

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра міжнародної економіки**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

**«ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ
ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ НА РИНКАХ КРАЇН, ЩО
РОЗВИВАЮТЬСЯ»**

Студентки II курсу заочної форми
навчання спеціальності 051 «Економіка»
освітньо—професійної програми
«Міжнародна економіка»
Мойсеєнко Анни Геннадіївни

Науковий керівник:
канд. екон. наук, доцент
Шевченко Володимир Юліанович

Засвідчую, що в цій дипломній роботі
немає запозичень із праць інших авторів без
відповідних посилань

Студентка



Роботу допущено до захисту перед Екзаменаційною комісією рішенням
кафедри міжнародної економіки від «24» квітня 2025 р., протокол № 11

Завідувач кафедри _____ д-р екон. наук, проф. **Володимир ВІРЧЕНКО**

Київ - 2025

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна магістерська робота містить 95 сторінок, 14 таблиць, 3 рисунків, список літератури з 87 найменувань, 6 додатків.

Тема кваліфікаційної магістерської роботи: Інтернаціоналізація діяльності українських фармацевтичних компаній на ринках країн, що розвиваються.

Предметом дослідження є формування інтернаціоналізації українських фармацевтичних компаній та умови їх діяльності на ринках країн, що розвиваються.

Об'єктом дослідження є фармацевтичний ринок країн, що розвиваються, та міжнародна діяльність українських компаній на іноземних ринках.

Метою магістерської кваліфікаційної роботи є розробка практичних рекомендацій для українських фармацевтичних компаній щодо виходу на ринки країн, що розвиваються, з урахуванням їхніх специфічних потреб, регуляторних бар'єрів та конкурентного середовища.

За результатами дослідження розроблені практичні рекомендації щодо застосування усталених економічних зв'язків України з сусідніми країнами, які дають змогу наразі протидіяти всім негативним світовим зрушенням, на фоні світових торговельних війн, які спровоковані оновленим правлінням США, та загальною світовою економічною рецесією.

Одержані результати можуть бути використані суб'єктами господарювання для досягнення найбільш позитивного ефекту в умовах інтернаціоналізації діяльності українських фармацевтичних компаній на ринках країн, що розвиваються.

Рік виконання дипломної роботи: 2025.

Рік захисту дипломної роботи: 2025

ABSTRACT

The qualification master's thesis contains 95 pages, 14 tables, 3 figures, a list of references of 87 titles, 6 appendices.

The topic of the qualification master's thesis: Internationalization of the activities of Ukrainian pharmaceutical companies in the markets of developing countries.

The subject of the study is the formation of the internationalization of Ukrainian pharmaceutical companies and the conditions of their activities in the markets of developing countries.

The object of the study is the pharmaceutical market of developing countries and the international activities of Ukrainian companies in foreign markets.

The purpose of the qualification master's thesis is to develop practical recommendations for Ukrainian pharmaceutical companies regarding entry into the markets of developing countries, taking into account their specific needs, regulatory barriers and competitive environment.

Based on the results of the study, practical recommendations have been developed on the use of Ukraine's established economic ties with neighboring countries, which allow us to counteract all negative global developments, against the background of global trade wars provoked by the renewed US government, and the general global economic recession.

The results obtained can be used by business entities to achieve the most positive effect in the context of the internationalization of the activities of Ukrainian pharmaceutical companies in the markets of developing countries.

Year of completion of the thesis: 2025.

Year of defense of the thesis: 2025.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ.....	7
1.1 Поняття та сутність інтернаціоналізації у фармацевтичному бізнесі	7
1.2 Теоретичні підходи до розробки стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки.....	17
1.3 Форми міжнародної ринкової експансії фармацевтичних компаній	24
Висновки до розділу 1.....	30
РОЗДІЛ 2. ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ РИНОК КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ, ТА ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ.....	32
2.1 Стан фармацевтичного ринку країн, що розвиваються: тенденції, попит та ключові гравці	32
2.2 Регуляторні бар'єри та специфіка виходу на фармацевтичний ринок країн, що розвиваються.....	40
2.3 Фінансово-економічні результати та SWOT—аналіз українських компаній в процесі інтернаціоналізації.....	45
Висновки до розділу 2.....	59
РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ НА РИНКАХ КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ.....	63
3.1 Стратегія та інтернаціоналізація українських фармацевтичних компаній на ринки країн, що розвиваються.....	63
3.2 Діджиталізація, як фактор інтернаціоналізації українських фармацевтичних компаній на ринки країн, що розвиваються.....	68
3.3 Оцінка результативності інтернаціоналізації українських фармацевтичних компаній на ринки країн, що розвиваються.....	84
Висновки до розділу 3.....	92
ВИСНОВКИ.....	95
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	98
ДОДАТКИ.....	110

ВСТУП

Актуальність теми магістерського дослідження полягає в тому, що в умовах глобалізації та зростаючої конкуренції на внутрішньому ринку українські фармацевтичні компанії змушені шукати нові ринки збуту для забезпечення стійкого розвитку та зростання. Ринки країн, що розвиваються, пропонують значні можливості завдяки зростаючому попиту на медикаменти та обмеженій конкуренції від міжнародних фармацевтичних концернів. Водночас, ринки країн, що розвиваються, мають ряд специфічних бар'єрів, таких як регуляторні обмеження, митні бар'єри та відмінності в споживчих уподобаннях, що створює необхідність у детальному дослідженні стратегії виходу.

Аналіз наукових досліджень та публікацій. Питання дослідження інтернаціоналізації підприємств висвітлено у багатьох працях зарубіжних вчених, серед яких в магістерській роботі задіяні: Дж. Яхін, Дж. Йохансон, Дікен П., Л. Хакансон і П. Каппен, Г. Сантанджело, К. Меєр, Т. Кхін і Т. Ті, Г. Цянь, Л. Лі та З. Цянь, МакКорнік, С.Фермбахер, Х. Лю, J. Luo, V. Cui, Дж. Е. МакГенрі та Д.Е. Велч, А. Япраком, Т. Йосуном і Д. Четіндамаром, С. Родрігес, М. Ділеман, С. Бенгельсдюк, Т. Костова, В. Кунст, Хуанбута К., Бурапападж К., Крайсит Р., Зряморсанк Р., Ганохратана Т. [64], [78], [66], [81], [64], [84], [70], [62], [71], [73], [80], [54], [61].

Проблематика інтернаціоналізації підприємств України є предметом дослідження багатьох вітчизняних вчених, серед яких в магістерській роботі задіяні матеріали праць Андрушків Б.М., Крамар І.Ю., Погайдак О.Б., Благун І.С., Ільчук П.Г., Булкот О., Вдовиченко Ю. В., Войтко С.В., Гавриш О.А., Корогодова О.О., Гонта О. І., Гуменюк О.Г., Коломієць І. Ф., Рогач О.І., Саліхова О.Б., Сомова О., Травіна О.В., Фролова Е. Д., Хуторна М., Шаповалов О. В., Переверзева О.В. [1], [5], [8], [9], [11], [12], [13], [20], [40], [41], [43], [47], [49], [50], [73].

Об'єктом дослідження є фармацевтичний ринок країн, що розвиваються, та міжнародна діяльність українських компаній на іноземних ринках.

Предметом дослідження є формування інтернаціоналізації українських фармацевтичних компаній та умови їх діяльності на ринках країн, що розвиваються.

Метою дослідження є розробка практичних рекомендацій для українських фармацевтичних компаній щодо виходу на ринки країн, що розвиваються, з урахуванням їхніх специфічних потреб, регуляторних бар'єрів та конкурентного середовища.

Досягнення мети дослідження зумовило **необхідність постановки і вирішення таких завдань:**

- узагальнити поняття та сутність інтернаціоналізації у фармацевтичному бізнесі;
- виявити теоретичні підходи до розробки стратегії виходу на зовнішні ринки;
- дослідити моделі міжнародної експансії фармацевтичних компаній на ринку України та закордоном;
- оцінити стан та тенденції фармацевтичного ринку країн, що розвиваються;
- виявити регуляторні бар'єри та специфіку виходу на фармацевтичний ринок країн, що розвиваються;
- здійснити SWOT—аналіз можливостей та ризиків для українських компаній на ринках країн, що розвиваються;
- розробити стратегії інтернаціоналізації українських фармацевтичних компаній на ринки країн, що розвиваються;
- здійснити аналіз діджиталізації, як одного з засобів інтернаціоналізації українських фармацевтичних компаній на ринки країн, що розвиваються;
- розглянути підходи до оцінки результативності інтернаціоналізації українських фармацевтичних компаній на ринки країн, що розвиваються.

Методи дослідження: системний підхід – для визначення об'єкта та предмета дослідження; абстрактно–логічний – при теоретичних узв'язуваннях праць вітчизняних та зарубіжних вчених; методи аналізу господарської та

експортної діяльності підприємств фармацевтичної промисловості в світі та в Україні; графічний та табличний методи – при наданні наочності матеріалу дослідження.

Інформаційна база дослідження відображає перелік законодавчих та нормативних документів з організації систем інтернаціоналізації українських фармацевтичних компаній на ринки країн світу, статистична інформація Державної служби статистики України по діяльності фармацевтичних компаній при експорті, монографії та статті в науковій періодиці щодо систем інтернаціоналізації української фармацевтики на ринки країн, що розвиваються.

Теоретична значущість отриманих результатів полягає в визначенні особливостей інтернаціоналізації та її факторів і перешкод в сучасних умовах, розробки галузевих та країнових особливостей інтернаціоналізації, виявлення шляхів інтернаціоналізації українських фармацевтичних компаній з урахуванням особливостей ринків країн, що розвиваються.

Практична значущість отриманих результатів полягає в тому, що за результатами проведеного дослідження класифіковані тільки два найбільших фармацевтичних підприємства (АТ «Фармак» та ТОВ «Юрія-Фарм»), які мають всі форми інтернаціоналізації свого бізнесу за кордоном – непрямий експорт через дистриб'юторів (52 – 60 дозволів на іноземні сертифікати GMP), прямий експорт через обмежену участь підприємств в бізнесі іноземних фармацевтичних компаній (1 – 3 країни в світі), інвестиційний виробничий бізнес через придбання дозволів Іспанії та Таджикистану на будівництво власних виробничих підприємств в м. Барселона та в м. Ташкент. Усталені економічні зв'язки України з сусідніми країнами дають змогу наразі протидіяти всім негативним світовим зрушенням, на фоні торговельних війн, які спровоковані оновленим правлінням США, та загальною світовою економічною рецесією.

Апробація результатів дослідження відбулась шляхом участі у науковій конференції економічного факультету КНУ імені Тараса Шевченка „Шевченківська весна 2025” і публікація статті „Інтернаціоналізація діяльності

українських фармацевтичних компаній на ринках країн, що розвиваються” в збірнику статей “Економіка України 2025: нові вектори розвитку в умовах глобальних трансформацій” міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, 3-х розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Основний зміст роботи складає 95 стор. з розміщенням в тексті 3 рисунків та 14 таблиць, список використаних 87 джерел на 13 стор., 6 додатків на 32 стор.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ

1.1 Поняття та сутність інтернаціоналізації у фармацевтичному бізнесі

Під інтернаціоналізацією в світовій економіці розуміють зближення національних економік шляхом посилення промислової співпраці та взаємозалежності міжнародного товарообороту, руху капіталів та робочої сили між країнами світу.

Інтернаціоналізація діяльності підприємства за визначенням дослідника Коломійця І.Ф. – це будь-який вид господарської діяльності, яку воно розпочинає за кордоном, у поєднанні з діяльністю у власній країні з метою реалізації своїх довгострокових стратегічних цілей на основі використання більш сприятливих загальноекономічних, ринкових, адміністративно-правових, екологічних, географічних і соціально-політичних умов ведення бізнесу в приймаючій країні [21].

Процеси інтернаціоналізації за визначенням Дікена П. (Великобританія) – це просте розширення економічної діяльності через національні кордони, тобто, головним чином, кількісні процеси; процеси глобалізації – якісні процеси, які включають у себе не тільки поширення економічної діяльності через національні кордони, а й функціональну інтеграцію міжнародно роззосереджених видів діяльності [72].

Основні підходи до визначення поняття інтернаціоналізація узагальнені в табл. 1.1, де наведений огляд вітчизняних та іноземних дослідників щодо формування терміну «інтернаціоналізація діяльності підприємств» за даними Крамар І.Ю. [23] та Переверзьової А.В. [73].

Огляд вітчизняних та іноземних дослідників щодо формування терміну «інтернаціоналізація діяльності підприємств»

Автор дослідження	Огляд терміну «інтернаціоналізація діяльності підприємств»
Дж. Яхін, Дж. Йохансон [64]	Початковий процес терміну «інтернаціоналізації» пояснюється в роботі «Упсальській модель», в якій досліджувались відправні точки глобалізації та її еволюцію.
Дікен П. [78]	«Інтернаціоналізація» та «глобалізація» мають в світі різні основи: – процеси інтернаціоналізації – це просте розширення економічної діяльності через національні кордони, тобто, головним чином, кількісні процеси; – процеси глобалізації – якісні процеси, які включають у себе не тільки поширення економічної діяльності через національні кордони, а й функціональну інтеграцію міжнародно роззосереджених видів діяльності
Л. Хакансон і П. Каппен [66]	Розроблена модель інтернаціоналізації під назвою «модель казино». Модель виявляє низку проблем щодо інтернаціоналізації та особливості прийняття рішень серед невизначеності.
Г. Сантанджело, К. Меєр [81]	Підкреслений нелінійний та дискретний характер інтернаціоналізації, що ускладнює ведення бізнесу за кордоном.
Т. Д. Кхін і Т. Д. Ті [64]	Доведена за допомогою регресійного аналізу залежність між рівнем інтернаціоналізації і його зростанням, що відображається у підвищенні рівня зайнятості та продуктивності праці
Г. Цянь, Л. Лі та З. Цянь [84]	За рахунок співвідношення між рівнем глобалізації та розміром підприємства автори довели у своєму дослідженні, що рівень малого бізнесу в інтернаціоналізації залежить від її галузі, динаміки розвитку та обмеженості ресурсів.
МакКорнік, С.Фермбахер [70]	Доведена гіпотеза про меншу схильність малого бізнесу до інтернаціоналізації у разі досягнення піку розвитку в порівнянні з тим, що не вичерпали потенціал можливості та можливості, перспективи подальшого зростання.
Х. Лю, J. Luo, V. Cui [62]	Вивчаючи результати діяльності китайських підприємств дослідники визначили, що вищий рівень інтернаціоналізації підприємства залежить від обсягів внутрішніх інвестицій, тому чим більше китайських підприємства залежать від зовнішніх ринків, тим менше підтримки вони отримують від уряду, тому не схильні інвестувати в розвиток Китаю.
Дж. Е. МакГенрі та Д.Е. Велч [71] П. Лі	Визначили демонстрацію важкої ролі особистості в процесі інтенсифікації діяльності підприємства при інтернаціоналізації, при якому важливі особливості топ-менеджерів, включаючи знання міжнародного ринку, робочого досвіду, рівня інтернаціоналізації підприємства.
А. Япраком, Т. Йосуном і Д. Четіндармаром [73]	До вступу в новий міжнародного ринку, фірма повинна з'ясувати джерела його переваги над іншими, а для цього треба аналізувати також особливості країни, в якій визначено мотиви інтернаціоналізації підприємств: ціни на продукцію, недорога робоча сила, доступ до швидкого навчання та певні галузі розвитку.

Автор дослідження	Огляд терміну «інтернаціоналізація діяльності підприємств»
С. Родрігес, М. Ділеман [80]	Автори визначили інтернаціоналізацію як шлях до розширення автономії та незалежності, а також зменшення державного регулювання.
С. Бенгельсдюк, Т. Костова, В. Кунст [54].	Дослідники виявили вплив культури на рівень інтернаціоналізації, оскільки підприємства мають меншу ймовірність розширення до культурно віддалених місць, але якщо вони це роблять, вони віддають перевагу більше інтегруючим дочірнім компаніям шляхом передачі практики управління.
Гонта О.І. [12]	Інтернаціоналізація є фактором глобалізації, тобто «силою», що зумовлюватиме глобалізаційні процеси
Фролова Е. Д. [49]	Інтернаціоналізація, як «послідовний й організований процес збільшення міжнародної залученості компанії та пов'язані з ним зміни в організаційних формах бізнесу, процес пристосування дій компанії до міжнародного середовища, встановлення та реалізації взаємовідносин з підприємствами інших країн»
Шаповалов О. В. [50]	Інтернаціоналізація є процесом взаємопроникнення, переплетення національних економік і проведення у зв'язку із цим погодженої міждержавної економічної політики
Ільчук П.Г. [17]	Всі теорії інтернаціоналізації підприємств розбиті на п'ять груп: 1) економічні теорії; 2) виробничі теорії; 3) фінансові теорії; 4) біхевіористські теорії; 5) ресурсні теорії;
Коломієць І.Ф. [21]	Концепції управління діяльністю підприємства в процесі його інтернаціоналізації приділено формуванню соціально–економічних передумов динамічного розвитку діяльності підприємства на закордонних ринках
Крамар І.Ю. [23]	Інтернаціоналізація підприємства формується наступними 3 напрямками: 1) стратегічна мета діяльності підприємства; 2) засіб досягнення стратегічних цілей; 3) процес здійснення підприємством однієї (декількох) форм діяльності на зовнішніх ринках із врахуванням місцевих цінностей або в країні базування із залученням іноземного капіталу (фінансового, людського, ресурсного тощо), чи шляхом непрямой участі у міжнародній діяльності з метою досягнення стратегічних цілей і, як результат, досягнення синергетичного ефекту кооперації «освіта–наука–виробництво–бізнес» в межах інформаційного простору»

Джерело: побудовано за даними [23], [73]

Згідно з наведеними передумовами для «інтернаціоналізації підприємств» на макрорівні в державі за висновками Крамар І.Ю. потрібно мати наступні економічні фактори розвитку [23]:

- наявність ринкової економіки в країні;
- забезпечення позитивного сальдо платіжного балансу;

- раціональне розміщення продуктивних сил;
- перехід до інноваційно–інвестиційного характеру економіки при проведенні реформ децентралізації і недопущення деіндустріалізації країни;
- схильність до монополізації ринків олігархічними структурами;
- наявність стимулів для виробництва імпортозамінної продукції;
- високий рівень позиціонування України у міжнародних рейтингах.

Для визначення понять та сутності інтернаціоналізації у фармацевтичному бізнесі на основі аналізу компанії Laboratorios Rubió (Іспанія) проаналізуємо основні тенденції інтернаціоналізації фармацевтики у 2024 році, як основу навігації на світових ринках [83].

Особливостями інтернаціоналізації галузі в сучасних умовах, що визначатимуть діяльність фармацевтичних компаній світу на світових ринках, серед яких є наступні [83]:

- 1) Розуміння рушійних сил інтернаціоналізації фармацевтики [83].

Глобалізація фармацевтичного сектора зумовлена різними факторами. До них відносяться потреба у зростанні, пошук нових ринків та досягнення у галузі технологій. Підприємства розуміють, що з збереження конкурентоспроможності їм потрібно розширити свою присутність та межі внутрішніх кордонів.

Економічний тиск також впливає на інтернаціоналізацію, особливо коли компанії прагнуть отримати вигоду з економії виробничих витрат та розширеного доступу до пацієнтів. Стратегічні рішення тепер обертаються навколо доступу до прибуткових ринків, які пропонують сприятливі економічні умови та менш суворі правила.

Більше того, демографічні зрушення, такі як старіння населення і зростання хронічних захворювань як у розвинених, так і в країнах, що розвиваються, спонукають фармацевтичні компанії адаптувати свої стратегії. Для вирішення цих завдань часто потрібний глобальний підхід, тим самим прискорюючи тенденцію інтернаціоналізації.

На додаток до цих факторів, швидкий темп інновацій у галузі

біотехнологій та персоналізованої медицини змінює ландшафт фармацевтичного розвитку. Компанії все більше інвестують у дослідження та розробки для створення індивідуальних терапій, які відповідають конкретним потребам різних груп населення. Цей поштовх до інновацій не тільки підвищує ефективність лікування, а й відчиняє двері на нові ринки, де можуть бути представлені ці передові терапії, що ще більше стимулює необхідність міжнародної експансії.

Гармонізація регулювання у регіонах стає істотним чинником інтернаціоналізації. Оскільки країни працюють над узгодженням своїх фармацевтичних правил, компаніям легше орієнтуватися в складностях виходу на нові ринки. Ця тенденція особливо очевидна в таких регіонах, як Європейський Союз, де угоди про взаємне визнання сприяють швидшому схваленню нових ліків. Отже, фармацевтичні компанії можуть оптимізувати свою діяльність і скоротити час виходу на ринок, що робить інтернаціоналізацію більш привабливою пропозицією, ніж будь—коли раніше.

2) Переорієнтація на ринки, що розвиваються: можливості та проблеми [83].

Ринки, що розвиваються, представляють як захоплюючі можливості, так і значні проблеми для фармацевтичних компаній. Такі регіони, як Азіатсько—Тихоокеанський регіон, Латинська Америка та деякі частини Африки, є свідками швидкого економічного зростання та збільшення витрат на охорону здоров'я. Ці фактори створюють умови для запуску нових ліків та методів лікування. При зростанні зростаючого середнього класу в таких країнах, як Індія та Бразилія, це призвело до збільшення попиту на інноваційні рішення в галузі охорони здоров'я, оскільки споживачі стають більш обізнаними про свої потреби в галузі охорони здоров'я та доступні їм варіанти.

Фармацевтичні компанії розширено інвестують у нові дослідження та розробки, адаптовані до місцевих проблем охорони здоров'я, таких як інфекційні захворювання чи хронічні стани, поширені у цих регіонах.

Однак фармацевтичні компанії повинні орієнтуватися у складному

ландшафті нормативних вимог та різних рівнях зрілості ринку. Розуміння місцевих систем охорони здоров'я є важливим для розробки ефективних стратегій виходу на ринок. Культурні відмінності також відіграють вирішальну роль у тому, як продукти позиціонуються та продаються у цих регіонах. У багатьох азійських культурах традиційна медицина, як і раніше, має значний вплив, що потребує тонкого підходу, який поважає місцеві практики при впровадженні сучасних фармацевтичних рішень. Більше того, різноманітність на ринках, що розвиваються, означає, що стратегія «один розмір підходить всім» рідко буває ефективною; компанії повинні проводити ретельне дослідження ринку, щоб адаптувати свої пропозиції до конкретних потреб та переваг кожної демографічної групи.

Щоб успішно вийти на ринки, що розвиваються, компаніям слід розглянути можливість стратегічного партнерства з місцевими фірмами, які мають необхідні знання та інфраструктуру для полегшення навігації в цих унікальних умовах. Співпраця з місцевими зацікавленими сторонами не лише покращує розуміння ринку, а й допомагає у побудові довіри як з боку постачальників медичних послуг, так і з боку споживачів. Крім того, використання місцевого досвіду може прискорити процес отримання схвалення регулюючих органів та покращити канали збуту, що зрештою призведе до успішнішого виходу на ринок. Оскільки ці ринки продовжують розвиватися, потенціал зростання залишається значним, що робить для фармацевтичних компаній обов'язковим залишатися гнучкими і реагувати на динамічний ландшафт.

3) Підвищення ролі технологій у глобальних фармацевтичних стратегіях [83].

Технології трансформують фармацевтичну промисловість, особливо у сфері інтернаціоналізації. Цифрова охорона здоров'я, телемедицина та аналітика великих даних стають невід'ємною частиною глобальних стратегій.

Компанії, що використовують технології, можуть оптимізувати ланцюжки поставок, підвищити залученість пацієнтів та персоналізувати

медицину у значно більшому масштабі. Це не тільки підвищує ефективність, а й покращує відповідність та результати для пацієнтів на різних географічних ринках.

Більше того, штучний інтелект та машинне навчання дозволяють компаніям точніше прогнозувати тенденції ринку та потреби пацієнтів. Інтегруючи ці технології, компанії можуть приймати обґрунтовані рішення, знижуючи ризики, пов'язані з міжнародною експансією.

На додаток до цих досягнень, технологія блокчейна стає вирішальним фактором у забезпеченні цілісності та простежуваності фармацевтичних препаратів. Надаючи безпечний та прозорий реєстр, блокчейн може допомогти у боротьбі з підробленими ліками, що є серйозною проблемою у багатьох регіонах. Ця технологія не тільки підвищує довіру між зацікавленими сторонами, але й гарантує, що пацієнти отримують справжні ліки, покращуючи загальний стан здоров'я населення. Оскільки фармацевтичні компанії розширюють свою глобальну присутність, використання блокчейну може стати критично важливим компонентом у підтримці відповідності різним нормативним стандартам у різних країнах.

Більше того, зростання мобільних програм для охорони здоров'я революціонізує те, як пацієнти взаємодіють з постачальниками медичних послуг. Ці програми полегшують спілкування в реальному часі, дозволяючи пацієнтам ефективніше керувати своїм здоров'ям та дотримуватися планів лікування. Використовуючи дані, зібрані за допомогою цих додатків, фармацевтичні компанії можуть отримати уявлення про поведінку та уподобання пацієнтів, що дозволяє розробляти більш цільові маркетингові стратегії та продукти. Такий рівень взаємодії сприяє більш глибокому зв'язку між пацієнтами та постачальниками медичних послуг, що зрештою призводить до покращення результатів лікування та більш пацієнтоорієнтованого підходу у глобальному фармацевтичному ландшафті.

4) Адаптація до змін у регулюванні, що впливають на міжнародну експансію (інтернаціоналізацію) [83].

Нормативно — правова база значно різниться у різних країнах і може істотно вплинути на темпи інтернаціоналізації фармацевтичних підприємств. У 2024 році настало кілька ключових змін, зумовлених необхідністю підвищення безпеки пацієнтів та розширення доступу до ліків.

На деяких ринках спостерігається зрушення у бік суворіших вимог відповідності, що потребує швидшого реагування з боку компаній, які прагнуть розширення. Це може включати ретельніші клінічні випробування або підвищення прозорості у звітності про побічні ефекти.

Фірми повинні бути в курсі цих змінних правил і взаємодіяти з місцевою владою на ранніх етапах своїх планів розширення, оскільки проактивні стратегії комунікації та відповідності можуть допомогти пом'якшити потенційні затримки та привести продукцію у відповідність до місцевих стандартів.

Більше того, зростання цифрових медичних технологій та телемедицини спонукає регуляторів адаптувати свої структури для розміщення цих інновацій. Оскільки фармацевтичні компанії прагнуть інтегрувати цифрові рішення у свої пропозиції, їм доводиться орієнтуватися у складному ландшафті правил, що регулюють конфіденційність даних, кібербезпеку та ефективність цифрової терапії. Ця еволюція представляє як проблеми, так і можливості, оскільки компанії, які можуть успішно узгодити свої цифрові стратегії з очікуваннями регуляторів можуть отримати конкурентну перевагу на нових ринках.

Крім того, глобальний поштовх до стійкості впливає на зміни в регулюванні, і багато країн запроваджують суворіші екологічні рекомендації для фармацевтичного виробництва та розповсюдження. Тепер компанії повинні враховувати як ефективність і безпеку своєї продукції, а й її вплив на довкілля. Цей зсув вимагає комплексного підходу до дотримання вимог, коли компанії повинні інвестувати у стійкі методи та демонструвати свою відданість скороченню вуглецевого сліду. У результаті ті, хто активно адаптується до цих тенденцій регулювання, не тільки підвищать свою конкурентоспроможність, а

й зроблять позитивний внесок у глобальні цілі в галузі охорони здоров'я та охорони навколишнього середовища.

5) Поширення інновацій в ланцюжку поставок для глобального охоплення [83].

Глобальний характер фармацевтичного ланцюжка постачання означає, що компанії повинні постійно впроваджувати інновації для підтримки ефективності. Останні тенденції наголошують на важливості розробки гнучких та стійких ланцюжків поставок, які можуть адаптуватися до збоїв, таких як пандемії чи геополітична напруженість. Пандемія COVID—19 виявила вразливості у існуючих ланцюжках поставок, спонукавши організації переглянути свої стратегії та інвестувати у більш надійні системи, які можуть протистояти непередбаченим викликам.

Технологічні інновації в логістиці, включаючи блокчейн для прозорості та штучний інтелект для передиктивної аналітики, покращують керування ланцюжками постачання. Ці інструменти дозволяють компаніям ефективніше відстежувати продукти та забезпечувати їх цілісність протягом усього процесу дистрибуції. Крім того, інтеграція пристроїв Інтернету речей (IoT) дозволяє здійснювати моніторинг поставок у режимі реального часу, надаючи цінні дані про температуру, вологість та інші критичні фактори, які можуть вплинути на якість продукції. Цей рівень нагляду не лише допомагає підтримувати відповідність нормативним стандартам, а й зміцнює довіру зацікавлених сторін.

Інвестуючи в передові рішення для ланцюжків поставок, компанії можуть покращити свою здатність обслуговувати світові ринки з високою швидкістю та надійністю, що врешті—решт призведе до покращення надання послуг та задоволеності пацієнтів. Більше того, партнерські відносини з місцевими дистриб'юторами та постачальниками логістичних послуг можуть ще більше оптимізувати операції, забезпечуючи швидкіший час реагування та більш індивідуальні послуги для задоволення регіональних потреб. У міру того, як компанії приймають ці інновації, вони не тільки розширюють свої операційні можливості, а й сприяють стійкішому ланцюжку поставок, мінімізуючи відходи

та оптимізуючи використання ресурсів, що стає все більш важливим на сьогоднішньому екологічно свідомому ринку.

б) Вплив цифрової охорони здоров'я на інтернаціоналізацію фармацевтики [83].

Цифрова охорона здоров'я змінює фармацевтичний ландшафт та впливає на стратегії інтернаціоналізації. Зростання мобільних медичних програм, телемедичних послуг та інструментів віддаленого моніторингу розширює доступ до охорони здоров'я через кордони.

Ця еволюція спонукає фармацевтичні компанії переосмислювати свої продуктивні пропозиції та маркетингові стратегії. Інтегруючи цифрові рішення в галузі охорони здоров'я, компанії можуть підвищити залучення пацієнтів та дотримуватися місцевих переваг на різних ринках.

7) Розвиток співпраці та партнерства: шлях до успіху [83].

В умовах все більш складного глобального середовища співробітництво та партнерство стали найважливішими компонентами успішних стратегій інтернаціоналізації у фармацевтичному секторі. Компанії все частіше співпрацюють з іншими фірмами, академічними установами та постачальниками медичних послуг, щоб використовувати сильні сторони.

8) Адаптація до місцевих ринків: культурні особливості [83].

Успішна інтернаціоналізація у фармацевтичній промисловості потребує глибокого розуміння місцевих культур та поведінки пацієнтів. Компанії повинні адаптувати свої продукти, маркетингові стратегії, і така адаптація може включати адаптацію повідомлень з урахуванням місцевих мов та переконань щодо здоров'я, а також розуміння соціально—економічних факторів, що впливають на доступ до охорони здоров'я.

Залучення місцевих зацікавлених сторін, включаючи постачальників медичних послуг та пацієнтів, може дати цінні ідеї, які сприятимуть позиціонуванню продукту та стратегіям взаємодії. Розвиток культурно—компетентного підходу не лише зміцнює довіру до бренду, а й максимізує прийняття та використання фармацевтичних продуктів.

1.2 Теоретичні підходи до розробки стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки

Інтернаціоналізація світового господарства супроводжується поступовим «зникненням» економічних кордонів» між країнами, а динамічні характеристики змінюються в конкурентному середовищі одночасно зі зміною соціокультурного середовища. На сьогодні за висновками науковця Переверзевої А.В. поглиблення інтернаціоналізації для будь-якого підприємства, яке бере участь у зовнішньоекономічній діяльності є проблема виживання та забезпечення безперервного розвитку [73]. Визнаючи складність виходу на міжнародні ринки, необхідно чітко визначити рівень підприємства до залучення до світових економічних процесів. Тобто в загальному змісті, оцінка інтернаціоналізації рівень є основою для розробки стратегії діяльності на конкретному ринку [73].

В якості теоретичних підходів до виходу на глобальні ринки перед початком інтернаціоналізації слід вибрати та дотримуватися первинних моделей реалізації продукції на міжнародному ринку, який на найвищих рівнях переходить в стадію розвитку власного виробництва в іноземній державі, тобто до етапу «інтернаціоналізація підприємств» [43]:

- 1) Інтернет магазин з системою міждержавних продажів продукції та послуг.
- 2) Непрямий експорт своїх товарів в іноземну країну через іноземної компанії—посередника (дистриб'ютора).
- 3) Виробнича точка в стратегії інтернаціоналізації полягає у створенні виробничої точки в іноземній країні, в якій бізнес планує розвиватися за рахунок спільних угод чи часткових капітальних прямих інвестицій.
- 4) Застосування ліцензування та франчайзингу.
- 5) Прямий експорт при створенні іноземних дочірніх компаній для розміщення власного та місцевого виробництва;
- 6) Інвестиції в акції іноземного підприємства для часткового чи повністю

викуплених акцій вже створеної іноземної компанії;

7) Отримання права іноземної держави на будівництво на її території власного підприємства за власні кошти банківського кредиту, але цей метод потребує великих фінансових витрат.

Для оцінки можливостей підприємств до виходу на зовнішні ринки в умовах розвитку інтернаціоналізації слід провести спеціалізацію обсягів зовнішніх ринків за показниками ресурсних та фінансових можливостей розвитку:

– мають підприємства можливість інтернаціоналізації підприємств фармацевтики в розвинутих країнах світу;

– ресурсні та фінансові можливості підприємств мають можливість інтернаціоналізації тільки в країнах світу, що розвиваються.

Згідно з результатами досліджень Крамар І.Ю. при інтернаціоналізації за рахунок прямого інвестування капіталу в створення «інтернаціоналізації підприємств» за кордоном є наступні ефекти [23]:

а) позитивні ефекти мотивів використання:

– вертикальна інтеграція, що є об'єднанням ресурсів декількох країн і полягає у необхідності контролю над різними етапами проходження товару від стадії сировини до його розподілу;

– раціоналізація виробництва, що характеризується істотними розходженнями у вартості робочої сили, капіталу та сировини;

– державне стимулювання інвестицій, коли надаються певні пільги для іноземних інвесторів, що і мотивує їх до відкриття своїх філій або самостійних підприємств;

б) переваги використання прямого інвестування:

– економія витрат за рахунок більш дешевої робочої сили або сировини, за рахунок пільг, наданих іноземними урядами закордонним інвесторам, за рахунок скорочення транспортних витрат;

– створюючи робочі місця в країні-партнері, підприємство забезпечує собі тим самим сприятливіший клімат у цій країні;

– застосовуючи стратегію прямого інвестування, підприємство налагоджує глибші відносини з державними органами, клієнтами, постачальниками і дистриб'юторами країни, на ринок якої воно виходить.

За показниками досліджень науковців Благун І.С., Ільчук П.Г. на основі узагальнення існуючих підходів до визначення рівня інтернаціоналізації підприємств стверджується, що для цієї мети використовуються показники, які можна класифікувати на шість груп [5]:

- 1) базові показники;
- 2) показники, що визначаються на основі діапазону діяльності;
- 3) індекси;
- 4) показники, що визначаються на основі рівня концентрації видів діяльності;
- 5) показники, що визначаються на основі рівня диверсифікації видів діяльності;
- 6) показники, що враховують участь окремих видів діяльності у ланцюгу вартості.

До показників першої групи – базових показників оцінювання рівня інтернаціоналізації – належать показники, що визначаються на основі даних про реалізацію продукції, активи, кількість працівників, прибутковість (доходність) і податки.

Вони, розраховуються як відношення на закордонних ринках до загальної величини цих показників в діяльності підприємства [5]:

- обсягу реалізації продукції (FSTS, foreign sales as a percentage of total sales, %):
- обсягу активів (FATA, foreign assets as a percentage of total assets, %),
- обсягу кількості працівників (FETE, foreign employment as a percentage of total employment, %);

Найбільш поширеним серед базових є показник інтернаціоналізації, який базується на обсягах реалізації продукції (FSTS) [5]:

$$FSTS = \frac{FSTS_{експорт}}{FSTS_{експорт+внутр}} * 100\% \quad (1.1)$$

Цей відносний показник FSTS розраховується як відношення виручки від реалізації продукції за експортними контрактами і виручки від реалізації продукції безпосередньо на закордонних ринках до загальної величини виручки від реалізації продукції підприємства.

Аналогічно розраховуються відносні показники FATA та FETE [5]:

$$FATA = \frac{FATA_{експорт}}{FATA_{експорт+внутр}} * 100\% \quad (1.2)$$

$$FETE = \frac{FETE_{експорт}}{FETE_{експорт+внутр}} * 100\% \quad (1.3)$$

Так, на основі звіту UNCTAD [5] можна стверджувати про високий рівень інтернаціоналізації найбільших транснаціональних корпорацій світу, оскільки за розрахованими даними UNCTAD стверджує про значний рівень інтернаціоналізації провідних транснаціональних корпорацій світу:

- близько 60% їхніх активів розташовано на закордонних ринках (показник FATA);
- практично 65% виручки від реалізації продукції отримується на закордонних ринках (показник FSTS);
- понад 56% працівників зайняті на закордонних ринках (показник FETE).

Третю групу показників інтернаціоналізації формують індекси, серед яких найпоширеним показником є індекс транснаціоналізації (TNI, transnationality index, %), який використовується в роботі О.Булкот [8] та в висновках робіт ООН [5]. Показник TNI розраховується як середнє арифметичне цих трьох показників:

$$TNI = \frac{FSTS + FATA + FETE}{3} \quad (1.4)$$

Перевагами використання індексу TNI в висновках роботи О. Булкот полягає в наступному [8], [5]:

- 1) Значення цього індексу належить проміжку [0 %; 100 %]: чим вище значення TNI, тим вищим є ступінь транснаціоналізованості діяльності ТНК;

2) врахування трьох основних аспектів інтернаціоналізації підприємства, які можна виміряти: величина реалізації продукції, активи та кількість працівників;

3) Концептуальні принципи, що є основою розрахунку цього індексу, ґрунтуються на дихотомії між діяльністю ТНК на ринку країни-базування та приймаючої країни й дозволяє оцінити ступінь залучення окремої ТНК до міжнародної діяльності

4) наявність даних для визначення цього показника для найбільших транснаціональних корпорацій зокрема, даних у звіті UNCTAD [5]).

Недоліками цього індексу TNI є те, що він:

- не враховує розмір економіки країни-базування;
- не враховує ступінь концентрації іноземної діяльності ТНК (зосереджена на декількох, чи багатьох зарубіжних ринках);
- не відображає ступінь інтеграції виробничого процесу в межах загальної глобальної активності [8].

Додатково по висновкам роботи О. Булкот використовується індекс інтерналізації (Internalization Index, II), що характеризує інтенсивність закордонних операцій у розрізі кількості закордонних філій (створених шляхом прямого іноземного інвестування) [8]:

$$II = \frac{FAF}{TAF} * 100\% \quad (1.5)$$

де, FAF – кількість закордонних філій ТНК,

TAF – загальна кількість філій ТНК у світі.

Значення цього показника знаходиться в межах від 0 % до 100 %: чим вище значення II, тим вищим є ступінь іноземної активності ТНК шляхом прямого іноземного інвестування. Однак, практичний досвід свідчить, що значення II тісно пов'язане з галуззю, специфікою діяльності компанії та формою її присутності на зовнішніх ринках, які ТНК обирають для кожного ринку окремо.

Більшість досліджень, які ставлять за мету оцінювання рівня інтернаціоналізації підприємства, застосовують найпростіші підходи –

використовують базові показники для визначення рівня інтернаціоналізації (найчастіше використовується показник FSTS або показник FATA). А тому характер сучасних досліджень рівня інтернаціоналізації підприємства доволі спрощений [5].

Дослідники Благун І.С., Ільчук І.П. провели аналіз світових показників діяльності 100 світових корпорацій на ринках інтернаціоналізації для 2–х випадків [5]:

1) Аналізуються параметри показників FSTS, FATA та FETE для перших 100 корпорацій світу, що діють зі всіма країнами світу (табл. 1.2);

2) Аналізуються параметри показників FSTS, FATA та FETE для перших 100 корпорацій світу, які окремо діють з країнами з економіками, що розвиваються та країн з перехідними економіками (табл. 1.3).

Методи і моделі прогнозування в умовах є більшими, ніж обсяги діяльності на вітчизняному ринку, а отже, дослідження різноманітних аспектів управління інтернаціоналізацією підприємств є особливо актуальними.

Таблиця 1.2

Динаміка активів (FATA), виручки від реалізації продукції (FSTS) та кількості працівників (FETE) найбільших 100 корпорацій світу в 2019–2021 рр.

ПОКАЗНИК ДЛЯ 100 КОРПОРАЦІЙ СВІТУ	РОКИ			Темп приросту за 2019 – 2021 рр., %
	2019	2020	2021	
Показник FATA, %	60,92	59,21	58,84	–3,42
Показник FSTS, %	65,51	65,88	64,98	–0,81
Показник FETE, %	60,08	57,95	56,73	–5,58

Джерело: побудовано за United Nation conference [5]

Порівняння аналогічних показників найбільших корпорацій світу з найбільшими корпораціями з країн з економіками, що розвиваються, та країн з перехідними економіками, свідчить про те, що економіки, що розвиваються, та перехідні економіки не є настільки глобалізованими, а їхні підприємства менш

інтернаціоналізовані (табл. 1.6). Однак вартість активів за кордоном корпорацій з країн з економіками, що розвиваються, та країн з перехідними економіками зростає достатньо високими темпами, про що свідчить динаміка показника інтернаціоналізації FATA. Виручка від реалізації продукції на закордонних ринках становить більше 40% (показник FSTS), тож інтернаціоналізація підприємств з економік усіх типів є значною, а управління інтернаціоналізацією підприємств, насамперед стратегічне, чинить дедалі більший вплив на ефективність діяльності підприємств.

Друга група показників оцінювання рівня інтернаціоналізації деталізує діяльність підприємств на закордонних ринках. Ключовим показником цієї групи є кількість країн (регіонів) (FC, foreign countries), на ринках яких здійснює діяльність підприємство.

Таблиця 1.3

Динаміка активів (FATA), виручки від реалізації продукції (FSTS) та кількості працівників (FETE) для окремих корпорацій з країн з економіками, що розвиваються та країн з перехідними економіками у 2019–2020 рр.

ПОКАЗНИК ДЛЯ 100 корпорацій з країн з економіками, що розвиваються та країн з перехідними економіками	РОКИ		Темп приросту за 2019 – 2020 рр., %
	2019	2020	
Показник FATA, %	27,06	27,23	0,63
Показник FSTS, %	47,4	43,75	-7,7
Показник FETE, %	39,02	38,72	-0,77

Джерело:; побудовано за United Nation conference [5]

Як і у випадку групи базових показників, перевагою їхнього використання є легкий доступ до інформації, на основі якої вони визначаються (оскільки інформація щодо зовнішньоекономічної діяльності та структури підприємств, як правило, міститься у публічній звітності підприємств), а недоліком – низьке інформаційне наповнення.

1.3 Форми міжнародної ринкової експансії фармацевтичних компаній

Міжнародна ринкова експансія відбувається в різних формах залежно від галузевих та ринкових умов. Найбільші компанії мають форму транснаціональних корпорацій, мають виробництво та збут в кількох країнах.

Виникнення транснаціональних корпорацій (ТНК) є результатом розвитку об'єктивних процесів інтернаціоналізації сфери виробництва та обігу. Розвиток таких структур за визначенням науковців Войтко С.В., Гавриш О.А., Корогодова О.О., Моїсеєнко Т.Є. зумовлюється чинниками, які надають змогу максимізувати вигаш (фінансовий, виробничий, політичний, екологічний тощо) від міжнародного поділу праці й інших факторів виробництва [11].

Транснаціоналізація – це якісно новий етап інтернаціоналізації, інтеграції та глобалізації виробничо–комерційної діяльності крупних підприємств у процесі посилення світової конкуренції.

За визначенням Гарвардського університету, до транснаціональних належать компанії, що мають більш аніж шість іноземних підрозділів. За методологією ООН, про міжнародний статус компанії свідчить розмір відсотка її продажів, реалізованих поза межами країни базування материнської компанії, а також структура її активів [11].

Корпорації вважаються транснаціональними, якщо вони відповідають наступним критеріям [11]:

- кількість країн, у яких діє компанія (відповідно до різних підходів, мінімум становить від 2–х до 6–ти країн);
- мінімальна частка закордонних операцій у прибутках або продажах компанії (як правило, понад 25 %);
- володіння не менш ніж 25 % «голосуючих» акцій у трьох або більше країнах (той мінімум пайової участі у закордонному акціонерному капіталі, що забезпечує корпорації контроль над економічною діяльністю закордонного підрозділу та представляє прями іноземні інвестиції (ПІІ));

– багатонаціональний склад персоналу компанії та її вищого керівництва.

Форми міжнародної експансії фармацевтичних компаній на ринку України та за кордоном в кваліфікаційній роботі розглядаємо на прикладі аналізу роботи компаній в галузі інтернаціоналізації:

1) найбільший фармацевтичний ТНК Японії – японська фірма «Takeda Pharmaceutical Company Limited» в Україні та в світі [82];

2) розвиток фармацевтичної фірми в Польщі – польської фірми «Polpharma» в Польщі та світі [76];

3) розвиток найбільшої української фармацевтичної фірми АТ «Фармак» в Україні та Європі [36];

4) розвиток української фармацевтичної фірми АТ «Юрія–Фарм» в Україні та в Середній Азії [37];

1) Японська фірма Takeda Pharmaceutical Company Limited («Такеда») в Україні та в світі [82].

Японська фірма «Takeda» (12 місце в світі за чистим доходом від продажу препаратів) в Україні є частиною глобальної біофармацевтичної науково—дослідницької групи компаній «Takeda».

Географія присутності «Такеда» нараховує близько 80 країн світу, які структурно представлені 4 бізнес—підрозділами [82]:

— США (U.S. Business Unit)

— Японія (Japan Pharma Business Unit)

— Європа та Канада / Europe&Canada (EUCAN)

«Такеда» — це глобальна біофармацевтична ціннісно — орієнтована компанія, яка фокусує свою діяльність на розробці та дослідженні інноваційних препаратів.

Японська компанія «Такеда» має наступний розподіл ресурсів виробництва в світі [82]:

– 18 % – реалізація ресурсів виробництва в Японії;

– 50 % – реалізація ресурсів інтернаціоналізації в США;

– 20 % – реалізація ресурсів інтернаціоналізації в Європі та Канаді;

– 14 % – реалізація ресурсів непрямих експортних поставок ліків на ринки країн які розвиваються (включаючи Україну).

2) Польська фірма «Polpharma» в Польщі та в світі [75], [76];

В даний час «Polpharma» є частиною сильної міжнародної фармацевтичної групи, що пропонує сучасні препарати, субстанції та інноваційні рішення для пацієнтів та ділових партнерів з усього світу.

Центри світового досвіду фірми «Polpharma Group» в Польщі розташовані в містах [75]:

— Фармацевтичний завод POLPHARMA SA, м. Старогард—Гданський;

— Фармацевтичний завод POLPHARMA SA, виробнича філія в м. Нова—Демба;

— POLPHARMA SA Виробнича філія Duchnice;

— Фармацевтичний завод POLPHARMA SA, філія «Медана» в м. Серадз.

На сьогодні фірма «Polpharma» має 2 заводи за кордоном [76]:

— Казахстані купила компанію «Хімфарм»;

— в Росії фірма купила підприємство «Акрихін».

На сьогодні АТ «ХІМФАРМ» з торговою маркою SANTO Member of «Polpharma Group» (далі – «Компанія SANTO») є найбільшою фармацевтичною компанією в Казахстані та частиною міжнародної фармацевтичної Групи «Polpharma», яка працює на ринках Центральної та Східної Європи, на Кавказі та в Центральної Азії [78].

Власник фірми «Polpharma Group» у 2007 році в рф знайшов одну з п'яти найважливіших російських фармацевтичних компаній «Акрихін» – 70% контрольного пакета акцій коштували йому 120 млн євро [75].

З погляду репутації з 2022 року сприяло те, що «Акрихін» і «Polpharma» ніколи не входили в одну групу капіталу. Єдиною точкою контакту є сам власник «Polpharma», який контролює як власника польського бізнесу голландську «Polpharma Group», так і «Swiss Pharma International» – швейцарську компанію, що володіє акціями «Акрихіна» [75].

Близько 40% своєї продукції компанії поширюється на зовнішніх ринках,

а її головний акціонер інвестував у східні ринки. Хоча «Polpharma» починала з дженериків, сьогодні її розвиток ґрунтується на створенні біосимілярів, розробкою яких фармацевтична група «Polpharma» займається в масштабах, з яким не зрівняється будь—яка інша біотехнологічна компанія в Польщі [76].

3) Українська фармацевтична фірма «Фармак» в Україні та в Європі [37].

Найбільший фармвиробник України Farmak наприкінці вересня 2024 року придбав британську групу компаній A&S Group. Це його п'ята інвестиція за кордон у період великої війни – роком раніше він купив компанії у Польщі, Чехії і Словаччині та почав будувати завод в Іспанії [37].

Farmak завершив придбання британської групи фармацевтичних маркетингових компаній A&S Group 19 вересня 2024 року. Спеціалізація компанії – дистрибуція генеричних лікарських засобів. A&S Group має численні дозволи на продаж продукції на британському ринку, повідомили у пресслужбі Farmak [37].

Свій перший іноземний актив Farmak придбав у 2015 році – компанію Nordfarm. У червні 2023—го купив маркетингову компанію Xantis Pharma Limited у Чехії та Словаччині, у березні 2024 року – польську Symphar.

У середині 2025 року запрацює побудований з нуля завод Farmak в іспанській Барселоні, оскільки до кінця року завершиться будівництво виробничого майданчика. Завод спеціалізуватиметься на виробництві складних ін'єкційних продуктів: анестезії, ліків проти захворювань серцево—судинної системи, антипсихотичних препаратів [37].

На іспанському заводі працюватимуть лабораторії аналітичного та мікробіологічного контролю та R&D лабораторія для розробки і тестування нових лікарських засобів.

Міжнародні активи об'єднуємо під брендом Farmak International, а штаб—квартиру зареєстрували в Швейцарії,

Придбані маркетингові компанії добре розуміють місцеву специфіку, споживчі звички, культурні відмінності та вимоги регуляторних органів. Площа заводу в Іспанії сягне 1800 кв. м, виробничі потужності – 30 млн од. ліків у

шприцах та 15 млн од. – у флаконах на рік [37].

Інвестиції Farmak у завод в Іспанії становлять €30 млн, а для купівлі фармацевтичної компанії Symphar у Польщі «Фармак» отримав від ЄБРР у березні 2024 року кредит у €22 млн. Ці кошти також підуть на модернізацію ІТ—системи [37].

27 березня 2024 року міжнародний офіс «Фармак» успішно завершив придбання Symphar, ставши 100% власником польської фармацевтичної компанії. Symphar – польська фармацевтична маркетингова компанія з офісом у Варшаві. Її команда з 90 професіоналів працює з понад 50 продуктами у галузях діабетології, гінекології, психіатрії та неврології. У 2023 році Symphar досягла доходу у понад 22 млн євро в результаті тривалого періоду стабільного та прибуткового зростання [37].

Фармацевтична компанія «Фармак» має 10 комерційних офісів, стратегічно розташованих в різних регіонах світу, включаючи Україну, Польщу, Чехію, Словаччину, Центральну Азію, Азіатсько—Тихоокеанський регіон, Близький Схід та Західну Європу, а окреслена світова мережа підкреслює зобов'язання «Фармак» забезпечувати доступ до якісних ліків по світу [37].

4) Українська фармацевтична фірма ТОВ «Юрія–Фарм» в Узбекистані [36].

Українська ТОВ "Юрія–Фарм", одна з провідних українських фармацевтичних компаній, придбала у 2023 році фармацевтичну компанію ТОВ "Река–Мед" в Узбекистані, використавши фінансування розміром 10 млн євро з існуючого кредиту Європейського банку реконструкції та розвитку [36].

СП ТОВ "Reka–Med Farm" (Ташкент) було введено в експлуатацію у 2006 році як спільне узбецько–російсько–британське підприємство. Згідно з інформацією на сайті, випускає інфузійні внутрішньовенні препарати і на підприємстві працює одна лінія, максимальна середньорічна потужність якої становить 18,15 млн флаконів [38].

Рівень фактичної інтернаціоналізації присутності фармацевтичних підприємств України в іноземних країнах світу реалізований в якості форм непрямого експорту ліків через фірми – дистриб'ютори в іноземних державах,

придбанням певної частки пакетів акцій в іноземних фармацевтичних фірмах і випуском там ліків за власною рецептурою, та придбанням двома українськими фірмами АТ «Фармак» та ТОВ «Юрія–Фарм» перших дозволів іноземним країнам на будівництво власних виробничих заводів [36], [37]:

– АТ «Фармак» має погоджені GMP – дистриб’юторські сертифікати для іноземних підприємців для непрямого експорту своїх ліків в 60 країнах у світі;

– АТ «Фармак» за власні кошти придбало контрольні пакети акцій в 4 іноземних фармацевтичних заводах в Європі (з ліцензіями GMP Європи) – Nordfarm (Польща, 2016), Symphar (Польща, 2024), Xantis Pharma Limited (Чехія, 2023), A&S Group (Британія, 2024) і проводить там технологічне переобладнання для випуску ліків сертифікату АТ «Фармак»;

– АТ «Фармак» з 2022 по 2024 рр. проводить будівництво власного заводу в Іспанії (м. Барселона) за кредитні кошти європейського банку ЄБРР у розмірі 20 млн. євро;

– ТОВ «Юрія–Фарм» має погоджені GMP – дистриб’юторські сертифікати для іноземних підприємців для непрямого експорту своїх ліків в 52 країнах у світі;

– ТОВ «Юрія–Фарм» придбало у 2016 році пакет акцій на італійському фармацевтичному заводі «DIACO BIOFARMACEUTICI S.R.L.» (компанія має 7 виробничих ліній в Італії – інфузійне виробництво) для розташування на ньому випуску ліків для італійського ринку та імпорту натрію хлориду в Україну;

– ТОВ «Юрія–Фарм» придбало завод СП ТОВ «Река–Мед» в Узбекистані (м. Ташкент) у 2023 році за кредитні кошти європейського банку ЄБРР у 10 млн.євро та проводить його переобладнання на випуск продукції по сертифікатам GMP ТОВ «Юрія–Фарм».

Висновки до розділу 1

Проведений аналіз міжнародної експансії (інтернаціоналізації) показав, що:

– інтернаціоналізація діяльності підприємства – це будь-який вид господарської діяльності, яку воно розпочинає за кордоном, у поєднанні з діяльністю у власній країні з метою реалізації своїх довгострокових стратегічних цілей на основі використання більш сприятливих загальноекономічних, ринкових, адміністративно-правових, екологічних, географічних і соціально-політичних умов ведення бізнесу в приймаючій країні;

— нормативно-правова база значно різниться у різних країнах і може істотно вплинути на темпи інтернаціоналізації фармацевтичних підприємств;

— фірми повинні бути в курсі цих змінних правил і взаємодіяти з місцевою владою на ранніх етапах своїх планів розширення, оскільки проактивні стратегії комунікації та відповідності можуть допомогти пом'якшити потенційні затримки та привести продукцію у відповідність до місцевих стандартів;

– для оцінки можливостей підприємств до виходу на зовнішні ринки в умовах розвитку інтернаціоналізації слід провести спеціалізацію обсягів зовнішніх ринків за показниками ресурсних та фінансових можливостей розвитку, оскільки чи мають підприємства можливість інтернаціоналізації підприємств фармацевтики в розвинутих країнах світу, або наявні ресурсні та фінансові можливості підприємств мають можливість інтернаціоналізації тільки в країнах світу, що розвиваються.

– найбільш ефективними показниками інтернаціоналізації є FSTS, FATA та FETE, які є відносними показниками валової доходності, частки розташування виробництва та частки розташування персоналу в інтернаціоналізованих країнах світу у відношенні до згв'язного рівня валової

доходності, розташування виробництв та розташування персоналу в основних материнських країнах світу.

Транснаціоналізація – це якісно новий етап інтернаціоналізації, інтеграції та глобалізації виробничо–комерційної діяльності крупних підприємств у процесі посилення світової конкуренції, тому за методологіями ООН корпорації вважаються транснаціональними, якщо вони відповідають наступним критеріям:

– кількість країн, у яких діє компанія (відповідно до різних підходів, мінімум становить від 2–х до 6–ти країн);

– мінімальна частка закордонних операцій у прибутках або продажах компанії (як правило, понад 25 %);

– володіння не менш ніж 25 % «голосуючих» акцій у трьох або більше країнах (той мінімум пайової участі у закордонному акціонерному капіталі, що забезпечує корпорації контроль над економічною діяльністю закордонного підрозділу та представляє прямі іноземні інвестиції (ПІІ));

– багатонаціональний склад персоналу компанії та її вищого керівництва.

В кваліфікаційній роботі для проведення аналізу моделей міжнародної експансії фармацевтичних компаній на ринку України та за кордоном проаналізована діяльність закордонних підприємств у японській, польській та у двох українських фармацевтичних фірмах:

1) найбільший фармацевтичний ТНК Японії – японська фірма «Takeda Pharmaceutical Company Limited» в Україні та в світі (дванадцяте рейтингове місце в фармацевтиці світу);

2) розвиток фармацевтичної ТНК в Польщі – польської фірми «Polpharma» в Польщі та світі (двісті шістнадцяте місце в фармацевтиці світу) ;

3) розвиток найбільшої української фармацевтичної фірми АТ «Фармак» в Україні та Європі (280 місце в фармацевтиці світу) ;

4) розвиток української фармацевтичної фірми ТОВ «Юрія—Фарм» в Україні та Узбекистані (590 місце в фармацевтиці світу).

РОЗДІЛ 2

ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ РИНОК КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ, ТА ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ

2.1 Стан фармацевтичного ринку країн, що розвиваються: тенденції, попит та ключові гравці

Інтернаціоналізація розвивається шляхом переходу від експорту на стадію розвитку власного виробництва в іншій країні та розвивається через послідовне застосування форм інтернаціоналізації: непрямий експорт своїх товарів в чужу країну через зарубіжну дистрибуцію, створення виробничої точки в іноземній країні, застосування ліцензування та франчайзингу з прямим експортом при створенні іноземних дочірніх компаній, застосування контрольних інвестицій в акції іноземного підприємства, отримання права іноземної держави будувати власне підприємство на своїй території [23].

Складовою дослідження інтернаціоналізації є виявлення країн з економікою, що розвивається, прийнятих для розташування там фармацевтичними підприємствами України контролюємих прямих інвестицій в іноземні статутні фонди існуючих закордонних підприємств та отримання права на будівництво власних підприємств по випуску фармацевтичної продукції, яка розроблена і має підтвержені в іноземних державах сертифікати якості GMP продукції фармацевтичних виробництв в Україні.

На сьогодні фармацевтичний ринок країн, що розвиваються, складається з країн світу, які виділені за певним принципом різними світовими організаціями – ООН та «Світовим банком» [42].

«Світовий банк» поділяє країни на чотири групи за рівнем доходу. Економіки були розділені по ВНД на душу населення (з приведенням по купівельній спроможності ППС) на такі рівні доходів [42]:

– країни з низьким рівнем доходів з ВНД на душу населення (по ППС) нижче 5 000 доларів США або менше.

– країни з рівнем доходів нижче середнього з ВНД на душу населення (по ППС) 5 0–00 – 18 200 доларів США.

– країни з рівнем доходів вище середнього з ВНД на душу населення (по ППС) 18 200– 35 900 доларів США.

– країни з високим рівнем доходів з ВНД на душу населення понад (по ППС) 35 200 доларів США.

Економічний стан країн, що розвиваються, та їхні проблеми безпосередньо позначаються на великій частині людства. До цієї підсистеми відносяться всі азіатські країни, крім Японії, Південної Кореї й Ізраїлю, усі країни Африки, крім ПАР, а також країни Латинської Америки, а також країни «Східно–Європейської групи» (в організаціях ООН) також, як і країни бувшого СРСР в Азії (Казахстан, Узбекистан, Киргизстан, Таджикистан, Туркменістан), а також Монголія, які були у 1991 році віднесені до країн, що розвиваються [42].

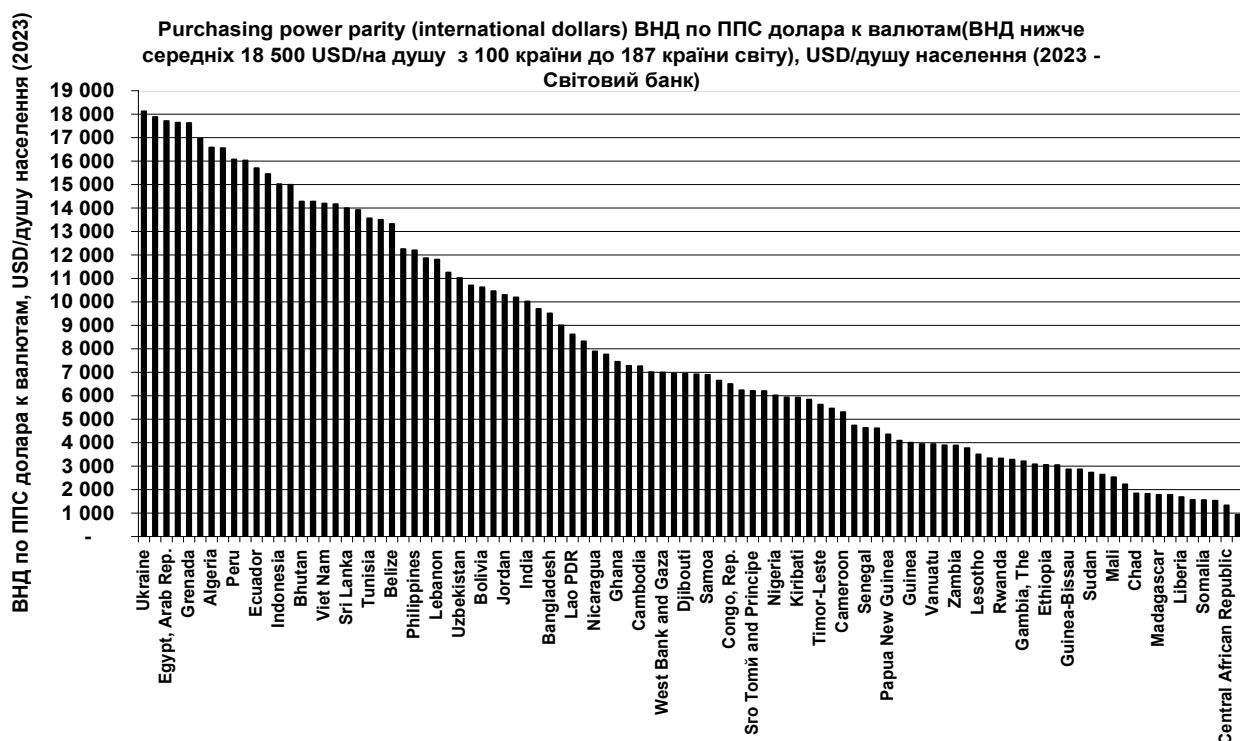


Рис. 2.1 Структура ВНД на душу населення (по ППС) з 100 по 187 країни світу (за даними «Світового банку» у 2023 році в USD/душу населення)

Джерело: побудовано за звітами [42]

На рис. 2.1 по структурі ВНД на душу населення (по ППС) з 100 по 187 країни світу (за даними «Світового банку» у 2023 році в USD/душу населення) з рівня України та Єгипту – всі 87 країн мають ВНД нижче середнього рівня по світу (18 200 USD/на душу населення), тобто за Світовим банком – це країни, що розвиваються.

Після проведеного аналізу переліку країн, що розвиваються, проведемо аналіз фінансової та ресурсної можливості застосування фармацевтичних компаній України для реалізації прямих інвестицій на придбання та будівництво своїх виробництв на територіях країн, що розвиваються.



Рис. 2.2 Валовий дохід від продажу продукції перших 23 фармацевтичних фірм світу, 2021 - 2022 рр., млрд доларів

Джерело: побудовано за даними [55]

На рис. 2.2 побудований валовий дохід від продажу продукції перших 23 фармацевтичних фірм світу, 2021 – 2022 рр., млрд доларів [55]. Згідно з рейтингом світового доходу фармацевтичних фірм світу [55]:

– на першому місці розташовані американські фірми Pfizer та Johnson@Jonson з річним доходом від 80 до 100 млрд. доларів США;

– на 23 місці розташовані фірми з річним доходом до 17 млрд.доларів.

Максимальний обсяг валових доходів всіх 28 фармацевтичних фірм України не перевищує 1 млрд. доларів США, а максимальний обсяг доходів до 230 млн доларів США отримує перша фірма – АТ «Фармак», тому в світовому рейтингу фармацевтичні фірми України знаходяться на рівні від 280 до 750 позиції.

На рис. Б.1 – Б.5 Додатку Б наведені результати порівняльного аналізу фінансової можливості фармацевтичних фірм України та іноземних фармацевтичних фірм по можливості інвестування коштів в деякі види інтернаціоналізації [36], [37], [55], [56], [57].

На рис. Б.1 Додатку Б наведена динаміка розподілу рейтингу валового продажу фармацевтичної продукції в США у 2021 році (серед 79 перших фірм світу, в яких на протязі останніх років валовий дохід від продажу продукції становить більше 2,0 млрд доларів США),

Згідно з даними рис. Б.1 Додатку Б у 2021 році:

– рівень доходності фармацевтики США займає систематично 20 різних позицій з рейтингу у 79 позицій – з 94,0 млрд доларів США до 2,26 млрд доларів США.

На рис. Б.2 Додатку Б наведена динаміка розподілу рейтингу валового продажу фармацевтичної продукції в Китаї у 2021 році (серед 79 перших фірм світу, в яких на протязі останніх років валовий дохід від продажу продукції становить більше 2,0 млрд доларів США),

Згідно з даними рис. Б.2 Додатку Б у 2021 році середні показники доходності фармацевтики Китаю є нижчими ніж в США:

– рівень доходності фармацевтики Китаю займає систематично 13 різних позицій з рейтингу у 79 позицій – з 77,0 млрд доларів США до 2,33 млрд доларів США.

На рис. Б.3 Додатку Б наведена динаміка розподілу рейтингу валового продажу фармацевтичної продукції в Японії у 2021 році (серед 79 перших фірм світу, в яких на протязі останніх років валовий дохід від продажу продукції

становить більше 2,0 млрд доларів США),

Згідно з даними рис. Б.3 Додатку Б у 2021 році середні показники доходності фармацевтики Японії є нижчими ніж в США:

– рівень доходності фармацевтики Японії займає систематично 10 різних позицій з рейтингу у 79 позицій – з 29,1 млрд доларів США до 2,56 млрд доларів США.

На рис. Б.4 – Б.5 Додатку Б наведені динаміка розподілу рейтингу валового продажу фармацевтичної продукції в Франції, Швейцарії, Великобританії, Німеччині, Данії, Індії у 2021 році (серед 79 перших фірм світу,

Згідно з даними рис. Б.4, Б.5 Додатку Б у 2021 році середні показники доходності фармацевтики Франції, Швейцарії, Великобританії, Німеччині, Данії, Індії є наступними:

– рівень доходності фармацевтики Франції займає систематично 4 різних позицій з рейтингу у 79 позицій – з 44,38 млрд доларів США до 2,7 млрд доларів США;

– рівень доходності фармацевтики Швейцарії займає систематично 5 різних позицій з рейтингу у 79 позицій – з 69,01 млрд доларів США до 2,46 млрд доларів США;

– рівень доходності фармацевтики Великобританії займає систематично 2 різних позицій з рейтингу у 79 позицій – з 46,1 млрд доларів США до 37,42 млрд доларів США;

– рівень доходності фармацевтики Німеччини займає систематично 5 різних позицій з рейтингу у 79 позицій – з 50,1 млрд доларів США до 3,69 млрд доларів США;

– рівень доходності фармацевтики Данії займає систематично 2 різних позицій з рейтингу у 79 позицій – з 20,8 млрд доларів США до 2,41 млрд доларів США;

– рівень доходності фармацевтики Індії займає систематично 5 різних позицій з рейтингу у 79 позицій – з 4,41 млрд доларів США до 2,2 млрд доларів США.

На рис. 2.3 наведена побудована структура експортної діяльності по 19 країнам світу у 2021 році, а останнім є показники фармацевтики України [79].

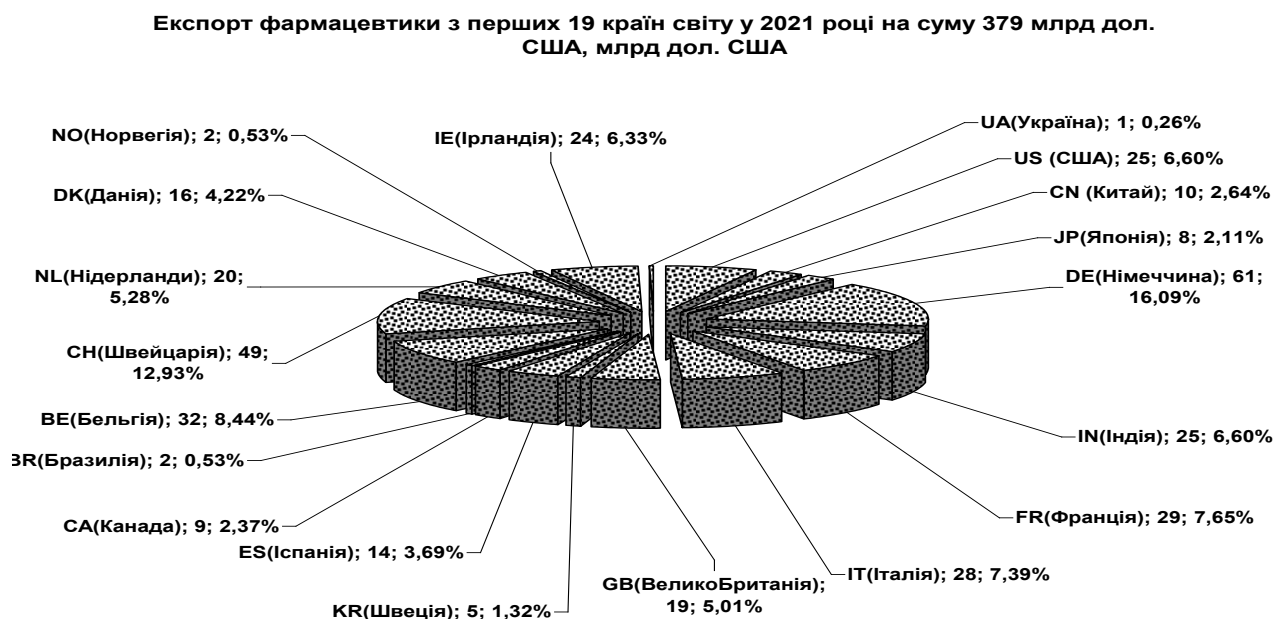


Рис. 2.3 Експорт фармацевтики з перших 19 країн світу у 2021 році на суму доходу від експорту 379 млрд дол. США

Джерело: побудовано за даними [79]

Згідно з результатами, наведеними на рис. 2.3, обсяги доходу експорту фармацевтики з перших 19 країн світу у 2021 році становлять 379 млрд дол. США, з яких структура експорту Німеччини становить 16,09 %, а експорт фармацевтики України займає мінімальне світове місце 0,26 % [79].

На рис. 2.4 побудований загальний дохід 2021 року від реалізації фармацевтики (в країнах та на експорті), яка вироблена в перших 19 країнах світу в 2021 році (на суму 1 046 млрд дол. США), де на першому місці розташована США 51,15 %, а на останніх місцях розташована Україна 0,19 % [79].

Таким чином, за загальними економічними показниками на світовому ринку фармацевтики обсяги світового виробництва та експорту ліків з України у світові країни знаходиться на останньому місці серед розвинутих країн світу і реальне місце експортної політики України на світовому ринку фармацевтики –

це розташування власних розробок ліків в економіках країн, що розвиваються, оскільки фармацевтичні ринки розвинутих країн світу повністю забезпечені власним виробництвом фармацевтики і не допускають виробників класу України на свої ринки.

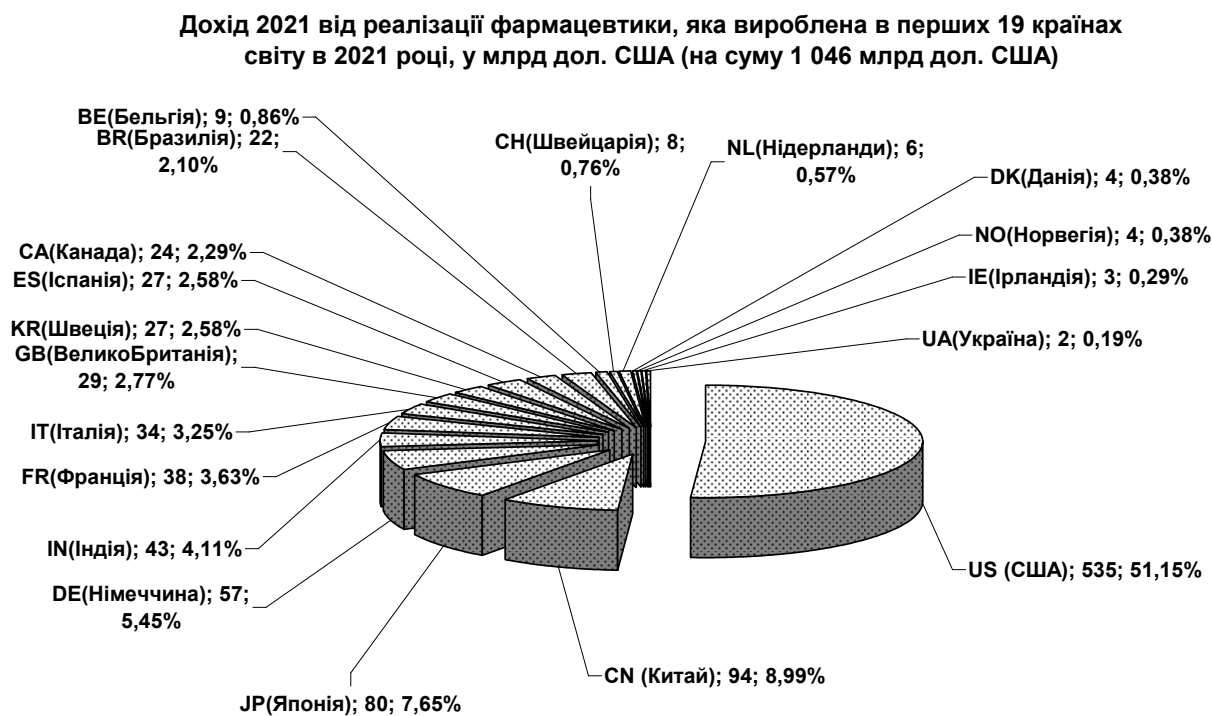


Рис. 2.4 Дохід 2021 року від реалізації фармацевтики, яка вироблена в перших 19 країнах світу в 2021 році (на суму 1 046 млрд дол. США)

Джерело: побудовано за даними [79]

На рис. 2.5 побудована динаміка розподілу рейтингу обсягів валових чистих доходів від продажу продукції перших 9 фармацевтичних фірм України за 2022 – 2024 рр. в млн. доларів.

Згідно з даними рис. 2.1 у 2022 – 2024 рр.:

- максимальний рівень валової доходності від продажу продукції становить 230,7 млн доларів США в АТ «Фармак»;

- на другому місці за рівнем валової доходності від продажу продукції становить 165,0 млн доларів США в АТ «Дарниця»;

– на третьому місці ТОВ «Юрія – Фарм» за рівнем валової доходності від продажу продукції становить 114,4 млн доларів США;

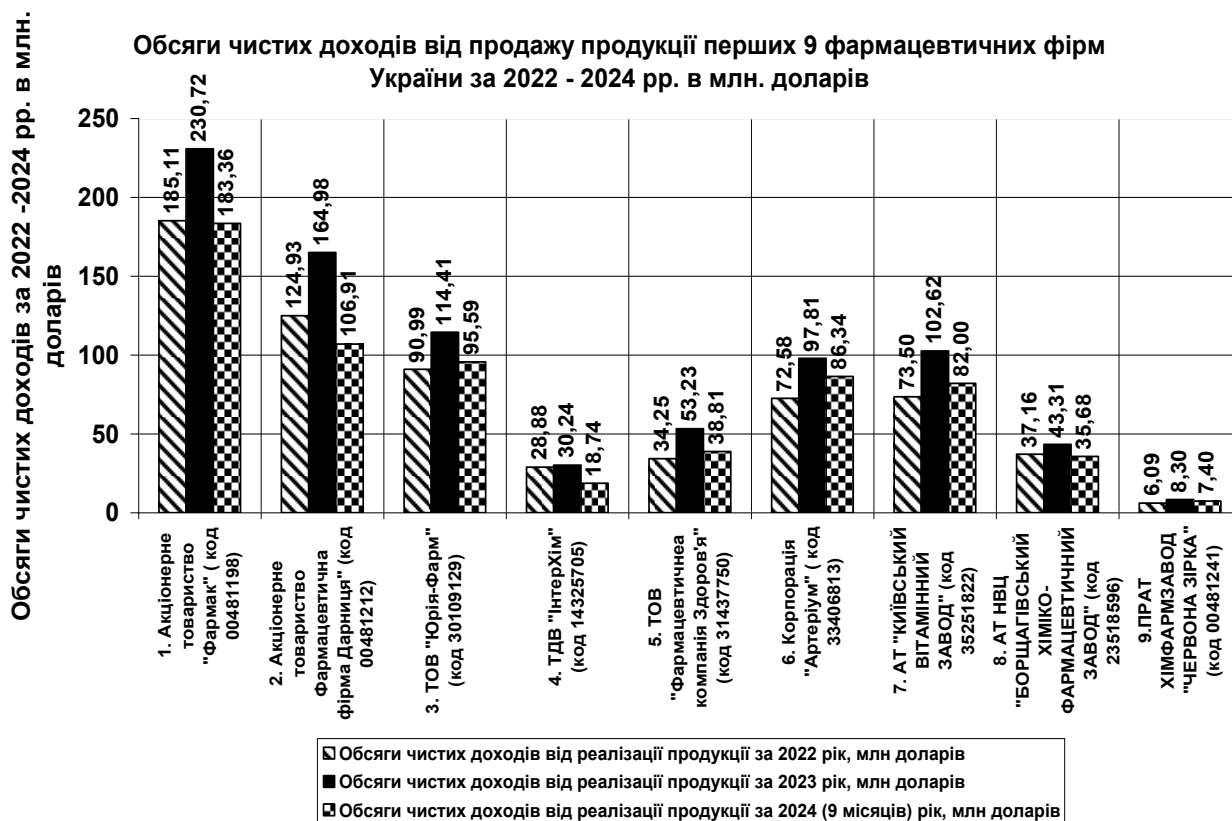


Рис. 2.5 Обсяги чистих доходів від продажу продукції перших 9 фармацевтичних фірм України за 2022 – 2024 рр. в млн. доларів

Джерело: побудовано за даними [36], [37]

Слід відмітити, що рейтингові місця фармацевтичних фірм України займають місця з 450 по 750 в світовому рейтингу ТОП – 1000, оскільки максимальний обсяг валових чистих доходів не перевищує 230 млн доларів США, тому фармацевтика України розповсюджена в світі тільки в країнах, що розвиваються.

Аналіз результатів дослідження за 2021 — 2023 рр. показав наступне:

— за загальним обсягом в світі в 2024 році зареєстровано більше 2300 фармацевтичних фірм;

— перші 79 найбільших світових фармацевтичних фірм за 2021 рік мають обсяги чистих валових доходів від продажу товару від 100 млрд.

доларів США до 2 млрд доларів США;

— перші 9 найбільших фармацевтичних фірм України за 2022 – 2024 рр. мають обсяги чистих валових доходів від продажу товарів від 185 – 230 млн доларів США (фірма «Фармак») до рівня 18 – 35 млн доларів США (останні місяці);

— з фінансової точки зору найбільші фармацевтичні фірми України знаходяться з 450 по 750 місці в рейтингу щорічного обсягу продаж фармацевтичних товарів в світі і не мають інвестиційної програми для інтернаціоналізації в розвинутих країнах світу, а мають можливості показати свою продукцію в країнах світу, що розвиваються.

2.2 Регуляторні бар'єри та специфіка виходу на фармацевтичний ринок країн, що розвиваються

Міжнародні злиття та поглинання відіграють важливу роль у процесі інтернаціоналізації. Придбання компаній в інших країнах дозволяє досягти комбінації результатів збільшення виробничого потенціалу з посиленням присутності на ринку.

В кваліфікаційній роботі аналізується інтернаціоналізація за рахунок придбання ТОВ «Юрія–Фарм» в Узбекистані виробництва СП ТОВ «Река–Мед» (м. Ташкент), тому в аналізі регуляторних бар'єрів та специфіки виходу на фармацевтичний ринок країн, що розвиваються, розглядаються особливості встановлення цих вимог в Узбекистані.

Регуляторні бар'єри, фінансові, ринкові та технологічні бар'єри доступу ТОВ «Юрія–Фарм» до ринку фармацевтики в Узбекистані характеризуються наступним [38], [39]:

а) наявність реєстрації технології випуску ліків на обладнанні в Україні за сертифікатом GMP Узбекистана є здійснена;

б) ринковий бар'єр полягає в використанні фармацевтичного ринку Узбекистану для продажу ліків, вироблених в Україні, за допомогою відкриття в Узбекистані дистриб'юторської фірми – посередника для імпорту ліків та їх розміщенню в аптеках та клініках;

в) державний реєстраційний бар'єр полягає в допуску до передачі контрольного пакету акцій ТОВ «Река–Мед» новому власнику – ТОВ «Юрія–Фарма» з України для переобладнання заводу по випуску ліків (наявність документального підтвердження наявності в ТОВ «Юрія–Фарм» сертифікатів GMP Узбекистана, оцінка наявності документації переобладнання та наявності згоди власників ТОВ «Река–Мед» на включення в состав підприємств ТОВ «Юрія–Фарм» з угодою в керівництві МОЗ України та КМУ);

г) фінансовий бар'єр полягає в можливості викуплення 95,0 % вартості узбецького підприємства ТОВ «Река–Мед» у європейського ділера, який розташований в Литві;

д) технологічний бар'єр полягає у можливості ефективного переналагодження існуючого обладнання інноваційного випуску ліків в ТОВ «Река–Мед» на випуск ліків, які будуть розташовані на нових модернізованих лініях переобладнання виробництва за технологіями нового власника – ТОВ «Юрія–Фарм» з України.

Президент Республіки Узбекистан видав Указ «Щодо прискореного розвитку фармацевтичної галузі Республіки в 2019–2021 роках» 21.01.2022 року за №УП–55, в якому визначено, що станом на 1 січня 2022 року [14]:

– всі вітчизняні виробники лікарських засобів підлягають обов'язковій сертифікації на відповідність національним вимогам Належної виробничої практики (GMP);

– всі підприємства, що займаються оптовою реалізацією фармацевтичної продукції, підлягають обов'язковій сертифікації на відповідність національним вимогам Належної дистриб'юторської практики (GDP);

– всі лабораторії з проведення доклінічних досліджень фармацевтичної продукції підлягають обов'язковій сертифікації на відповідність національним

вимогам Належної лабораторної практики (GLP);

– всі клінічні бази Міністерства охорони здоров'я Республіки Узбекистан щодо проведення клінічних досліджень підлягають обов'язковій сертифікації на відповідність національним вимогам Належної клінічної практики (GCP).

Кабінетом Міністрів Республіки Узбекистан прийнято постанову «Про додаткові заходи щодо реалізації вимог належної практики (GxP) у фармацевтичній промисловості» від 3 серпня 2021 року за №486, відповідно до якої створено «Державне унітарне підприємство «Центр належних практик» Агентства з розвитку» [14].

Основними завданнями Центру (GxP) в Узбекистані є [14]:

– організація робіт з впровадження міжнародних стандартів належних практик (GxP) на підприємствах та в організаціях, які здійснюють діяльність у фармацевтичній галузі;

– проведення фармацевтичних інспекцій з метою сертифікації відповідності вимогам належних практик (GxP);

– забезпечення гармонізації місцевих стандартів лікарських засобів, виробів медичного призначення та медичної техніки, що виробляються в Республіці Узбекистан, з міжнародними стандартами;

– координацію міжнародного співробітництва у сфері впровадження міжнародної системи менеджменту якості "ISO" та Правил належних практик (GxP) у процесі створення, виробництва, регулювання обігу, контролю якості, технічного регулювання лікарських засобів, виробів медичного призначення та медичної техніки;

– проведення інспекцій системи якості у закордонних фармацевтичних виробничих майданчиках та видача висновку у процесі державної реєстрації лікарських засобів у встановленому порядку.

Крім того, відповідно до Указу Президента Республіки Узбекистан від 21.01.2022 року за №УП–55 «Про додаткові заходи щодо прискореного розвитку фармацевтичної галузі Республіки у 2022–2026 роках» встановлено, що [14]:

– з 1 квітня 2022 року нові виробничі підприємства, організації оптової та роздрібною торгівлі у фармацевтичній галузі створюються відповідно до вимог «Належної виробничої практики» (GMP), «Належної дистриб'юторської практики» (GDP) та «Належної аптечної практики» (GPP);

– з 1 січня 2023 року у тендерах з державних закупівель фармацевтичної продукції дозволяється брати участь виключно організаціям, що організували виробництво лікарських засобів — за стандартами «Належної виробничої практики» (GMP), виробів медичного призначення та медичної техніки — за стандартами «ISO: 13485».

На сьогодні в «Реєстрі сертифікатів GMP, виданих зарубіжним виробникам лікарських засобів» в Узбекистані внесені 3 організації з України [39]:

№ 5. JOINT STOCK COMPANY "FARMAK" («Фармак») (Україна), сертифікати GMP (GMP_UZ – 08:2023) з 2023 по 2026 рр.

№ 37. ТОВ «Юрія–Фарм» (Україна), сертифікати GMP (GMP_UZ – 19:2024) з 2024 по 2027 рр.

№ 14. ПАО «Lekhim–Kharkiv» («Лекхім–Харків») (Україна), сертифікати GMP (GMP_UZ – 46:2024) з 2024 по 2027 рр.

На сьогодні в «Реєстрі сертифікатів GMP, виданих узбецьким виробникам лікарських засобів» в Узбекистані внесена організація з Узбекистану, яка з 2023 року придбана ТОВ «Юрія–Фарм» [39]:

№ 22. СП ООО «REKA–MED FARM» (Узбекистан), сертифікати GMP (GMP – 01:2022) з 2022 по 2025 рр.

Для розвитку міжнародного бізнесу ТОВ «Юрія–Фарм» з застосуванням прямих іноземних інвестицій на побудову власних виробничих заводів на територіях країн, що розвиваються, повинна зробити спеціальні проекти:

– отримати на першому етапі первинний сертифікат GMP, який видається в Україні для виробництва українських ліків на території України та додатковий сертифікат GMP країни, що розвивається, для надання іноземній фірмі – дистриб'ютору право непрямого продажу на території країни, що

розвивається, ліків, що випушені та транспортуються за експортом з України;

– готування на другому етапі іноземної інвестиції до будівництва заводів за кордоном з використанням сертифікату GMP, який, по-перше, атестований групою надання сертифікату українського GMP, а також атестованими сертифікаторами іноземного GMP тієї країни, в якій буде побудований завод за кордоном;

– за сучасними обсягами будівництва та розвитку в країнах, що розвиваються, для будівництва нового чи розширеного фармацевтичного заводу необхідні кредитні кошти у розмірі 10 – 20 млн. євро, які фармацевтичні фірми в Україні можуть отримати в вигляді кредитів в Європейському банку ЄБРР після надання в нього обґрунтованих проектів будівництва;

– перед початком будівництва необхідно провести спеціальне випробування отриманих українських та іноземних сертифікатів в спеціальній лабораторії в Європі або в Асоціації країн Південно—Східної Азії (ASEAN) для Азії.

Належна виробнича практика (GMP) описує мінімальний стандарт, якому повинен відповідати виробник ліків у своїх виробничих процесах. Європейське агентство з лікарських засобів (EMA) координує інспекції для перевірки відповідності цим стандартам і відіграє ключову роль у гармонізації діяльності GMP на рівні Європейського Союзу (ЄС) [52].

Сертифікат GMP (Good Manufacturing Practice) — це гарантія того, що продукція виготовляється на підприємстві за найвищими стандартами якості. Сертифікат GMP, отриманий в Європейському Союзі для Європи або в Асоціація країн Південно—Східної Азії (ASEAN) для Азії є міжнародним стандартом, який визнається і дотримується у багатьох країнах світу.

Згідно з Єдиним держреєстром підприємств Узбекистана, на 31 березня 2023 року засновниками компанії СП ТОВ "Reka—Med Farm" (Ташкент, Узбекистан) були європейський фармацевтичний дистриб'ютор Emteko holding (Латвія) з 95,2% у статутному капіталі та Махбуба Маманова з 4,8% [38].

Для розвитку інтернаціоналізації досліджуєма українська

фармацевтичної фірми «Юрія—Фарм» в 2023 році придбала в Узбекистані власну фірму СП ТОВ "Reka—Med Farm" (частку у 95,2 % з власності Emteko holding (Латвія)), яка у 2025 році почне додаткове виробництво в Узбекистані, маючи всі документи Узбекистану на виробництво ліків [38].

Таким чином, всі означені бар'єри придбання ТОВ «Юрія—Фарм» узбецької фірми ТОВ «Река—Мед» є реалізовані, але є один бар'єр – продовження військової агресії РФ з нападінням на Україну, що ліквідувало можливість доставки обладнання з України в Узбекистан залізничними шляхами та можливість використання доставки обладнання літаками з України (повністю зупинений вантажний рух літаків з України).

2.3 Фінансово-економічні результати та SWOT—аналіз українських компаній в процесі інтернаціоналізації

Для побудови результатів SWOT—аналіз можливостей та ризиків для досліджуємого фармацевтичного підприємства ТОВ «Юрія—Фарм» на ринках країн, що розвиваються, в кваліфікаційній роботі проведений аналіз господарської діяльності за 2019 –2024 рр. (табл. В.1, В.2 Додатку В). В табл. 2.1 наведені основні реєстраційні дані ТОВ «Юрія—фарм» в Україні [36].

Таблиця 2.1

Основні реєстраційні дані ТОВ «Юрія—фарм» в Україні

Назва параметра	Фактичний параметр
1. Форма організації	ТОВ «Юрія—Фарм»
2. Дата реєстрації та місце реєстрації	1998
3. Код ЄДРПОУ	30109129
4. Власники статутного капіталу, тис.грн	41,1 млн грн (ТОВ ТЕСКО –19%; ТОВ ДШАТ–19 %; ТОВ Медцентр МТК– 62 %)
5. Кількість заводів – виробників в Україні	2
6. Кількість заводів–виробників в Узбекистані	1
8. Площа виробничих цехів, м ²	25 000
9. Кількість випуску ліків в одиницях продукції, млн. одиниць/рік	290
10. Еількість працівників в 2024 році, осіб	1 890

Джерело: побудоване за даними [36]

В структурі необоротних активів в ТОВ «Юрія–Фарм» у 2019 – 2024 рр. (рис. Д.1 Додатку Д) фіксуємо наступну динаміку змін за 5 років діяльності:

– сумарні активи та пасиви з рівня 2,378 млрд грн у 2019 році зросли до рівня 6,243 млрд грн. у 2024 році (рівень зростання становить 2,63 рази);

– оборотні активи з рівня 0,984 млрд грн у 2019 році зросли до рівня 2,051 млрд грн. у 2024 році (рівень зростання становить 2,08 рази);

– основні засоби в необоротних активах з рівня 0,531 млрд грн у 2019 році зросли до рівня 1,255 млрд грн. у 2024 році (рівень зростання становить 2,36 рази).

В структурі оборотних активів в ТОВ «Юрія–Фарм» у 2019 – 2024 рр. (рис. Д.2 Додатку Д) фіксуємо наступну динаміку змін за 5 років діяльності:

– запаси в оборотних активах з рівня 0,587 млрд грн у 2019 році зросли до рівня 1,095 млрд грн. у 2024 році (рівень зростання становить 1,86 рази);

– грошові кошти в оборотних активах з рівня 0,030 млрд грн у 2019 році зросли до рівня 1,331 млрд грн. у 2024 році (рівень зростання становить 44,37 рази).

Слід відмітити, що обсяг основних засобів в активах у 2024 році становив 1,255 млрд грн, а рівень власного капіталу становив 3,378 млрд грн, тобто величина «вільного» власного капіталу становила 2,123 млрд грн.

В структурі пасивів в ТОВ «Юрія–Фарм» у 2019 – 2024 рр. (рис. Д.4 Додатку Д) фіксуємо наступну динаміку змін за 5 років діяльності:

– нерозподілений прибуток у капіталі з рівня 1,331 млрд грн у 2019 році зросли до рівня 3,185 млрд грн. у 2024 році (рівень зростання становить 2,39 рази);

– власний капітал з рівня 1,532 млрд грн у 2019 році зросли до рівня 3,378 млрд грн. у 2024 році (рівень зростання становить 2,20 рази);

– довгострокові зобов'язання та кредити з рівня 0,041 млрд грн у 2019 році зросли до рівня 0,575 млрд грн. у 2024 році (рівень зростання становить 14,02 рази);

– кредиторська заборгованість в поточних пасивах з рівня 0,478 млрд грн у 2019 році зменшилась до рівня 0,311 млрд грн. у 2024 році (рівень зменшення становить 0,65 рази).

В структурі джерел доходів та прибутків в ТОВ «Юрія-Фарм» у 2019 – 2024 рр. (рис. Д.5 Додатку Д) фіксуємо наступну динаміку змін за 5 років діяльності:

– чистий щорічний дохід від реалізації продукції з рівня 3,070 млрд грн у 2019 році зросли до рівня 5,741 млрд грн. у 2024 році (рівень зростання становить 1,87 раз);

– валовий щорічний прибуток від реалізації продукції з рівня 1,780 млрд грн у 2019 році зросли до рівня 3,346 млрд грн. у 2024 році (рівень зростання становить 1,88 раз);

– чистий щорічний прибуток діяльності з рівня 0,507 млрд грн у 2019 році зросли до рівня 0,752 млрд грн. у 2024 році (рівень зростання в 1,48 раз).

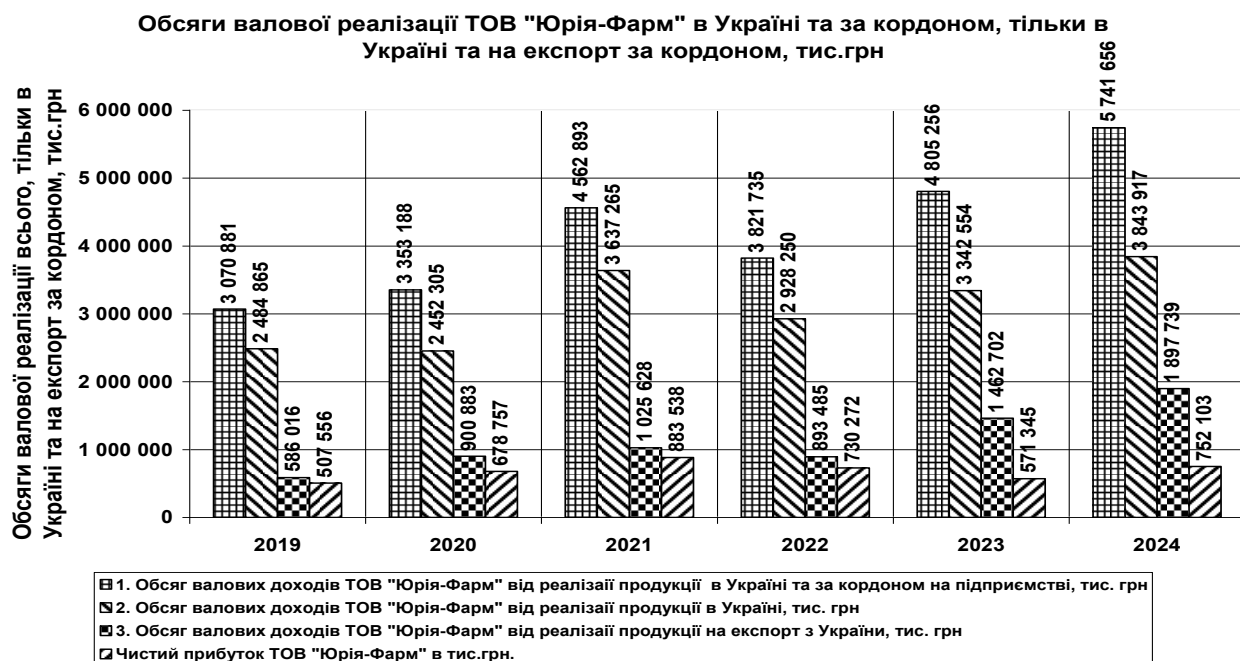


Рис. 2.6 Обсяги валової реалізації продукції ТОВ "Юрія-Фарм" в Україні та за кордоном, тільки в Україні та на експорт за кордоном, а також сумарний чистий прибуток підприємства, тис.грн у 2019 – 2024 рр.

Джерело: побудовано за даними [34], [36], [37], [46]

На рис. 2.6 побудована динаміка обсягів валової реалізації продукції ТОВ "Юрія-Фарм" в Україні та за кордоном, тільки в Україні та на експорт за кордоном, а також сумарний чистий прибуток підприємства, тис.грн у 2019 – 2024 рр. На рис. 2.7 побудована динаміка відсотків реалізації продукції ТОВ "Юрія-Фарм" тільки в Україні та експорт продукції за кордон, % у 2019 – 2024 рр., %, згідно з якими рівень експорту з 19,1 % у 2019 році постійно зростає до рівня 33,3 % у 2024 році, що свідчить про зростання рівня інтернаціоналізації.

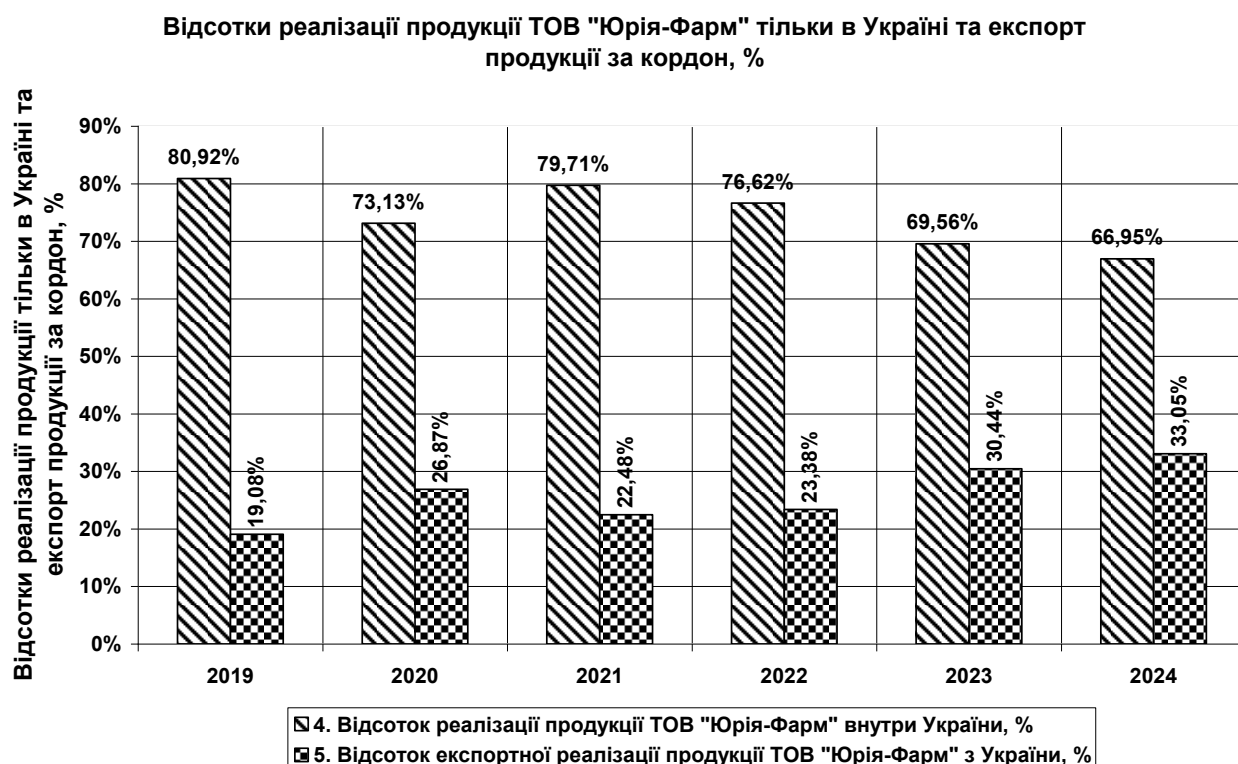


Рис. 2.7 Відсотки реалізації продукції ТОВ "Юрія-Фарм" тільки в Україні та експорт продукції за кордон, % у 2019 – 2024 рр., %

Джерело: побудовано за даними [34], [36], [37], [46]

В структурі оплати праці в ТОВ «Юрія–Фарм» у 2019 –2024 рр. (рис. Д.6 Додатку Д) фіксуємо наступну динаміку змін за 5 років діяльності:

– кількість працівників підприємства з рівня 2 300 осіб у 2019 році зменшилась до рівня 1 993 осіб у 2024 році (рівень зменшення становить 0,87 раз);

– чистий щомісячної заробітної плати працівника з рівня 25 375 грн/міс у 2019 році зріс до рівня 49 778 грн/міс у 2024 році (рівень зростання становить 1,96 раз);

– рівень відносної заробітної плати працівника у 2019 році становив в 2,417 раза середнього рівня заробітної плати в Україні, а у 2024 році рівень відносної заробітної плати працівника році становив в 2,27 раза середнього рівня заробітної плати в Україні.

В структурі основних та нематеріальних доходів в ТОВ «Юрія-Фарм» у 2019 –2024 рр. (рис. Д.7 Додатку Д) є наступна динаміку змін за 5 років:

– відносний рівень задишкової вартості нематеріальних активів з рівня 10,44% у 2019 році зріс до рівня 23,8 % у 2024 році (що свідчить про зростання обсягів нематеріальних активів до нормативу (не менше 0,25));

– відносний рівень задишкової вартості основних засобів з рівня 48,67% у 2019 році знизився до рівня 43,37 % у 2024 році (що свідчить про суттєвий обсяг активності основних засобів до нормативу (не менше 0,25)).

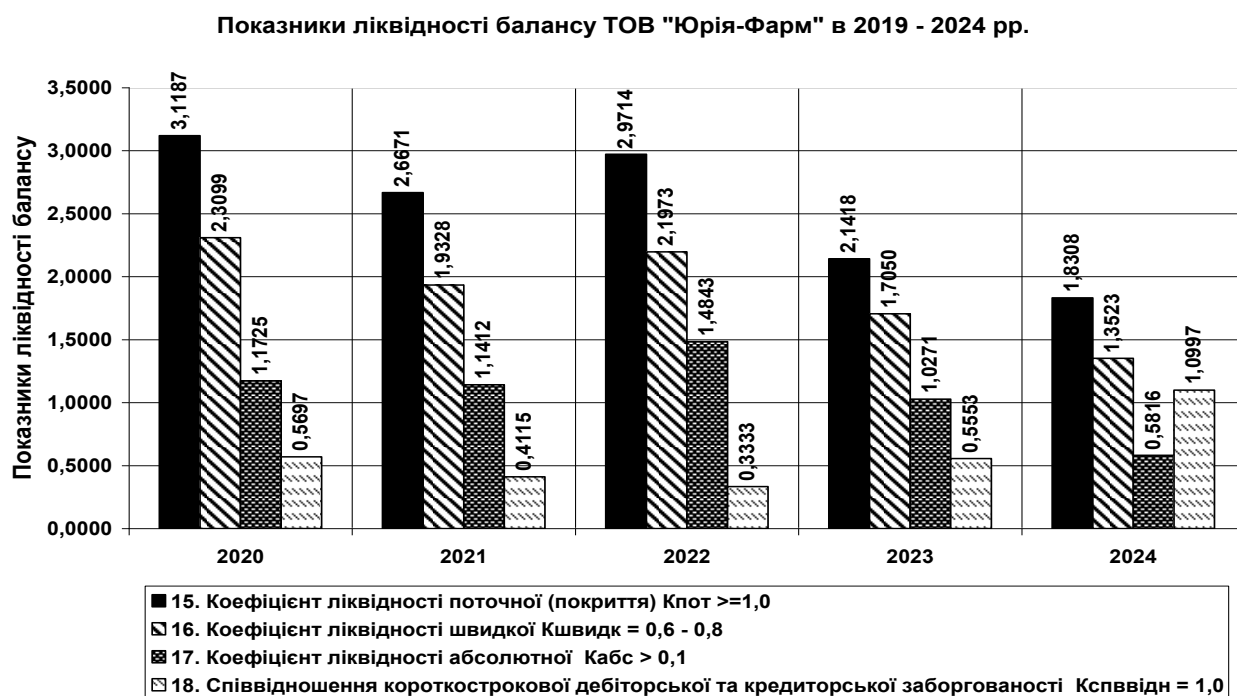


Рис. 2.8 Показники ліквідності балансу ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 -2024 рр.

Джерело: побудовано за даними [36]

В структурі показників ліквідності балансу в ТОВ «Юрія–Фарм» у 2019 – 2024 рр. (рис. 2.8) фіксуємо наступну динаміку змін за 5 років діяльності:

– рівень поточної ліквідності становив з рівня 3,118 у 2019 році знизився до рівня 1,83 у 2024 році (що свідчить про суттєве перевищення у 2024 році нормативу, який становить не менше 1,0);

– рівень швидкої ліквідності становив з рівня 2,309 у 2019 році знизився до рівня 1,352 у 2024 році (що свідчить про суттєве перевищення у 2024 році нормативу, який становить не менше 0,6 – 0,8);

– рівень абсолютної ліквідності становив з рівня 1,172 у 2019 році знизився до рівня 0,582 у 2024 році (що свідчить про суттєве перевищення у 2024 році нормативу, який становить не менше 0,1);

– рівень співвідношення дебіторської заборгованості до кредиторської заборгованості з рівня 0,57 у 2019 році зросло до рівня 1,10 у 2024 році (що свідчить про виконання у 2024 році нормативу, який становить не менше 1,0);

Таким чином, фактичні рівні показників поточної, швидкої та абсолютної ліквідності перевищують значно нормативні показники, а у 2024 році рівень співвідношення дебіторської заборгованості до кредиторської заборгованості перевищує рівень нормативу, який становить не менше 1,0.

В структурі показників фінансової стійкості в ТОВ «Юрія–Фарм» у 2019 –2024 рр. (рис. Д.9 Додатку Д) фіксуємо наступну динаміку діяльності:

– всі коефіцієнти фінансової стійкості у 2019 –2024 рр. перевищують нормативи, що свідчить про постійний великий рівень фінансової стійкості.

В структурі показників оборотності активів та пасивів в ТОВ «Юрія–Фарм» у 2019 – 2024 рр. (рис. Д.10 Додатку Д) фіксуємо наступну динаміку змін:

– періоди обороту оборотних активів, обороту виробничого циклу, операційного циклу та фінансового циклу становлять у 2024 році величини 144 – 196 днів на 1 оборот, що свідчить про дуже низький рівень оборотності запасів і потребує додаткового розміщення випускаємої продукції в інших регіонах;

– періоди обороту дебіторської та кредиторської заборгованості є значно меншими і становлять 49(кредиторська) – 123(дебіторська) робочих днів, що є ефективним оборотом.

В структурі показників рентабельності активів, власного капіталі та обсягу виробництва в ТОВ «Юрія–Фарм» у 2019 – 2024 рр. (рис. Д.11 Додатку Д) фіксуємо наступну динаміку змін за 5 років діяльності:

– рівень щорічної рентабельності активів по чистому прибутку становить 19,32 % у 2019 році та зменшився до рівня 12,95 % у 2024 році (що показує рівень щорічного зменшення у 1,492 раза);

– рівень щорічної рентабельності власного капіталу по чистому прибутку становить 31,34 % у 2019 році та зменшився до рівня 22,36 % у 2024 році (що показує рівень щорічного зменшення у 1,40 раза);

– рівень щорічної рентабельності доходів чистої продукції по чистому прибутку становить 20,24 % у 2019 році та зменшився до рівня 13,10 % у 2024 році (що показує рівень щорічного зменшення у 1,545 раза).

Таким чином, рівень рентабельності підприємства з нарощуванням обсягів виробництва за 5 років падає в 1,40 – 1,55 раза.

Згідно з даними розрахунків п'ятифакторної моделі фінансової стійкості до банкрутства для ТОВ "Юрія–Фарм" в 2019 – 2024 рр., наведених в табл. 2.2, підприємство за зведеними рівнями показника Z знаходиться на рівні 2,09 – 2,65, що значно вище рівня банкрутства $Z < 1,23$, тобто підприємство ТОВ «Юрія–Фарм» не має явних ознак схильності до банкрутства.

Як результат, ТОВ «Юрія–Фарм» у 2019 – 2024 рр. має наступні показники позитивної діяльності:

– постійна прибуткова робота з нарощування власного капіталу та активів балансу;

– робота виконується з витриманням всіх нормативів ліквідності, фінансової стійкості та рівнів рентабельності виробництва;

– відсутні показники схильності до банкрутства.

П'ятифакторна модель фінансової стійкості до банкрутства Е.

Альтмана для ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 – 2024 рр. [36]

Показники банкрутства	2020	2021	2022	2023	2024
1. Оборотний капітал до суми активів підприємства (K1)	0,694	0,702	0,700	0,701	0,671
2. Відношення чистого прибутку до суми активів (K2)	0,193	0,189	0,134	0,099	0,120
3. Відношення прибутку до виплати податків до суми активів (K3)	0,236	0,228	0,166	0,123	0,146
4. Відношення власного капіталу до заборгованості (фінансова структура) (K4)	1,607	1,770	1,773	1,477	1,179
5. Відношення виручки від реалізації до суми активів (оборотність активів) (K5)	0,584	0,625	0,400	0,508	0,536
$Z = 0,717 \cdot K1 + 0,847 \cdot K2 + 3,107 \cdot K3 + 0,42 \cdot K4 + 0,995 \cdot K5$	2,650	2,739	2,273	2,093	2,065
При $Z < 1,23$ – підприємство банкрут, при $Z > 2,9$ – підприємство не має схильності до банкрутства	Підприємство стабільне в розвитку	Підприємство стабільне в розвитку	Підприємство стабільне в розвитку	Підприємство стабільне в розвитку	Підприємство стабільне в розвитку

Проведений аналіз результатів фінансової взаємодії українських фармацевтичних фірм з фармацевтичними фірмами світу за 2021 — 2024 рр. показав (п. 2.1 розділу 2):

— з фінансової точки зору найбільші фармацевтичні фірми України знаходяться з 450 по 750 місці в рейтингу щорічного обсягу продаж фармацевтичних товарів в світі і не мають інвестиційної програми для інтернаціоналізації в розвинутих країнах світу, а мають можливості показати свою продукцію в країнах світу, що розвиваються.

Згідно з результатами, наведеними на рис. 2.4, серед основних 16 країн світу з якими Україна обмінюється ліками за режимом проміжного непрямого експорту через фірми-дистриб'ютори в іноземних країнах, так серед країн є

Бразилія, Мексика, Туреччина, що мають значні рівні ВНД високого рівня відносно України та вислали в Україну свою комісію по сертифікатам GMP.

Аналіз результатів, які наведені в табл. 2.3, показав, що у 2022 – 2023 рр.:

– дистриб'юторські фірми в європейських державах, Англії та США не застосовують лікі, які вироблені в Україні (відсутність європейського сертифікату якості виробництва GMP);

– непрямий експорт ліків, які вироблені в Україні, надійшов тільки в 3 країни середнього ряду країн світу (в яких Україна отримала сертифікат GMP) – Мексика, Бразилії та Туреччини.

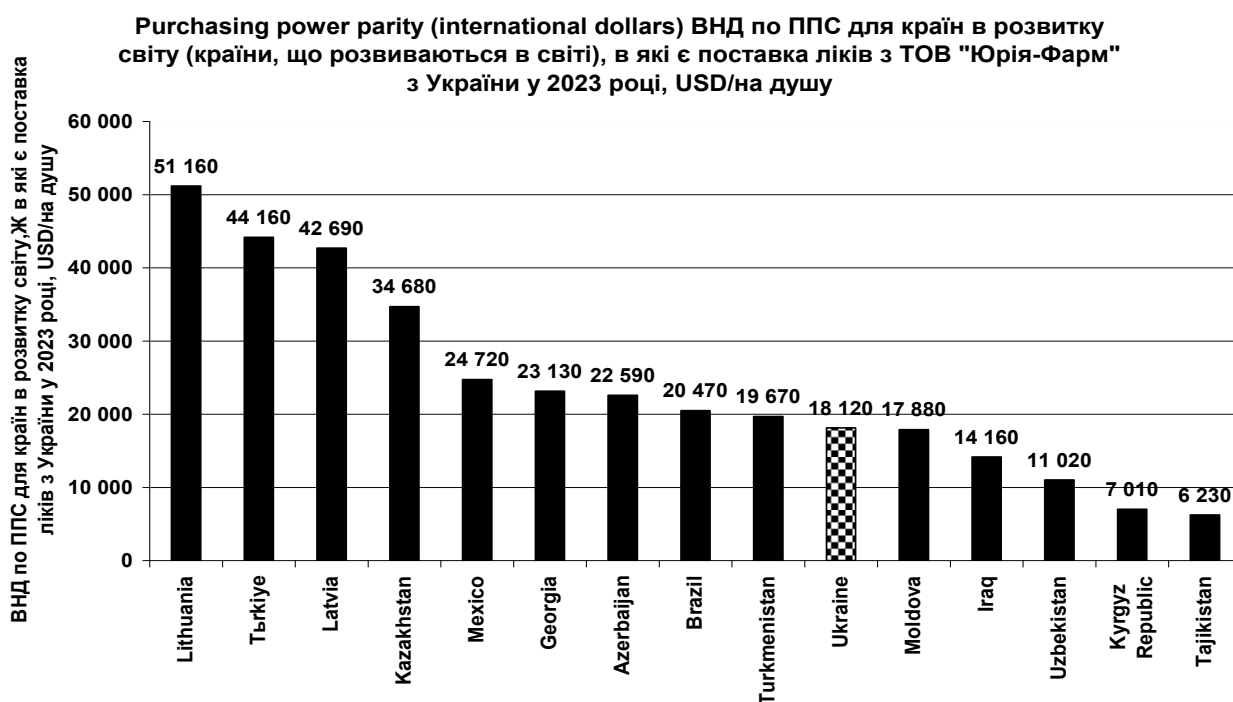


Рис. 2.9 Структура ВНД на душу населення (по ППС) для країн, з якими Україна обмінюється ліками за непрямим експортом (за даними «Світового банку» у 2023 році в USD/душу населення)

Джерело: побудовано за звітами [42]

Непрямий експорт ліків, які вироблені в Україні, надійшов тільки в 9 країн з рівнем початкового розвитку держав в світі (в яких Україна використовує власний сертифікат GMP) – Узбекистан, Литва, Казахстан, Грузія, Азербайджан, Ірак, Молдова, Киргистан, Латвія (табл. 2.3, рис. 2.5).

Динаміка поставок експортованих ліків в країни світу, що розвиваються

НАЗВА КРАЇНИ, В ЯКУ ЕКСПОРТОВАНІ УКРАЇНСЬКІ ЛІКИ	Обсяг експорту ліків у 2022 р, млн доларів США	Обсяг експорту ліків у 2023 р., млн доларів США	Додатковий приріст / зниження експорту ліків у 2023 р. відносно 2022, млн доларів США
1. УЗБЕКИСТАН	52	44,6	- 7,4
2. ЛИТВА	23	29,4	+ 6,4
3. КАЗАХСТАН	32	26,0	- 6,0
4. ГРУЗІЯ	18	25,2	+ 7,2
5. АЗЕРБАЙДЖАН	14	17,2	+ 3,2
6. ПРАК	13	14,6	+ 1,6
7. МОЛДОВА	14	14,4	+ 0,4
8. МЕКСИКА	10	11,4	+ 1,4
9. КИРГИЗСТАН	5	8,4	+3,4
10. ТУРЕЧЧИНА	3	6,4	+3 4
11. ЛАТВІЯ	5		

Джерело: побудовано за даними [4]

Проведений аналіз рівня інтернаціоналізації України фармацевтичними країнами світу з рівня непрямого експорту через фірми–посередники показав, що імпорт ліків в Україну з іноземних країн світу у 2018, 2020 рр. становив (табл. 2.4)[19]:

Таблиця 2.4

Імпорт ліків зі світу в Україну з іноземних країн

Країна світу	Імпорт ліків в Україну у 2018 році , млн.. доларів США	Імпорт ліків в Україну у 2020 році , млн.. доларів США
1. Німеччина	300	370
2. Індія	146	222
3. Франція	132	163
4. Італія	107	160
5. Словенія	69	111
6. Велика Британія	68	65
7. Угорщина	51	62
8. Польща	49	62
9. Австрія	47	
10. Іспанія	47	69
11. Швейцарія		52

Джерело: побудовано за даними [19]

На рис. 2.10 побудовані частки на ринку України (перші 30 позицій) ліків України (27,4 %) та ліків різних країн (26,85 %) у 2022 році, % [46].

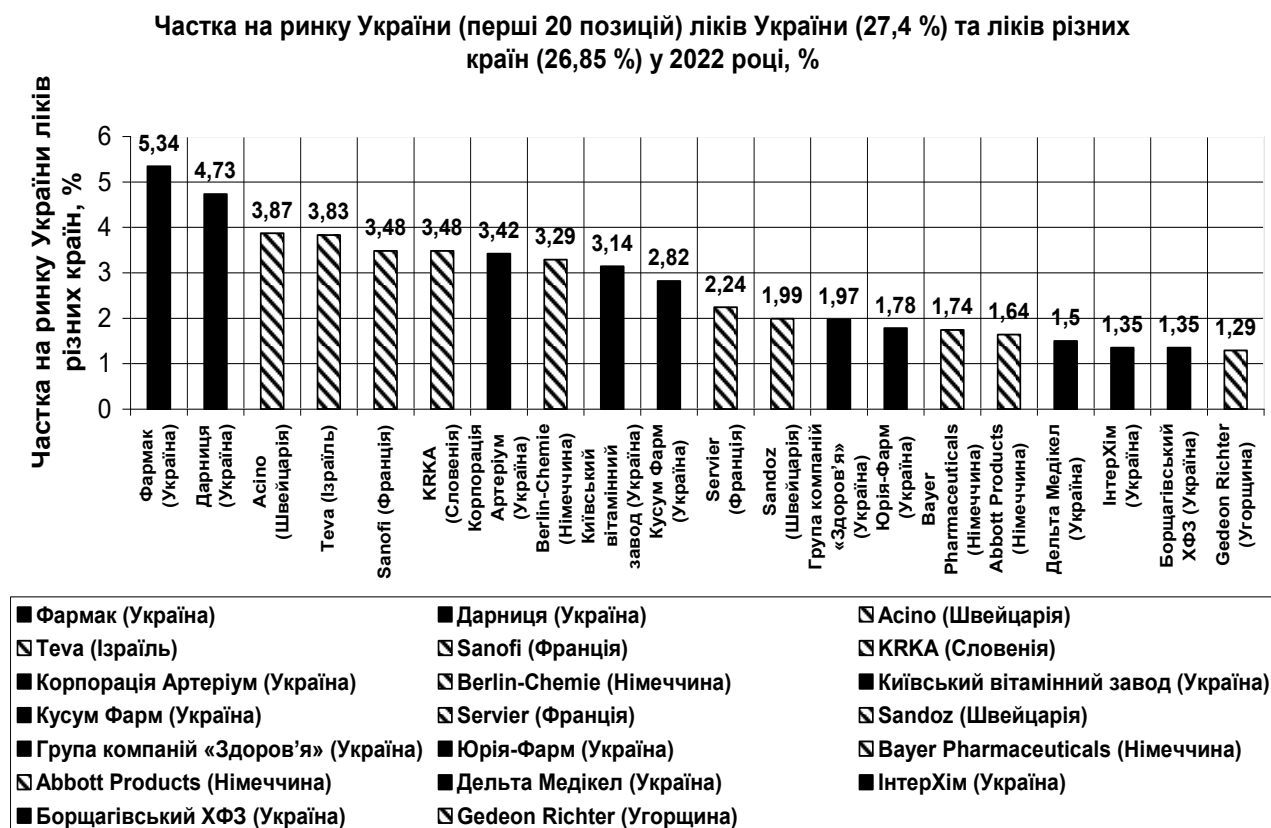


Рис. 2.10 Частка на ринку України (перші 20 позицій) ліків України (27,4 %) та ліків різних країн (26,85 %) у 2022 році, %

Джерело: побудовано за даними [46]

Проведений аналіз результатів фінансової взаємодії українських фармацевтичних фірм з фармацевтичними фірмами світу за 2021 — 2024 рр. показав, що інтернаціоналізація присутності іноземних фармацевтичних підприємств на території України реалізована тільки в якості непрямого експорту ліків через фірми – дистриб'ютори в Україні [46]:

– в Україні відсутнє іноземне фармацевтичне підприємство, тобто такий вид інтернаціоналізації іноземцев в Україні не розвинутий;

– відсоткова частина ліків, які випущені в Україні, у частині перших 30 ліків в Україні становить 27,4 %, з яких [46]:

а) лікі, які випущені АТ «Фармак» – 5,34 % (1 місце);

б) лікі, які випущені АТ «Дарниця» – 4,73 % (2 місце);

в) лікі, які випущені в ТОВ «Юрія–Фарм» – 1,78 % (14 місце).

– відсоткова частина ліків, які випущені в іноземних країнах та продаються в Україні по схемі непрямого експорту через дистриб'юторів, у частині перших 30 ліків в Україні становить 27,02 %, з яких [46]:

– фірма ACINO (Швейцарія) – 3,87 % (3 місце);

– фірма TEVA (Ізраїль) – 3,83 % (4 місце);

– фірма Sanofi (Франція) – 3,48 % (5 місце);

Таким чином, ринок ліків в Україні розподілений 50 % лікі України та 50 % лікі непрямого експорту від іноземців світу.

Згідно з результатами аналізу діяльності будуємо PEST та SWOT – аналізи діяльності досліджуємого підприємства ТОВ «Юрія – Фарм».

У табл. 2.5 відображено PEST–аналіз – легкий і зручний метод, що застосовується при аналізі макросередовища підприємства [13].

Таблиця 2.5

PEST – аналіз діяльності ТОВ «Юрія–Фарм»

P (Political)	E (Economic)
1) Україна за військовим станом має значну нестабільність в країні, що певним чином впливає на експортну діяльність; 2) регулювання діяльності фармацевтичної галузі є нестабільним та суперечливим; 3) існує для фармацевтики наявність грантів та ініціативи з боку держави; 4) Україна гарантує загальний курс в Європейський Союз 5) існує додаткова можлива поява потенційних ринків в Африці та в Азії.	1) в Україні з 2022 року військовий стан, суттєве падіння економіки, високий темп інфляції, висока відсоткова ставка в НБУ, нестабільний курс валют з ростом від 29,5 до 42 грн/USD 2) у населення - низька купівельна спроможність за рахунок війни; 3) посилення конкуренції з боку іноземних постачальників, виробництво товарівзамінників конкурентами; 4) ріст об'єму фармацевтичного ринку,
S (Socio–Cultural)	T (Technological)
1) в Україні найнижчий рівень життя у порівнянні з ЄвроСоюзом; 2) фармацевтичні підприємства через систему Інтернет звітують перед громадськістю про проведені заходи; 3) в фармацевтичних підприємствах існує корпоративна відповідальність основ ЄС 4) фармацевтичні компанії мають високу плінність кадрів за міграцією в ЄвроСоюз; 5) фармацевтика має кваліфіковані кадри	1) для впровадження нових технологій у військовий час не вистачає коштів для розвитку фармацевтики; 2) фармацевтика розвивається тільки за рахунок імпорту обладнання та технологій з усього світу; 3) фармацевтика існує за рахунок масового імпорту обладнання та технологій з Європейського Союзу та Азії.

Джерело: розроблено автором на основі [36]

В табл. 2.6 побудований SWOT – аналіз діяльності досліджуємого підприємства ТОВ «Юрія – Фарм».

Таблиця 2.6

**SWOT – аналіз діяльності досліджуємого підприємства
ТОВ «Юрія – Фарм»**

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
1) ТОВ має значний асортимент продукції 2) ТОВ відрізняється високою якістю продукції 3) ТОВ має відомий бренд в Україні та в світі 4) ТОВ є постійно прибутковим та має високу ефективність виробництва 5) В ТОВ існує висока кваліфікація персоналу, незалежно від воєнних потреб 6) ТОВ працює в постійному розвитку 7) ТОВ має в Україні впізнаваний бренд	1) Виробництво має залежність від воєнного обмеженого обсягу постачальників 2) ТОВ має недостатню рекламну стратегію 3) ТОВ має високі витрати на виробництво 4) ТОВ має розвиток при воєнному розвитку ринку України та нерівномірності розвитку світових ринків 5) Маємо бюрократію у прийнятті рішень 6) Блокада непрямого експорту ліків в зону Європи, США, Англії за рахунок дій великих ТНК світу
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
1) Маємо можливість розширення асортименту продукції за рахунок відкриття заводів в країнах бувшого СНД 2) Підприємство впроваджує нові західні технології та має розвиток нових технологій виробництва та управління 3) ТОВ системно розширює ринки збуту особливо в країнах бувшого СНД 4) ТОВ має власні заводи в Італії ат в Узбекистані з розвитком партнерства 5) ТОВ розробляє нові продукти (до 10 %) 6) Інтернаціоналізація виробництва в країнах, що розвиваються	1) Військова загроза діяльності в Україні 2) Блокада експортних шляхів поставки продукції в республіки Азії через військові конфлікти 3) Блокада імпорتنих морських каналів з Азії за рахунок військових конфліктів 4) Зростання конкуренції на ринку 5) Зміни в законодавстві, які можуть вплинути на бізнес 6) Зміни в економічному середовищі 7) Зміни в запитах споживачів 8) Підвищення цін на ресурси, особливо електроенергію та теплопостачання

Джерело: побудовано за [36]

Проведені PEST–аналіз та SWOT–аналіз дозволяють детально оцінити

поточний стан компанії та розробити стратегії для підвищення її ефективності та конкурентоспроможності. Діагностика ефективності ТОВ «Юрія Фарм» показує, що компанія на фоні загроз трирічної війни з РФ та дезорганізацією економіки України стикається зі зниженням фінансових показників, таких як поточна та абсолютна ліквідність, рентабельність активів та власного капіталу. Це свідчить про необхідність покращення управління активами та оптимізації витрат.

Інтернаціоналізація присутності фармацевтичних підприємств в іноземних країнах реалізована в якості непрямого експорту ліків через фірми – дистриб'ютори в іноземних державах та початком придбання двома українськими фірмами АТ «Фармак» та ТОВ «Юрія–Фарм» перших дозволів іноземним країнам на будівництво власних виробничих заводів:

- АТ «Фармак» з 2022 по 2024 рр. проводить будівництво власного заводу в Іспанії (м. Барселона) за кредитні кошти європейського банку ЄБРР у розмірі 20 млн. євро (кількість працівників до 50 осіб);

- АТ «Фармак» за власні кошти придбало 4 іноземні фармацевтичні заводи в Європі (з ліцензіями GMP Європи) – Nordfarm (Польща, 2016), Symphar (Польща, 2024), Xantis Pharma Limited (Чехія, 2023), A&S Group (Британія, 2024) і проводить там технологічне переобладнання для випуску ліків сертифікату АТ «Фармак» (кількість працівників не вище 50 – 90 працівників);

- ТОВ «Юрія–Фарм» придбало завод СП ТОВ «Река–Мед» в Узбекистані (м. Ташкент) у 2023 році за кредитні кошти європейського банку ЄБРР у 10 млн.євро та проводить його переобладнання на випуск продукції по сертифікатам GMP ТОВ «Юрія–Фарм» (кількість працівників до 50 осіб).

Висновки до розділу 2

До системи країн, що розвиваються, за класифікацією ООН відносяться всі азіатські країни, крім Японії, Південної Кореї й Ізраїлю, усі країни Африки, крім ПАР, а також країни Латинської Америки, а також країни «Східно–Європейської групи + СНД» в Європі (в організаціях ООН), як і країни бывшего СНД в Азії (Казахстан, Узбекистан, Киргизстан, Таджикистан, Туркменістан), а також Монголія.

Згідно з дослідженням динаміка розподілу рейтингу обсягів валових чистих доходів від продажу продукції перших 9 фармацевтичних фірм України за 2022 – 2024 рр. вони становлять:

- максимальний рівень валової доходності від продажу продукції становить 230,7 млн доларів США в АТ «Фармак»;

- на другому місці за рівнем валової доходності від продажу продукції становить 165,0 млн доларів США в АТ «Дарниця»;

- на третьому місці ТОВ «Юрія – Фарм» за рівнем валової доходності від продажу продукції становить 114,4 млн доларів США;

Аналіз результатів фінансової взаємодії українських фармацевтичних фірм з фармацевтичними фірмами світу за 2021 — 2023 рр. показав наступне:

- за загальним обсягом в світі в 2024 році зареєстровано більше 2300 фармацевтичних фірм;

- перші 79 найбільших світових фармацевтичних фірм за 2021 рік мають обсяги чистих валових доходів від продажу товару від 100 млрд. доларів США до 2 млрд доларів США;

- перші 9 найбільших фармацевтичних фірм України за 2022 – 2024 рр. мають обсяги чистих валових доходів від продажу товарів від 185 – 230 млн доларів США (фірма «Фармак») до рівня 18 – 35 млн доларів США (останні місця);

- з фінансової точки зору найбільші фармацевтичні фірми України

знаходяться з 450 по 750 місці в рейтингу щорічного обсягу продаж фармацевтичних товарів в світі і не мають інвестиційної програми для інтернаціоналізації в розвинутих країнах світу, а мають можливості показати свою продукцію в країнах світу, що розвиваються.

В кваліфікаційній роботі аналізується інтернаціоналізація за рахунок придбання ТОВ «Юрія–Фарм» в Узбекистані виробництва СП ТОВ «Река–Мед» (м. Ташкент), тому в аналізі регуляторних бар'єрів та специфіки виходу на фармацевтичний ринок країн, що розвиваються, розглядаються особливості встановлення цих вимог в Узбекистані, де з 2022 року введений документально аналіз внутрішніх та зовнішніх виробників та постачальників фармацевтичної продукції з за діянням всіх світових сертифікатів GMP, GDP, GLP, GCP.

Проведений аналіз господарської діяльності ТОВ «Юрія–Фарм» у 2019 – 2024 рр. показав, що підприємство має характеристики:

- постійна прибуткова робота з нарощування власного капіталу та активів балансу;
- робота виконується з витриманням всіх нормативів ліквідності, фінансової стійкості та рівнів рентабельності виробництва;
- відсутні показники схильності до банкрутства.

Проведені PEST–аналіз та SWOT–аналізи діяльності ТОВ «Юрія–Фарм» дозволили детально оцінити поточний стан компанії та розробити стратегії для підвищення її ефективності та конкурентоспроможності, а проведена діагностика ефективності ТОВ «Юрія Фарм» показує, що компанія на фоні загроз трирічної війни з РФ та дезорганізацією економіки України стикається зі зниженням фінансових показників, таких як поточна та абсолютна ліквідність, рентабельність активів та власного капіталу. Для підвищення фінансової стабільності та ефективності ТОВ «Юрія–Фарм» потрібно переглянути стратегії управління, оптимізувати внутрішні процеси та покращити комунікацію всередині організації.

Проведений аналіз фактичної інтернаціоналізації фармацевтичних підприємств в Україні показав, що:

– дистриб'юторські фірми в європейських державах, Англії та США не застосовують лікі, які вироблені в Україні (відсутність європейського сертифікату якості виробництва GMP);

– непрямий експорт ліків, які вироблені в Україні, надійшов тільки в 3 країни середнього ряду країн світу (в яких Україна отримала сертифікат GMP) – Мексика, Бразилії та Туреччини;

– непрямий експорт ліків, які вироблені в Україні, надійшов тільки в 9 країн з рівнем початкового розвитку держав в світі (в яких Україна використовує власний сертифікат GMP) – Узбекистан, Литва, Казахстан, Грузія, Азербайджан, Ірак, Молдова, Киргистан, Латвія.

Рівень фактичної інтернаціоналізації присутності фармацевтичних підприємств України в іноземних країнах світу реалізована в якості форм непрямого експорту ліків через фірми – дистриб'ютори в іноземних державах, придбанням певної частки пакетів акцій в іноземних фармацевтичних фірмах і випуском там ліків за власною рецептурою, та придбанням двома українськими фірмами АТ «Фармак» та ТОВ «Юрія–Фарм» перших дозволів іноземним країнам на будівництво власних виробничих заводів:

– для інтернаціоналізації фармацевтичного виробництва в іноземній державі необхідно мати міжнародно визнані GMP сертифікати, оскільки сертифікат GMP (Good Manufacturing Practice) — це гарантія того, що продукція виготовляється на підприємстві за найвищими стандартами якості, а також сертифікат GMP є міжнародним стандартом, він визнаний і дотримується у багатьох країнах світу;

– АТ «Фармак» має погоджені GMP – дистриб'юторські сертифікати для іноземних підприємців для непрямого експорту своїх ліків в 60 країнах у світі;

– АТ «Фармак» за власні кошти придбало контрольні пакети акцій в 4 іноземних фармацевтичних заводах в Європі (з ліцензіями GMP Європи) – Nordfarm (Польща, 2016), Symphar (Польща, 2024), Xantis Pharma Limited (Чехія, 2023), A&S Group (Британія, 2024) і проводить там технологічне переобладнання для випуску ліків сертифікату АТ «Фармак»;

– АТ «Фармак» з 2022 по 2024 рр. проводить будівництво власного заводу в Іспанії (м. Барселона) за кредитні кошти європейського банку ЄБРР у розмірі 20 млн. євро;

– ТОВ «Юрія–Фарм» має погоджені GMP – дистриб'юторські сертифікати для іноземних підприємців для непрямого експорту своїх ліків в 52 країнах у світі;

– ТОВ «Юрія–Фарм» придбало у 2016 році пакет акцій на італійському фармацевтичному заводі «DIACO BIOFARMACEUTICI S.R.L.» (компанія має 7 виробничих ліній в Італії – інфузійне виробництво) для розташування на ньому випуску ліків для італійського ринку та імпорту натрію хлориду в Україну;

– ТОВ «Юрія–Фарм» придбало завод СП ТОВ «Река–Мед» в Узбекистані (м. Ташкент) у 2023 році за кредитні кошти європейського банку ЄБРР у 10 млн.євро та проводить його переобладнання на випуск продукції по сертифікатам GMP ТОВ «Юрія–Фарм».

РОЗДІЛ 3

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ НА РИНКАХ КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ

3.1 Стратегія та інтернаціоналізація українських фармацевтичних компаній на ринки країн, що розвиваються

Для розробки пропозицій щодо стратегій та інтернаціоналізації українських фармацевтичних компаній на ринки країн, що розвиваються, необхідно провести аналіз експортно – імпоротної діяльності України в галузі фармацевтики у 2020 – 2024 рр.

На рис. Е.1 Додатку Е за даними Державної служби статистики України побудовані діаграми обсягів експорту та імпорту фармацевтики з України в світ за зі світу в Україну на протязі 2020 – 2024 рр., тис.доларів США [35].

Згідно з результатами, що розміщені на рис. Е.1 Додатку Е, маємо наступні показники:

1) Обсяги експорту продукції фармацевтики з рівня 268,2 млн доларів США у 2020 році зросли до рівня 315,4 млн доларів США у передвоєнному 2021 році та різко знизидись до рівня 234,6 млн доларів США у першому воєнному 2022 році, а потім поступово зросли вище довоєнного рівня у 321,7 млн доларів США у 2024 році;

2) Обсяги імпорту продукції фармацевтики з рівня 2 523,2 млн доларів США у 2020 році зросли до рівня 3 056,6 млн доларів США у передвоєнному 2021 році та різко знизидись до рівня 1 856,2 млн доларів США у першому воєнному 2022 році, а потім поступово зросли нижче довоєнного рівня у 2 432,5 млн доларів США у 2024 році.

3) Слід відмітити, що рівень експорту фармацевтики в Україну становить 10,32 % у 2021 році та 13,26 % у 2024 році відносно обсягу імпорту в Україну.

Таким чином, Україна є країною, яка суттєво залежить від імпорту фармацевтики зі світу в Україну, оскільки обсяг експорту фармацевтики в світ становить не більше 13 % від обсягу імпорту.

Для проведення структури експорту та імпорту фармацевтики з України та в Україну використовуємо загальне групування структури експорту та імпорту на основні 6 груп в митних деклараціях України [35]:

3001 – Залози та інші органи для орґано–терапевтичного використання;

3002 – Кров людей, кров тварин, сироватки імунні, інші фракції крові та імунологічні продукти;

3003 – Лікарські засоби (ліки), що складаються із суміші двох або більше продуктів, але не у дозованому вигляді і не розфасовані;

3004 – Лікарські засоби (ліки), розфасовані та дозовані, що складаються із змішаних або незмішаних продуктів для медичного застосування;

3005 – Вата, марля, бинти та аналогічні вироби;

3006 – Інші фармацевтичні товари.

На рис. Е.2, Е.3 Додатку Е наведені динаміка експорту ліків по групам фармацевтики (3001, 3002, 3003, 3004, 3005, 3006) з України в світ у 2020 – 2024 рр. та динаміка відсоткових частин груп фармацевтики (3001, 3002, 3003, 3004, 3005, 3006) в загальній сумі фармацевтики при експорті з України у 2020 – 2024 рр.

Згідно з результатами, які наведені на рис. Е.2, Е.3 Додатку Е, маємо наступні результати:

– найвищий рівень експорту з України займають ліки по групі 3004, а рівень експорту яких становить 272,9 млн доларів США з загального рівня 315,4 млн грн. у 2021 році та 231,1 млн доларів США з загального рівня 321,7 млн грн. у 2024 році;

– найбільший рівень експорту належить до групи 3004 (ліки, які розфасовані та дозовані), які займають рівні 87,5 % у передвоєнному 2020 році та рівні 71,8 % у воєнний 2024 рік;

– на другому рівні експорту належить група 3002 (кров людини, тварин

та сироватки та імунні препарати крові), які займають рівня від 10,0 % у передвоєнному 2020 році та на рівні 23,8 % у воєнний 2024 рік;

– на третьому рівні експорту належить група 3005 (марля та бинти), які займають рівня від 0,4 % у передвоєнному 2020 році та на рівні 2,55 % у воєнний 2024 рік;

– слід відмітити, що з перевоєнного рівня показник групи 3004 систематично знижувався з рівня 87,5 % до рівня 71,8 % (тобто зниження становить (– 16,7%)), а рівень передвоєнного показника групи 3002 систематично зростав з рівня 10,0% до рівня 23,8% (тобто зростання становить +13,8%), в той же час рівень передвоєнного показника групи 3005 систематично зростав з 0,4 % до 2,55 % (тобто рівень зростання становить +2,15%).

На рис. Е.4, Е.5 Додатку Е наведені динаміка імпорту ліків по групам (3001, 3002, 3003, 3004, 3005, 3006) у 2020 – 2024 рр. зі світу (у тис. доларів США) та динаміка відсоткового розподілу по групам фармацевтики імпорту (3001, 3002, 3003, 3004, 3005, 3006) з країн світу у 2020 – 2024 рр. в %.

Згідно з результатами, які наведені на рис. Е.4, Е.5 Додатку Е, маємо наступні результати:

– найвищий рівень імпорту з України займають ліки по групі 3004, а рівень імпорту яких становить 2 187,0 млн доларів США з загального рівня 3 056,6 млн грн. у 2021 році та 1 555,5 млн доларів США з загального рівня 2 432,6 млн грн. у 2024 році;

– найбільший рівень імпорту належить до групи 3004 (ліки, які розфасовані та дозовані), які займають рівні 78,0 % у передвоєнному 2020 році та рівні 80,5 % у воєнний 2024 рік;

– на другому рівні імпорту належить група 3002 (кров людини, тварин та сироватки та імунні препарати крові), які займають рівня від 17,4 % у передвоєнному 2020 році та на рівні 14,5 % у воєнний 2024 рік;

– слід відмітити, що з перевоєнного рівня показник групи 3004 систематично зростав з рівня 78,0 % до рівня 80,5 % (тобто зростання становить

+2,4 %), а рівень передвоєнного показника групи 3002 систематично знижувався з рівня 17,4% до рівня 14,5% (тобто зниження становить (-2,9%)).

Проведений аналіз загальних по групових обсягів експорту та імпорту фармацевтики з України та в Україну показав, що основним показником є динаміка показників експорту та імпорту по підгрупі 3004 (Лікарські засоби (ліки), розфасовані та дозовані, що складаються із змішаних або незмішаних продуктів для медичного застосування).

На рис. К.1 – К.10 додатку К розміщені графіки побудованих розташувань експорту фармацевтики в підгрупі 3004 у 2020, 2021, 2022, 2023, 2024 рр. [35].

Проведений аналіз рівня інтернаціоналізації України при поставці ліків в світ на рівні непрямого експорту через фірми–посередники за кордоном показав, що експорт ліків у 2021 - 2024 рр. становив (табл..3.1)[35]:

Таблиця 3.1

Експорт ліків з України у країни світу (за непрямим експортом)

Країна світу	Експорт ліків з України у 2021 році , тис. доларів США	Експорт ліків з України у 2022 році , тис. доларів США	Експорт ліків з України у 2023 році , тис. доларів США	Експорт ліків з України у 2024 році , тис. доларів США
1. Узбекистан	75 036	47 460	47 872	49 923
2. Литва	5 118	21 870	36 553	42 977
3. Казахстан	21 647	19 956	16 523	23 551
4. Грузія	18 426	16 108	20 445	20 526
5. Молдова	21 048	13 180	14 478	14 522
6. Азербайджан	18 603	12 025	12 562	10 885
7. Бразилія	17 719	6 699		
8. Ірак	14 252	11 553	11 521	11 295
9. Мексика	12 670	4 364	6 643	4 843
10. Киргистан	7 665	6 150		10 218

Джерело: побудовано за даними [35]

Згідно з результатами вартості експорту ліків фармацевтики (3004) в світ (перші 1– 40 країни світу) з України у 2021 та 2022 році (рис. К.3, К.5 Додатку К) маємо наступний розподіл рейтингу країн поставки ліків з України [35]:

- 1) на протязі 2021 року (передвоєнний рік – 272 888 тис. доларів США):
- 2) на протязі 2022 року (перший воєнний рік – 192 152 тис. дол.. США):

– падіння обсягів експортних поставок на $(-29,6)$ % відносно перевоєнного 2021 року;

3) на протязі 2023 року (воєнний рік – 217 010 тис. дол.. США):

4) на протязі 2024 року (воєнний рік – 231 2871 тис. дол.. США).

Таким чином, до країн світу, що розвиваються, маємо наступні країни світу, що розвиваються, та та ранжовані за кількістю експортного рангу поставки ліків з України у 2023 – 2024 рр. (табл. 3.2):

Таблиця 3.2

Рейтинг розташування країн світу, що розвиваються, для експорту ліків та впровадження інтернаціоналізації фармацевтичних підприємств з України

№	Країна світу, що розвивається, в 2024 році	Обсяг експорту в %
1	УЗБЕКИСТАН	21,59%
2	КАЗАХСТАН	10,18%
3	ГРУЗІЯ	8,76%
4	МОЛДОВА	6,31%
5	ІРАК	4,88%
6	АЗЕРБАЙДЖАН	4,71%
7	КИРГИЗСТАН	4,42%
8	МЕКСИКА	2,09%
9	ТАДЖИКИСТАН	1,44%
10	ВІРМЕНІЯ	0,80%
11	В'ЄТНАМ	0,80%
12	ТУРКМЕНИСТАН	0,64%
13	НІКАРАГУА	0,56%
14	БОСНІЯ І ГЕРЦЕГОВИНА	0,41%
15	МОНГОЛІЯ	0,22%

Джерело: побудовано за даними [35]

Згідно табл. 3.1 у 2025 році для стратегічного розвитку фармацевтики в Україні можна віднести до країн світу, що розвиваються, та мають активні відносини у 2020 – 2024 рр. для експорту ліків та інтернаціоналізації фармацевтичних підприємств на закордонній території є 15 держав світу, які займають 68,0 % ринку експорту ліків з України.

3.2 Діджиталізація, як фактор інтернаціоналізації українських фармацевтичних компаній на ринки країн, що розвиваються

Цифровізація (з англ. digitalization) — це впровадження цифрових технологій в усі сфери життя: від взаємодії між людьми до промислових виробництв, від предметів побуту до дитячих іграшок, одягу тощо. Це перехід біологічних та фізичних систем у кібербіологічні та кіберфізичні (об'єднання фізичних та обчислювальних компонентів) [48].

Цифровізація (диджиталізація) — це один із головних факторів зростання світової економіки в найближчі 5–10 років, де крім прямого підвищення продуктивності, яке отримують компанії від цифрових технологій, є ланцюг непрямих переваг цифровізації, як-от економія часу, створення нового попиту на нові товари й послуги, нова якість та цінність [48].

Цифрова економіка — це тип економіки, де ключовими факторами (засобами) виробництва є цифрові дані: числові, текстові тощо. Їх використання як ресурсу дає змогу істотно підвищити ефективність, продуктивність, цінність послуг та товарів, побудувати цифрове суспільство [48].

Цифрові тренди — це напрями розвитку цифрових технологій [48]:

- дані, які стають головним джерелом конкурентоспроможності;
- розвиток сфери Інтернету речей (Internet of things, IoT);
- цифрові трансформації як окремих бізнесів, так і цілих секторів;
- економіка спільного користування (sharing economy);
- віртуалізація фізичних інфраструктурних IT-систем;
- штучний інтелект (ШІ, з англ. artificial intelligence, або AI);
- цифрові платформи.

Цілями діджиталізації економіки України є [48]:

- бути полігоном для проектів цифрової трансформації;
- створення основи для трансформації секторів економіки в конкурентоспроможні та ефективні галузі (технології, цифровізація бізнесу, промисловість).

– залучення інвестицій та стимулювання довгострокового економічного зростання на рівні 10–12% на рік.

– реалізація людського капіталу, створення нових можливостей для інноваційних, креативних і цифрових галузей і розвитку бізнесу.

– розвивати та захоплювати світове лідерство в експорті цифрових продуктів і послуг.

Основою сучасних напрямків диджиталізації медицини в Україні є застосування технологій Штучного Інтелекту (Artificial Intelligence), як основи переробки циклу цифровізації практики діяльності та функціонування медичного обслуговування та розвитку новітнього цифрового медичного обладнання [30].

Прикладне застосування ШІ (AI) в медицині характеризується наступними напрямками [30]:

1) Обробка та аналіз зображень.

Засоби машинного та глибокого навчання незамінні для точного аналізу сканів КТ та МРТ, рентгенівських знімків, медичної акустики, оскільки Штучний інтелект (AI) класифікує зображення швидше і точніше за людину.

Аналітика ШІ (AI) має життєво важливе значення для своєчасного виявлення ракових утворень та пухлин, діагностики пневмонії та туберкульозу, остеопорозу, хвороби Альцгеймера. Штучний інтелект (AI) допомагає оптимально планувати хірургічне втручання, аби скоротити ризики та вплив на стан пацієнта.

2) Персоналізоване лікування.

Алгоритми штучного інтелекту (AI) можуть аналізувати медичну картку, історію хвороби, генетичну інформацію та фактори способу життя пацієнта, аби прогнозувати ризики захворювань і формувати індивідуальні варіанти лікування. Штучний інтелект (AI) також може визначити оптимальну дозу ліків чи променевої терапії для пацієнта, виходячи з комплексного аналізу його фізичного стану та історії хвороби.

3) Медичні дослідження.

Інструменти машинного та глибокого навчання відкривають революційні можливості для виявлення закономірностей, кореляцій та перспективних напрямків при дослідженні хвороб та розробці методів лікування.

4) Прогнозування та моделювання епідемій.

Моделі штучного інтелекту стали цінним інструментом для епідеміологів, які вивчають потенційно катастрофічні спалахи вірусних/інфекційних хвороб.

5) Пошук нових ліків.

Алгоритми ШІ (AI) дозволяють швидко визначати в організмі пов'язані з хворобою протеїни, а також молекули, які можна перетворити на ліки. що в декілька разів прискорює та здешевшує проєкт зі створення препарату, оскільки без допомоги ШІ середня вартість виведення нового лікарського засобу на ринок перевищує 2 млрд. доларів США.

6) Аналіз геномних даних.

Науковці вже застосовують у геномних дослідженнях спеціалізовані нейромережі для аналізу ланцюжків ДНК, а Штучний інтелект (AI) може обробляти фантастичні обсяги даних для пошуку кореляцій між властивостями білкових з'єднань та геномом.

7). Предиктивне обслуговування обладнання.

Алгоритми ШІ дозволяють налагодити предиктивну модель техпідтримки та звести ризики втрати обладнання до мінімуму, а модель штучного навчання може автоматично отримувати дані про роботу пристрою, аналізувати показники та сигналізувати про небезпеку виходу обладнання з ладу.

8. Медичний менеджмент.

Використання алгоритмів ШІ для управління медичною установою дозволяє прогнозувати кількість пацієнтів та навантаження, аби оптимальним чином використовувати обмежені ресурси: доступний персонал, кількість ліжок, медикаментів.

В табл. 3.3 предсталені сучасні Типи штучного інтелекту (Artificial Intelligence) в світі [28].

Типи штучного інтелекту (Artificial Intelligence) в світі

Тип ШІ (AI)	Опис	Приклади
Вузький ШІ (ANI)	Спеціалізується на одному завданні, не має пам'яті і не може адаптуватися за межами попередніх параметрів	Siri, система рекомендацій Netflix, чат-боти для обслуговування клієнтів
Штучний загальний інтелект (AGI)	Гіпотетичний ШІ з людиноподібним інтелектом, здатний розуміти, навчатися та самостійно виконувати складні завдання.	Ще не розроблений.
Штучний суперінтелект (ASI)	Гіпотетичний ШІ, що перевершує людський інтелект, здатний вирішувати глобальні проблеми, але викликає етичні занепокоєння.	Ще не розроблений.
Реактивні машини	Базовий ШІ, який реагує на дані в реальному часі без пам'яті та здатності до навчання.	Шаховий штучний інтелект Deep Blue від IBM, автоматичні двері, розумне освітлення, автоматичні касові апарати.
ШІ з обмеженою пам'яттю	ШІ з короткочасною пам'яттю, що дозволяє йому вчитися на минулому досвіді та адаптуватися в режимі реального часу.	Самокеровані автомобілі, системи виявлення шахрайства, алгоритми виявлення наркотиків.
Теорія штучного інтелекту	Гіпотетичний ШІ, здатний розуміти емоції, наміри та переконання, натхненний людською психологією.	Концептуальний; може призвести до створення соціальних роботів або консультантів зі штучним інтелектом.
Самонавчальний ШІ	Гіпотетичний ШІ з самосвідомістю, здатний критично мислити, розуміти емоції та піднімати важливі етичні питання.	Ще не розроблено (і, можливо, неможливо, хоча для деяких це може бути кінцевою метою)

Джерело: побудовано за даними [28]

Найпоширенішим типом штучного інтелекту, який використовується сьогодні (табл. 3.3), є вузький ШІ (Artificial Narrow Intelligence – ANI). Вузький ШІ – найпоширеніший тип ШІ, який використовується сьогодні, і цілком ймовірно, що користувач вже використовує інструменти вузького ШІ, навіть не підозрюючи про це.

Це тому, що Вузкий ШІ (ANI) – адаптивний, масштабований і практичний, тобто його можна досить легко впроваджувати в широкому спектрі галузей. Вузкий ШІ (ANI) не може вирішувати складні проблеми, він може викорінити повторювані або адміністративні завдання і легко масштабується. Для порівняння слід відмітити, що чат-боти – найсильнішим є ChatGPT від Open AI (США) або чат-боти для обслуговування клієнтів, яким користується постачальник комунальних послуг, є вузьким ШІ [30].

Загалом, існує 5 основних напрямки роботи зі штучним інтелектом (ANI) [28]:

- машинне мислення, що процеси планування, представлення знань та оптимізацію;

- машинне навчання (ML) – це фундаментальна особливість вузького ШІ, який не може бути запрограмований на пряму реакцію на кожну можливу підказку або вхідні дані, а повинен вміти обробляти дані і використовувати їх для встановлення зв'язків і синтезу нових висновків;

- обробка природної мови (NLP) – технологія, яка дозволяє машинам розуміти, інтерпретувати та генерувати людську мову;

- комп'ютерний зір – моделі ШІ аналізують візуальні дані, розбиваючи їх на пікселі та визначаючи шаблони або особливості (наприклад, краї, кольори та форми), а потім встановлюють зв'язки, щоб знайти конкретні об'єкти, які вони можуть розпізнати.

- робототехніка, що передбачає управління складними механізмами.

На сьогодні всі типи розвитку штучного інтелекту в світі формують свою технологію в напрямку створення генеративний ШІ (він же Generative Artificial Intelligence, GenAI) — одна з галузей штучного інтелекту, що швидко розвивається, яка створює те, чого раніше не існувало. Насамперед це нові форми контенту: текстовий, аудіо та візуальний. Генеративні моделі використовують як основу для навчання наборів даних, проте не просто комбінують їх відповідно до запиту, а створюють фактично з нуля (табл. 3.4). [29].

**Перелік основних моделей генеративного штучного інтелекту (AGI)
в світі у 2025 році**

Назва моделі штучного інтелекту (AI)	Фірма – розробник моделі штучного інтелекту (AI)	Основні характеристики моделі штучного інтелекту	Інтернет-сайт фірми розробника штучного інтелекту
1. ChatGPT – O1/O4	Open AI (США), Microsoft	Open AI (0) – 0 USD OpenAI(+) – 20 USD/місяць Open AI(Plus) – 200 USD/місяць	https://openai.com/chatgpt/overview/
2. Meta AI (Meta Llama)	Meta (Цукерберг, США)	Meta (0) – 0 USD; Meta Advancer – 20 USD/місяць	https://www.meta.ai/
3. Gemini 2.0	Alphabet, Google (США)	Gemini (0) – 0 USD; Gemini Advancer – 25 USD/місяць	https://gemini.google.com/?hl=ru
4. Grok-3	xAI (Mask-США)	Grok3(0) – 0 UAS Grok-3(X –Premium) – 40 USD/ місяць Grok-3 (SuperGrok) – 30 USD/ місяць	https://grok.com/
5. DeepSeek-V3	Китайський гедж-фонд High-Flyer (Китай)	DeepSeek (0) – 0 UAS	https://www.deepseek.com/
6. Claude 3.5 Sonnet v2	Anthropic Claude HIX (США)	Claude 3.5 Sonnet v2(0) – 0 UAS	https://claude.ai/login?returnTo=%2F%3F
7. Jasper AI	Jasper (США)	Jasper AI – 39 USD/ місяць Jasper AI – 99 USD/ місяць	https://www.jasper.ai/?fpr=cir_o&fp_sid=uk%2Fjasper-review_amcid-mgQp7xiX7BPJEs
8. Gamma AI	Palo Alto Networks (США)	Gamma(0) – 0 UAS Gamma(Plus) – 10 USD/ місяць Gamma (Pro) – 20 USD/ місяць	https://gamma.app/ru https://gammahomes.blogspot.com/?utm_source=website

Джерело: побудовано за оглядом [28], [29], [30]

На сьогодні вартість створених штучних інтелектів в США становить від 5 млрд доларів до 7 млрд доларів, а вартість першого китайського штучного інтелекту вартує до 2 млрд доларів, тому розвиток цих комп'ютерних комплексів нереальна без наявності обсягу фінансів, який є в глобальних

системах розвитку цифровізації в світі, а вартість останнього комплексу штучного інтелекту (за рахунок вартості мільярдів системних плат–відеопроекторів обробки інформації в Big Data) в США оцінюється в 200 млрд доларів початкового капіталу та у загальній вартості у 500 млрд доларів [28].

В кваліфікаційній роботі для пропозицій розвитку штучного інтелекту (ШІ) в медицині проведений аналіз сутності і можливостей майбутніх комплексів фармацевтичної продукції.

Поява штучного інтелекту (GenAI) стала каталізатором глибокої трансформації у фармацевтичній промисловості, викликавши зміну парадигми у різних галузях, включаючи відкриття ліків, розробку формул, виробництво, контроль якості та постреєстраційний нагляд. Багатогранний вплив технологій на основі ШІ(GenAI) на всі етапи життєвого циклу фармацевтичної продукції дає можливості застосування алгоритмів машинного навчання, аналітики даних та передиктивного моделювання для прискорення процесів відкриття ліків, оптимізації розробки формул, підвищення ефективності виробництва, забезпечення суворих заходів контролю якості та революціонізації методологій післяреєстраційного нагляду [65], [66], [67], [68], [69].

Визначення термінів Artificial Intelligence (AI), Machine Learning (ML) и Deep Learning (DL) при викладенні основ штучного інтелекту (ШІ) є наступним [61]:

- Штучний інтелект (ШІ або AI) – здатність комп'ютера імітувати інтелектуальну поведінку людини;
- Машинне навчання (МО або ML) – навчайтеся на даних без явного програмування;
- Глибоке навчання (ГО) – використовує штучні нейронні мережі (ШНМ або ANN) для використання даних.

Штучний інтелект (ШІ) та машинне навчання (МО) швидко трансформують численні галузі, включаючи фармацевтику, пропонуючи передові методи аналізу даних та прийняття рішень. ШІ охоплює різні методи, такі як обробка природної мови, комп'ютерний зір і робототехніка, в той час як

МО спеціально фокусується на розробці алгоритмів, які проводяться при розробці алгоритмів. В рамках МО глибоке навчання (ГО) виділяється як підобласть, яка використовує штучні нейронні мережі (ШНП), які імітують структуру людського мозку для виявлення складних закономірностей та взаємозв'язків у великих наборах даних.

ШІ вперше був застосований до розробки лікарських препаратів у 1990–х роках, коли нейронні мережі використовувалися для прогнозування характеристик пероральних таблеток з негайним вивільненням, таких як час розпаду і швидкість розчинення. Підхід механізму ШІ був поширений на вдосконалені системи пероральної доставки, розроблені для подолання клінічних обмежень активних фармацевтичних інгредієнтів (API) або контролю швидкості їх вивільнення в шлунково–кишковому тракті. ШІ також використовувався при розробці систем доставки ліків з використанням мікро–і наночастинок завдяки його здатності обробляти складні параметри, пов'язані з оптимізацією формул [61].

ШІ здійснив революцію в проектуванні та розробці ліків, від прискорення ідентифікації кандидатів на лікарські засоби з високою точністю до оптимізації фармацевтичних формул для кращої біодоступності та стабільності. У виробництві ШІ покращує внутрішньовиробничий контроль, прогножуючи відхилення якості та забезпечуючи стабільну якість продукції. ШІ також покращує забезпечення якості кінцевої продукції, виявляючи дефекти та гарантуючи безпеку та ефективність. Крім того, ШІ оптимізує управління ланцюжками поставок, логістику та дистрибуцію, щоб гарантувати своєчасну доставку ліків. У постреєстраційному нагляді ШІ аналізує реальні дані для виявлення небажаних реакцій на ліки, підтримуючи безпеку фармацевтичних продуктів протягом усього їх життєвого циклу.

Останні десятиліття фармацевтична промисловість широко використовувала комп'ютерне виявлення ліків (CADD), застосовуючи як структурні, і лігандні підходи до дизайну. Розробка таких методів, як молекулярне моделювання, віртуальний скринінг та кількісний аналіз зв'язку

структура–активність (QSAR), дозволила дослідникам прогнозувати біологічну активність сполук з великою точністю [61].

Ідентифікація та перевірка мети в технології ШІ (AI) [61].

Алгоритми ШІ можуть бездоганно аналізувати великі біологічні дані, такі як дані геноміки, протеоміки і транскриптоміки, виявлення молекулярних цілей, залучених у процеси захворювання. ШІ може орієнтуватися у таких складних наборах даних, тим самим підвищуючи точність ідентифікації цілей та знижуючи ризик розробки неефективних ліків.

Використовуючи великі загальнодоступні омічні та текстові набори даних, ШІ полегшує ідентифікацію цілей, встановлюючи причинно–наслідковий зв'язок між метою та захворюванням, тим самим розставляючи пріоритети для цілей за конкретними показаннями. Дані омічних даних, включаючи геноміку, транскриптоміку, протеоміку, епігеноміку та метаболоміку, надають цінну інформацію про змінені сигнальні шляхи та молекулярні взаємодії та служать додатковими вхідними даними для розміщення пріоритетів цілей.

Через доступність численних наборів даних про лікарські засоби з таких платформ, як DrugBank та ChEMBL, ретельний вибір відповідних наборів даних став необхідним, а згодом для цього були використані інструменти інтелектуального аналізу даних на основі штучного інтелекту, такі як ІНС.

Після процесу видобутку даних ШІ ідентифікує цілі на основі різних критеріїв, таких як класифікація сімейства білків, стадія розвитку, лікарська придатність, токсичність і новизна, і прагне звузити список цілей, керованих ШІ для досягнення конкретних дослідницьких цілей. Алгоритми МО та ГО застосовуються для аналізу різних типів даних, щоб виявити та пріоритизувати перспективні цілі для розробки ліків, а також підходи включають методи статистичного аналізу, засновані на використанні даних омікс, таких як дослідження асоціацій по всьому геному та менделівська рандомізація на основі зведених даних, для виявлення цільових генів–кандидатів, пов'язаних із захворюваннями. Мережні методи розпізнають складні біологічні зв'язки через

коекспресію генів та мережі захворювань miRNA, у той час як методи на основі МО використовують класифікатори та регресійні моделі для прогнозування потенційних цілей ліків. PandaOmics, платформа DL, що є прикладом передового інструменту ШІ, розробленого для комплексного виявлення терапевтичних цілей та розробки біомаркерів.

Валідація цілей – ще один важливий крок у відкритті ліків, оскільки моделі ШІ можуть валідувати ці цілі, прогнозуючи їхню лікарську придатність та придатність для терапевтичного втручання, зменшуючи залежність від експериментально підтверджених гіпотез та полегшуючи оцінку раніше недосліджених цілей.

Генерація та оптимізація кандидатів на лікарські препарати, які виконує застосування технології ШІ (AI) [61].

Після ідентифікації цілей виконується пошук нових з'єднань, здатних взаємодіяти з цільовими білками. ШІ робить свій внесок у цей процес, підвищуючи точність, мінімізуючи хибні спрацьовування та прискорюючи відкриття нових сполук–кандидатів з певними фізичними та хімічними властивостями. Глибокий докінг (DD), платформа на основі DL, були розроблені для прискорення VS шляхом вибіркового стикування підмножини хімічної бібліотеки, а цей підхід, поряд з ітеративною синхронізацією і прогнозуванням оцінок стикування на основі лігандів, що залишилися, значно прискорив процес скринінгу.

Після ідентифікації провідного з'єднання з бажаними характеристиками розробка ліків перетворюється на фазу оптимізації лідів. Інтеграція ШІ в оптимізацію ліків забезпечує значні переваги у пом'якшенні людської упередженості, постійному дослідженні хімічного простору та подоланні обмежень даних за допомогою методів трансферного навчання та напівконтрольованого навчання.

Прогнозування фармакокінетики лікарських препаратів–кандидатів з застосування штучного інтелекту [61].

Моделі на основі ШІ можуть прогнозувати фармакокінетичні та

фармакодинамічні властивості препаратів–кандидатів, моделюючи поведінку препарату в організмі та виявляючи потенційні побічні ефекти.

Різні інструменти ШІ використовувалися для прогнозування властивостей абсорбції, розподілу, метаболізму, виведення та токсичності (ADMET) потенційних лікарських засобів з метою зниження витрат та тимчасових вимог, характерних для звичайних досліджень на тваринах *in vivo*. Використовуючи бази даних експериментально виміряних властивостей ADMET, інструменти ШІ використовують моделі взаємозв'язку QSAR/QS–властивість (QSAR/QSPR) для прогнозування різних властивостей ADMET для нових хімічних речовин.

Прогнози біоактивності нового кандидата на лікарський засіб виконуються шляхом визначення взаємодій лікарського засобу з метою використання спорідненості зв'язування лікарського засобу з метою (DTBA), що вказує на силу взаємодії або зв'язування між лікарським засобом та його метою. Інструменти на основі ШІ можуть оцінювати спорідненість зв'язування лікарського засобу з використанням методів, що базуються на структурі або ознаках.

Крім нових ліків, дженерики можуть виграти від ШІ у прогнозуванні їхньої фармакокінетики. Моделі ШІ можуть аналізувати великі набори даних, включаючи фізико–хімічні властивості, історичні дані про ліки та результати клінічних випробувань, щоб точно прогнозувати профілі абсорбції, розподілу, метаболізму та виведення (ADME) ліків. Завдяки цій здатності ШІ може впливати, включаючи ідентифікацію біоаналогів, дослідження кристалічних структур лікарських сполук та проведення скринінгу солей та поліморфів.

Прогнозування токсичності лікарських засобів–кандидатів з застосування штучного інтелекту [61].

ШІ також використовується для прогнозування токсичності кандидатів на ліки у процесі розробки ліків шляхом аналізу великих наборів даних для раннього виявлення потенційних побічних ефектів. Моделі МО можна навчати на історичних даних токсикологічних досліджень, клінічних випробувань та хімічних баз даних для розпізнавання закономірностей та прогнозування

ймовірності того, що сполука викликає токсичність. Як правило, вважається, що понад 30% кандидатів на ліки відбраковуються через токсичність. Підхід ШІ дозволяє дослідникам відсівати шкідливі сполуки до того, як вони потраплять на дорогі та трудомісткі клінічні випробування, тим самим заощаджуючи ресурси та підвищуючи безпеку.

Персоналізована медицина та повторне використання ліків з використанням можливостей штучного інтелекту [61].

ШІ може перевизначити персоналізовану медицину, адаптуючи лікування до індивідуальних характеристик пацієнта, оскільки аналізуючи генетичні та молекулярні дані, характерні для пацієнта, алгоритми ШІ можуть допомогти визначити найбільш ефективні варіанти лікування для кожної людини, оптимізуючи результати та зводячи до мінімуму побічні реакції.

Інтеграція ШІ у розробку ліків створює перетворюючий зсув у бік ефективності, точності та персоналізованих підходів. Від ідентифікації мети до повторного використання ліків можливості ШІ революціонізують фармацевтичну сферу, створюючи можливості для більш швидких, ефективних та індивідуалізованих рішень у галузі охорони здоров'я.

Роль ШІ (AI) у контролі якості фармацевтичної продукції [61].

Технології ШІ також трансформують контроль якості продукції або якості, важливий аспект фармацевтичного виробництва у фармацевтичній промисловості. Впровадження технологій ШІ, особливо в МО та комп'ютерний зір, викликало фундаментальні зміни у контролі якості, а системи ШІ можуть швидко і точно виявляти недоліки, порушення та відхилення від встановлених стандартів у фармацевтиці та упаковці. Переваги використання систем ШІ в контролі якості фармацевтики представлені у табл. 3.6 [61].

Переваги систем ШІ для контролю якості фармацевтичної продукції

Переваги	Опис/Використання
1. ШІ покращує контроль якості та процеси прийняття рішень у фармацевтичній промисловості.	ШІ автоматизує введення та аналіз даних, знижуючи кількість людських помилок та підвищуючи ефективність документування у процесах контролю якості
	Прогностична аналітика на основі штучного інтелекту може передбачати потенційні збої в якості, дозволяючи вживати запобіжних заходів
	ШІ аналізує великі набори даних для виявлення ризиків та переваг, покращуючи загальний профіль безпеки фармацевтичних препаратів
2. Технології штучного інтелекту покращують візуальний огляд та моніторинг продукції в режимі реального часу для забезпечення контролю якості.	Системи на базі штучного інтелекту використовують дані датчиків та алгоритми машинного навчання для безперервного моніторингу параметрів виробництва, що дозволяє виявляти несправності на ранній стадії та мінімізувати збої
	Інтеграція систем комп'ютерного зору дозволяє проводити точний контроль розмірів, кольору та маркування продукції, тим самим підвищуючи точність та ефективність оцінки якості ШІ покращує виробничі операції за рахунок оптимізації процесів, скорочення відходів та покращення результатів виробництва
3. ШІ покращує виробничі операції за рахунок оптимізації процесів, скорочення відходів та покращення результатів виробництва.	Алгоритми МО використовують великі набори даних для оптимізації виробничих процесів, прогнозування попиту та ефективного управління запасами
	Системи моніторингу реальному часі з урахуванням штучного інтелекту дозволяють виявляти несправності ранніх стадіях, скорочуючи час простою виробництва та відходи.
	ШІ покращує контроль якості, використовуючи передові системи перевірки для виявлення дефектів та забезпечення відповідності нормативним вимогам
4. ШІ оптимізує завдання, мінімізує помилки та гарантує дотримання нормативних стандартів.	ШІ автоматизує складні процеси, заощаджуючи час та трудовитрати при виконанні таких завдань, як підготовка нормативної звітності та відстеження дотримання нормативних вимог
	Інтеграція ШІ у процеси регулювання підвищує точність звітності та результати дотримання нормативних вимог
5. Системи ШІ забезпечують постійне вдосконалення та оптимізацію.	Ці системи динамічно оптимізують виробництво, використовуючи аналітику в реальному часі та адаптивне управління для підвищення ефективності та якості продукції
	Технології штучного інтелекту, такі як машинне навчання та комп'ютерний зір, автоматизують та оптимізують процеси забезпечення якості (QA), підвищуючи точність та масштабованість фармацевтичного виробництва
	Системи ШІ можуть аналізувати великі набори даних для виявлення аномалій та прогнозування потенційних проблем, що дозволяє здійснювати попереджувальне втручання та знижувати ризики недотримання вимог

Джерело: побудовано за даними [61]

Роль ШІ (AI) в оптимізації ланцюжка поставок у фармацевтичній промисловості [61].

ШІ має намір зробити революцію у фармацевтичному ланцюжку поставок, оскільки використовує здатність вирішувати раніше непереборні проблеми за допомогою розширеного аналізу даних та МО, ШІ пропонує інноваційні рішення для галузі, оскільки використовує прозорість ланцюжка постачання, прогнозування попиту та управління запасами до оптимізації транспортування та зниження ризиків, рішення на основі ШІ змінюють кожен аспект фармацевтичного ланцюжка постачання.

Рішення на основі ШІ можуть сприяти ретельній та порівнянній оцінці фармацевтичних ланцюжків поставок, оскільки ШІ спирається на дані, цифрова трансформація має бути реалізована як початковий крок до впровадження рішень на основі ШІ. Збір та нормалізація інформації в реальному часі по всьому ланцюжку поставок є обов'язковими передумовами, а цифровізація служить наріжним каменем зусиль щодо забезпечення прозорості та має бути стратегічно організована з урахуванням майбутньої інтеграції ШІ.

Після впровадження рішення на основі ШІ у фармацевтичному ланцюжку поставок нададуть особам, які приймають рішення, передові системи, здатні ефективно управляти даними у реальному часі та генерувати дієві ідеї, окрім цього, ШІ може виявляти закономірності, які можуть вислизнути навіть від досвідчених фахівців, тим самим усуваючи прогалини у знаннях між постачальниками, виробниками ліків та логістичними компаніями в режимі реального часу.

Точне прогнозування попиту має вирішальне значення для оптимізації ефективності ланцюжка постачання; воно лежить в основі критично важливих операційних рішень, починаючи від закупівлі сировини і закінчуючи плануванням виробництва та управління запасами, що зрештою впливає на фінансові цілі.

Поява ШІ та передиктивної аналітики перетворило прогнозування попиту за рахунок аналізу великих історичних даних про продаж, ринкових тенденцій

та зовнішніх змінних, таких як погодні умови та спалахи захворювань. Алгоритми ШІ можуть розкривати складні закономірності та тенденції, щоб значно підвищити точність прогнозів попиту і це дозволяє фармацевтичним компаніям оптимізувати планування виробництва, управління запасами та стратегії дистрибуції, що допомагає їм ефективно реагувати на коливання попиту.

Введена нова структура прогнозування попиту, спеціально розроблена для потреб фармацевтичної промисловості, а її підхід інтегрував навчання крос-серій, використовуючи дані тимчасових рядів із різних продуктів у поєднанні з передовими моделями МО, зокрема рекурентними нейронними мережами (RNN), оскільки структура добре виявляє складні нелінійні закономірності, які у даних про попит на фармацевтичну продукцію.

ШІ виступає як потужне вирішення недоліків традиційного управління запасами, оскільки використовує машинне навчання, обробку природної мови (NLP), комп'ютерного зору та роботизованої автоматизації процесів (RPA). Комп'ютерний зір підтримує моніторинг запасів у реальному часі та виявлення невідповідностей за допомогою візуальних даних, у той час як RPA автоматизує повторювані завдання, такі як обробка замовлень та відстеження запасів, скорочуючи людські помилки та підвищуючи ефективність.

Системи керування запасами на основі ШІ пропонують кілька ключових можливостей [61]:

- 1) По-перше, ШІ забезпечує точне прогнозування попиту, аналізуючи історичні дані про продажі, ринкові тенденції та зовнішні чинники, такі як економічні показники чи сезонні зміни, оскільки традиційні методи прогнозування можуть мати труднощі зі складністю та обсягом даних, але моделі ШІ можуть вчитися на шаблонах деталей і коригувати прогнози в режимі реального часу.

- 2) По-друге, ШІ допомагає оптимізувати складські операції за допомогою інтелектуального відстеження та управління запасами. Алгоритми ШІ постійно відстежують рівні запасів, місткість складу та схеми розподілу, що дозволяє

приймати рішення у режимі реального часу, що максимізує використання складських приміщень та оптимізує логістичні операції.

3) По–третє, ШІ полегшує динамічне поповнення запасів, визначаючи оптимальні точки та обсяги повторного замовлення за допомогою аналізу таких факторів, як час виконання замовлення, продуктивність постачальника та витрати на підтримку запасів. Постійно коригуючи параметри повторного замовлення системи ШІ можуть мінімізувати витрати на зберігання, гарантуючи, що рівні запасів будуть достатніми для задоволення попиту.

Майбутнє ШІ(AI) у фармацевтичній промисловості [61].

Майбутнє ШІ у фармацевтичній промисловості повно потенціалу; воно готове зробити революцію у розробці ліків, розробці фармацевтичних продуктів, управлінні галуззю, нормативно–правових питаннях та PMS. Алгоритми ШІ можуть аналізувати величезні обсяги біологічних даних для виявлення потенційних мішеней для ліків та прискорення розробки ліків. Моделювання на основі ШІ може бути реалізовано у розробці ліків для прогнозування взаємодії між сполуками та біологічними системами, сприяючи більш ефективним та економічним клінічним випробуванням. Крім того, інструменти на основі ШІ можуть оптимізувати управління ланцюжками поставок, максимізувати дотримання нормативних вимог та оптимізувати процеси розробки та виробництва формул. Великі бази даних та інформації необхідні для навчання та розробки алгоритмів ШІ. За останні 5 років було опубліковано понад тисячу дослідницьких статей та оглядів про використання ШІ у фармацевтичних додатках. Це вказує на цінність покращення та прискорення поточних дослідницьких процесів та протоколів. Тим не менш, в кінцевому підсумку будуть визначені кращі програми та технології на основі ШІ для практичної реалізації або комерціалізації. У міру подальшого розвитку технологій інтеграція ШІ у різні аспекти фармацевтичної промисловості, безсумнівно, сприятиме інноваціям, покращенню результатів лікування пацієнтів та зміні майбутньої охорони здоров'я.

3.3 Оцінка результативності інтернаціоналізації українських фармацевтичних компаній на ринки країн, що розвиваються

Інтернаціоналізація переходить на стадію розвитку власного виробництва в чужій країні через послідовне застосування моделей: непрямий експорт своїх товарів в чужу країну через зарубіжну дистрибуцію, створення виробничої точки в іноземній країні, застосування ліцензування та франчайзингу з прямим експортом при створенні іноземних дочірніх компаній, застосування контрольних інвестицій в акції іноземного підприємства, отримання права іноземної держави будувати власне підприємство на своїй території [43].

Для проведення оцінки результативності інтернаціоналізації українських фармацевтичних компаній на ринки країн, що розвиваються, виконаємо поступові оцінки:

1) Рівня експортної діяльності фармацевтичних підприємств України серед загального обсягу експортних операцій фармацевтичних підприємств світу;

2) Оцінка експортної діяльності основних перших трьох фармацевтичних підприємств України АТ «Фармак», ТОВ «Юрія–Фарм», АТ «Дарниця» на рівні динаміки експортних показників у 2019 – 2024 рр.;

3) Детальної оцінки експортної діяльності ТОВ «Юрія–Фарм» на ринку експорту ліків у світові країни з порівнянням ринку експорту в економіки країн, що розвиваються.

На рис. Н.1 Додатку Н наведений розподіл експорту фармацевтики з України по країнам світу у 2023 році, %.

Згідно з результатами, які наведені на рис. Н.1 Додатку Н [46], [49]:

– максимальний обсяг експорту фармацевтики з України отримує Узбекистан – 20,3 %;

– на другому місці обсягу експорту фармацевтики з України отримує Казахстан – 11,84 %;

– на третьому місці обсягу експорту фармацевтики з України отримує Литва – 13,38 %;

– на четвертому місці обсягу експорту фармацевтики з України отримує Грузія – 11,48 %.

На рис. Н.2 Додатку Н побудована діаграма кількості працівників серед перших 9 фармацевтичних компаній України у за 2024 рік. Згідно показникам, які наведені на діаграмі Н.2 Додатку Н:

- найбільша кількість працівників в АТ «Фармак» – 2 733 працівника [36];
- на другому місці кількість працівників в ТОВ «Юрія–Фарм» – 1933 працівника [37];

- на третьому місці кількість працівників в АТ «Дарниця» – 1411 працівників [34].

Оскільки тільки ці перші три фармацевтичні фірми України здійснюють найбільшу експорту поставку ліків за кордон, то далі ми проводимо порівняння показників діяльності між фірмами АТ «Фармак», ТОВ «Юрія–Фарм», АТ «Дарниця».

На рис. 3.1, 3.2 наведена динаміка обсягів чистих доходів від реалізації продукції та рентабельність продажу чистих доходів по чистому прибутку після оподаткування серед перших 9 фармацевтичних компаній України у 2022 – 2024 рр.. Згідно з показниками діяльності, що наведені на рис. 3.1, 3.2:

– обсяги чистих доходів від реалізації продукції в АТ «Фармак» з рівня 7,774 млрд.грн у 2022 році зросли до рівня 10,783 млрд грн. (256 млн. доларів США). у 2024 році, рівень чистого прибутку з рівня 1,273 млрд грн.. у 2022 році зріс до рівня 1,639 млрд грн.. у 2024 році, рівень рентабельності чистого доходу по чистому прибутку з рівня 16,38 % у 2022 році знизився до рівня 15,21 % у 2024 році;

– обсяги чистих доходів від реалізації продукції в ТОВ «Юрія–Фарм» з рівня 3,821 млрд.грн у 2022 році зросли до рівня 5,741 млрд грн. (136,6 млн доларів США). у 2024 році, рівень чистого прибутку з рівня 0,73 млрд грн.. у 2022 році зріс до рівня 0,752 млрд грн.. у 2024 році, рівень рентабельності

чистого доходу по чистому прибутку з рівня 19,1 % у 2022 році знизився до рівня 13,10 % у 2024 році.

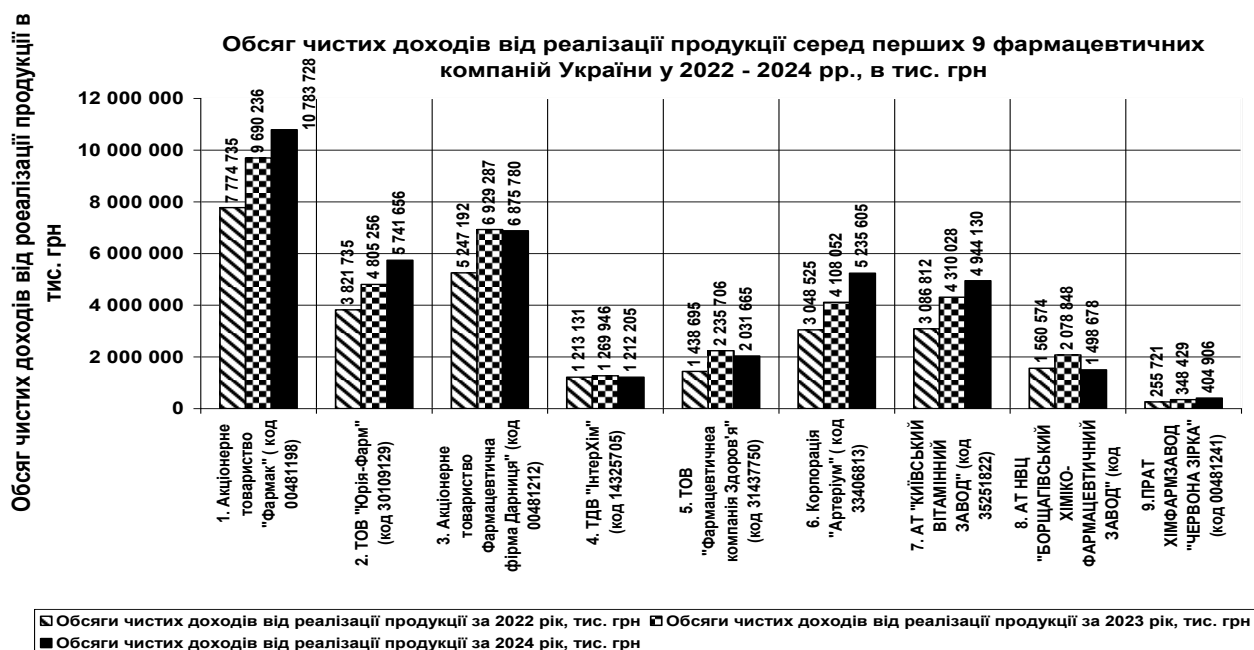


Рис. 3.1 Обсяг чистих доходів від реалізації продукції серед перших 9 фармацевтичних компаній України у 2022 – 2024 рр., в тис. грн.

Джерело: побудовано за даними [34], [36], [37], [46]

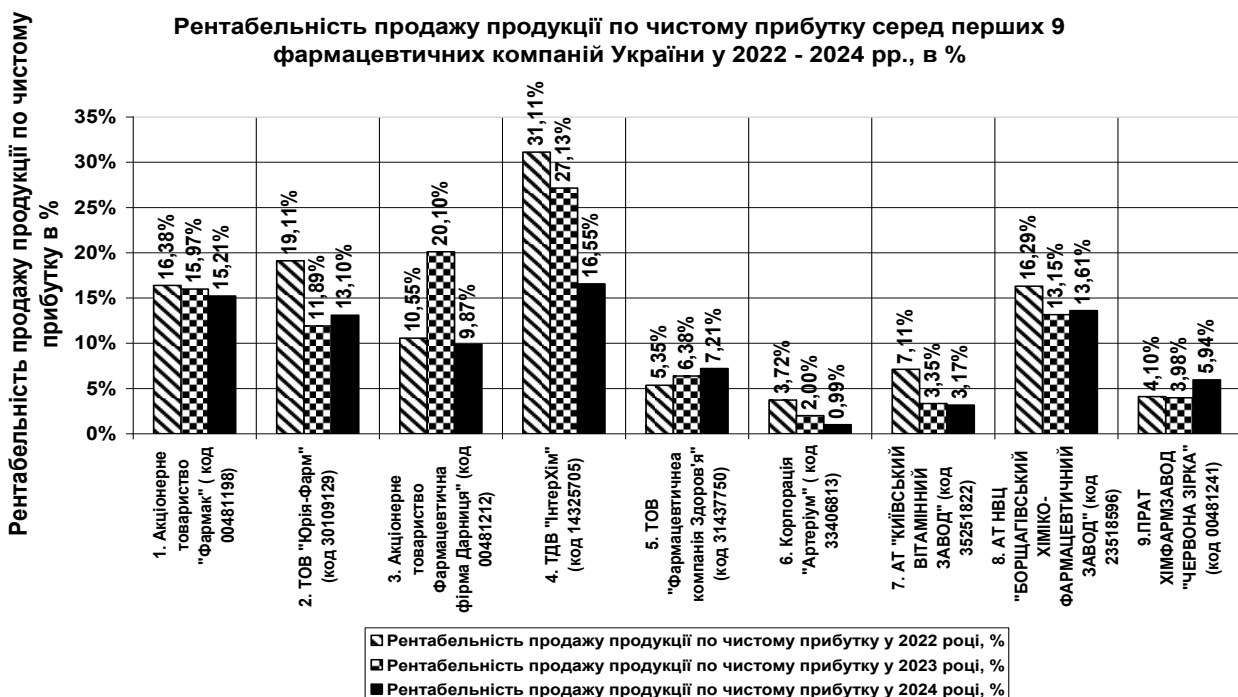


Рис. 3.2 Рентабельність продажу продукції по чистому прибутку серед перших 9 фармацевтичних компаній України у 2022 – 2024 рр., в %

Джерело: побудовано за даними [34], [36], [37], [46]

На рис. Н.5 Додатку Н побудована динаміка відсотків реалізації фармацевтики ТОВ "Юрія-Фарм", АТ "Фармак", АТ "Дарниця" в Україні та відсотки реалізації фармацевтики на експорт з України у 2019 – 2024 рр., % [34], [36], [37], [46].

Згідно з результатами, наведеними на рис. Н.5 Додатку Н, маємо наступну динаміку відсотків реалізації фармацевтики на експорт у 2022 – 2024 рр.:

- по ТОВ «Юрія-Фарм» відсотки становлять по рокам 19,08 %(2019) – 23,38 % (2022) – 30,44 % (2023) – 33,86 %(2024);

- по АТ «Фармак» відсотки становлять по рокам 24,27 %(2019) – 30,55 % (2022) – 31,50 % (2023) – 32,55 %(2024).

– по АТ «Дарниця» відсотки становлять по рокам 3,15 %(2019) – 5,11 % (2022) – 5,75 % (2023) – 6,15 %(2024).

Таким чином, на протязі 2019 – 2024 рр. рівень експорту фармацевтичної продукції за кордон в ТОВ «Юрія-Фарм» та АТ «Фармак» є найвищим і становить 32,55 – 33,86 %, а в АТ «Дарниця» рівень експорту становить рівень 6.15 % у 2024 році.

На рис. Н.6 Додатку Н побудована кількість зареєстрованих ліків виробництва ТОВ "Юрія-Фарм" (мають GDP, видані в цих країнах) в іноземних країнах світу у 2024 році (375 – загальна реєстрація всіх товариства ліків в Україні) [37].

За результатом даних, розміщених на рис. Н.6 Додатку Н, по країнам світу у 2024 році зареєстрованих ліків виробництва ТОВ "Юрія-Фарм" (мають GDP, видані в цих країнах) в іноземних країнах світу становив [37]:

- Узбекистан – зареєстровано 87 ліків випуску ТОВ «Юрія-Фарм»;
- Таджикистан – зареєстровано 67 ліків випуску ТОВ «Юрія-Фарм»;
- Молдова – зареєстровано 55 ліків випуску ТОВ «Юрія-Фарм»;
- Киргизстан – зареєстровано 52 ліків випуску ТОВ «Юрія-Фарм»;
- Азербайджан – зареєстровано 43 ліків випуску ТОВ «Юрія-Фарм»;
- Грузія – зареєстровано 25 ліків випуску ТОВ «Юрія-Фарм»;
- Казахстан – зареєстровано 20 ліків випуску ТОВ «Юрія-Фарм»;

- Монголія – зареєстровано 16 ліків випуску ТОВ «Юрія–Фарм»;
- Туркменістан – зареєстровано 11 ліків випуску ТОВ «Юрія–Фарм»;
- Уганда – зареєстровано 12 ліків випуску ТОВ «Юрія–Фарм»;
- В'єтнам – зареєстровано 8 ліків випуску ТОВ «Юрія–Фарм»;
- Кенія – зареєстровано 8 ліків випуску ТОВ «Юрія–Фарм»;
- В інших 39 країнах світу зареєстрованими є 1–3 ліків випуску ТОВ «Юрія–Фарм».

На рис. Н.7 Додатку Н побудована кількість зареєстрованих ліків виробництва ТОВ "Юрія–Фарм" в Італії в фірмі DIACO (Italy – 33), які зареєстровані та направлені в іноземні країни світу [37].

Згідно з результатами, які наведені на рис. Н.7 Додатку Н, кількість ліків виробництва ТОВ "Юрія–Фарм" в Італії в фірмі DIACO (Italy) розподіляється по країнам світу наступним чином [37]:

- 33 види ліків випускаються та продаються тільки в Італії;
- в інших 28 країнах світу зареєстрований тільки 1 вид ліків, які випускає ТОВ «Юрія–Фарм».

На рис. Н.8 Додатку Н наведений діапазон часток дженеріків (випуск ліків за місцевими копіями рецептів інших країн) в випуску ліків в країнах світу у 2021 році, %. Згідно з даними, які наведені на рис. Н.8 Додатку Н [55]:

- максимальний рівень дженеріків випускається в Китаї – 91 %;
- рівень дженеріків випуску в Японії – 79 %;
- рівень дженеріків випуску в Канаді – 74 %;
- рівень дженеріків випуску в Індії – 71 %;
- рівень дженеріків випуску в Італії – 68 %;
- рівень дженеріків випуску в Швеції – 62 %;
- рівень дженеріків випуску в Україні – 51 %;

Таким чином, детальний аналіз рівня інтернаціоналізації українських фармацевтичних фірм на прикладі ТОВ «Юрія–Фарм», АТ «Фармак», АТ «Дарниця» показав [34], [36], [37]:

- обсяги чистих доходів від реалізації продукції в АТ «Фармак» з рівня

7,774 млрд.грн у 2022 році зросли до рівня 10,783 млрд грн. (256 млн. доларів США). у 2024 році, рівень чистого прибутку з рівня 1,273 млрд грн.. у 2022 році зріс до рівня 1,639 млрд грн.. у 2024 році, рівень рентабельності чистого доходу по чистому прибутку з рівня 16,38 % у 2022 році знизився до рівня 15,21 % у 2024 році;

– обсяги чистих доходів від реалізації продукції в ТОВ «Юрія–Фарм» з рівня 3,821 млрд.грн у 2022 році зросли до рівня 5,741 млрд грн. (136,6 млн доларів США). у 2024 році, рівень чистого прибутку з рівня 0,73 млрд грн.. у 2022 році зріс до рівня 0,752 млрд грн.. у 2024 році, рівень рентабельності чистого доходу по чистому прибутку з рівня 19,1 % у 2022 році знизився до рівня 13,10 % у 2024 році;

– обсяги чистих доходів від реалізації продукції в АТ «Дарниця» з рівня 5,247 млрд.грн у 2022 році зросли до рівня 6,875 млрд грн. (163,7 млн доларів США) у 2024 році, рівень чистого прибутку з рівня 0,55 млрд грн.. у 2022 році зріс до рівня 0,678 млрд грн.. у 2024 році, рівень рентабельності чистого доходу по чистому прибутку з рівня 10,55 % у 2022 році знизився до рівня 9,87 % у 2024 році;

– на протязі 2019 – 2024 рр. рівень експорту фармацевтичної продукції за кордон в ТОВ «Юрія–Фарм» та АТ «Фармак» є найвищим і становить 32,55 – 33,86 % у 2024 році, а в АТ «Дарниця» рівень експорту становить рівень 6.15 % у 2024 році;

– розподіл експорту фармацевтики з України по країнам світу у 2024 році становить: обсяг експорту фармацевтики з України отримує Узбекистан – 20,3 %; обсяг експорту фармацевтики з України отримує Казахстан – 11,84 %; обсяг експорту фармацевтики з України отримує Литва – 13,38 %; обсягу експорту фармацевтики з України отримує Грузія – 11,48 %;

– фактичний рівень розповсюдження ліків ТОВ «Юрія–Фарм» в кількості від 8 до 87 ліків розповсюджений тільки в 12 країнах з економіками, що розвиваються, а рівень розповсюдження ліків на рівні 1–3 вида ліків застосовується в розвинутих та інших 39 країнах світу;

– фактичний рівень розповсюдження ліків ТОВ «Юрія–Фарм», які випускаються в італійській фірмі DIACO (Italy), зареєстрований тільки в якості 1 вида ліків в розвинутих та інших 28 країнах світу;

– рівень випуску дженериків (випуск ліків за місцевими копіями рецептів інших країн) в випуску ліків в Україні становить високу частку у 51.0 %, тому ліки, які випущені в Україні, не мають сертифікатів якості GMP ЄвроСоюзу, США для реєстрації цих ліків в розвинутих країнах світу.

Аналіз фінансової можливості перших 79 іноземних фармацевтичних фірм у 2023 році, які мають щорічні обсяги доходів від реалізації (більше 2 млрд доларів США на рік) для інвестування коштів в інтернаціоналізацію за рахунок розвитку власних заводів на територіях країн світу показав [5]:

— перші 79 найбільших світових фармацевтичних фірм за 2023 рік мають обсяги чистих валових доходів від продажу товару від 100 млрд. доларів США до 2 млрд доларів США, а загальний обсяг світових фармацевтичних фірм становить біля 2300 одиниць;

– наступні 80 – 300 світові фармацевтичних фірм в світі мають обсяги чистих валових доходів з 2 млрд доларів США за рік до 200 млн. доларів США за рік і в кінці цього сегменту знаходяться перші фармацевтичні фірми України;

– світова структура експорту ліків розділена між країнами становить: Німеччини (1) – 16,09 %; Швейцарії (2)– 12,93 %; Бельгія (3)– 8,44 %; Франція (4) – 7,65 %; Італія (5)– 7,39 %; США (6)– 6,60 %; Індія (7) – 6,60 %; Україна (79) – 0,26 %;

– світова структура імпорту ліків розділена між країнами становить: США (1) – 24,85 %; Німеччина (2) – 10,61 %; Китай (3) – 6,67 %; Франція(4) – 5,78 %; Великобританія (5) – 5,78 %; Італія (6) – 5,76 %; Японія (7) – 5,45 %; України (55) – 0,91 %;

– світовий обсяг експорту фармацевтики з України в світові країни становить 0,26 %, що менше світових обсягів експорту фармацевтики в розвинуті країни світу в 30 – 70 раз, а світовий обсяг імпорту фармацевтики з

країн світу в Україну становить 0,91 %, що менше світових обсягів імпорту фармацевтики в розвинуті країни світу в 5 – 20 раз;

– світова структура загального валового доходу від реалізації фармацевтики (в країнах та на експорті) становить: США (1) – 51,15 %; Китай (2) – 8,99 %; Японія (3) – 7,65 %; Німеччина (4) – 5,45 %; на сімдесят дев'ятому місці розташована Україна (79) – 0,19 %.

Рівень інтернаціоналізації присутності фармацевтичних підприємств України в іноземних країнах реалізований в якості наступних трьох сегментів в країнах з економіками, що розвиваються:

– непрямого експорту ліків через фірми – дистриб'ютори в іноземних державах при погоджених закордонних сертифікатах GMP (до 52 – 60 країн в світі);

– придбання контрольних пакетів акцій на фармацевтичних заводах в розвинутих країнах ЄвроСоюзу (Італія, Польща, Чехія, Великобританія) для випуску ліків, які розроблені в Україні та мають закордонні сертифікати GMP;

– придбання двома українськими фірмами АТ «Фармак» (м. Барселона, Іспанія, 2025 р.) та ТОВ «Юрія–Фарм» (м. Ташкент, Узбекистан, 2025 р.) перших дозволів іноземних країн на будівництво власних виробничих заводів.

За визначенням торговельної організації СОТ в „Глобальних перспективах торгівлі та статистики, квітень 2025 р.” - практична значущість отриманих результатів полягає в тому, що усталені економічні зв'язки України з сусідніми країнами дають змогу наразі протидіяти всім негативним світовим зрушенням, на фоні торговельних війн, які спровоковані оновленим правлінням США, та загальною світовою економічною рецесією [87].

Висновки до розділу 3

Проведений аналіз стратегії та інтернаціоналізації українських фармацевтичних компаній на ринки країн, що розвиваються, показав наступний відсотковий рейтинг розташування країн світу, що розвиваються, для експорту ліків та впровадження інтернаціоналізації фармацевтичних підприємств з України за даними рейтингу 2023 – 2024 рр. (14 країн світу):

- Узбекистан – 21,59 % експорту ліків з України;
- Казахстан – 10,18 % експорту ліків з України;
- Грузія – 8,76 % експорту ліків з України;
- Молдова – 6,31 % експорту ліків з України;
- Ірак – 4,88 % експорту ліків з України;
- Азербайджан – 4,71 % експорту ліків з України;
- Киргистан – 4,42 % експорту ліків з України;
- Мексика – 2,09 % експорту ліків з України;

Основою сучасних напрямків диджиталізації медицини в Україні є застосування технологій Штучного Інтелекту (Artificial Intelligence), як основи переробки циклу цифровізації практики діяльності та функціонування медичного обслуговування та розвитку новітнього цифрового медичного обладнання.

Проведений детальний аналіз рівня інтернаціоналізації українських фармацевтичних фірм на прикладі ТОВ «Юрія–Фарм», АТ «Фармак», АТ «Дарниця» показав:

– на протязі 2019 – 2024 рр. рівень експорту фармацевтичної продукції за кордон в ТОВ «Юрія–Фарм» та АТ «Фармак» є найвищим і становить 32,55 – 33,86 % у 2024 році, а в АТ «Дарниця» рівень експорту становить рівень 6.15 % у 2024 році;

– розподіл експорту фармацевтики з України по країнам світу у 2024 році становить: обсяг експорту фармацевтики з України отримує Узбекистан – 20,3 %; обсяг експорту фармацевтики з України отримує Казахстан – 11,84 %;

обсяг експорту фармацевтики з України отримує Литва – 13,38 %; обсягу експорту фармацевтики з України отримує Грузія – 11,48 %;

– фактичний рівень розповсюдження ліків ТОВ «Юрія–Фарм» в кількості від 8 до 87 ліків розповсюджений тільки в 12 країнах з економіками, що розвиваються, а рівень розповсюдження ліків на рівні 1–3 вида ліків застосовується в розвинутих та інших 39 країнах світу;

– фактичний рівень розповсюдження ліків ТОВ «Юрія–Фарм», які випускаються в італійській фірмі DIACO (Italy), зареєстрований тільки в якості 1 вида ліків в розвинутих та інших 28 країнах світу;

– рівень випуску дженериків (випуск ліків за місцевими копіями рецептів інших країн) в випуску ліків в Україні становить високу частку у 51.0 %, тому ліки, які випущені в Україні, не мають сертифікатів якості GMP ЄвроСоюзу, США для реєстрації цих ліків в розвинутих країнах світу.

Аналіз фінансової можливості перших 79 іноземних фармацевтичних фірм у 2023 році, які мають щорічні обсяги доходів від реалізації (більше 2 млрд доларів США на рік) для інвестування коштів в інтернаціоналізацію за рахунок розвитку власних заводів на територіях країн світу показав [5]:

— перші 79 найбільших світових фармацевтичних фірм за 2023 рік мають обсяги чистих валових доходів від продажу товару від 100 млрд. доларів США до 2 млрд доларів США, а загальний обсяг світових фармацевтичних фірм становить біля 2300 одиниць;

– наступні 80 – 300 світові фармацевтичних фірм в світі мають обсяги чистих валових доходів з 2 млрд доларів США за рік до 200 млн. доларів США за рік і в кінці цього сегменту знаходяться перші фармацевтичні фірми України;

– світова структура експорту ліків розділена між країнами становить: Німеччини (1) – 16,09 %; Швейцарії (2)– 12,93 %; Бельгія (3)– 8,44 %; Франція (4) – 7,65 %; Італія (5)– 7,39 %; США (6)– 6,60 %; Індія (7) – 6,60 %; Україна (79) – 0,26 %;

– світова структура імпорту ліків розділена між країнами становить: США (1) – 24,85 %; Німеччина (2) – 10,61 %; Китай (3) – 6,67 %; Франція(4) –

5,78 %; Великобританія (5) – 5,78 %; Італія (6) – 5,76 %; Японія (7) – 5,45 %; України (55) – 0,91 %;

– світовий обсяг експорту фармацевтики з України в світові країни становить 0,26 %, що менше світових обсягів експорту фармацевтики в розвинуті країни світу в 30 – 70 раз, а світовий обсяг імпорту фармацевтики з країн світу в Україну становить 0,91 %, що менше світових обсягів імпорту фармацевтики в розвинуті країни світу в 5 – 20 раз;

– світова структура загального валового доходу від реалізації фармацевтики (в країнах та на експорті) становить: США (1) – 51,15 %; Китай (2) – 8,99 %; Японія (3) – 7,65 %; Німеччина (4) – 5,45 %; на сімдесят дев'ятому місці розташована Україна (79) – 0,19 %.

Рівень інтернаціоналізації присутності фармацевтичних підприємств України в іноземних країнах реалізований в якості наступних трьох сегментів в країнах з економіками, що розвиваються:

– непрямого експорту ліків через фірми – дистриб'ютори в іноземних державах при погоджених закордонних сертифікатах GMP (до 52 – 60 країн в світі);

– придбання контрольних пакетів акцій на фармацевтичних заводах в розвинутих країнах ЄвроСоюзу (Італія, Польща, Чехія, Великобританія) для випуску ліків, які розроблені в Україні та мають закордонні сертифікати GMP;

– придбання двома українськими фірмами АТ «Фармак» (м. Барселона, Іспанія, 2025 р.) та ТОВ «Юрія–Фарм» (м. Ташкент, Узбекистан, 2025 р.) перших дозволів іноземних країн на будівництво власних виробничих заводів.

За визначенням торговельної організації СОТ в „Глобальних перспективах торгівлі та статистики, квітень 2025 р.” - практична значущість отриманих результатів полягає в тому, що усталені економічні зв'язки України з сусідніми країнами дають змогу наразі протидіяти всім негативним світовим зрушенням, на фоні торговельних війн, які спровоковані оновленим правлінням США, та загальною світовою економічною рецесією [87].

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз міжнародної експансії (інтернаціоналізації) діяльності українських фармацевтичних компаній на ринках країн що розвиваються, дає можливість сформулювати наступні висновки:

1. Інтернаціоналізація діяльності підприємства – це будь-який вид господарської діяльності, яку воно розпочинає за кордоном, у поєднанні з діяльністю у власній країні з метою реалізації своїх довгострокових стратегічних цілей на основі використання більш сприятливих загальноекономічних, ринкових, адміністративно-правових, екологічних, географічних і соціально – політичних умов ведення бізнесу в приймаючій країні.

2. Для оцінки можливостей підприємств до виходу на зовнішні ринки в умовах розвитку інтернаціоналізації слід провести спеціалізацію обсягів зовнішніх ринків за показниками ресурсних та фінансових можливостей розвитку для визначення, чи мають підприємства можливість інтернаціоналізації підприємств фармацевтики в розвинутих країнах світу, або наявні ресурсні та фінансові можливості підприємств мають можливість інтернаціоналізації тільки в країнах світу, що розвиваються.

3. Проведений аналіз результатів фінансової взаємодії українських фармацевтичних фірм з 2 300 фармацевтичними фірмами світу за 2021 — 2024 рр. показав наступне:

— з фінансової точки зору найбільші фармацевтичні фірми України знаходяться з 280 по 750 місці в рейтингу щорічного обсягу продаж фармацевтичних товарів в світі і не мають інвестиційної програми та відповідних сертифікатів якості GMP для інтернаціоналізації в розвинутих країнах світу, а мають можливості реалізувати свою продукцію в країнах світу, що розвиваються;

– світовий обсяг експорту фармацевтики з України в світові країни становить 0,26 %, що менше світових обсягів експорту фармацевтики в

розвинуті країни світу в 30 – 70 раз, а світовий обсяг імпорту фармацевтики з країн світу в Україну становить 0,91 %, що менше світових обсягів імпорту фармацевтики в розвинуті країни світу в 5 – 20 раз;

– світова структура загального валового доходу від реалізації фармацевтики (в країнах та на експорті) становить: США (1) – 51,15 %; Китай (2) – 8,99 %; Японія (3) – 7,65 %; Німеччина (4) – 5,45 %; на сімдесят дев'ятому місці розташована Україна (79) – 0,19 %;

— перші 9 найбільших фармацевтичних фірм України за 2022 – 2024 рр. мають обсяги чистих валових доходів від продажу товарів віл рівня 185 – 230 млн доларів США (фірма «Фармак») до рівня 18 – 35 млн доларів США (останні місяця).

4. Рівень фактичної інтернаціоналізації присутності фармацевтичних підприємств України в іноземних країнах світу реалізований в якості форм непрямого експорту ліків через фірми – дистриб'ютори в іноземних державах, придбання певної частки пакетів акцій в іноземних фармацевтичних фірмах і випуском там ліків за власною рецептурою, а також придбанням ТОВ «Юрія–Фарм» дозволу в іноземних країнах на будівництво на їх території власних виробничих заводів:

– ТОВ «Юрія–Фарм» має погоджені GMP – дистриб'юторські сертифікати для іноземних підприємців для непрямого експорту своїх ліків в 52 країнах у світі;

– ТОВ «Юрія–Фарм» придбало у 2016 році пакет акцій на італійському фармацевтичному заводі «DIACO BIOFARMACEUTICI S.R.L.» (компанія має 7 виробничих ліній в Італії – інфузійне виробництво) для розташування на ньому випуску ліків для італійського ринку та імпорту натрію хлориду в Україну;

– ТОВ «Юрія–Фарм» придбало завод СП ТОВ «Река–Мед» в Узбекистані (м. Ташкент) у 2023 році за кредитні кошти європейського банку ЄБРР у 10 млн.євро та проводить його переобладнання на випуск продукції по сертифікатам GMP ТОВ «Юрія–Фарм».

5. Проведене дослідження показало, що основою сучасних напрямків диджиталізації медицини в Україні є застосування технологій генеративного штучного Інтелекту (General Artificial Intelligence), як основи циклу цифровізації практики діяльності та функціонування медичного обслуговування та розвитку новітнього цифрового медичного обладнання.

6. Проведений детальний аналіз рівня інтернаціоналізації українських фармацевтичних фірм на прикладі ТОВ «Юрія–Фарм», АТ «Фармак», АТ «Дарниця» показав:

– на протязі 2019 – 2024 рр. рівень експорту фармацевтичної продукції за кордон в ТОВ «Юрія–Фарм» та АТ «Фармак» є найвищим і становить 32,55 – 33,86 % у 2024 році, а в АТ «Дарниця» рівень експорту становить 6.15 % у 2024 році;

– розподіл експорту фармацевтики з України по країнам світу у 2024 році становить: обсяг експорту фармацевтики з України отримує Узбекистан – 20,3 %; обсяг експорту фармацевтики з України отримує Казахстан – 11,84 %; обсяг експорту фармацевтики з України отримує Литва – 13,38 %; обсяг експорту фармацевтики з України отримує Грузія – 11,48 %.

7. Теоретична значущість отриманих результатів полягає в тому, що досліджені особливості інтернаціоналізації та її факторів і перешкоди в сучасних умовах, розробка галузевих та країнових особливостей інтернаціоналізації, виявлення шляхів інтернаціоналізації українських фармацевтичних компаній для ринків країн, що розвиваються.

8. Практична значущість отриманих результатів полягає в тому, що усталені економічні зв'язки України з сусідніми країнами дають змогу наразі протидіяти всім негативним світовим зрушенням, на фоні торговельних війн, які в світі спровоковані оновленим правлінням США та загальною світовою економічною рецесією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрушків Б.М., Крамар І.Ю., Погайдак О.Б. Особливості формування стратегії інтернаціоналізації суб'єктів господарювання в контексті вимог ЄС (Шляхи та еластичний інструментарій вирішення проблеми) // *Інноваційна економіка. Науково-виробничий журнал*. 2019. Тернопіль, №3-4 (79). С. 65-72. URL: <http://inneco.org/index.php/innecoua/article/download/44/45> (дата звернення: 12.02.2025)
2. Багатонаціональні підприємства та глобальна економіка : монографія / за ред. О. І. Рогача. К. : Центр учбової літератури, 2020. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/37137> (дата звернення: 22.02.2025)
3. Баула О.В., Галазюк Н.М., Зелінська О.М., Лютак О.М., Савош Л.В. Інституційне забезпечення бізнес—діяльності в умовах світової : монографія. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2019. 284 с. URL:<https://lib.lntu.edu.ua/sites/default/files/2021—2019.pdf> (дата звернення: 12.02.2025)
4. Безкоштовне медичне страхування в США для незаможних Medicaid для українців, допущених по паролю раніше 30 вересня 2024. URL: <https://refugees.novaukraine.org/uk/health—insurance/> (дата звернення: 12.02.2025)
5. Благун І.С., Ільчук П.Г. Методи оцінювання рівня інтернаціоналізації підприємств // *Методи та моделі прогнозування, Економіка і прогнозування, Львів, Івано-Франківськ, № 14, 2014, с. 97 – 110*. URL: http://jnas.nbuiv.gov.ua/j-pdf/econprog_2014_4_9.pdf (дата звернення: 12.02.2025)
6. Бобровський В. Особливості розробки healthcare технологій: чому це level up для девелопера // *NET девелопер у Glorium Technologies, 2023*. URL: <https://dou.ua/forums/topic/41773/> (дата звернення: 12.02.2025)
7. Брензовик К.С., Ісак З.І. Нові індустріальні країни «третьої хвилі» у глобальній економіці // *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип.37. С.18-24.. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/28525> (дата звернення: 12.02.2025)
8. Булкот О. Кількісні методи вимірювання ступеня транснаціоналізованості компанії // *ВІСНИК Київського національного*

університету імені Тараса Шевченка, № 3, 2019, Київ, Україна. С. 14 – 20. URL: <http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2019/10/204-14-20.pdf> (дата звернення: 12.02.2025)

9. Вдовиченко Ю. В. Теорії інтернаціоналізації економічної діяльності та розвитку міжнародного бізнесу // *Вісник Черкаського університету*, 2012. С. 29-41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_3_74 (дата звернення: 12.02.2025)

10. Войтович Р.В. Глобальна інтеграція як нова форма суспільного розвитку. 2015. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej12/txts/10vrvfsr.pdf> (дата звернення: 12.02.2025)

11. Войтко С.В., Гавриш О.А., Корогодова О.О., Моїсєєно Т.Є. Транснаціональні корпорації: навчальний посібник. КПІ ім. І.Сикорського, Київ, 2016, 208 с. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/443e7402-6c8f-4f78-9d3d-d89f9c0cfab2/content> (дата звернення: 12.02.2025)

12. Гонта О. І. Теоретичні підходи до регіоналізму в умовах глобалізації // *Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків та залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект: зб. наук. праць*. 2007, с. 154–160. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chnch_ekon_2011_1_6 (дата звернення: 12.02.2025)

13. Гуменюк О.Г. Використання SWOT-аналізу як основного інструменту стратегічного управління // *Глобальні та національні проблеми економіки*, Випуск 17. 2017. С. 281 – 285. URL: <http://global-national.in.ua/issue-17-2017/26-vipusk-16-kviten-2017-r-2/3121-gumenyuk-o-g-vikoristannya-swot-analizu-yak-osnovnogo-instrumentu-strategichnogo-upravlinnya> (дата звернення: 12.02.2025)

14. Державне унітарне підприємство «Центр належних практик» Агентства з розвитку фармацевтичної галузі Узбекистану: Постанова КМ Узбекистану № 486 від 3 серпня 2021. URL: <https://uzpharm-gxp.uz/ru/registry2/> (дата звернення: 12.02.2025)

15. Дзюба П. В. Іноземні портфельні інвестиції в Україні: проблеми та імплікації для формування стратегії залучення. Монографія / за заг. ред. А. І. Мокія. Львів, 2019. 872 с. URL: <https://ird.gov.ua/irdp/p20190011.pdf> (дата

звернення: 22.02.2025)

16. Ільчук П. Г. Основні етапи інтернаціоналізації та показники, що їх характеризують, відповідно до інноваційних теорій інтернаціоналізації підприємств // *Бізнес-Інформ*. 2013. №12. URL: http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2013-12_0-pages-259_264.pdf (дата

звернення: 12.02.2025)

17. Ільчук П. Г. Формування маркетингових стратегій інтернаціоналізації підприємств: Дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук: 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Хмельн. нац.унів.. Хмельницьк., 2015. 506 с.

18. Ільчук П. Г. Дослідження впливу факторів внутрішнього характеру на формування маркетингової стратегії інтернаціоналізації підприємств // *Науковий вісник Ужгородського університету. Сер : Економіка*. 2013. Вип. 4. С. 181-187. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuces_2013_4_34 (дата звернення: 12.02.2025)

19. Інфографічний довідник «Фармацевтика України 2021» // *Агенція BusinessViews.com*, 2021. 48 с. URL: https://businessviews.com.ua/ru/get_file/id/the-infographics-report-pharmaceutical-industry-of-ukraine-2021.pdf (дата звернення: 12.02.2025)

20. Коломієць І. Ф. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в процесі його інтернаціоналізації: Монографія. Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 2004. 247 с.

21. Коломієць І. Ф. Методологія інтернаціоналізації діяльності промислових підприємств: Автореф. дис ... д-ра екон. наук. Львів : 2006. 40 с. URL: <http://liber.onu.edu.ua/opacunicode/index.php?url=/notices/index/IdNotice :232372/Source:default> (дата звернення: 12.02.2025)

22. Крамар І.Ю. Організаційно – економічний механізм інтернаціоналізації промислових підприємств. Спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук,

Тернопіль, 2019, 412 с. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/28968/1/diser_Kramar%20I.Yu..pdf (дата звернення: 22.02.2025)

23. Крамар І. Ю. Розвиток промислових підприємств України в контексті інтернаціоналізації : монографія / За заг. ред. докт. економ. наук, проф. Андрушківа Б. М. Тернопіль : Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2019. 378 с. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/28899/5/Kramar_%20Rozvytok_%20promyslovykh_pidpryyemstv_2019.pdf (дата звернення: 12.02.2025)

24. Нагачевська Т.В., Старостіна А.О., Малова Т.Й. Міжнародна інвестиційна привабливість фармацевтичної галузі України // *Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна. Економічний вісник ДВНЗ УДХТУ*, №2 (14). 2021. с. 52-64. URL: <http://ek-visnik.dp.ua/wp-content/uploads/pdf/2021-2/Starosnina.pdf> (дата звернення: 26.03.2025)

25. Нагачевська Т. В. Інвестиційні фактори конкурентоспроможності економіки України // *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2018. Вип. 1. С. 169-179. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tppe_2018_1_18. (дата звернення: 26.03.2025)

26. Нагачевська Т.В., Старостіна А.О., Перерва П.Г. Інноваційна стратегія суб'єктів господарювання. Маркетинг: Світовий досвід та український вимір : підручник / заг. ред. А. О. Старостіної. Київ : Ліра-К, 2024. розд. 7 п. 7.2; розд. 8 п. 8.1 у співавторстві.. С. 315 – 338, 353-365. URL: https://lira-k.com.ua/files/contents/13214.pdf?srsltid=AfmBOoo3yN_KlOenVnD7FfYTXfzYBa8SauID8dqmZVOWOANDASN1hqaQ (дата звернення: 26.03.2025)

27. Найбільші компанії зі штучним інтелектом у світі після 2023 року, Агенція Oksim.ua, 2024. URL: <https://www.oksim.ua/2023/12/27/10-najbilshih-kompanij-zi-shtuchnim-intelektom-u-sviti-pislya-2023-roku/> (дата звернення: 12.02.2025)

28. Перрі К. Який найпоширеніший тип штучного інтелекту? Розподіл на 7 типів. Агенція Undetectable.ai, листопад 2024. URL: <https://undetectable.ai/blog/uk/%D0%BD%D0%B0%D0%B9%D0%BF%D0%BE%D1%88%D0%B8%D1>

[%80%D0%B5%D0%BD%D1%96%D1%88%D0%B8%D0%B9-%D1%82%D0%B8%D0%BF-ai-%D1%89%D0%BE-%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B2%D1%83%D1%94%D1%82/](#) (дата звернення: 12.02.2025)

29. Півторак О. Який ШІ інструмент найпопулярніший? (ТОП 5), *Агенція TOP-AI.COM.UA*, травень 2024. URL: <https://top-ai.com.ua/produkty-ta-tehnologiyi/yakuj-shi-najpopulyarnishyj-top-5/> (дата звернення: 12.02.2025)

30. Попов Є. ШІ в медицині: застосування, переваги та нові можливості, *Wezon.com.ua*, 2024/ URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/shi-v-meditsini-zastosuvannya-perevagi-ta-novi-mozhливosti> (дата звернення: 12.02.2025)

31. Порядок проведення підтвердження відповідності умов виробництва лікарських засобів вимогам „належної виробничої практики” : Наказ МОЗ № 27.12.2012 № 1130 в редакції 2024 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0133_13 (дата звернення: 12.02.2025)

32. Про лікарські засоби: Закон України від 8 липня 2022 року № 2469 ІХ (Із змінами, внесеними згідно з Законами № 3911 ІХ від 21.08.2024). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469_20#Text (дата звернення: 12.02.2025)

33. Основи законодавства України про охорону здоров'я: Закон України від 19 листопада 1992 року № 2801 ХІІ (Із змінами, внесеними згідно із Законами № 4170 ІХ від 19.12.2024). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801_12#Text (дата звернення: 12.02.2025)

34. Офіційний сайт АТ Фармацевтичне підприємство “Дарниця», 2025. URL: <https://darnytsia.ua/> (дата звернення: 12.02.2025)

35. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 12.02.2025)

36. Офіційний Інтернет сайт фармацевтичної фірми ТОВ «Юрія Фарм», Україна, 2025. URL: <https://www.uf.ua/> (дата звернення: 12.02.2025)

37. Офіційний Інтернет сайт фармацевтичної фірми АТ «Фармак», Україна, 2025. URL: <https://farmak.ua/contacts/> (дата звернення: 12.02.2025)

38. Офіційний Інтернет сайт фармацевтичної фірми СП ТОВ «Река Мед», Узбекистан, 2025. URL:https://kun.uz/ru/news/2023/03/30/ukrainskaya_farmkom_paniya_priobrela_reka_med_farm_v_uzbekistane (дата звернення: 12.02.2025)

39. Реєстр сертифікатів GMP, виданих зарубіжним виробникам лікарських засобів в Узбекистані з 2022 року, 2025. URL: <https://uzpharm-gxp.uz/ru/documents/category/documents-agency-for-the-development-of-the-pharmaceutical-industry-under-the-ministry-of-health-of-the-republic-of-uzbekistan> (дата звернення: 12.02.2025)

40. Рогач О.І. Теорії міжнародного бізнесу : підручник для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2018. 687 с. URL:<http://194.44.152.155/elib/local/sk/sk812897.pdf> (дата звернення: 22.02.2025)

41. Саліхова О.Б. Порівняльні переваги фармацевтичних індустрій країн крізь призму нових індикаторів // *Статистика та суміжні галузі дослідження, Державна установа “Інститут економіки та прогнозування НАН України»* 2020, №2-3.С.48 – 58. URL: <https://su-journal.com.ua/index.php/journal/article/download/298/275/> (дата звернення: 12.02.2025)

42. «Світовий банк» в Україні, 2025. URL: <https://www.worldbank.org/uk/country/ukraine> (дата звернення: 12.02.2025)

43. Сомова О. Інтернаціоналізація бізнесу: етапи, моделі та приклади серед брендів, блог Webpromo, 2022. URL: https://web_promo.ua/ua/blog/internacjonalizacziya_biznesa_etapy_modeli_i_primery_sredi_brendov/ (дата звернення: 12.02.2025)

44. Старостіна А. Кравченко В. Маркетингові дослідження: визначення мети та практика розробки анкети (на прикладі ризиків споживачів на ринку вина) // *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка.* 2015. Вип. 8. С. 6 - 12. URL: <https://ideas.repec.org/a/scn/013723/16026831.html>(дата звернення: 12.02.2025)

45. Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків: Підручник. К.: ТОВ «Лазарит Поліграф», 2012. 480 с.

46. ТОП-15 фармацевтичних компаній України 2024, компанія Ukrainian Business Award , 12.04.2024. URL:<https://uba.top/pharmaceutical-companies-in-ukraine/> (дата звернення: 12.02.2025)

47. Травіна О.В. Фармацевтичний ринок України в конструкції сучасного глобального фармацевтичного ринку: сучасний стан та тенденції розвитку // *Інвестиції: практика та досвід*. № 12. 2024. С. 192 – 196. URL:<https://www.nayka.com.ua/index.php/investplan/article/download/3969/4004/9285> (дата звернення: 12.02.2025)

48. Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою // *Український інститут майбутнього*, 2019. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.tml#6-2-4> (дата звернення: 03.03.2025)

49. Хуторна М.І., Фролова Е. Д. Українські ліки за кордоном: як вітчизняна фарма завойовує ринки світу попри війну. *Агенція Mind.Ua.*, травень 2023. URL: <https://mind.ua/publications/20257487-ukrayinski-lik-i-za-kordonom-yak-vitchiznyana-farma-zavojovue-rinki-svitu-popri-vijnu> (дата звернення: 12.02.2025)

50. Шаповалов О. В. Методика розрахунку ступеню внутрішньокраїнної та зовнішньокраїнної інтернаціоналізації економіки країни на прикладі економіки України // *Сб. науч. тр. Донецьк: ДонНУ*. 2008. С. 836–839. URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/evaluation-the-effectiveness-of-enterprise-internationalization.pdf> (дата звернення: 12.02.2025)

51. Що відомо про іноземні компанії, які продають українцям ліки, Агенція BusinessView, 2019. URL: <https://businessviews.com.ua/ru/business/id/import-likiv-1998/> (дата звернення: 12.02.2025).

52. EUROLAB.TR. - GMP Pharmaceutical Batch Release Testing (тестування випуску серій). URL: https://go.eurofinsgenomics.eu/pharmacogenomics/?gad_source=1&gclid=EAIaIQobChMI6MbP-uTDiwMVSAqiAx29nBasEAAAYASAAEgJJqfD_BwE (дата звернення: 12.02.2025).

53. A quick guide to the Health Insurance Marketplace, 2025. URL:

https://www.healthcare.gov/quick_guide/one_page_guide_to_the_marketplace/ (дата звернення: 12.02.2025)

54. Beugelsdijk S., Kostova T., Kunst V. E. Cultural Distance and Firm Internationalization: A MetaAnalytical Review and Theoretical Implications. *Journal of Management*. 2018. № 44 (1). p. 89-130. [URL:journals.sagepub.com/doi/10.1177/0149206317729027](https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0149206317729027) (дата звернення: 12.02.2025)

55. Brand Finance Healthcare 2024 The annual report on the most valuable and strongest Pharma, Medical Devices and Healthcare Services brands. June 2024. 55p. URL: https://static.brandirectory.com/reports/brand_finance_healthcare_2024_preview.pdf (дата звернення: 12.02.2025)

56. Brand Finance Healthcare 2023 The annual report on the most valuable and strongest Pharma, Medical Devices and Healthcare Services brands. June 2023. 47 p. URL: https://static.brandirectory.com/reports/brand_finance_healthcare_2023_preview.pdf (дата звернення: 12.02.2025)

57. Brand Finance Healthcare 2022 The annual report on the most valuable and strongest Pharma, Medical Devices and Healthcare Services brands. June 2022. 42 p. URL: https://static.brandirectory.com/reports/brand_finance_healthcare_2022_preview.pdf (дата звернення: 12.02.2025)

58. Johanson, J., & Vahlne, J. E. The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 1977, № 8(1), p.23–32. [URL:doi.org/10.1108/CMS-04-2017-0098](https://doi.org/10.1108/CMS-04-2017-0098) (дата звернення: 12.02.2025)

59. International Monetary Fund (IMF) Country Report No. 24/366. Ukraine sixth review under the extended arrangement under the extended fund facility, requests for modification of a performance criterion, and financing assurances review – press release; Staff report; and statement by the alternate executive director for Ukraine, December 2024, 163 p. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2024/12/20/Ukraine-Sixth-Review-Under-the-Extended-Arrangement-Under-the-Extended-Fund-Facility-559954> (дата звернення: 12.02.2025)

60. Håkanson L., Kappen P. J. (2017) The 'Casino Model' of

internationalization: An alternative Uppsala paradigm. *Journal of International Business Studies*. 2017. № 48 (9), p. 1103-1113. [URL: doi.org/10.1057/s41267-017-0113-9](https://doi.org/10.1057/s41267-017-0113-9) (дата звернення: 12.02.2025)

61. Kampanart Huanbutta a , Kanokporn Burapapadh a , Pakorn Kraisit b , Pornsak Sriamornsak c,d , Thittaporn Ganokratanaa e , Kittipat Suwanpitak f , Tanikan Sangnim f, Artificial intelligence-driven pharmaceutical industry: A paradigm shift in drug discovery, formulation development, manufacturing, quality control, and post-market surveillance), *European Journal of Pharmaceutical Sciences*. Volume 203, December 1, 2024, 34 p. [URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0928098724002513](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0928098724002513) (дата звернення: 12.02.2025)

62. Liu H., Luo J., Cui V. The Impact of Internationalization on Home Country Charitable Donation: Evidence from Chinese Firms. *Management International Review*. 2018. № 58 (2), p. 313-335. [URL: doi.org/10.1007/s11575-018-0343-5](https://doi.org/10.1007/s11575-018-0343-5) (дата звернення: 12.02.2025)

63. Li Peng-Yu Top management team characteristics and firm internationalization: The moderating role of the size of middle managers. *International Business Review*. 2017. № 27 (1), p.125-138. [URL: doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.05.011](https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.05.011) (дата звернення: 12.02.2025)

64. Long Quang Trinh, Ha Thi Thanh Doan Internationalization and the growth of Vietnamese micro, small, and medium sized enterprises: Evidence from panel quantile regressions. *Journal of Asian Economics*. 2018. № 55, p. 71- 83. [URL:doi.org/10.1016/j.asieco.2018.01.002](https://doi.org/10.1016/j.asieco.2018.01.002) (дата звернення: 12.02.2025)

65. McKinsey @ Company. Life Sciences Practice. Gen AI: A game changer for biopharma operations, January 2025, 11 p. [URL: https://www.mckinsey.com/industries/life-sciences/our-insights/gen-ai-a-game-changer-for-biopharma-operations](https://www.mckinsey.com/industries/life-sciences/our-insights/gen-ai-a-game-changer-for-biopharma-operations) (дата звернення: 12.02.2025)

66. McKinsey @ Company. Life Sciences Practice. Quarterly value releases: Transforming pharma through digital and analytics—fast, December 2022, 7 p. [URL:https://www.mckinsey.com/industries/life-sciences/our-insights/quarterly-value-releases-transforming-pharma-through-digital-and-analytics-fast](https://www.mckinsey.com/industries/life-sciences/our-insights/quarterly-value-releases-transforming-pharma-through-digital-and-analytics-fast) (дата

звернення: 12.02.2025)

67. McKinsey @ Company. Healthcare Practice Generative AI in healthcare: Adoption trends and what's next, July 2024, 9 p. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/healthcare/our-insights/generative-ai-in-healthcare-adoption-trends-and-whats-next> (дата звернення: 12.02.2025)

68. McKinsey @ Company. Consumer Packaged Goods Practice How beauty players can scale gen AI in 2025, January 2025, 8 p. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/how-beauty-players-can-scale-gen-ai-in-2025> (дата звернення: 12.02.2025)

69. McKinsey Digital. Enterprise technology's next chapter: Four gen AI shifts that will reshape business technology, December 2024, 10 p. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/enterprise-technologys-next-chapter-four-gen-ai-shifts-that-will-reshape-business-technology> (дата звернення: 12.02.2025)

70. McCormick M., Fernhaber S. Small Bus Econ Are growth expectations being met? Implications for the internationalization of micro-sized ventures. *Small Business Economics*. 2018. № 50 (3), p. 591-605. URL: https://ideas.repec.org/a/kap/sbusec/v50y2018i3d10.1007_s11187-017-9909-z.html (дата звернення: 12.02.2025)

71. McHenry, Joyce E. H., Welch Denise E. (2018) Entrepreneurs and internationalization: A study of Western immigrants in an emerging market. *International Business Review*. 2018. № 27 (1), p. 93-101. URL: doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.05.008 (дата звернення: 12.02.2025)

72. Peter Dicken Global Shift. Seventh Edition. Mapping the chsnging contours of the World Economy, 1986 (Манчестерський університет, Великобританія), 177 p. URL: https://books.google.co.id/books?id=ltbiBQAAQBAJ&printsec=frontcover &hl=id&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false (дата звернення: 12.02.2025)

73. Pereverzieva A.V. Assessment of the enterprize internalization level. *Bulletin of Zaporizhzhia National University. Economic sciences*. № 3 (43), 2019. С.

92 -100. URL: <https://journalsofznu.zp.ua/index.php/economics/article/view/111/94> (дата звернення: 12.02.2025)

74. Polpharma (Польська фармацевтична фірма), 2025. URL: https://forbes.ua/ratings/topoviy_biznes_zbidniv_na_ponad_11_mlrd_reyting_100_naybilshikh_polskikh_privatnikh_kompaniy_2022_21112022_9924 (дата звернення: 12.02.2025)

75. «Polpharma Group» (Представництво польської фармацевтичної компанії в Україні), 2025. URL: <https://www.polpharma.ua/contacts> (дата звернення: 12.02.2025)

76. «Polpharma Group» – офіційний Інтернет сайт в Польщі. URL: <https://polpharma.pl/> (дата звернення: 12.02.2025)

77. Pinho J. Carlos M., Martins L., Soares A. M. Small businesses' internationalization: International readiness in the context of Asian countries. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*. 2018. № 10 (1), p. 50-63. URL: doi.org/10.1108/APJBA-05-2017-0043 (дата звернення: 12.02.2025)

78. «SANTO KZ» (бувчий завод «Хімфарм» в Казахстані), 2025. URL: <https://santo.kz/%d0%bf%d1%80%d0%b5%d0%bc%d1%8c%> (дата звернення: 12.02.2025)

79. Pharmaceutical spending. OECD, 2022. URL: <https://data.oecd.org/healthres/pharmaceutical-spending.htm#indicator-chart> (дата звернення: 05.03.2025).

80. Rodrigues S. B., Dieleman M. (2018) The internationalization paradox: Untangling dependence in multinational state hybrids. *Journal of World Business*. 2018. №53 (1), p.39-51. URL: doi.org/10.1016/j.jwb.2017.08.003 (дата звернення: 12.02.2025)

81. Santangelo G.D., Meyer K.E. Internationalization as an evolutionary process. *Journal of International Business Studies*. 2017. №48 (9), p.1114-1130. URL: doi.org/10.1057/s41267-017-0119-3 (дата звернення: 12.02.2025)

82. Takeda («Takeda Pharmaceutical Company Limited»), 2025. URL: https://www.takeda.com/uk_ua/who_we_are/company_information/history/2000 (дата звернення: 12.02.2025)

83. The essence of internationalization in the pharmaceutical business (компания Laboratorios Rubi6), 2025. URL: <https://www.laboratoriosrubio.com/en/pharmaceutical-internationalization-2/> (дата звернення: 12.02.2025)

84. Qian G., Li L., Qian Z. Interactions Among Factors Driving and Inhibiting the Early Internationalization of Small, Young Technology Enterprises. *Management International Review*. 2018. № 58 (2), p. 251-280. URL: doi.org/10.1007/s11575-017-0321-3 (дата звернення: 12.02.2025)

85. Fariborzi H., Keyhani M. Internationalize to live: a study of the post-internationalization survival of new ventures. *Small Business Economics*. 2018. № 50 (3), p. 607-624. URL: doi.org/10.1007/s11187-017-9910-6 (дата звернення: 12.02.2025)

86. United nations conference on trade and development. *World investment report* 2014. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2014_en.pdf (дата звернення: 12.02.2025)

87. WTO Trade Organization, Global Trade Outlook and Statistics, April 2025, 40 p. URL: https://tradedatamonitor.com/?gad_source=1&gbraid=0AAAAABZq0N042cV8XuXPdC9PM151KJQCw&gclid=Cj0KCQjw_JzABhC2ARIsAPe3ynrNemORoyj11UbVT9-WYcrAFyf31xYlsto5xI91QIEKSx2Z3Omvr9UaArc4EALw_wcB (дата звернення: 20.02.2025)

ДОДАТКИ

Додаток Б

Розподіл розвинутих країн та країн в економіка, що розвиваються, в світі за обсягами ВНД на душ населення та валових доходів від продаж продукції

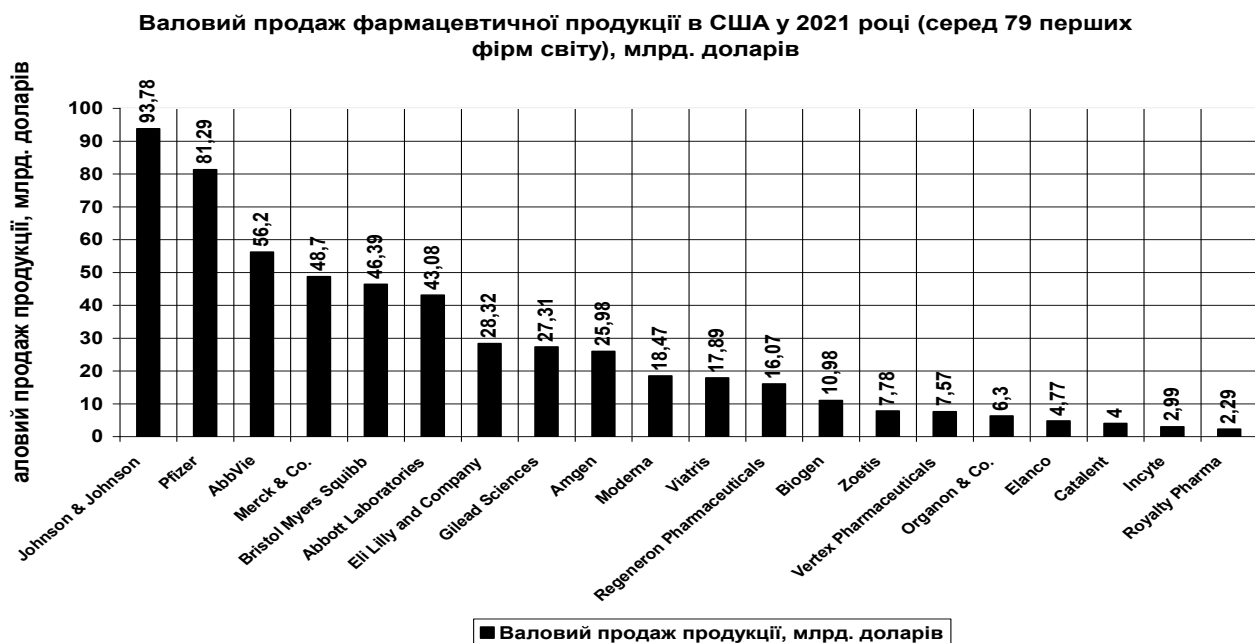


Рис. Б.1 Валовий продаж фармацевтичної продукції в США у 2021 році (серед 79 перших фірм світу), млрд. доларів

Джерело: побудовано за даними [55], [56], [57]



Рис. Б.2 Валовий продаж фармацевтичної продукції в Китаї у 2021 році (серед 79 перших фірм світу), млрд. доларів

Джерело: побудовано за даними [55], [56], [57]

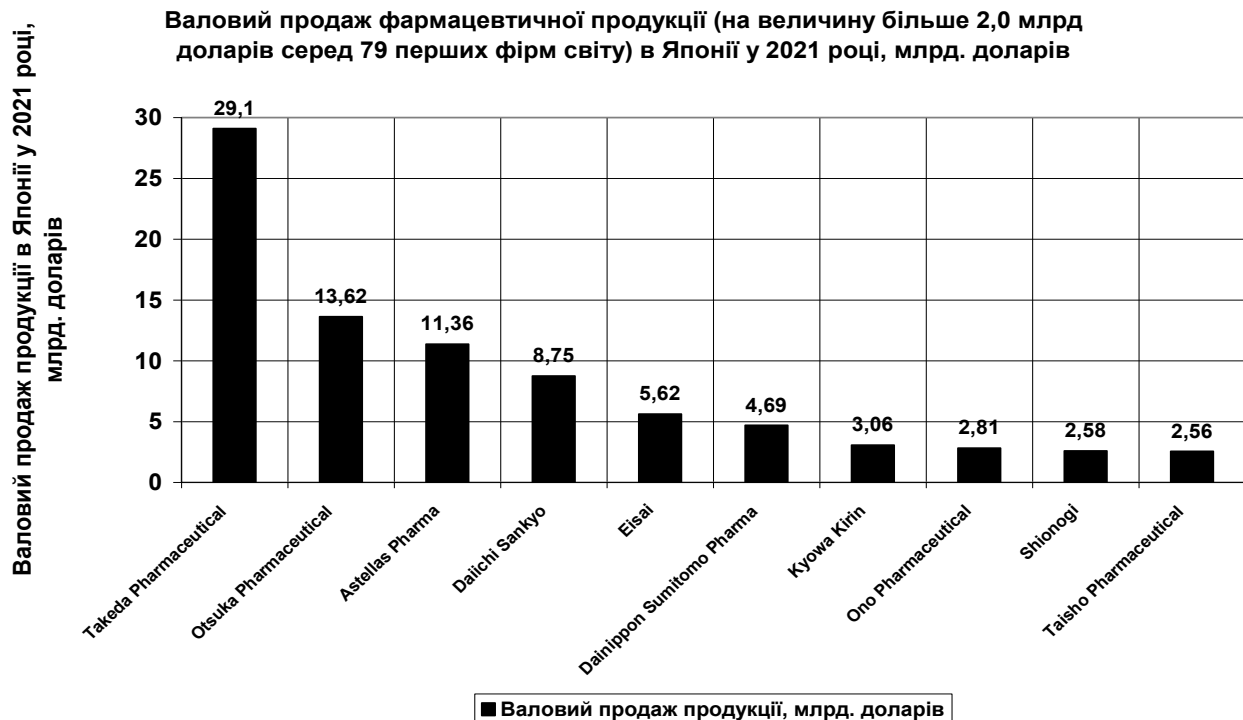


Рис. Б.3 Розподіл рейтингу валового продажу фармацевтичної продукції в Японії у 2021 році (серед 79 перших фірм світу), млрд. доларів

Джерело: побудовано за даними [55], [56], [57]

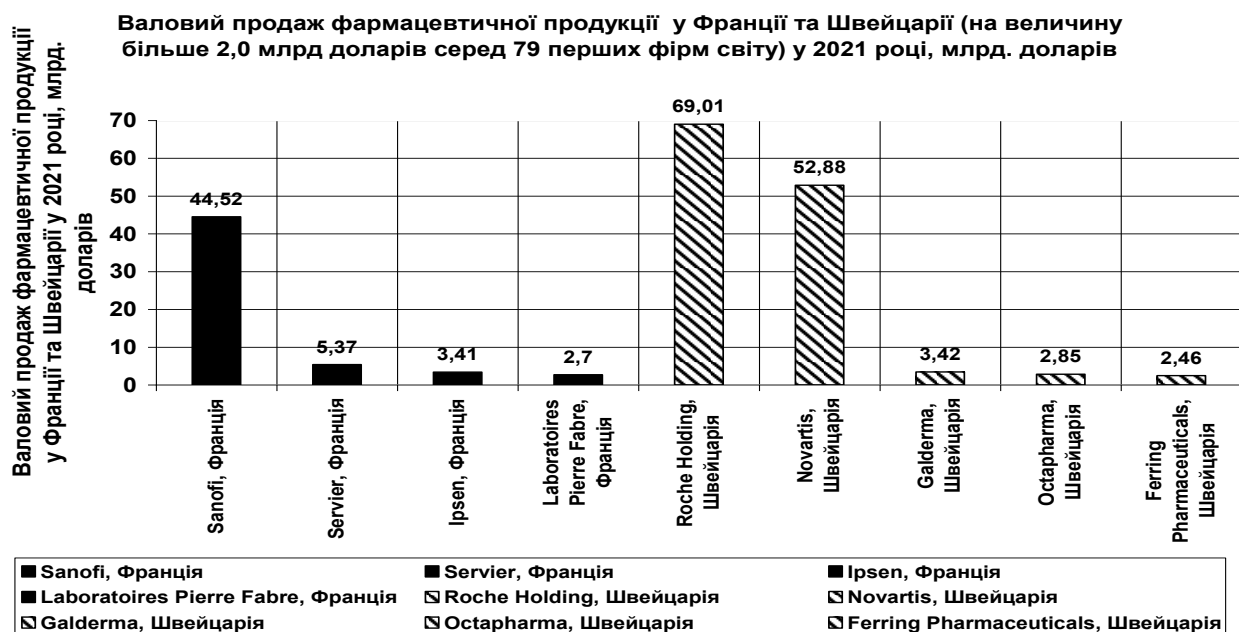


Рис. Б.4 Валовий продаж фармацевтичної продукції у Франції та Швейцарії (на величину більше 2,0 млрд доларів серед 79 перших фірм світу) у 2021 році, млрд. доларів

Джерело: побудовано за даними [55], [56], [57]

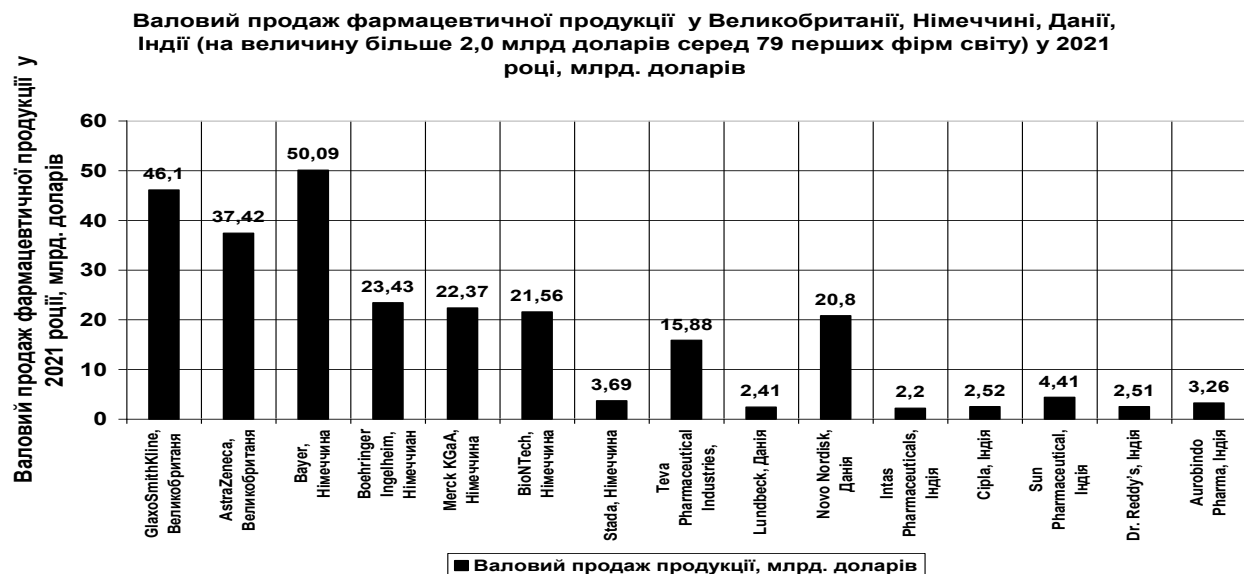


Рис. Б.5 Валовий продаж фармацевтичної продукції у Великобританії, Німеччині, Данії, Індії (на величину більше 2,0 млрд доларів серед 79 перших фірм світу) у 2021 році, млрд. доларів

Джерело: побудовано за даними [55], [56], [57]

Додаток В

Балансова та фінансова звітність ТОВ «Юрія-Фарм» у 2019 -2024 рр.

Таблиця В.1

Балансові дані ТОВ «Юрія-Фарм» у 2019 -2024 рр.

Актив						
Назва рядка	2019, тис.грн	2020, тис.грн	2021, тис.грн	2022, тис.грн	2023, тис. грн	2024, тис.грн
I. Необоротні активи						
Нематеріальні активи	5 748	4 569	6 173	6 383	3 242	5 532
первісна вартість	49 314	49 500	12 867	15 375	16 401	19 864
накопичена амортизація	43 566	44 931	6 694	8 992	13 159	14 332
Незавершені капітальні інвестиції	341 620	196 817	340 322	342 010	391 816	654 359
Основні засоби	531 677	783 052	926 183	1 141 015	1 175 246	1 256 359
первісна вартість	1 133 986	1 551 877	1 905 590	2 405 280	2 695 360	2 913 068
знос	602 309	768 825	979 407	1 264 265	1 520 114	1 656 709
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	48 501	50 674	55 231	63 942	74 842	73 879
Відстрочені податкові активи	57 411	39 675	62 291	84 224	72 812	61 515
Усього за розділом I	984 957	1 074 787	1 390 200	1 637 574	1 717 958	2 051 644
II. Оборотні активи						
Запаси	587 527	632 230	902 896	996 860	820 978	1 095 627
Виробничі запаси	245 967	304 396	479 868	415 749	362 311	657 345
Незавершене виробництво	16 810	17 447	16 534	16 840	18 730	15 478
Готова продукція	222 284	259 701	256 628	399 086	339 793	368 384
Товари	102 466	50 686	149 866	165 185	100 144	54 419
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	507 617	522 158	577 460	637 117	1 071 962	1 464 340
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	65 411	51 779	132 385	39 062	61 806	146 166
з бюджетом	19 738	42 775	89 603	128 185	62 987	88 643
з нарахованих доходів	0	0	0			
із внутрішніх розрахунків	0	0	0			
Інша поточна дебіторська заборгованість	162 867	233 946	144 531	71 298	33 012	17 590
Поточні фінансові інвестиції	0	0	0	0	0	
Гроші та їх еквіваленти	30 897	916 508	1 403 239	1 911 419	1 930 457	1 331 571
Готівка	0	0	0	0	0	
Рахунки в банках	30 645	916 508	1 403 239	1 911 419	1 930 457	1 331 571
Витрати майбутніх періодів	14 173	25 665	19 373	30 227	25 028	26 244
Інші оборотні активи	4 902	12 791	10 099	12 403	19 206	21 616
Усього за розділом II	1 393 132	2 437 852	3 279 586	3 826 571	4 025 436	4 191 797
Баланс	2 378 089	3 512 639	4 669 786	5 464 145	5 743 394	6 243 441

Продовження табл. В.1

Пасив						
Назва рядка	2019, тис.грн	2020, тис.грн	2021, тис.грн	2022, тис.грн	2023, тис. грн	2024, тис.грн
I. Власний капітал						
Зареєстрований (пайовий) капітал	4 900	44 100	44 100	44 100	44 100	44 100
Додатковий капітал	39 200	0	0	0	25 613	148 406
Резервний капітал	156 333	0	0	0	0	
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1 331 730	2 121 397	2 940 097	3 449 214	3 354 731	3 185 826
Усього за розділом I	1 532 163	2 165 497	2 984 197	3 493 314	3 424 444	3 378 332
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення						
Довгострокові кредити банків	0	521 094	376 869	328 649	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	41 331	44 369	79 080	354 394	439 474	575 559
Усього за розділом II	41 331	565 463	455 949	683 043	439 474	575 559
III. Поточні зобов'язання і забезпечення						
Короткострокові кредити банків	0	0	86 970	146 066	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:						
довгостроковими зобов'язаннями	16 989	31 096	96 187	137 823	105 304	87 363
товари, роботи, послуги	478 136	404 299	532 784	329 175	271 987	311 197
розрахунками з бюджетом	23 240	49 551	45 379	5 747	56 854	35 177
у тому числі з податку на прибуток	19 614	42 756	40 652	1 626	52 629	27 197
розрахунками зі страхування	3 807	261	3 629	2 642	5 339	7 283
розрахунками з оплати праці	18 601	2 942	24 062	22 328	23 032	32 944
за одержаними авансами	34 382	15 907	67 861	42 542	198 674	112 987
за розрахунками з учасниками	45 064	0	0	220 000	569 645	950 737
із внутрішніх розрахунків	0	0	0			
Поточні забезпечення	57 896	173 446	271 113	221 342	342 769	294 360
Доходи майбутніх періодів	0	0	0			
Інші поточні зобов'язання	126 480	104 177	101 655	160 123	305 872	457 502
Усього за розділом III	804 595	781 679	1 229 640	1 287 788	1 879 476	2 289 550
Баланс	2 378 089	3 512 639	4 669 786	5 464 145	5 743 394	6 243 441

Джерело: побудовано за даними [36]

Звіт про фінансові результати ТОВ «Юрія-Фарм» у 2019 - 2024 рр

Фінансові результати						
Назва рядка	За 2019 рік	За 2020 рік	2021, тис.грн	2022, тис.грн	2023, тис.грн	2024, тис.грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	3 070 881	3 353 188	4 562 893	3 821 735	4 805 256	5 741 656
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	1 290 758	1 301 662	1 642 149	1 633 772	1 890 461	2 395 496
Валовий: прибуток	1 780 123	2 051 526	2 920 744	2 187 963	2 914 795	3 346 160
збиток	0	0				
Інші операційні доходи	228 251	406 292	251 062	887 326	422 104	698 365
Адміністративні витрати	332 973	388 527	407 916	332 062	389 529	462 276
Витрати на збут	645 351	587 751	752 880	777 458	1 181 851	1 450 426
Інші операційні витрати	330 120	629 690	760 846	923 639	916 627	1 141 635
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	699 930	871 850	1 250 164	1 042 130	848 892	990 188
збиток	0	0				
Дохід від участі в капіталі	2 351	2 231	4 558	8 711	10 899	336
Інші фінансові доходи	839	752	870	2 093	1 088	28 914
Інші доходи	604	2 273	2 607	14 125	2 873	3 781
Дохід від благодійної допомоги	0	0	0			
Фінансові витрати	45 189	31 701	182 881	150 607	136 180	93 906
Втрати від участі в капіталі	0	59	0			
Інші витрати	36 436	17 343	9 956	10 475	22 586	19 029
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	622 099	828 003	1 065 362	905 977	704 986	910 284
збиток	0	0				
Витрати (дохід) з податку на прибуток	-114 543	-149 246	-181 824	-175 705	-133 641	-158 181
Чистий фінансовий результат: прибуток	507 556	678 757	883 538	730 272	571 345	752 103
збиток	0	0				
Елементи операційних витрат						
Назва рядка	За 2019 рік	За 2020 рік	2021, тис.грн	2022, тис.грн	2023, тис.грн	2024, тис.грн
Матеріальні затрати	902 571	841 597	1 064 982	1 144 245	1 404 221	1 878 059
Витрати на оплату праці	700 381	655 071	750 619	863 464	949 011	1 154 653
Відрахування на соціальні заходи	111 485	106 535	121 029	150 586	146 311	173 593
Амортизація	145 326	169 156	319 045	321 850	281 074	279 195
Інші операційні витрати	770 695	1 115 271	1 308 116	1 347 527	1 639 008	2 161 860
Разом	2 630 458	2 887 630	3 563 791	3 827 672	4 419 625	5 647 360
Кількість працівників ТОВ "Юрія-Фарм"	2 300	2 000	1 943	1 968	1 890	1 933

Джерело: побудовано за даними [36]

Результати аналізу балансової, прибуткової та господарської діяльності ТОВ «Юрія-Фарм» у 2019 – 2024 рр.

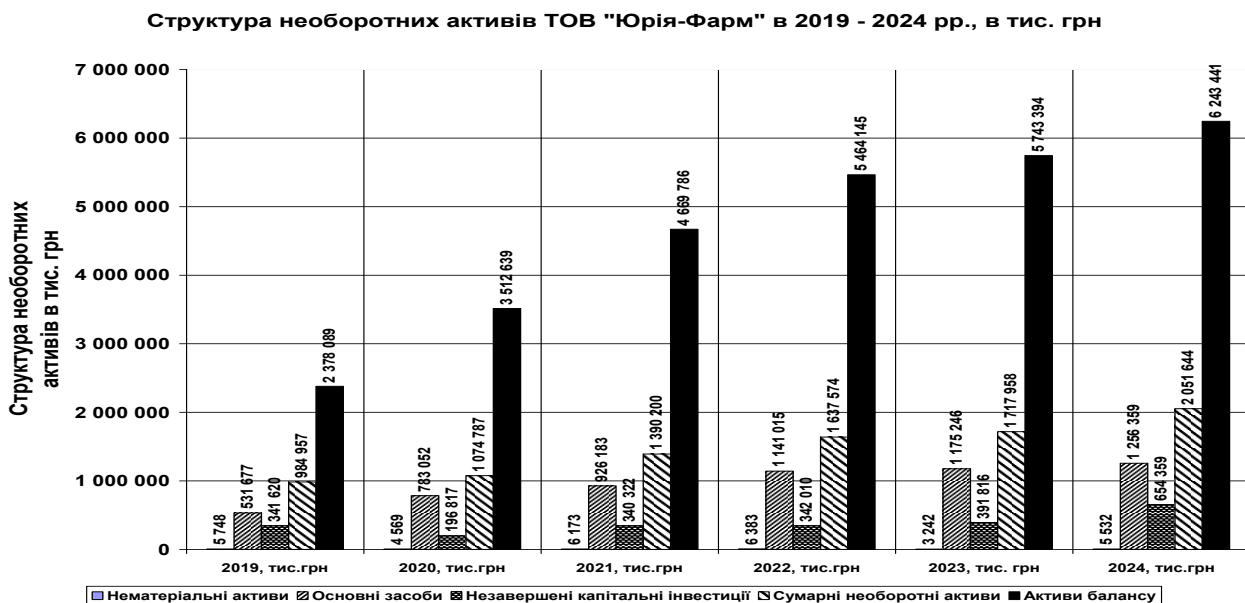


Рис. Д.1 Структура необоротних активів ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 - 2024 рр., в тис. грн

Джерело: побудовано за даними [36]

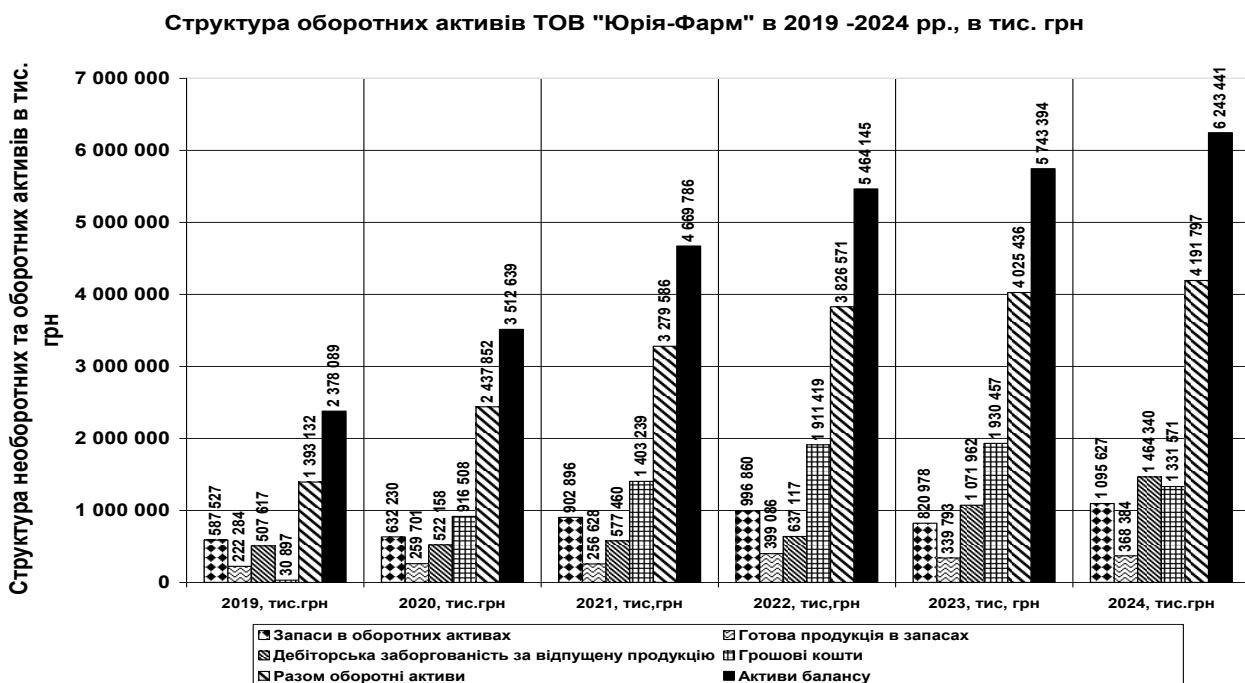


Рис. Д.2 Структура оборотних активів ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 -2024 рр., в тис. грн

Джерело: побудовано за даними [36]

Структура оборотних активів ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 -2024 рр., в тис. грн

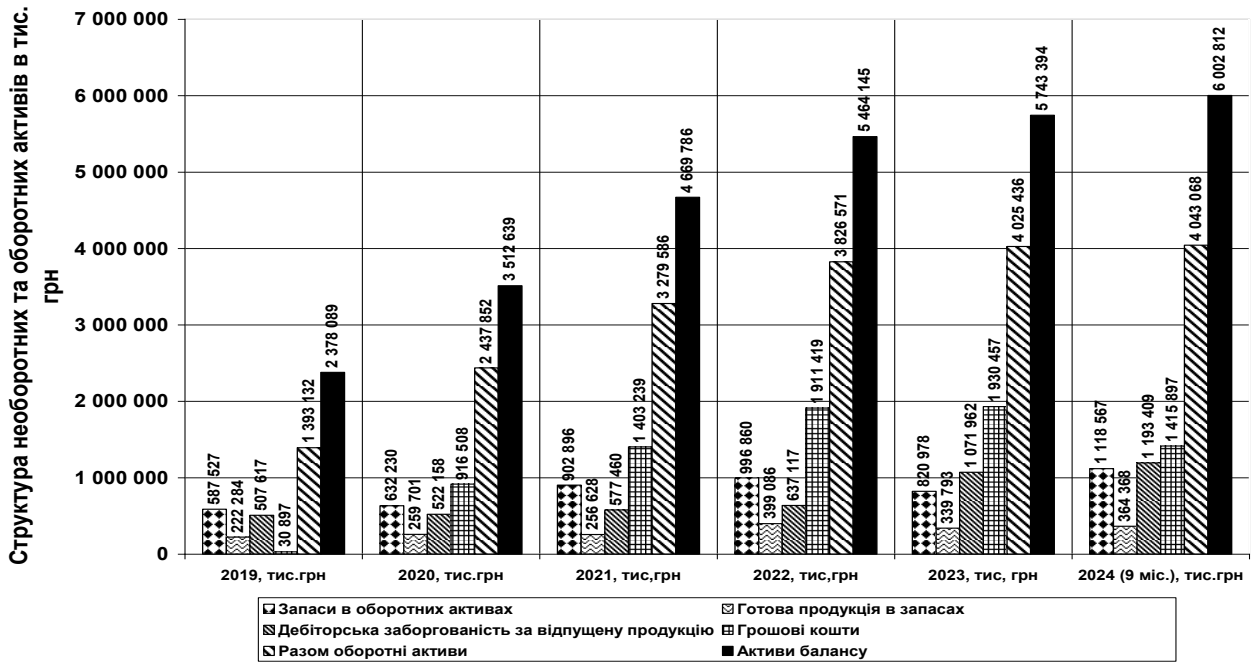


Рис. Д.3 Структура оборотних активів ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 -2024 рр., в тис. грн

Джерело: побудовано за даними [36]

Структура пасивів ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 -2024 рр., в тис. грн

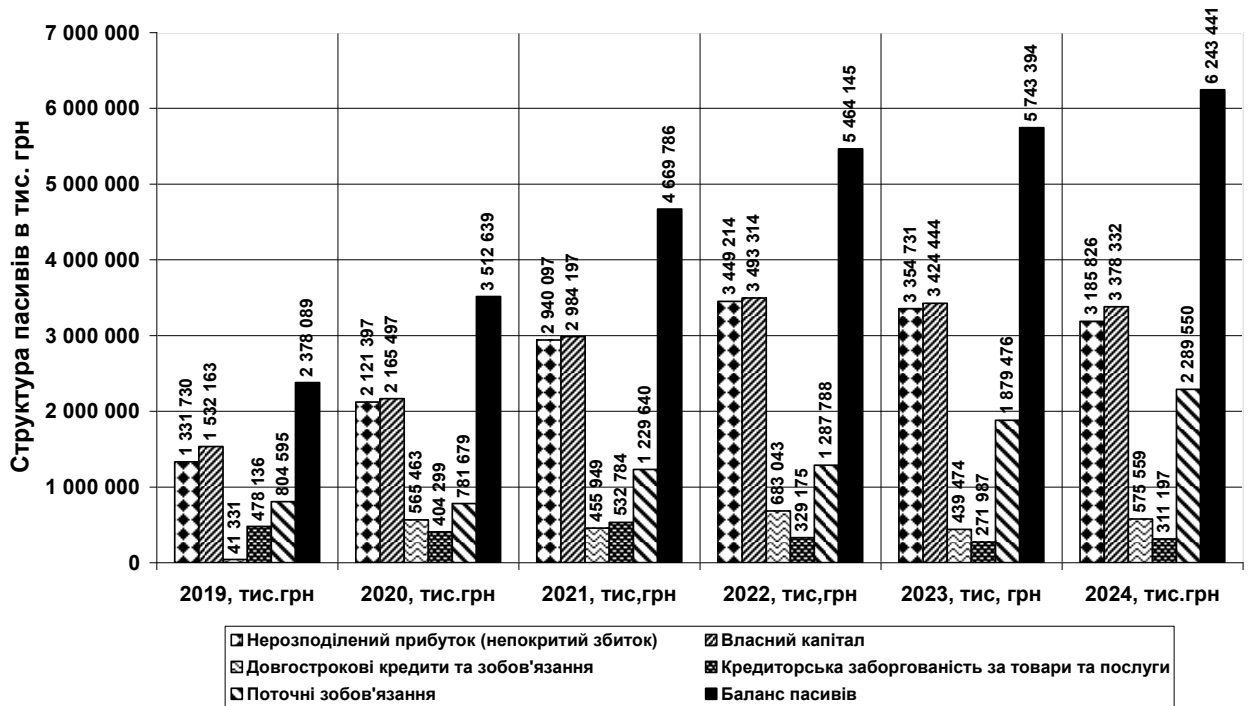


Рис. Д.4 Структура пасивів ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 -2024 рр

Джерело: побудовано за даними [36]

Джерела доходів та прибутків ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 - 2024 рр., в тис. грн

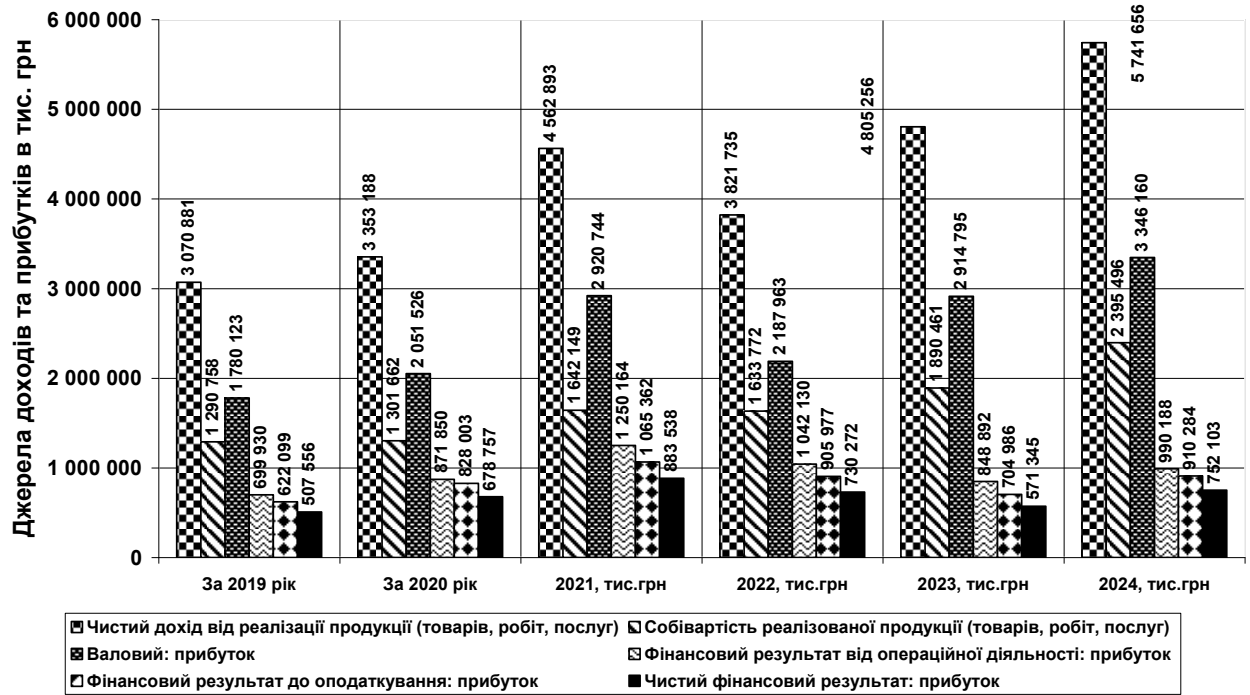


Рис. Д.5 Джерела доходів та прибутків ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 -2024 рр., в тис. грн

Джерело: побудовано за даними [36]

Кількість працівників та заробітна плата ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 - 2024 рр. в грн/міс

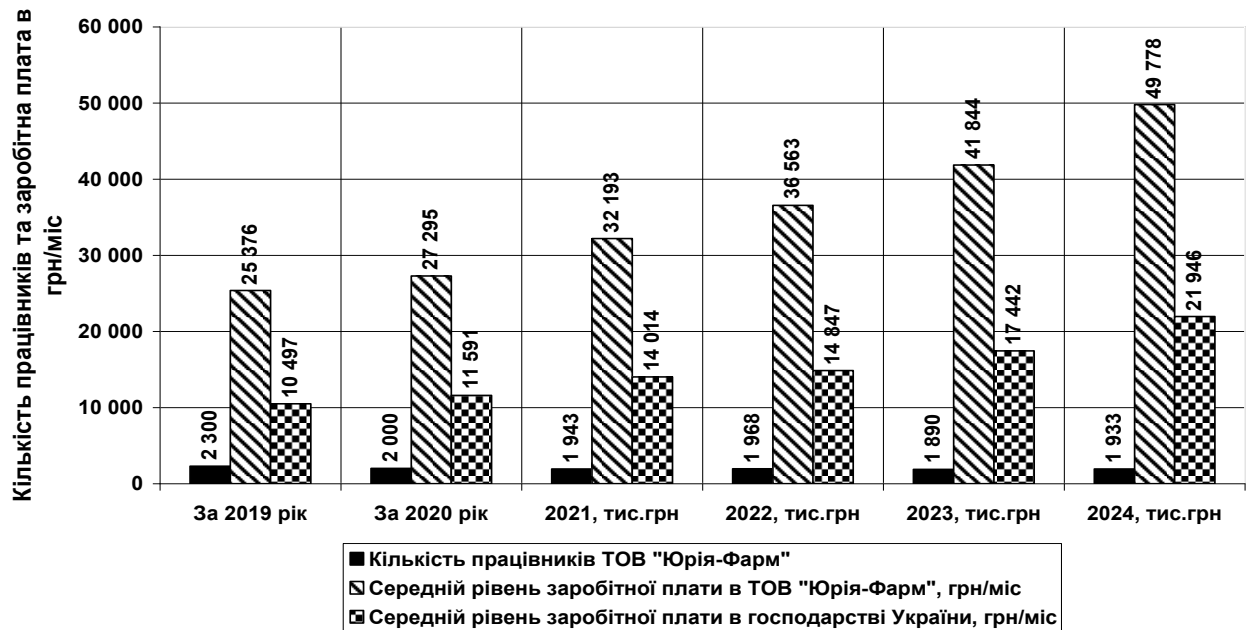


Рис. Д.6 Кількість працівників та заробітна плата ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 -2024 рр. в грн/міс

Джерело: побудовано за даними [36]

Структура основних та нематеріальних необоротних активів ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 - 2024 рр. в %

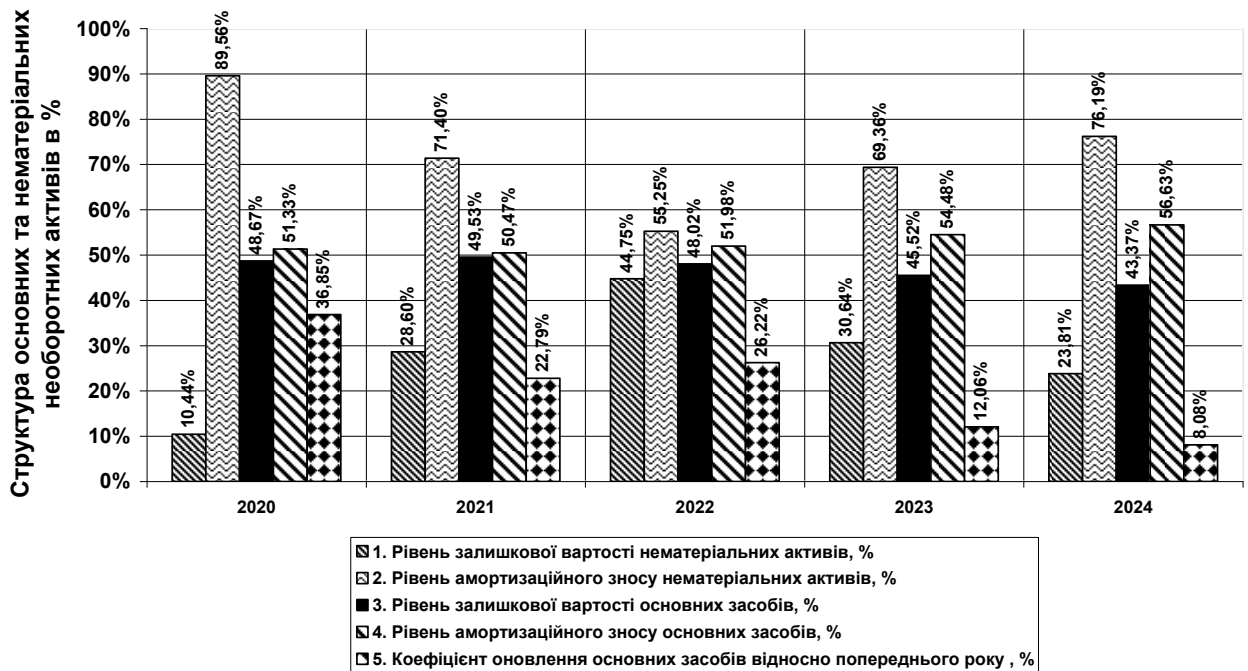


Рис. Д.7 Структура основних та нематеріальних необоротних активів ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 -2024 рр. в %

Джерело: побудовано за даними [36]

Коефіцієнти фінансової стійкості ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 -2024 рр.

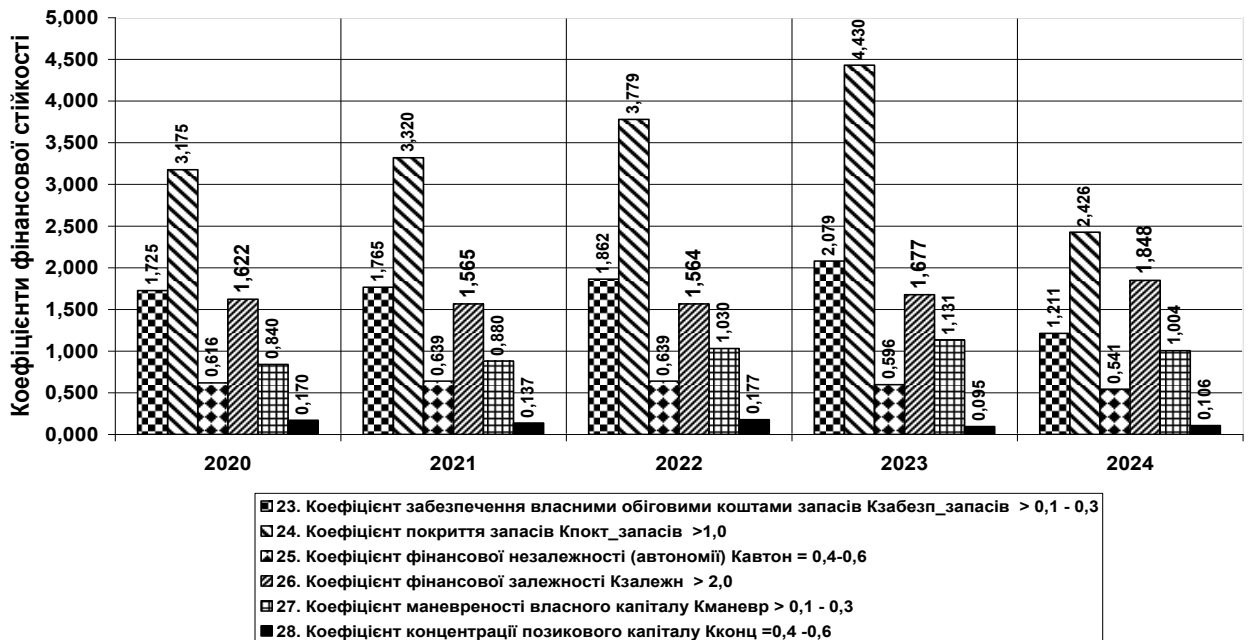


Рис. Д.9 Коефіцієнти фінансової стійкості ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 -2024 рр.

Джерело: побудовано за даними [36]

Періоди оборотності активів та пасивів ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 -2024 рр. , оборотів/рік

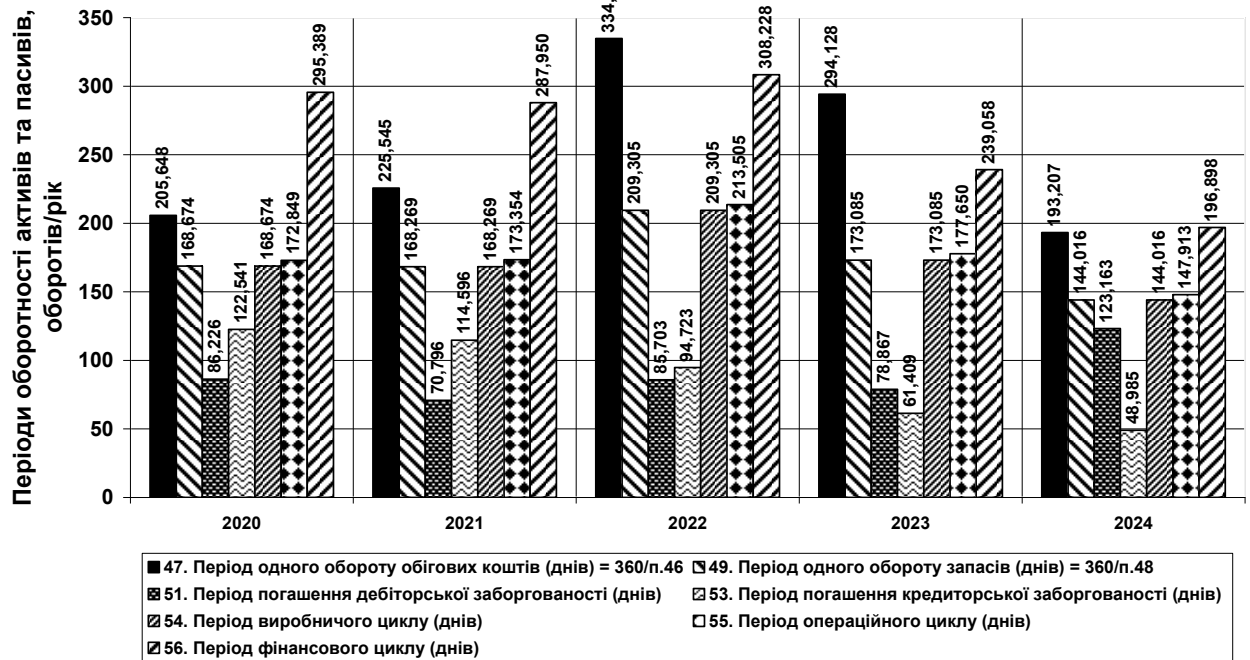


Рис. Д.10 Періоди оборотності активів та пасивів ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 -2024 рр. , оборотів/рік

Джерело: побудовано за даними [36]

Рентабельність активів, власного капіталі та обсягу виробництва ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 - 2024 рр., в %

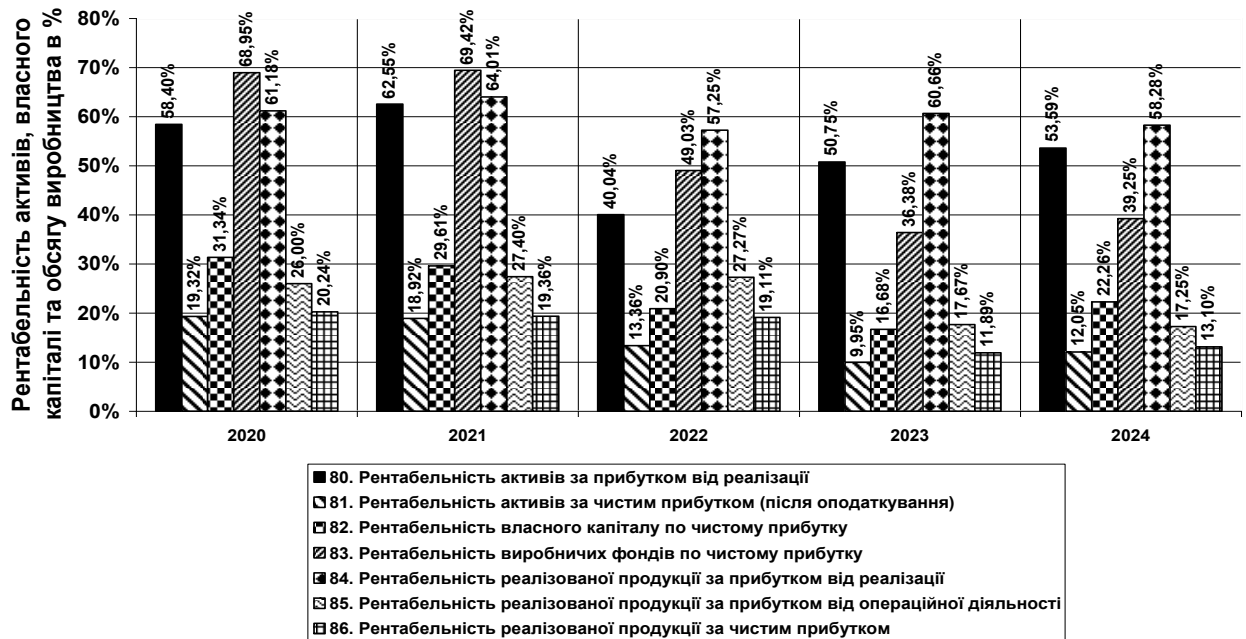


Рис. Д.11 Рентабельність активів, власного капіталі та обсягу виробництва ТОВ "Юрія-Фарм" в 2019 -2024 рр., в %

Джерело: побудовано за даними [36]

Деталізація обсягів експорту та імпорту фармацевтики Україною в світ



Рис. Е.1 Сумарний обсяг експорту та імпорту фармацевтики з України в світ за зі світу в Україну на протязі 2020 – 2024 рр., тис.доларів США

Джерело: побудовано за даними [35]

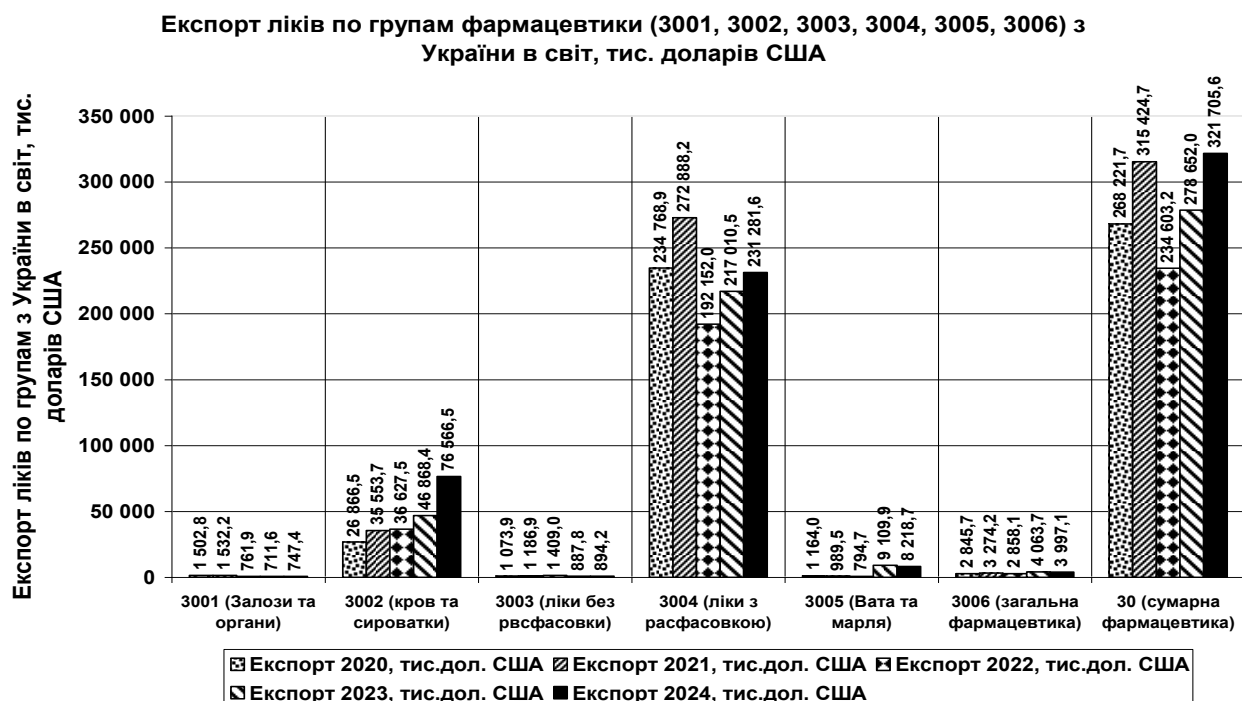


Рис. Е.2 Експорт ліків по групах фармацевтики (3001, 3002, 3003, 3004, 3005, 3006) з України в світ у 2020 – 2024 рр., тис. доларів США

Джерело: побудовано за даними [35]

Відсоткова частина групи фармацевтики (3001, 3002, 3003, 3004, 3005, 3006) при експорті з України у 2020 - 2024 рр. в %

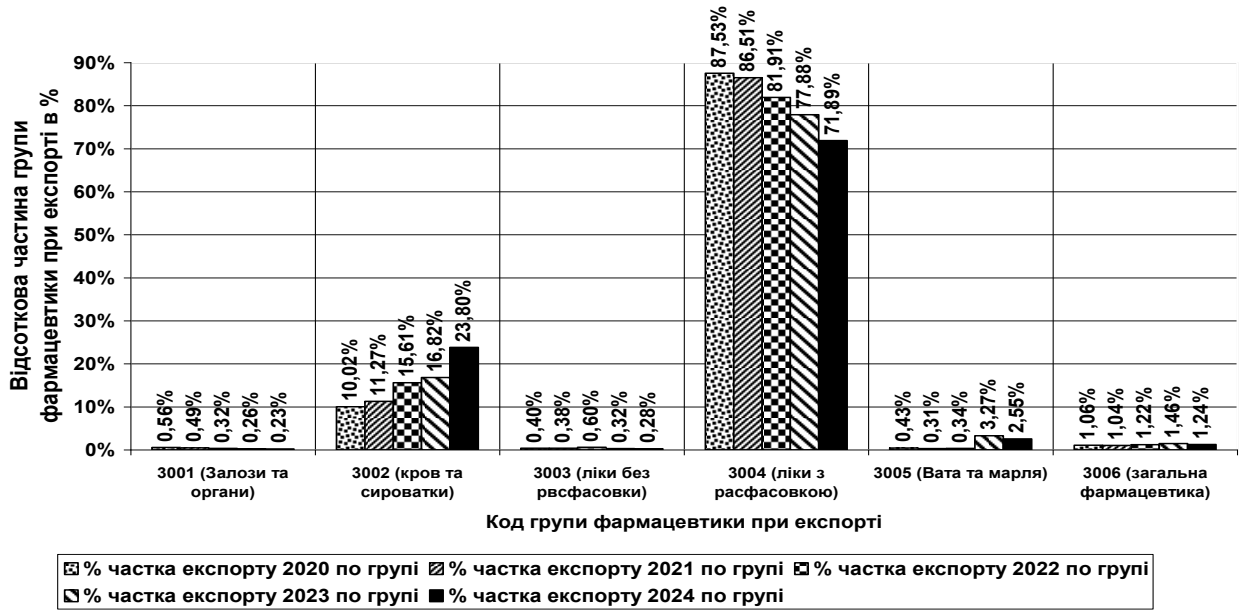


Рис. Е.3 Відсоткова частина групи фармацевтики (3001, 3002, 3003, 3004, 3005, 3006) при експорті з України у 2020 – 2024 рр. в %

Джерело: побудовано за даними [35]

Імпорт ліків по групам (3001, 3002, 3003, 3004, 3005, 3006) у 2020 - 2024 рр. зі світу у тис. доларів США

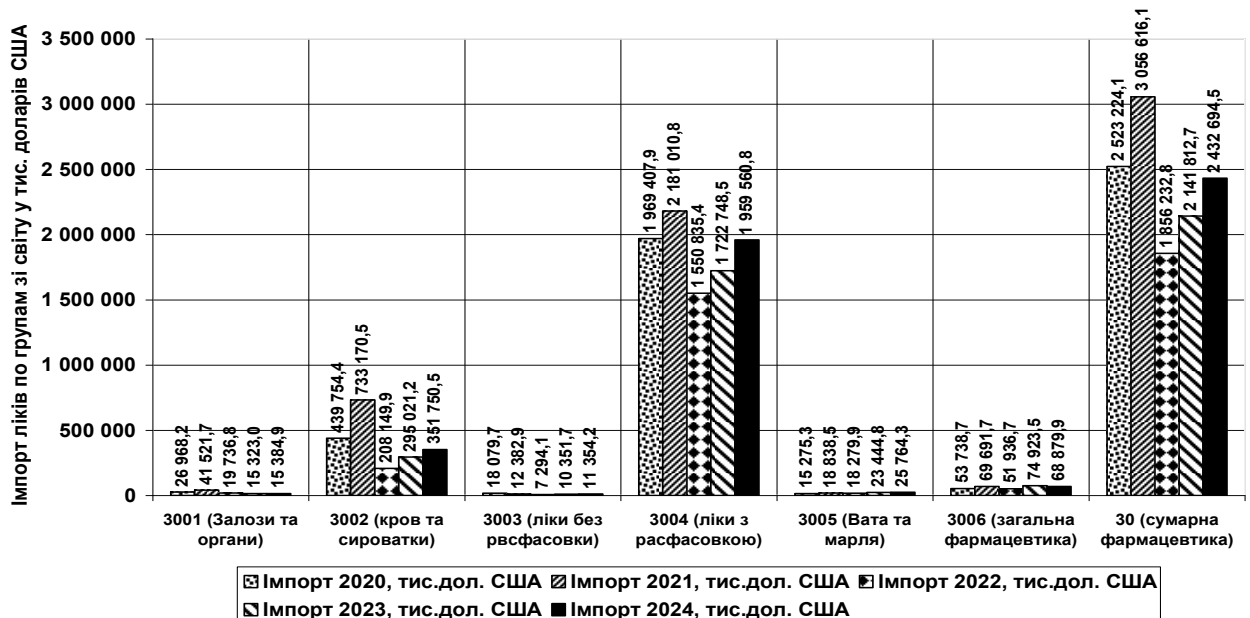


Рис. Е.4 Імпорт ліків по групам (3001, 3002, 3003, 3004, 3005, 3006) у 2020 – 2024 рр. зі світу у тис. доларів США

Джерело: побудовано за даними [35]

Відсотковий розподіл по групах фармацевтики імпорту (3001, 3002, 3003, 3004, 3005, 3006) з країн світу у 2020 - 2024 рр. в %

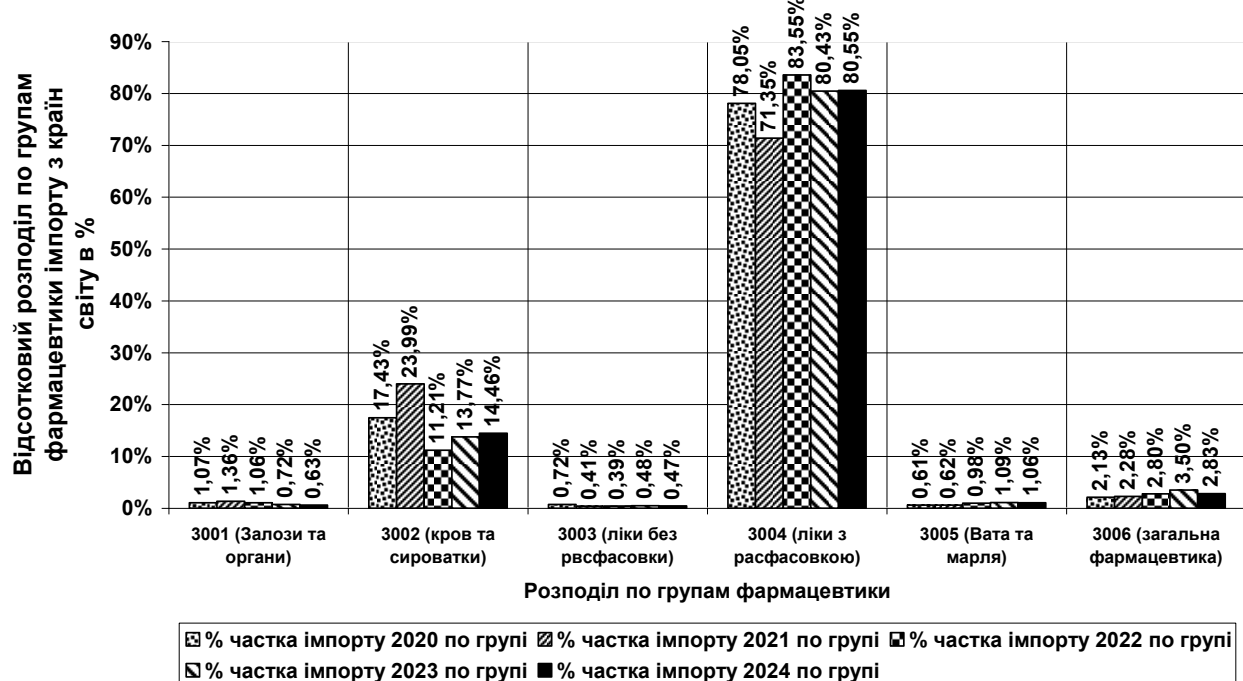


Рис. Е.5 Відсотковий розподіл по групах фармацевтики імпорту (3001, 3002, 3003, 3004, 3005, 3006) з країн світу у 2020 – 2024 рр. в %

Джерело: побудовано за даними [35]

Вартості розрахунків експорту та імпорту ліків 2020 – 2024 по категорії 3004

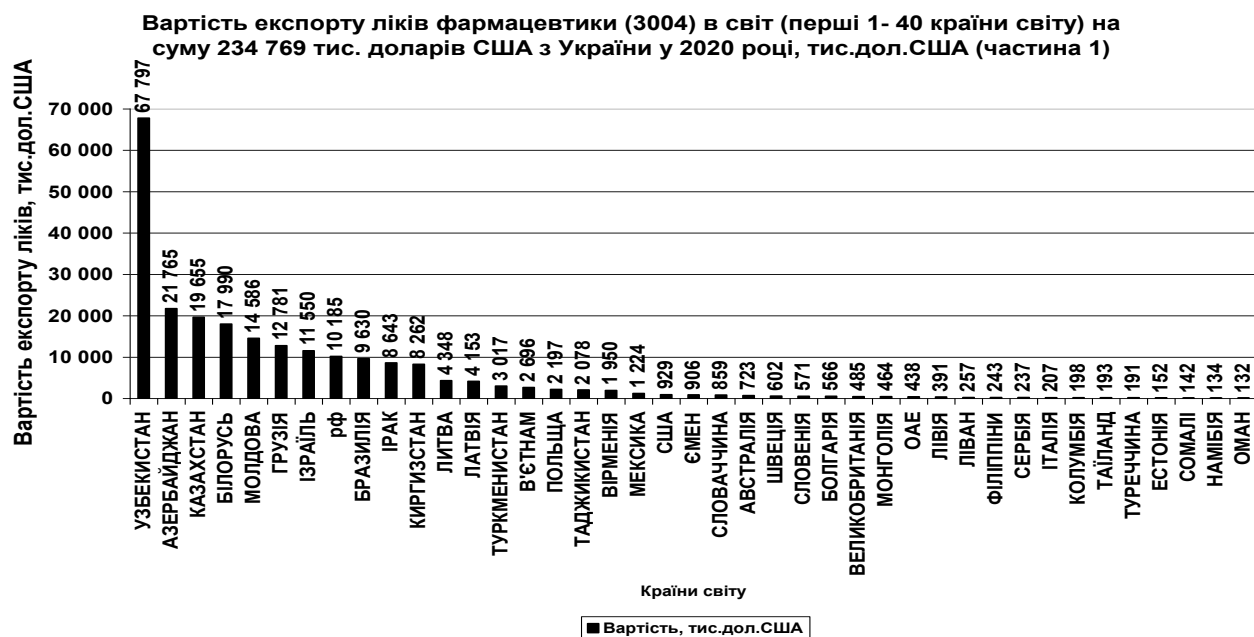


Рис. К.1 Вартість експорту ліків фармацевтики (3004) в світ (перші 1- 40 країни світу) на суму 234 769 тис. доларів США з України у 2020 році, тис.дол.США (частина 1)

Джерело: побудовано за даними [35]

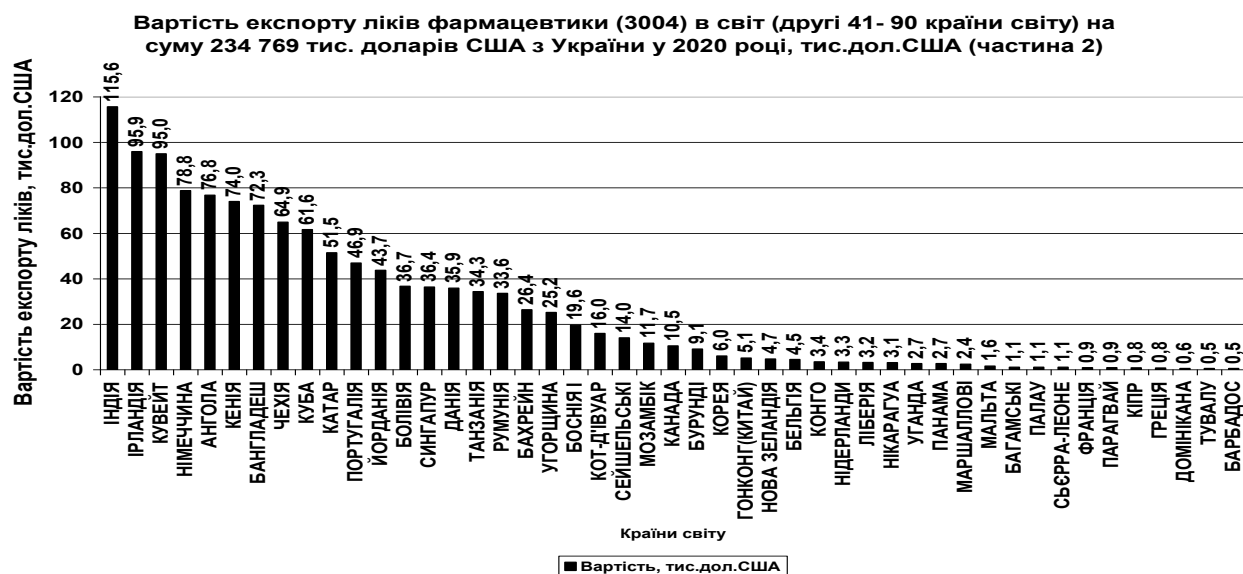


Рис. К.2 Вартість експорту ліків фармацевтики (3004) в світ (другі 41- 90 країни світу) на суму 234 769 тис. доларів США з України у 2020 році, тис.дол.США (частина 2)

Джерело: побудовано за даними [35]

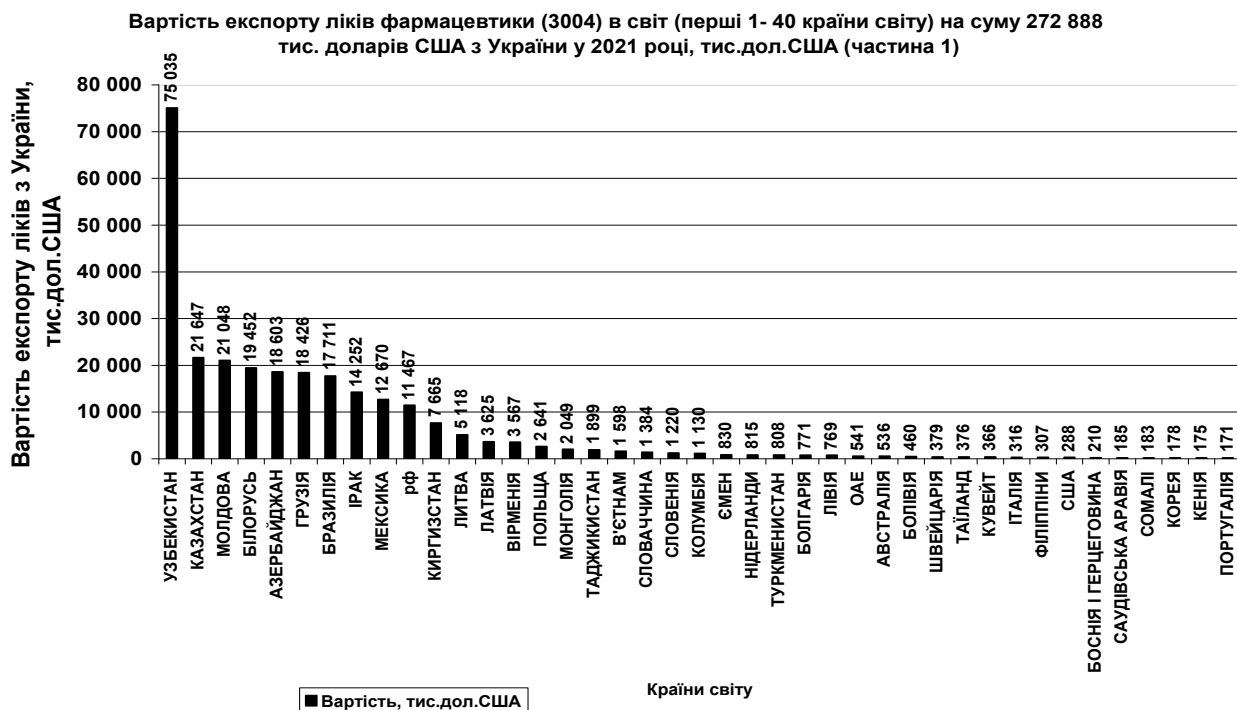


Рис. К.3 Вартість експорту ліків фармацевтики (3004) в світ (перші 1- 40 країни світу) на суму 272 888 тис. доларів США з України у 2021 році, тис.дол.США (частина 1)

Джерело: побудовано за даними [35]

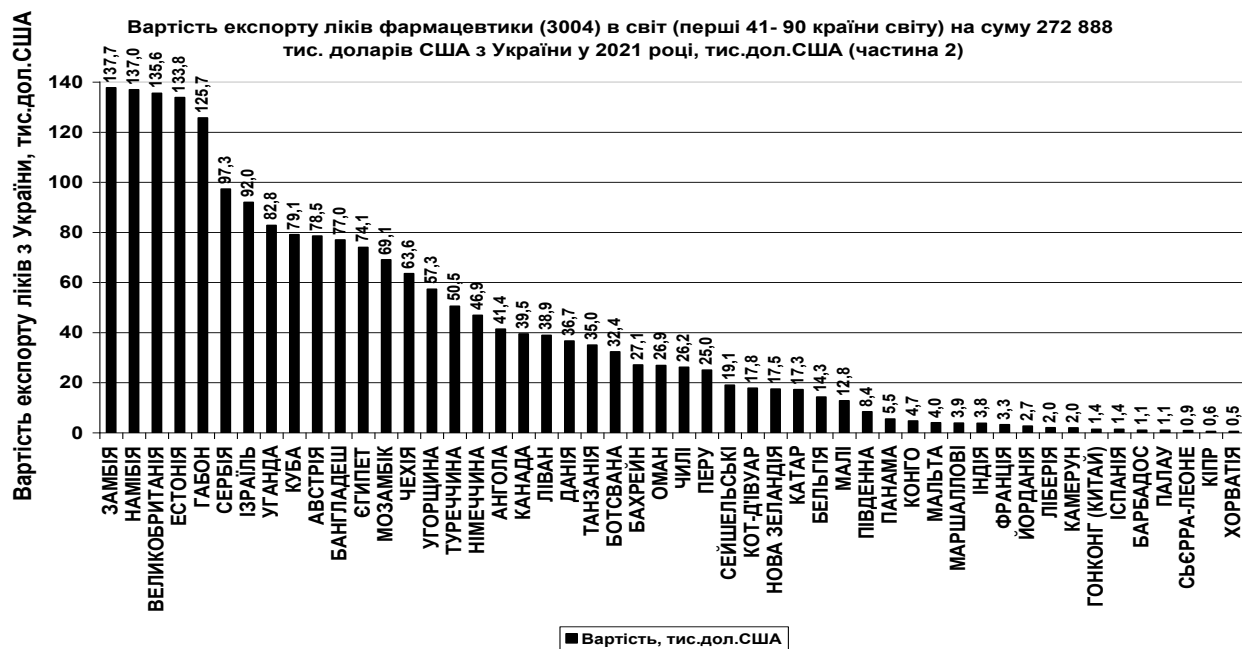


Рис. К.4 Вартість експорту ліків фармацевтики (3004) в світ (перші 41- 90 країни світу) на суму 272 888 тис. доларів США з України у 2021 році, тис.дол.США (частина 2)

Джерело: побудовано за даними [35]

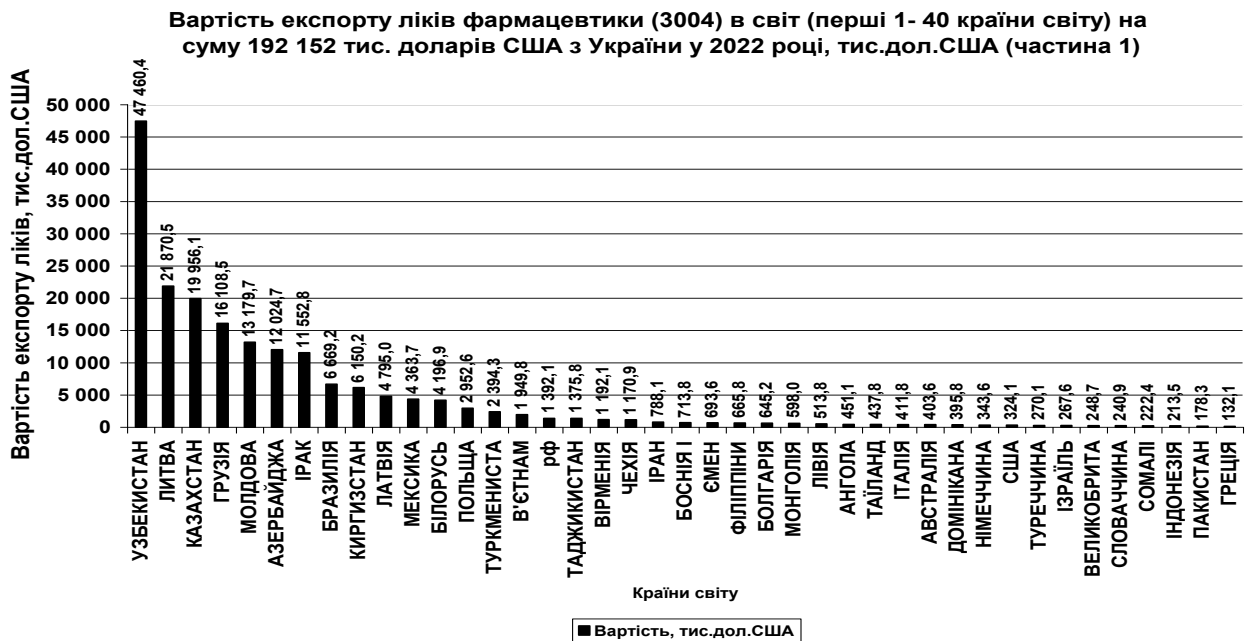


Рис. К.5 Вартість експорту ліків фармацевтики (3004) в світ (перші 1- 40 країни світу) на суму 192 152 тис. доларів США з України у 2022 році, тис.дол.США (частина 1)

Джерело: побудовано за даними [35]

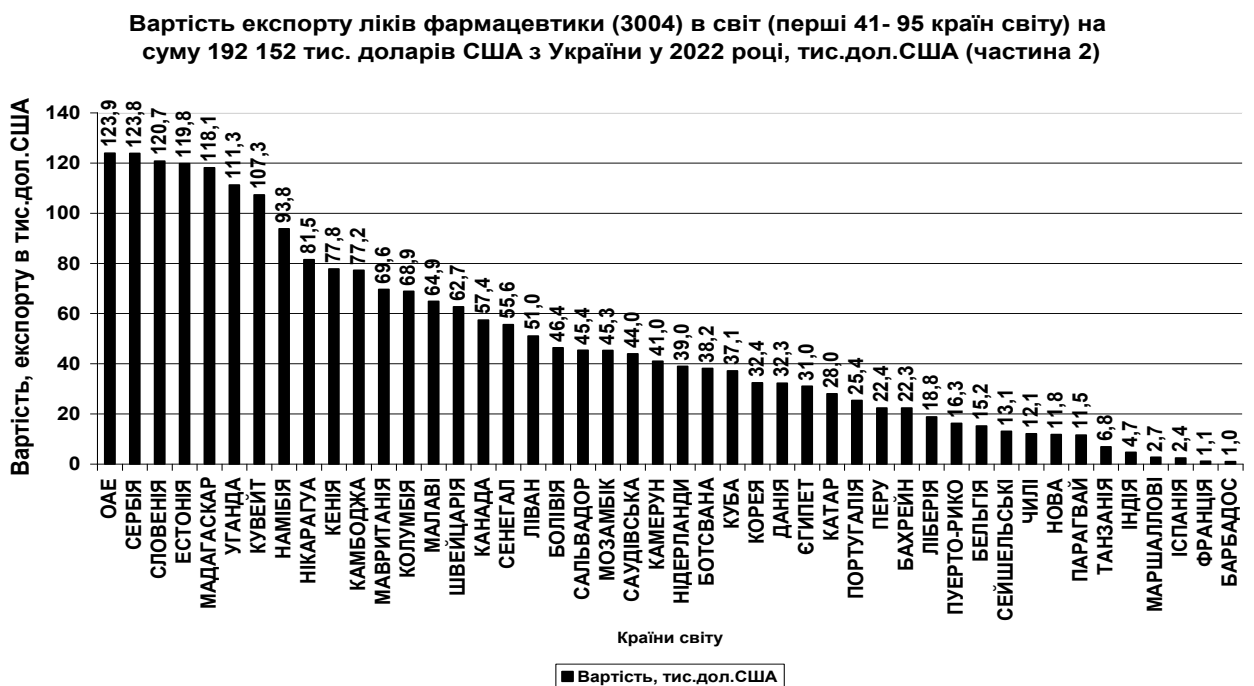


Рис. К.6 Вартість експорту ліків фармацевтики (3004) в світ (перші 41- 95 країн світу) на суму 192 152 тис. доларів США з України у 2022 році, тис.дол.США (частина 2)

Джерело: побудовано за даними [35]

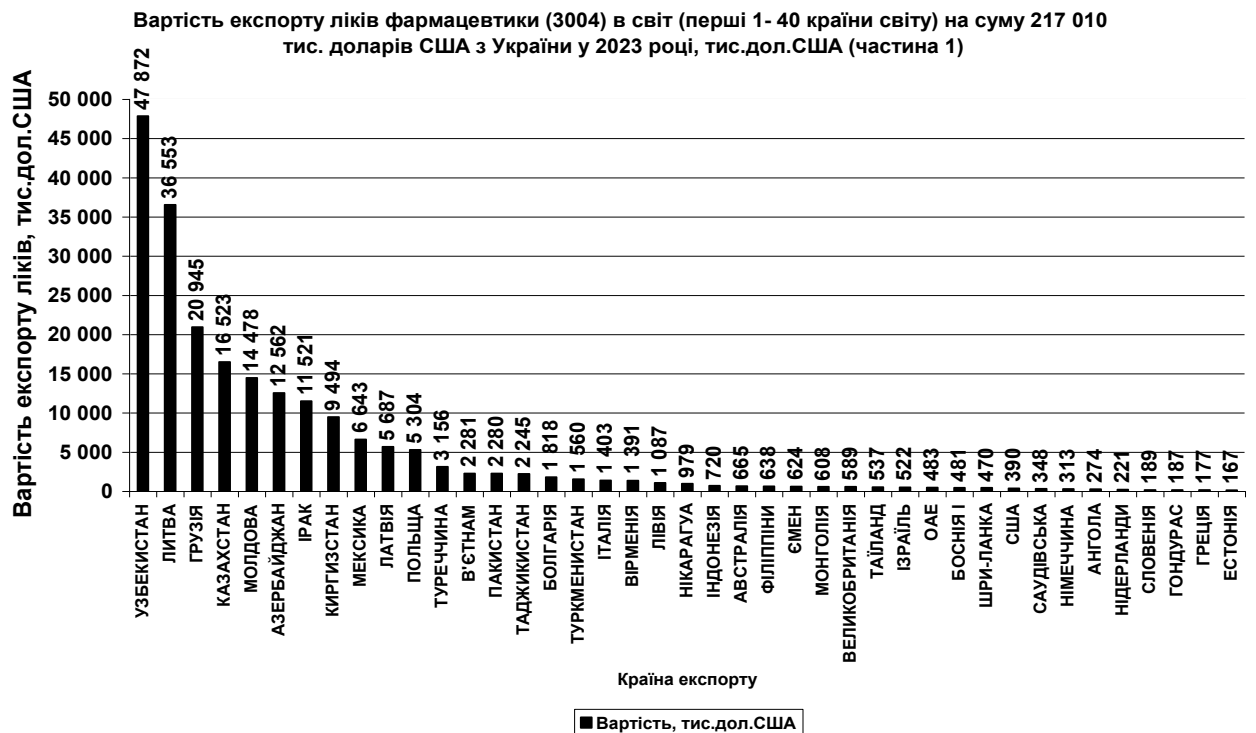


Рис. К.7 Вартість експорту ліків фармацевтики (3004) в світ (перші 1- 40 країни світу) на суму 217 010 тис. доларів США з України у 2023 році, тис.дол.США (частина 1)

Джерело: побудовано за даними [35]

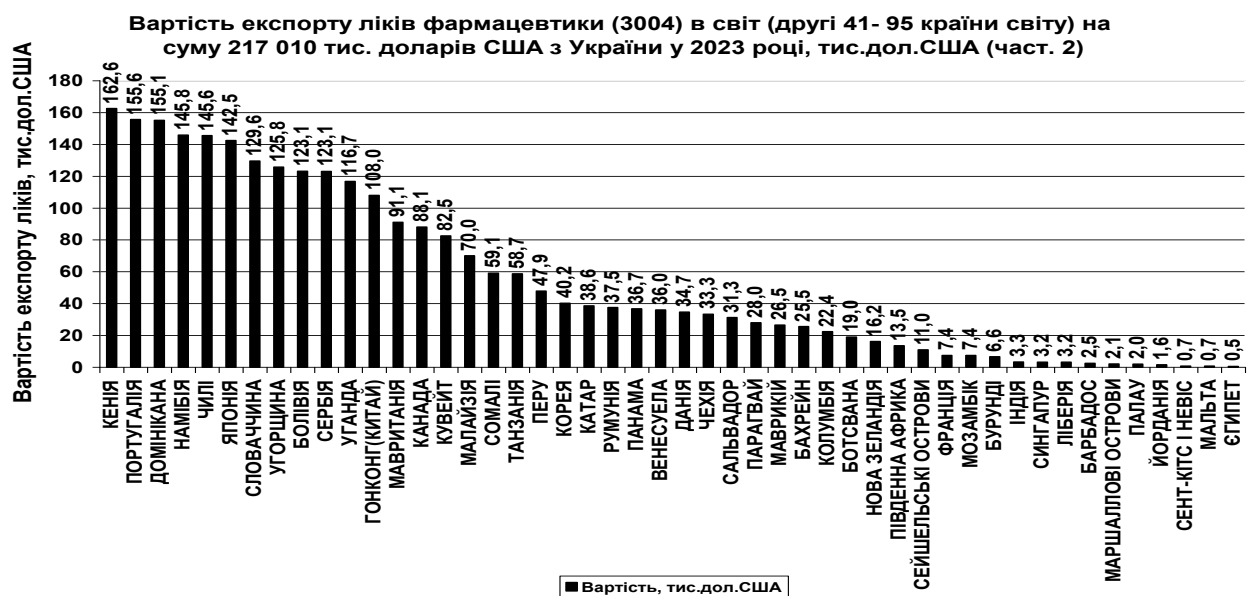


Рис. К.8 Вартість експорту ліків фармацевтики (3004) в світ (другі 41- 95 країни світу) на суму 217 010 тис. доларів США з України у 2023 році, тис.дол.США (частина 2)

Джерело: побудовано за даними [35]

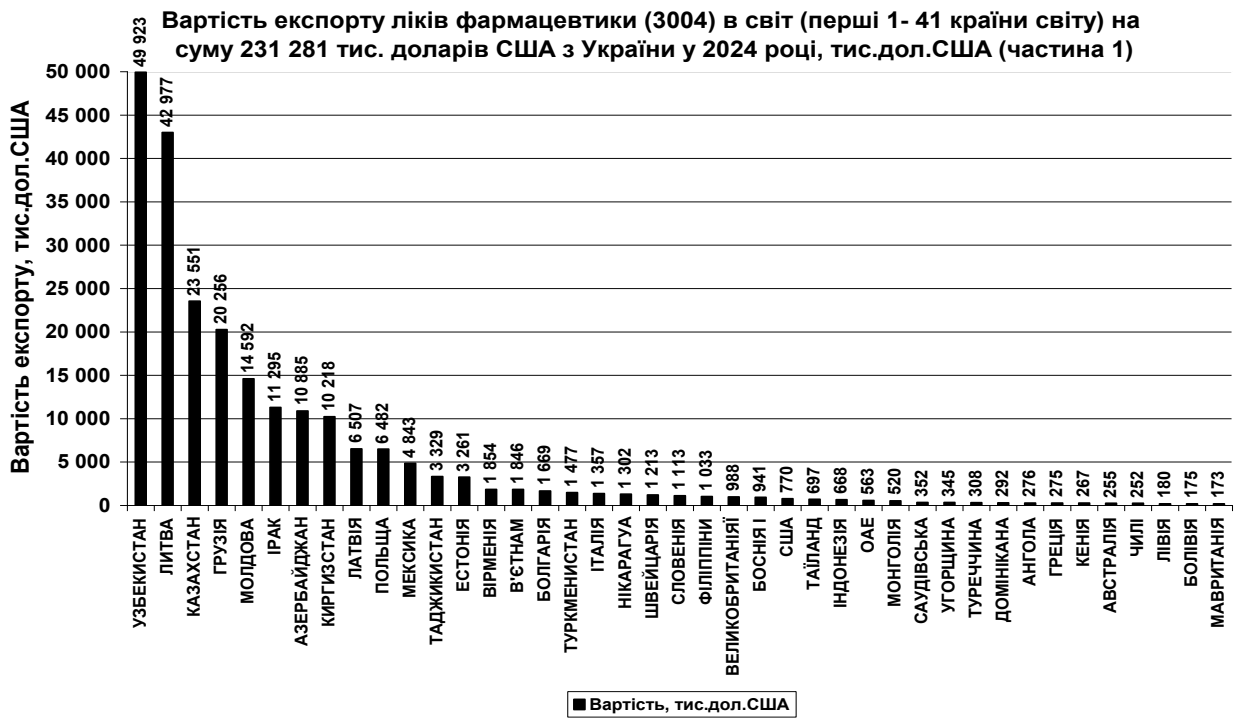


Рис. К.9 Вартість експорту ліків фармацевтики (3004) в світ (перші 1- 41 країни світу) на суму 231 281 тис. доларів США з України у 2024 році, тис.дол.США (частина 1)

Джерело: побудовано за даними [35]

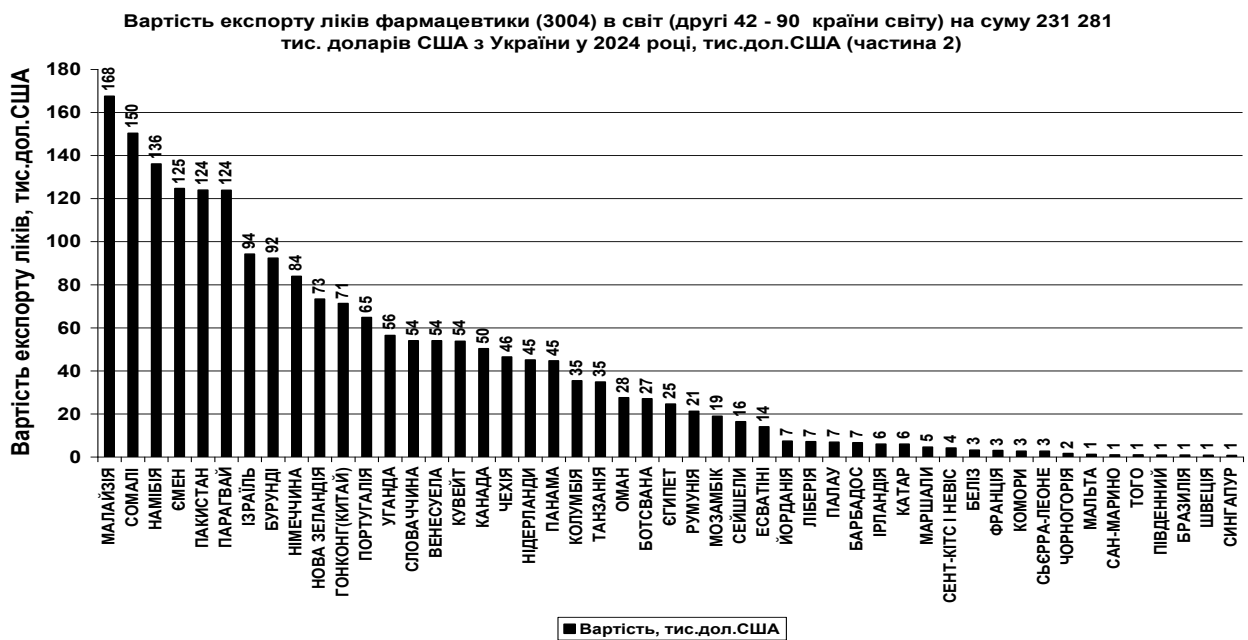


Рис. К.10 Вартість експорту ліків фармацевтики (3004) в світ (другі 42 - 90 країни світу) на суму 231 281 тис. доларів США з України у 2024 році, тис.дол.США (частина 2)

Джерело: побудовано за даними [35]

Аналіз показників інтернаціоналізації фармацевтичних компаній в Україні

Розподіл експорту фармацевтики з України по країнам світу у 2023 році, %

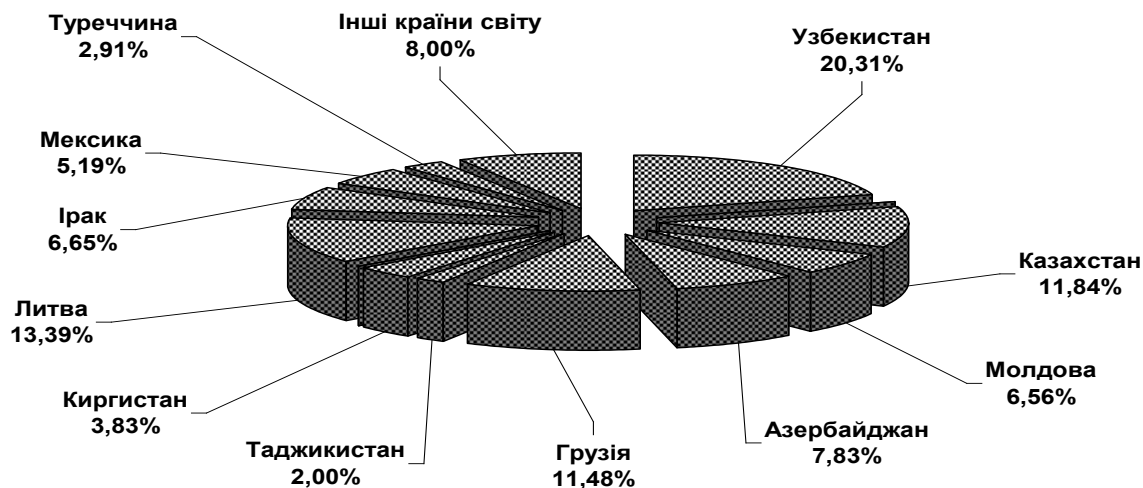


Рис. Н.1 Розподіл експорту фармацевтики з України по країнам світу у 2023 році, %

Джерело: побудовано за даними [46], [49]

Кількість працівників серед перших 9 фармацевтичних компаній України у за 2024 рік

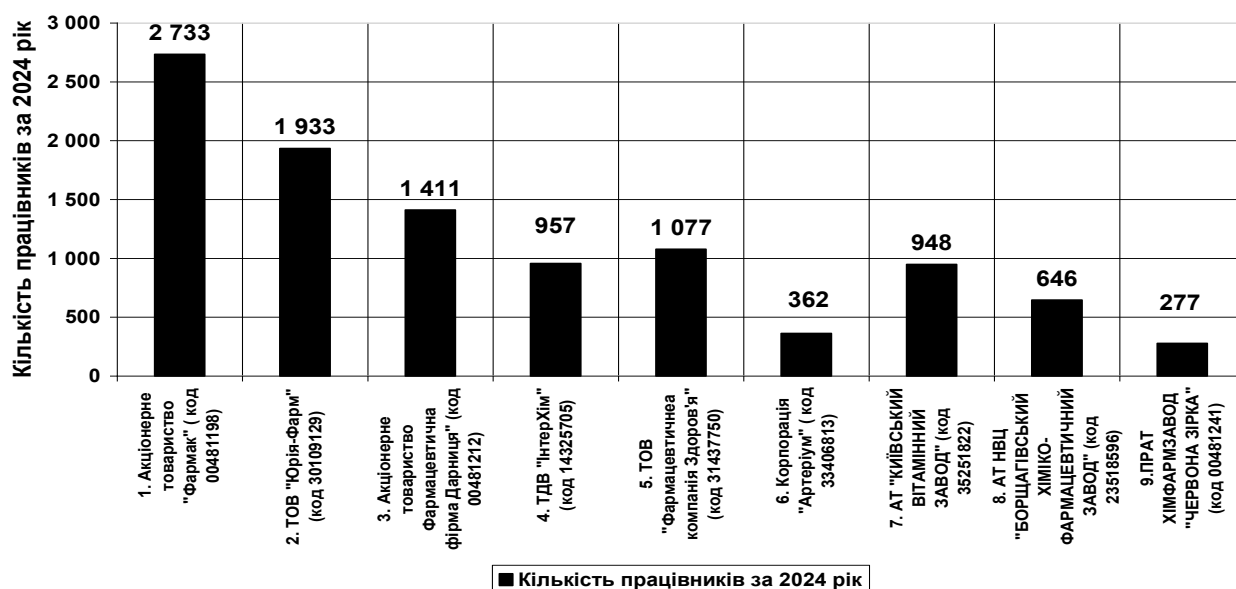


Рис. Н.2 Кількість працівників серед перших 9 фармацевтичних компаній України у за 2023 рік

Джерело: побудовано за даними [46], [49]

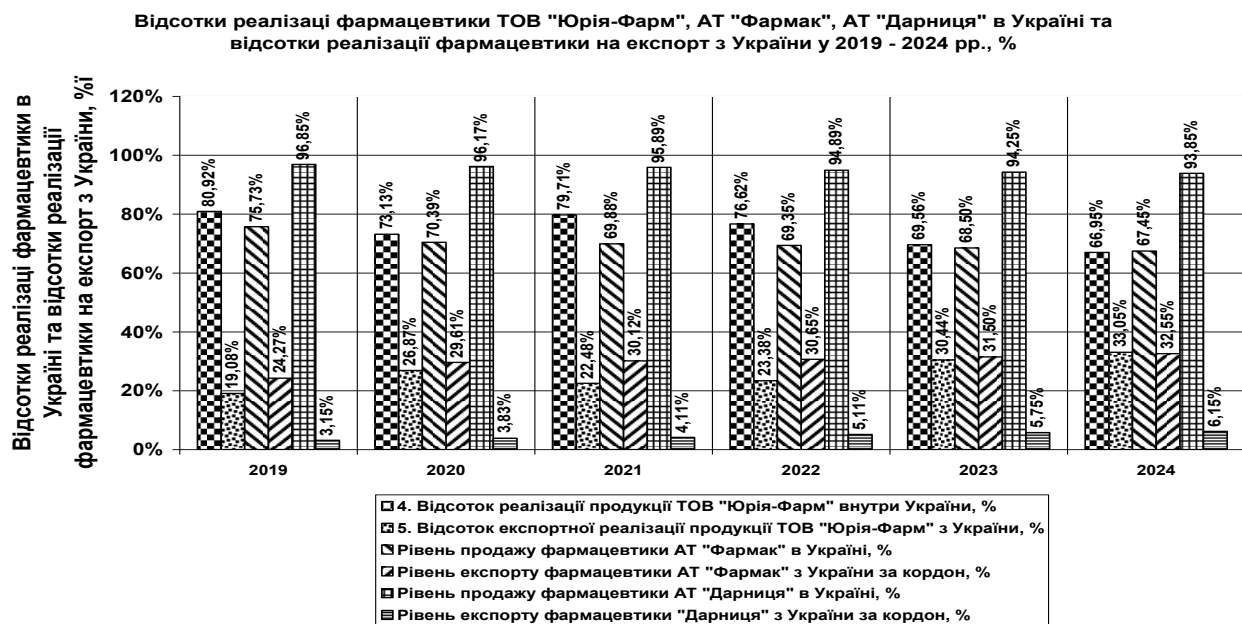


Рис. Н.5 Відсотки реалізації фармацевтики ТОВ "Юрія-Фарм", АТ "Фармак", АТ "Дарниця" в Україні та відсотки реалізації фармацевтики на експорт з України у 2019 – 2024 рр., %

Джерело: побудовано за даними [34], [36], [37], [46]

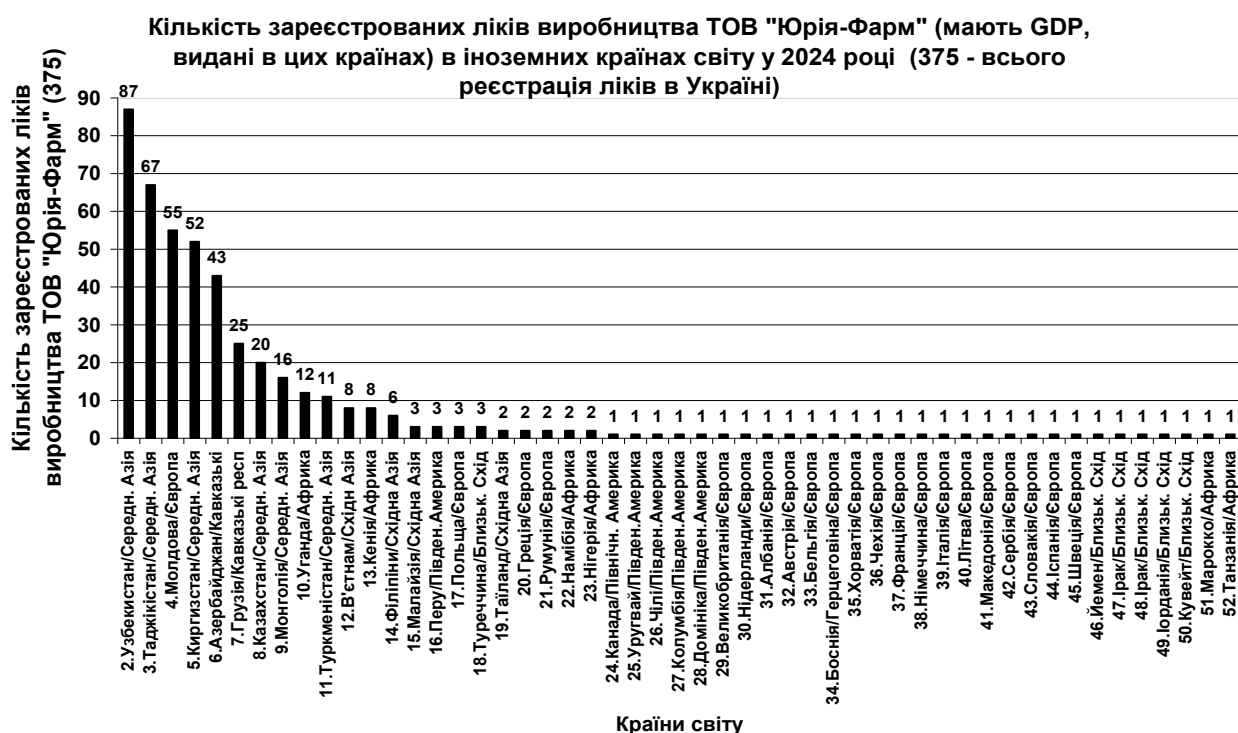


Рис. Н.6 Кількість зареєстрованих ліків виробництва ТОВ "Юрія-Фарм" (мають GDP, видані в цих країнах) в іноземних країнах світу у 2024 році (375 – всього реєстрація ліків в Україні)

Джерело: побудовано за даними [37]



Рис. Н.7 Кількість зареєстрованих ліків виробництва ТОВ "Юрія-Фарм" в Італії в фірмі DIACO (Italy – 33), які зареєстровані та направлені в іноземні країни світу

Джерело: побудовано за даними [37]

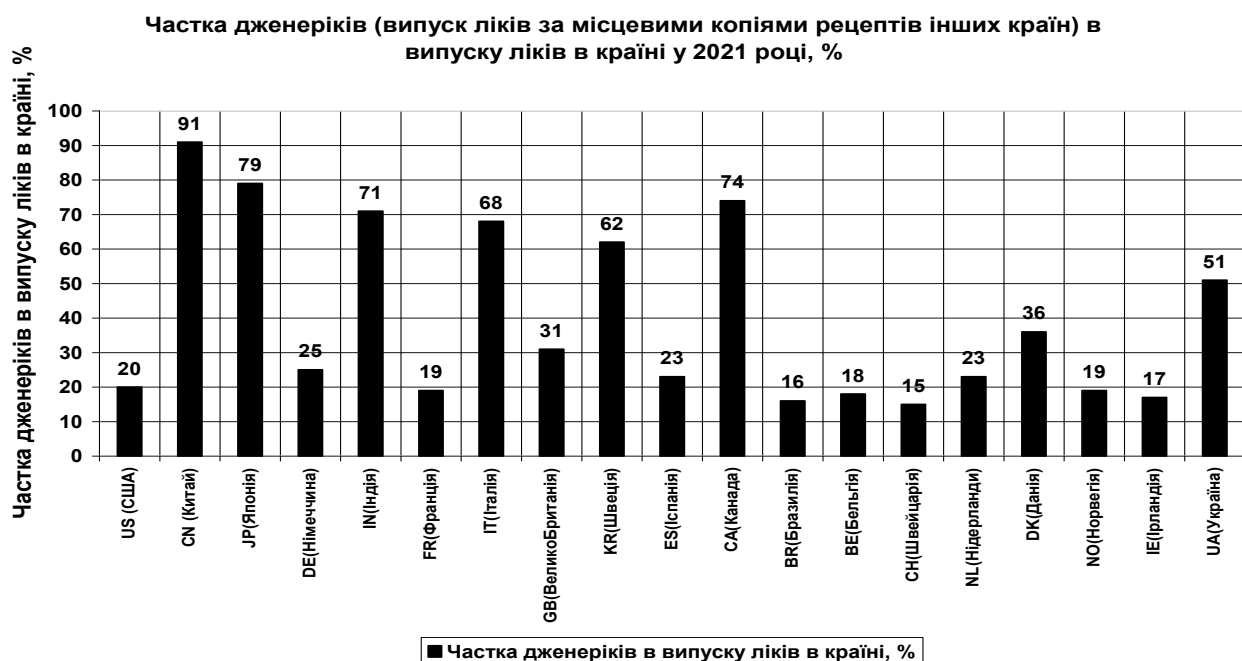


Рис. Н.8 Частка дженериків (випуск ліків за місцевими копіями рецептів інших країн) в випуску ліків в країнах світу у 2021 році, %

Джерело: побудовано за даними [55]