

## НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

В умовах швидких змін через глобалізаційні процеси та завдяки розширенню зовнішньоторговельної співпраці на міжнародній арені, все більшого значення набуває експортний потенціал, що бере свій початок на рівні підприємства.

Єдиного усталеного визначення поняття «експортний потенціал» на сьогодні не існує, однак, науковці зійшлися на думці, що даний термін в сучасних умовах інтеграції та плідної світової співпраці являє собою потенційну можливість країни чи окремої компанії експортувати вироблену чи наявну в нього продукцію закордон, таким чином розширюючи кордони.

Формування експортного потенціалу підприємства потребує обробки великого масиву інформації, її аналізу, а, відповідно, значних часових та фінансових затрат, зусиль. Управління ефективністю реалізації експортних можливостей фірми є багаторівневою системою функцій макро-, мезо- і мікросередовища з планування, організації, мотивації та регулювання, що спрямована на збільшення обсягів експорту підприємства у вартісному та натуральному вираженні [2, с. 230].

Якщо оцінювати світовий ринок за критерієм перспективності розвитку експортного потенціалу компаній-представників напрямку, то, на думку багатьох експертів, лідерство у даному переліку отримує саме фармацевтична галузь.

Прогнози щодо розвитку ринку ліків є досить амбітними – зростання 3-6% щорічно. Очікується, що до 2025 року глобальний ринок фармацевтичних препаратів зросте до 1,59 трильйона доларів США (станом на 2020 рік – 1,27 трильйона доларів США). Така зміна пов'язана переважно із реорганізацією діяльності компаній і поступовим відновленням після руйнівних наслідків пандемії COVID-19, що спровокувала впровадження різних обмежувальних заходів, серед яких: соціальне дистанціювання, віддалена робота та часткове закриття комерційної діяльності, що також призвело до операційних проблем. При цьому, варто зауважити, що оборот підприємств у грошовому вираженні зростає швидше, ніж в натуральному, що обумовлено появою чималої кількості дорогих препаратів [3].

Отже, фармацевтика входить до переліку найбільш швидкозростаючих напрямків. Експортний потенціал виробників лікарських засобів існує та потребує подальшого нарощування, адже попит на препарати та інші фармпродукти серед населення невпинно зростає.

Загалом, правильність використання фірмою експортних потужностей відображає характерну для компанії поведінку щодо використання її ресурсів і можливостей у міжнародному контексті в певний момент часу. Аналіз ефективності експортної стратегії визначає ступінь зацікавленості підприємства у виході на світовий ринок, дозволяє обґрунтувати певні позиції щодо купівлі-продажу обраної продукції в рамках стратегічних дій топ-менеджменту. Від вибору зарубіжного ринку збуту значною мірою залежить ефективність зовнішньоторговельних дій, зокрема експорту. Фармацевтичні компанії під час планування своєї міжнародної діяльності мають здійснювати відбір найбільш перспективних іноземних ринків з урахуванням потенційної реалізації стратегії їх майбутнього розвитку. Однак, через відмінності ринків та умов входження фірми в країну для продажів лікарських засобів неможливо або неефективно розвивати кожне обране місце збуту за допомогою єдиної стратегії. У зв'язку з цим розробка методики оцінки ефективності стратегії розвитку експортного потенціалу підприємства є інструментом для обрання «правильного» ринку на початковому етапі роботи фірми та забезпечить подальше успішне функціонування компанії у глобальному колі [1, с. 75].

На думку деяких вітчизняних науковців, показники, що допомагають оцінити експортний потенціал фірми можна розділити на чотири групи:

- абсолютні показники: обсяг експорту, сума накладних витрат на експорт, кількість рекламаций, середній залишок коштів;
- відносні показники: вартісний, натуральний і кількісний показники, коефіцієнти виконання зобов'язань з експорту, середня тривалість обороту експорту, повернення коштів від експорту;
- структурні показники: товарна та географічна структури експорту, структура накладних витрат на експорт;

– показники ефективності: валютна ефективність експорту, повернення коштів від експортних операцій.

Група американських вчених використовувала інший підхід для оцінки стратегії нарощування експортного потенціалу. Зокрема, команда науковців виокремила 42 різні показники ефективності, 23 з яких були економічними, 14 – неекономічними, а решта мали загальний характер (див. табл. 1).

Таблиця 1 – Оцінка експортного потенціалу

Група показників	Підгрупа показників	Показники
Економічні	Пов'язані з продажами	- обсяг експортних продажів; - зростання частки експортних продажів; - інтенсивність експортних продажів продукту; - експортні продажі на одного працівника; - повернення інвестицій за рахунок експорту; - зростання рентабельності експортних продажів.
	Пов'язані з прибутком	- рентабельність експорту; - зростання прибутковості від експорту; - коефіцієнт прибутку від експорту; - маржа експортного прибутку; - внесок експорту в прибуток.
	Пов'язані із часткою ринку	- частка експортного ринку; - зростання частки ринку експорту.
Неекономічні	Пов'язані із продуктом	- частка експортованих груп товарів; - внесок експорту в розвиток продукції.
	Пов'язані з ринком	- внесок експорту в розвиток ринку; - ринки, на яких було припинено експорт (%).
	Інше	- внесок експорту в економію масштабу; - внесок експорту в репутацію компанії; - кількість років експортування.
Загальні		- сприйнятий експортний успіх; - досягнення експортних цілей; - задоволеність результатами експорту.

*Джерело:* розроблено авторами на основі [4, с. 122]

За підсумками дослідження економістів, незважаючи на велику кількість показників ефективності експорту, лише деякі з них використовувалися часто, а саме: обсяг експортних продажів, прибутковість експортної операції та ріст частки ринку. Якщо розглянути саме фармацевтичну промисловість, то економічні показники залучаються для оцінки експортних можливостей найчастіше, а неекономічні та загальні індикатори з'являються у звітах фармацевтичних компаній значно рідше.

Слід звернути увагу на ще одну методику для оцінювання експортного потенціалу в сучасних умовах функціонування бізнесу, що є найбільш популярною серед підприємств не тільки фармацевтичної галузі. Потенціал фірми до експорту можна оцінити за допомогою параметрів, що зможуть надати відповідь на найбільш поширені питання, які постають у центрі прийняття рішень, зокрема: темпи зростання експорту, рентабельність продукції, реалізованої на експорт, рентабельність продажів на зовнішньому ринку, конкурентоспроможність продукції закордоном. Завдяки систематизації показників зовнішньоекономічної діяльності підприємства можна повноцінно розкрити його потенціал та віднайти сигнали, які дадуть зрозуміти, що саме потрібно робити компанії для підвищення ефективності зовнішньоторговельних процесів та вдосконалення самої експортної стратегії.

Оцінювання експортного потенціалу необхідне для обґрунтування пропозицій про продаж і закупівлю фармацевтичної продукції, для вибору варіантів зовнішньої торгівлі, і навіть для оцінки результатів проектів, що розраховані на тривалу перспективу і мають велике значення для розробки загальної стратегії розвитку фірми. Підходів до визначення експортних можливостей підприємства існує багато, так само як і є чимала кількість показників, що допомагають оцінити роботу компанії. Однак, кожен фармацевтичний виробник обирає методику індивідуально, враховуючи закладені в стратегію цілі та подальші наміри реалізації плану.

#### Література:

1. Малярець Л., Кобійчук В. Діагностика ефективності експортно-імпоротної діяльності підприємства. *Чорногорський економічний журнал*. 2021. №17 (1). С. 71-83.
2. Мельник О. Експортний потенціал підприємства: сутність і методологічні основи аналізу. *Проблеми економіки*. 2017. №1. С. 226-231. URL: [https://www.problecon.com/export\\_pdf/problems-of-economy-2017-1\\_0-pages-226\\_231.pdf](https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-1_0-pages-226_231.pdf) (дата звернення: 04.11.2022).
3. Шелепко С. Майбутнє Великої Фарми: розвиток світової фармацевтичної індустрії. *Аптека Online*. 2022. №30-31. URL: <https://www.apтека.ua/article/386883> (дата звернення: 09.11.2022).
4. Федоронько Н. Аналіз ефективності експортних та імпорتنних операцій. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. №10. С. 120-124. URL: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/26.pdf>. (дата звернення: 10.11.2022).