

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Н.В. Сментина

“ ___ ” _____ 2019 р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності «Економіка підприємства»

на тему:

«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ СТВОРЕННЯ АПТЕКИ»

Виконавець

студентка IV курсу ЦЗФН

Маріянчук Марина Юріївна

/підпис/

Науковий керівник

к.е.н., доцент

Карпов Володимир Анатолійович

/підпис/

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ВІДКРИТТЯ АПТЕКИ	
1.1 Характеристика бізнес – ідеї.....	6
1.2 Нормативно – правовий базис аптечного бізнесу.....	12
1.3 Обґрунтування оптимальної організаційно-правової форми та системи оподаткування аптеки.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДОЦІЛЬНОСТІ СТВОРЕННЯ АПТЕЧНОЇ МЕРЕЖІ «ОФІС-МЕД»	
2.1 Діагностика поточного стану аптечного ринку.....	22
2.2 Оцінка конкурентних переваг аптечної мережі.....	32
2.3 Аналіз інвестиційних та операційних витрат.....	40
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТУ	
3.1 Визначення обсягу доходів.....	49
3.2 Розрахунок критеріїв ефективності.....	56
3.3 Аналіз ризиків аптечної діяльності.....	62
ВИСНОВКИ.....	68
Список використаних джерел.....	71

ВСТУП

Актуальність теми. На сучасному етапі переходу вітчизняної економіки на ринкові засади активізація бізнес-процесів відіграє особливу роль. В бізнесі як, мабуть, в жодному соціально-економічному явищі сфокусувалися різноманітні напрями розвитку ринкових відносин у нашій державі, дослідження і впровадження яких охоплює широкий спектр проблем, вирішення яких стає першочерговим завданням на шляху перебудови соціально-господарських механізмів функціонування економіки України.

Саме підприємництво є важелем для структурних змін в економіці. Для підприємців головний стимул — це можливість отримання прибутку. Тому вони майже завжди концентрують свої дії на розвитку перспективних напрямків господарської діяльності, віддача від яких може перевершити середні показники. А розвиток підприємництва у свою чергу створює «поживне середовище» для конкуренції.

Забезпечуючи освоєння перспективних виробництв, підприємці сприяють швидшому оновленню техніко-технологічної бази і номенклатури продукції. Кожна зі сфер бізнесу (виробнича, фінансова, торговельна, сфера послуг) має свої переваги та недоліки для майбутніх підприємців.

Підприємницькі мережі мають значні конкурентні переваги відносно традиційних форм ведення бізнесу, оскільки дають кожному з партнерів додаткові можливості, пов'язані з використанням мережевих колективних інформаційних, маркетингових, соціальних та інших ресурсів. Синергетичний ефект від довготривалого та стабільного співробітництва є результатом об'єднання елементів ресурсного потенціалу кожного з партнерів на основі взаємного доповнення. Крім того, успіх мереж багато в чому пов'язаний з трансформацією функцій управління та організації бізнес-процесів.

Підприємницькі мережі на сучасному етапі розвитку економіки – це якісно більш розвинена форма ведення бізнесу. Вони забезпечують свій успіх і подальший розвиток не за рахунок адміністративного ресурсу або монопольного становища на ринку, а завдяки новому підходу до модернізації бізнесу. Особливо це стосується таких сегментів як аптечна діяльність.

Метою дослідження є економічне обґрунтування доцільності створення аптечної мережі.

Завданнями дипломної роботи є:

- обґрунтувати основні параметри бізнес-ідеї;
- охарактеризувати організаційно-правову форму та систему оподаткування майбутнього бізнесу;
- провести аналіз аптечного ринку в Україні та Одеській області;
- обґрунтувати доцільність створення аптечної мережі «ОФІС-МЕД»;
- визначити внутрішні конкурентні переваги майбутнього магазину;
- обґрунтувати основні елементи грошових потоків за проектом;
- провести розрахунки показників ефективності проекту;
- провести оцінку проектних ризиків та шляхи їхньої мінімізації.

Об'єктом дослідження виступають процеси обґрунтування бізнес-ідей.

Предметом дослідження є методи, які спрямовані на обґрунтування створення нового суб'єкта підприємництва у аптечній сфері.

Методи дослідження. В процесі аналізу використовувались горизонтальний аналіз, метод угруповань та інші статистичні методи. Порівняльний аналіз використовувався в процесі дослідження аптечного ринку. Розрахунки ефективності проекту відкриття нової аптечної мережі провадилися з використанням програмного продукту «Project Expert», який використовують для оцінки інвестиційних проектів.

Інформаційна база дослідження. У якості інформаційної бази дослідження виступили статистичні дані щодо розвитку фармацевтичної галузі, кон'юнктурні дослідження стану аптечного ринку, законодавчі документи, що регулюють діяльність аптечних закладів, праці вітчизняних та іноземних науковців, дані з періодичних та Інтернет – джерел.

ВИСНОВКИ

В результаті розгляду теоретичних та практичних аспектів реалізації бізнес-ідеї щодо побудови аптечної мережі у випускній роботі зроблено наступні висновки.

1. Практика останніх років показує успішну діяльність мережних систем і доводить їхні конкурентні переваги порівняно з діяльністю окремих компаній конкретної галузі. Зокрема, мережні системи підвищують коефіцієнт корисної дії підприємств, спільна діяльність яких у межах таких систем може збільшити їх продуктивність, рівень інновацій і конкурентоспроможність. Зокрема це стосується й аптечного бізнесу.

2. Здійснюючи господарську діяльність з медикаментами, слід дотримуватися вимог Закону України «Про лікарські засоби», який регулює правовідносини, пов'язані зі створенням, реєстрацією, виробництвом, контролем якості та реалізацією лікарських засобів, визначає права й обов'язки підприємств, установ, організацій і громадян, а також повноваження в цій сфері органів державної виконавчої влади і посадових осіб.

3. Найбільш гнучкою організаційно-правовою формою для аптечної мережі вважається товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Засновниками мережі «ОФІС-МЕД» виступатимуть 3 фізичні особи, які особисто будуть керувати кожен власним закладом. Також аптечна мережа функціонуватиме на загальній системі оподаткування зі сплатою ПДВ та податку на прибуток.

4. За підсумками 2017 р. сукупний обсяг продажів фармацевтичного ринку збільшився на 23,6% в порівнянні з аналогічним періодом попереднього року і склав 27,7 млрд. грн. Проте у доларовому вираженні загальний обсяг продажів зменшився на 40,2%. При цьому за останні 4 роки кількість торгових точок в аптечному роздробі збільшилася на 825 одиниць.

Станом на початок 2018 року в Україні функціонувало 16 200 аптек (на початок 2017 р. – 16055) та 4 300 аптечних пунктів (на початок 2017 р. – 4379). Співвідношення аптек і аптечних пунктів становить 79% на 21%.

5. Вітчизняний аптечний ринок розвивається під безпосереднім впливом потужних загальнонаціональних аптечних мереж, з яких найбільша частка ринку в роздрібному сегменті належить таким: «Фармація», «Полімед», «Анкор», «Арніка», група компаній «Аптечний холдинг». Більшість аптечних мереж, представлених на ринку, є локальними і охоплюють лише одну область. Станом на початок 2018 року таких налічувалося 5200. Кількість регіональних мереж, що охоплюють до п'яти областей, склала 161. Мультирегіональних (більше п'яти областей в більш ніж двох регіонах) – 25, а національних (більше 15 областей у всіх регіонах) – 9. Саме мережевий формат є найбільш ефективним.

6. З погляду регіонального розташування найбільше аптек і аптечних пунктів в Дніпропетровській, Одеській, Харківській та Львівській областях. У Києві, представленому як самостійна адміністративна одиниця, працює 1 600 торговельних точок, або 7,7% від загального обсягу по Україні.

7. Аптечні заклади мережі «ОФІС-МЕД» планується розташувати в бізнес – центрах: «Морський» (Польський узвіз 11); «Шевченківський» (проспект Шевченка 4); «Троїцькій» (вулиця Троїцька 31). Сума початкових інвестицій в створення мережі «ОФІС-МЕД» складає 837 тис. грн. Щомісячна сума постійних витрат на мережу складає 186,4 тис. грн.

8. Показники балансу прибутків-збитків свідчать, що до кінця 2018 року діяльність аптечної мережі буде збитковою. В 2019 році чистий прибуток складе 199,6 тис. грн. і ділі зростатиме до позначки 748,2 тис. грн. у 2022 році. Згідно балансу кеш-флоу за перші 6 місяців фінансовий результат буде від'ємним, а потім досягає позитивних значень. Найбільша від'ємна величина (-271,1 тис. грн.) у 3-му місяці проекту. У грудні 2018 року

результат кеш-флоу набуває позитивного значення і наприкінці життєвого циклу проекту досягне значення 2869,9 тис. грн.

9. При ставці дисконтування 25%, дисконтований період окупності проекту становить 20 місяців, а індекс прибутковості 2,47. При цьому чистий приведений дохід складе 1317 тис. грн., що свідчить про доцільність та вигідність створення аптечної мережі. Значення IRR у 110,9 % набагато перевищує ставку дисконтування, що свідчить про високу надійність та прийнятний рівень ризику проекту.

10. Для досягнення беззбиткового рівня продажу середньомісячна кількість чеків (покупців на рік) на мережу повинна складати приблизно 7494, або 21 на день. Тобто в середньому на кожний аптечний заклад мінімально необхідний обсяг продажів складає 7 чеків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз експорту та імпорту медичних препаратів, <https://www.legalalliance.com.ua/> [Електронний ресурс].
- Режим доступу: <http://www.marketing.vc/>
2. Аналіз діяльності основних аптечних мереж, <https://pharmbase.com.ua/> [Електронний ресурс]
-Режим доступу: <http://pro-consulting.com.ua/>
3. Андреева О.Д. Технологія бізнесу: Маркетинг: Навчальна допомога.- М.: Справа, 2015. – 211с.
4. Андрейченко А.В. Аналіз ринкової кон'юнктури: навчальний посібник/ Горбаченко С.А., Кучеренко В.Р., Андрейченко А.В., Карпов В.А., Грінченко Р.В. - О: ОНЕУ, 2014.- 345 с.
5. Апазов А.Д. Цілодобові й чергові аптеки / Апазов А.Д. // Фармацевтичний вісник. - 2016.- №24.
6. Бакунов О. О. Концепція розвитку роздрібних торговельних мереж в регіоні / О. О. Бакунов, В. А. Распопова // Економічні науки : зб. наук. пр. – Луцьк, ЛНТУ. – 2010. – Вип.7(27). – Ч.2. – С. 21-32.
7. Балджи М.Д. Економічний ризик та методи його вимірювання: навч. посіб. – Харків: Промарт, 2015. – 300 с.
8. Богданова Н.Б. Мистецтво продажів в аптеці / Богданова Н.Б. // Економічний вісник фармації. – 2012. – №8. – С. 40-42.
9. Божкова В.В. Реклама та стимулювання збуту: навчальний посібник / В.В. Божкова, М.Ю. Мельник. – К. : ЦУЛ, 2008. – 128с.
10. Головінов М. І. Про економічну сутність регіонального споживчого ринку / М. І. Головінов, В. В. Чмаріна // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. – Вип. 19. Т. 3. – С. 202–207.

11. Голошубова Н. О. Визначальні фактори розвитку роздрібно-торговельної мережі / Н. О. Голошубова // Вісник КНТЕУ. – 2014. – №4. – С. 18-26.
12. Горбаченко С.А. Аналіз підприємницьких проєктів: навчальний посібник / Горбаченко С.А., Карпов В.А.- О: ОНЕУ ротапринт, 2013.- 241с.
13. Громовик Б.П. Менеджмент і маркетинг у фармації: підручник / Б.П. Громовик, Г.Д. Гасюк, О.Р. Левицькі; за ред.. д-ра фарм. наук, проф. Б.П. Громовика. – К.: Медицина, 2015. – 752 с.
14. Гунський І.М. Організація і економіка фармацевтичної справи / Гунський І.М. . – К., 2009.-134 с.
15. Денисова М. Формуємо аптечні асортименти / Денисова М. // Нова Аптека.-2016.- №:6. - С. 122-126.
16. Добрава Н.В. Проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: матер. четвертої міжнарод. конф. 2015 р. - Одеса: Атлант, 2015. – С.29-30.
17. Дорофеева В.В. Организация торгового зала аптеки / Дорофеева В.В. // Аптечная сеть России: Сб. докладов. – М.: МЦФЭР, 2014.- С. 100-106.
18. Іванова О. Перша провінційна аптека / Іванова О. // Фармацевтичний вісник.- 2015.- №39. – С. 20-25.
19. Казакова О. Б. Оцінка факторів, що впливають на розвиток роздрібно-торгівельної мережі / О. Б. Казакова // Торгівля і ринок України. темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. – Вип. 19. Т. 3. – С. 265-270.
20. Карпов В. А. Путеводитель начинающего предпринимателя : учебное пособие / В. А. Карпов, А. И. Ковалев, С. А. Синятинский [та ін.]. – Одесса : Атлант, 2012. – 99 с.

21. Кирилова Л.І. Принципи оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів / Л.І. Кирилова // Економіка пром-сті . – 2015. – N 3. – С. 122-126.
22. Коломиєць М.В. Як зробити вашу аптеку кращою / Коломиєць М.В. // Нова Аптека.–2013.– №12.– С. 29-33
23. Кононова С.В. Регіональний фармацевтичний комплекс: удосконалюємо державне регулювання / Кононова С.В., Олійник Г.А., Соколова Н.Н. // Нова Аптека. – 2014. – №6. – С. 11-13
24. Кучеренко В. Р. Управління проектами в підприємницьких структурах: навчальний посібник / Кучеренко В.Р., Маркітан О.С., Горбаченко С.А., Левинський С.В.– О: Астропринт, 2013.– 268с.
25. Лист Департаменту державного контролю якості, ефективності, безпеки лікарських засобів і медичної техніки Мінздраву України від 02.08.15 № 293-22/04.
26. Лист Мінздраву України від 28.12.17 №2510/ 14329-32 «Про заходи щодо посилення контролю за призначенням ліків». <http://moz.gov.ua>
27. Лист Міністерства економіки України від 17.11.13 № 7-1279 «Про порядок формування цін на лікарські засоби». <http://www.me.gov.ua/>
28. Лист Міністерства економіки України від 30.12.14 № 7-1470 «Про порядок установлення й застосування оптових про торговельних надбавок до цін на життєво необхідні й найважливіші лікарські засоби».
29. Лопатин П.В. Организация и экономика фармации как объект исследования / Лопатин П.В., Прохоров Ф.В. // Фармация. – 2012. – №2. – С.8-10.
30. Ляпін Д. В. Регіональні проблеми розвитку підприємства: шляхи до ефективності / Д. В. Ляпін, В. Є. Воронін. – К.: Інститут конкурентного суспільства: Український центр політичних досліджень, 2005. – 100 с.

- 31.Максимова Т. С. Комерційна діяльність по збуту та постачанню: навч. посіб. / Т. С. Максимова, Н. М. Голубєва; МОНМС України, Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. - Луганськ, 2011. – 166 с.
- 32.Маркітан О.С. Управління проектами в підприємницьких структурах: навчальний посібник / Кучеренко В.Р., Маркітан О.С., Горбаченко С.А., Левинський С.В.– О: Астропринт, 2013.– 268с.
- 33.Международный маркетинг в фармации / З.Н. Мнушко, Н.В. Чмыхало, Н.М. Мусиенко и др. – Харьков: Изд-во НФаУ: Золотые страницы, 2013. – 392 с.
- 34.Мнушко З.М. Вибір аптечним закладом постачальників за нечіткими оцінками параметрів обслуговування /З.М. Мнушко, С.А. Куценко, Л.П. Дорохова // Фармац. журн. – 2014. – № 5. – С. 9-13.
- 35.Мнушко З.М. Комплексна оцінка конкурентоспроможності фармацевтичного підприємства та шляхи її підвищення / З.М. Мнушко, Г.М. Лисак, Ж.М. Селих // Фармац. журн.–2012.–№5.–С.3-8.
- 36.Мнушко З.М. Маркетинговий аналіз сервісного обслуговування та додаткових послуг аптечних закладів / З.М. Мнушко, О.П. Абалова, І.В. Пестун // Вісник фармації. – 2016. – № 1 (45). – С. 41-47.
- 37.Мнушко, З.Н. Изучение конкурентоспособности аптеки / З.Н. Мнушко, Н.А. Сафонова // Провизор.–2012.–№7.– С. 6-8.
- 38.Оконенко Л.Б. Потреба в товарах аптечних асортиментів: як вивчати й аналізувати попит / Оконенко Л.Б., Перевозчикова В.Ю. // Нова Аптека.– 2012.– №6.– С. 26-28
- 39.Опрацювання комерційної інформації у фармації з використанням комп'ютерних технологій: метод. рек. / З.М. Мнушко, О.В. Шуванова, Ю.Ю. Кєшишев, Д.М. Довганенко.- Х., НФАУ, 2000.- 24 с.
- 40.Офіційний веб – сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

- 41.Пасічник В. Г. Планування діяльності підприємства: Навч. посіб. / В. Г. Пасічник, О. В. Акіліна. – К.: Центр навчальної літератури, 2013 – 255 с.
- 42.Пестун І.В. Маркетингове інформаційне забезпечення процесу прийняття управлінських рішень у фармації / І.В. Пестун, З.М. Мнушко, В.В. Преснякова // Фарм. Журн. – 2007. - № 1. – С. 9-14.
- 43.Пестун І.В. Формування асортименту лікарських засобів з урахуванням економічних чинників / І.В. Пестун, В.М. Толочко // Ліки України. – 2016. - № 4. – С. 10-13.
- 44.Підприємницькі мережі в торгівлі : монографія / [Н.О. Голошубова, О.О. Кавун, В.М. Торопков та ін.] ; за заг. ред. Н.О. Голошубової. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 344 с.
- 45.Податковий кодекс України від 6 липня 2012 року N 5180-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>
- 46.Проблеми кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні/ [В.Р.Кучеренко, А.В.Андрейченко, Л.М. Гейко та ін.; під науковим керівництвом і редакцією д.е.н., професора В.Р.Кучеренка]. – Одеса: Атлант, 2010. – 164с.
- 47.Тарасюк Г.М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз: Навч. посіб. для студ. ВНЗ / Г.М. Тарасюк; Житомир. держ. технол. ун-т. — Житомир, 2006. – 419 с.
- 48.Усенко В.А. Фармацевтический маркетинг. Мерчандайзинг/ Усенко В.А. // Провизор. – 2016. - № 7. – С. 17-19.
- 49.Фармацевтический маркетинг / А.Ю. Юданов, Е.А. Вольская, А.А. Ишмухаметов, М.Н. Денисова – М.: ИИА «Ремедиум». – 2015. – 589 с.
- 50.Хвевик Ю.М. Сутність конкуренції та фактори впливу на стан ринкового конкурентного середовища / Хвевик Ю.М. // Інвестиції: практика та досвід. – 2009.–№4.– с. 53-57

- 51.Череп А. В. Управління витратами суб'єктів господарювання / А.В. Череп. – Х.: ВД Інжек, 2006.– 135с.
- 52.Шевченко В. В. Удосконалення інвестиційної діяльності підприємств / В. В. Шевченко, А. І. Ковальов // Науковий вісник. – № 21 (200). – 2013. – С. 92–99.
- 53.Шинкаренко О.М. Оцінка ризиків інвестиційних проектів / О.М. Шинкаренко // Пробл. науки . – 2008. – N 9. – С. 7-12.
- 54.Янченко В.М. Управление медицинским бизнесом / Янченко В.М., Мчедлидзе Т.Ш., Разумовская А.Л.. СПб: ООО «МЕДИ издательство», 2015 – 332 с.