунків експортні поставки препарату Human normal Immunoglobulin (bioven mono) на ринок Бразилії забезпечать ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» отримання прибутку в розмірі 333144 дол. США, що у перерахунку на гривні складе 9744 тис. грн. при курсі гривні 29,25 грн./дол. США. Відповідно економічна ефективність експортної поставки складе 102,28 %. Прогнозні розрахунки вказують на доцільність виходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» на ринок Бразилії.

Таким чином, на основі проведених розрахунків встановлено, що експортні поставки для ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є економічно вигідними. Згідно прогнозних оцінок обсяг збуту препарату Human normal Immunoglobulin (bioven mono) на ринку Бразилії передбачається у розмірі 158640 од. з відпускною ціною у 94 дол. США за одиницю препарату. Торговельний посередник отримає винагороду в розмірі 10 % від чистого доходу товариства. Загальний ефект від експортної діяльності прогнозується у розмірі 333144 дол. США, а економічна ефективність експортної поставки – 102,28 %. При цьому враховуємо, що проведені розрахунки базуються на ймовірнісному характеру, а тому існує ймовірність похибки у 2-5 %. Абсолютно точні розрахунки не можуть бути визначені через високу мінливість та невизначеність зовнішнього середовища. Водночас базові розрахунки дозволяють прогнозувати економічну ефективність від експортних поставок та виходу на ринок Латинської Америки.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Результатом проведення дослідження стало досягнення поставленої мети, а саме розробка проекту організації експорту ліків та медичних засобів до країн Латинської Америки. За результатами цього можемо зробити наступні декілька висновків.

1. Проведено оцінку виробничо-господарської діяльності, фінансового стану та сукупного доходу ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА», яке є вітчизняним підприємством, яке займається виробництвом фармацевтичної продукції. Діяльність товариства має важливе суспільне значення, оскільки його продукція рятує життя людей. Протягом 2017-2021 рр. ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є рентабельним та прибутковим підприємством. Розмір чистого прибутку товариства у 2021 р. склав 29575 тис. грн., а чистий дохід від реалізації продукції – 1114423 тис. грн. Таких високих показників товариство домоглося завдяки освоєнню нових для себе іноземних ринків та активній рекламній діяльності. У подальшому товариству слід шукати пошуки зниження операційних витрат, а також виходити на нові ринки збуту. В сукупності це забезпечить приріст прибутку досліджуваному товариству.

2. Проаналізовано експортну діяльність ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА». У ході чого встановлено, що ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є активним учасником зовнішньоекономічної діяльності. Досліджуване товариство на іноземних ринках закуповує сировину для виробництва продукції, виробничі потужності. Експортує до країн готову фармацевтичну продукцію, зокрема: Біовен, Біовен Моно, Альбумін тощо. Протягом 2017-2021 рр. суттєво збільшує обсяги експорту з 190202 тис. грн. до 571030 тис. грн. У 2021 р. ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» 51,24 % всієї реалізованої продукції припадає на зовнішні ринки збуту. Найбільші обсяги експорту припадають на країни колишнього СНД, зокрема Білорусію та Казахстан. Власне висока залежність від продажу продукції в Білорусії викликає головні ризики, так як з 2022 р. через війну товариство відмовилося продавати до даної

країни свою продукцію. Відтак, товариству слід шукати нові ринки для збуту своєї продукції.

3. Визначено основні тенденції розвитку світового ринку фармацевтичної продукції. З'ясовано, що світовий ринок фармацевтичної продукції є одним з важливих секторів, який протягом останніх років стрімко розвивається. Попит та потреба на лікарські препарати завжди існує та лише зростає. Стимулює розвиток фармацевтичної галузі зростання чисельності населення, погіршення екологічної ситуації в світі, поява нових захворювань тощо. протягом 2016-2020 рр. обсяги міжнародного фармацевтичного ринку постійно зростають. У 2020 р. він оцінювався у 1,2 трлн. дол. США, у 2025 р. прогнозується його зростання до 1,7 трлн. дол. США. Щорічні інвестиції у наукові дослідження фармацевтичної сфери сягають 150 млрд. дол. США щорічно. Найбільш розвинений фармацевтичний сектор у країнах ЄС та США, щорічно зростають обсяги експорту та імпорту фармацевтичної продукції. Досить перспективним фармацевтичним ринком є ринок Латинської Америки, який показує найбільший приріст обсягів продаж. Зокрема, у 2020 р. приріст обсягів продажу фармацевтичної продукції склав 12,1 %, що є найвищим серед усіх країн світу.

4. Оцінено перспективи результативності експорту ліків і медичних засобів до країн Латинської Америки. Встановлено, що фармацевтична продукція українського виробництва є досить конкурентоспроможною на міжнародному ринку. Вона експортується до різних країн світу. Для більшості українських фармацевтичних компаній ринок Латинської Америки є новим, але досить перспективним. Головною передумовою експорту ліків і медичних засобів до країн Латинської Америки є активний розвиток даного регіону, в плані економічного зростання. До того ж тенденція щодо зростання чисельності населення у країнах Латинської Америки сприяє збільшенню потреби у фармацевтичній продукції. При тому, що країни Латинської Америки не покривають за рахунок власного виробництва реальних потреб у фармацевтичній продукції. В сучасних умовах ринок Латинської Америки є досить привабливим для експорту фармацевтичної продукції вітчизняного виробництва.

5. Розглянуто організаційне забезпечення здійснення експорту ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» до Латинської Америки. З метою розширення ринків збуту запропоновано ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» вийти на ринок Латинської Америки, який є новим для досліджуваного товариства. Першочергово рекомендовано вийти на ринок Бразилії, який є найбільшим фармринком Латинської Америки та водночас і дефіцитним. У разі успішності виходу на ринок Бразилії ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» далі буде прийнято рішення щодо подальшої експансії й на інші фармринки Латинської Америки. Для виходу на ринок Бразилії обрано стратегію непрямого експорту, яка передбачає залучення торговельного посередника, а саме «ASP-Farmaceutica». Умови поставки для експорту фармацевтичної продукції обрано CIF. Такі умови покладають відповідальність щодо реалізації продукції на території Бразилії та проведення усіх операцій у даній країні на торговельного посередника «ASP-Farmaceutica».

6. Здійснена прогнозна оцінка результативності експортної поставки до Латинської Америки. На основі проведених розрахунків встановлено, що експортні поставки для ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА» є економічно вигідними. Згідно прогнозних оцінок обсяг збуту препарату Human normal Immunoglobulin (bioventon) на ринку Бразилії передбачається у розмірі 158640 од. з відпускною ціною у 94 дол. США за одиницю препарату. Торговельний посередник отримає винагороду в розмірі 10 % від чистого доходу товариства. Загальний ефект від експортної діяльності прогнозується у розмірі 333144 дол. США, а економічна ефективність експортної поставки – 102,28 %. При цьому враховуємо, що проведені розрахунки базуються на ймовірнісному характеру, а тому існує ймовірність похибки у 2-5 %. Абсолютно точні розрахунки не можуть бути визначені через високу мінливість та невизначеність зовнішнього середовища. Водночас базові розрахунки дозволяють прогнозувати економічну ефективність від експортних поставок та виходу на ринок Латинської Америки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12> (дата звернення: 22.04.2022)
2. Про лікарські засоби: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/123/9%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 27.04.2022)
3. Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті: Закон України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/185/94-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 26.04.2022)
4. Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності: Закон України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/351-14> (дата звернення: 25.04.2022)
5. Барзилович А.Д. Фармакологічний ринок України: динаміка розвитку та особливості регулювання. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. 2020. № 3. С. 47-52.
6. Бойко О.О. Розробка вітчизняними підприємствами стратегії виходу на нові зарубіжні ринки. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 7. С. 31-40.
7. Борис Н., Кошова С., Качур О. Державні підходи до регулювання імпорту та реєстрації лікарських засобів в Україні. *Державне управління. Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 20. С. 94-100.
8. Вихід на нові ринки. 5 ключових моделей. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/experts/2015/09/3/7037773/> (Дата звернення: 25.04.2022).
9. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 01.05.2022)
10. Діденко С. Світовий фармацевтичний ринок: оцінка пливку COVID-19 та прогноз <https://ua.news.ua/myrovoj-farmatsevticheskyj-rynok-otsenka-vlyyanyua-covid-19-u-prognoz/> (дата звернення: 28.04.2022)
11. Експортні стратегії: як українському бізнесу підкорити зарубіжного споживача. URL: <https://mind.ua/publications/20184551-eksportni-strategiyi-yak->

ukrayinskomu-biznesu-pidkoriti-zarubizhnogo-spozhivacha (Дата звернення: 23.04.2022).

12. Інкотермс-2010. URL: https://customs.uz/uploads/63a80d02-bf73-e960-34b7-5d9ba7985c7e_media_.pdf (дата звернення: 05.05.2022)

13. Латинська Америка та Карибський Басейн. <http://prismua.org.tilda.ws/lac> (дата звернення: 07.05.2022)

14. Ліпич Л.Г., Фатенок-Ткачук А.О. Стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. № 102. С. 146-151

15. Населення Сполучених Штатів Америки https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%A1%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%85_%D0%A8%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%96%D0%B2_%D0%90%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B8 (дата звернення: 25.04.2022)

16. Обзор мировой фарминдустрии. URL: https://sk-pharmacy.kz/rus/press-centr/smi_o_nas/tendenczii-mirovoj-farmindustryi (дата звернення: 06.05.2022)

17. Офіційна веб-сторінка ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА». URL: <https://biopharma.ua> (дата звернення: 15.04.2022)

18. Павленко І.В. Стратегії виходу компаній харчової промисловості України на міжнародні ринки. *«Міжнародна економічна діяльність у ХХІ столітті: механізми, форми, регулювання: зб. матеріалів студентської наук.-практ. Інтернет-конф.* Київ. 2020. С. 258-260.

19. Пальчевська Т.А., Баула О.П., Салій О.О. Маркетингові дослідження асортименту контрастних лікарських засобів, репрезентованих на фармацевтичному ринку України. *Фармацевтичний часопис*. 2020. № 1. С. 66-74.

20. Пінчук Л. Світовий фармацевтичний ринок: сучасний стан, регіональні особливості та тенденції розвитку. *Економічна та соціальна географія*. 2015. Вип. 4. С. 57-62.

21. Споживання та витрати на ліки у світі: основні тенденції та прогнози на наступні 5 років. <https://www.apteka.ua/article/609848> (дата звернення 27.05.2022)

22. Федоронько Н.І. Аналіз ефективності експортних та імпорتنих операцій. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 10. С. 43-51.
23. Comtrade. URL: <https://comtrade.un.org/data> (дата звернення: 12.05.2022)
24. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat> (дата звернення: 14.05.2022)
25. Pharmaceutical imports and exports of major Latin American countries in 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/418042/pharma-imports-and-exports-in-latin-america-by-major-country/> (дата звернення: 12.05.2022)
26. Pharmaceuticals Global Market Report 2021: COVID-19 Impact and Recovery to 2030. URL: <https://www.researchandmarkets.com> (дата звернення: 11.05.2022)
27. Population of Latin America. URL: <https://www.worldometers.info/world-population/latin-america-and-the-caribbean-population/> (дата звернення: 13.05.2022)
28. Revenue of the worldwide pharmaceutical market from 2001 to 2020. URL: <https://www.statista.com/statistics/263102/pharmaceutical-market-worldwide-revenue-since-2001/#:~:text=The%20global%20pharmaceutical%20market%20has,just%20390%20billion%20U.S.%20dollars.> (дата звернення: 10.05.2022)
29. Strategic technology assessment review. URL: <https://openminds.com/market-intelligence/executive-briefings/strategic-technology-assessment-when-why-how/> (дата звернення: 11.05.2022)
30. The Pharmaceutical Industry in Figures. URL: <https://www.efpia.eu/media/602709/the-pharmaceutical-industry-in-figures-2021.pdf> (дата звернення: 12.05.2022)
31. Top 10 Pharmaceutical Markets Worldwide. URL: https://www.iqvia.com/-/media/iqvia/pdfs/canada/2020-trends/top10worldwidesales_20.pdf (дата звернення: 12.05.2022)
32. Top ten pharma companies in 2020. URL: <https://www.pharmaceutical-technology.com/features/top-ten-pharma-companies-in-2020/> (дата звернення: 08.05.2022)

33. Trademap. URL: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c30%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c%7c1 (дата звернення: 16.05.2022)

34. Unctadstat. URL: https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx?sCS_ChosenLang=en (дата звернення: 12.05.2022)

35. Youcontrol ТОВ «БІОФАРМА ПЛАЗМА». URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/39000694/ (дата звернення: 22.04.2022)

