

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
Н.В. Сментина
2018 р.

- “ ” -

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

на тему:

«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ ВІДКРИТТЯ АПТЕКИ»

Виконавець
студентка ФЕУП, 47 група
Іщенко Інна Олександрівна

/підпис/

Науковий керівник
д.е.н., проф.
Балджі Марина Дмитрівна

/підпис/

ОДЕСА 2018

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В АПТЕЧНІЙ СФЕРІ	
1.1 Характеристика бізнес – ідеї відкриття аптеки.....	6
1.2 Нормативно – правові засади діяльності в сфері торгівлі лікарськими засобами.....	12
1.3 Обґрунтування організаційно-правової форми та системи оподаткування майбутнього бізнесу.....	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ АПТЕКИ «ПОЛІМЕД»	
2.1 Аналіз фармацевтичного ринку.....	24
2.2 Оцінка внутрішнього середовища та можливих конкурентних переваг нового аптечного закладу.....	34
2.3 Аналіз інвестиційних та операційних витрат на відкриття аптеки «Полімед».....	42
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТУ	
3.1 Визначення прогнозованих доходів та прибутку.....	51
3.2 Розрахунок критеріїв ефективності.....	57
3.3 Аналіз ризиків в аптечній сфері та шляхи їхньої мінімізації.....	63
ВИСНОВКИ.....	70
Список використаних джерел.....	73
Додатки.....	79

ВСТУП

Актуальність теми. Виявлення та реалізація можливостей розвитку бізнесу можна вважати головним важелем підвищення ефективності підприємницької діяльності.

Одна з найхарактерніших рис цивілізованого підприємництва полягає в тому, що кожний підприємець, котрий реалізує власні задуми, водночас здійснює господарську діяльність в інтересах суспільства. Щоб отримати більший прибуток і бути конкурентоспроможним, він повинен постійно дбати про науково-технічний прогрес, підвищувати якість товарів як виробничого призначення, так і особистого споживання і здешевлювати їх.

Обираючи сферу діяльності майбутній підприємець повинен заздалегідь проаналізувати потреби ринку у певних видах товарів і послуг, доцільність залучення коштів ззовні, визначитись з партнерами у постачанні сировини, комплектуючих виробів тощо, з торговельними організаціями та ін. При цьому бізнес-процеси ніколи не зупиняються, отже кожен підприємець постійно знаходиться у пошуку нових ринкових сегментів та сфер діяльності. Це робить тему випускної роботи досить актуальною.

На сьогоднішній день фармацевтична галузь динамічно розвивається і вважається досить рентабельним об'єктом для інвестування, але одночасно виступає як особливий сегмент ринку, що регулюється державними органами влади, а також контролюється страховою медициною. При цьому фармацевтичний ринок нерівномірно розподілений за регіонами України та тісно пов'язаний з рівнем розвитку регіону та чисельністю населення. Аптечний сектор є найбільш вагомим на фармацевтичному ринку та займає в загальному обсязі більше 70%.

Роздрібна торгівля лікарськими засобами – діяльність з придбання, зберігання та продажу готових лікарських засобів через аптеку та її структурні підрозділи (у тому числі ліків, виготовлених (вироблених) в

умовах аптеки) безпосередню громадянам для їх особистого споживання, закладам охорони здоров'я (крім аптекних закладів), а також підприємствам, установам та організаціям без права їх подальшого перепродажу. Вона здійснюється за допомогою аптек та аптекних пунктів. Найбільш перспективними місцями для розміщення аптекних закладів вважаються лікарні та поліклініки.

Метою дослідження є економічне обґрунтування доцільності створення бізнесу в аптекній сфері.

Завданнями дипломної роботи є:

- розглянути теоретичні питання щодо предмету дослідження;
- обґрунтувати основні параметри бізнес-ідеї;
- охарактеризувати організаційно-правову форму та системи оподаткування майбутнього бізнесу;
- провести аналіз аптекного ринку України та Одеській області;
- обґрунтувати доцільність створення нового аптекного закладу в смт. Компаніївка;
- обґрунтувати основні параметри проекту;
- провести розрахунки щодо 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 підприємства у аптекній сфері.

Методи дослідження. В процесі аналізу використовувались горизонтальний аналіз, метод угруповань та інші статистичні методи. Порівняльний аналіз використовувався в процесі дослідження аптекного ринку. Розрахунки ефективності проекту відкриття нової аптеки 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 галузі, кон'юктурні дослідження стану аптечного ринку, законодавчі документи, що регулюють діяльність аптечних закладів, праці вітчизняних та іноземних науковців, дані з Інтернет – джерел, зокрема офіційного сайту ТОВ «Полімед».

ВИСНОВКИ

В результаті розгляду теоретичних та практичних аспектів реалізації бізнес-ідеї в аптечній сфері у випускній роботі зроблено наступні висновки.

1. Аптека - заклад охорони здоров'я, основним завданням якого є забезпечення населення, закладів охорони здоров'я, підприємств, установ та організацій лікарськими засобами, шляхом здійснення роздрібної торгівлі. Щоб відкрити аптеку потрібно виконати всі ліцензійні умови та санітарно-епідеміологічний режим.

2. Здійснюючи господарську діяльність з медикаментами, слід дотримуватися вимог Закону 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. Аптечний бізнес є однією із багатьох сфер, де мережевий формат вважається оптимальним, адже локальному торговельному закладу дуже важко вижити в сучасному бізнесі, а аптечним мережам простіше і дешевше здійснювати рекламну політику і проводити маркетингові дослідження, проводити ефективну цінову політику тощо. Тому доцільно відкривати новий аптечний заклад на базі вже існуючої аптечної мережі «Полімед».

4. За підсумками 2017 р. сукупний обсяг продажів 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%. У той же час зберігається тенденція до зменшення обсягів продажів у натуральному вираженні. Обсяг проданих упаковок скоротився на 16,7% і склав понад 1483 тис. упаковок.

5. У ціновій структурі ринку лікарських засобів в 2017 р. намітилася тенденція до відновлення попиту на препарати високовартісної ніші. Їх частка на ринку ліків склала 45% в грошовому і 8% в натуральному виразі. Аптечна реалізація препаратів цієї ніші продемонструвала максимальні темпи приросту – більше 20% як в грошовому, так і в натуральному виразі.

6. Основні елементи внутрішнього середовища, що забезпечують конкурентні переваги нових аптечних закладів у мережі, до яких можна віднести й аптеку «Полімед» у смт. Компаніївка, це, насамперед: якість та відповідність; місце розташування; ціна; асортимент; інформаційне забезпечення; додаткові послуги. Наразі в смт. Компаніївка працює лише одна мережева аптека «Благо», та декілька локальних «ноунейм» аптек зареєстрованих як ФОП. Що ж стосується обласного центру, тут присутні декілька великих аптечних мереж, зокрема «Фармаком» та «Аптека низьких цін». Відстань до обласного центру – 24 км, тому за деякими найбільш дорогими ліками мешканці їздять до Кропивницького.

7. Відкриття нового аптечного закладу передбачає певну послідовність дій, яка достатньо чітко регламентується. Початкові витрати на відкриття аптеки «Полімед» у смт. Компаніївка склали 139,8 тис. грн. Постійні витрати - 35,2 тис. грн. на місяць.

8. За перший рік фінансовий результат діяльності нового аптечного закладу буде від'ємним, а потім досягає позитивних значень. Найбільша від'ємна величина -210,7 тис. грн. у 4-му місяці проекту. Потім у 2019 році результат кеш-фло набуде позитивного значення і наприкінці життєвого циклу проекту досягне значення 640 тис. грн.

9. При ставці дисконтування за гривнею у 25% дисконтований період окупності проекту становить 17 місяців, а індекс прибутковості 2,59. При цьому чистий приведений дохід складе 331,2 тис. грн., що свідчить про доцільність реалізації запропонованого інвестиційного проекту. Значення внутрішньої норми рентабельності 132 % набагато перевищує ставку

дисконтування, що свідчить про високу надійність та прийнятний рівень ризику проекту.

10. Для досягнення беззбиткового рівня продажу середньомісячна кількість чеків (покупців у місяць) повинна складати приблизно 262, або 9 на день. В розрахунках планових доходів використовувалась щоденна кількість чеків – 100, тобто та величина, яка є в інших аптечних закладах ТОВ «Полімед», які розташовано у районних центрах. Отже рівень безпеки складає 91%, що є дуже високим показником. З іншого боку, зменшення обсягів реалізації аптеки «Полімед» на 10% призведе до зменшення NPV вдвічі. А зменшення на 20% ціни реалізації аптечного асортименту або збільшення на 10% собівартості взагалі зробить проект збитковим.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз маркетингового середовища діяльності підприємства: Конспект лекцій для студентів ФГХГГіТ усіх форм навчання дисципліна "Маркетинг" / Київ. держ. торг.-екон. ун-т; [Уклад. Л. М. Шульгіна]. — К., 2008. — 98 с.
2. Аналіз експорту та імпорту медичних препаратів [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.marketing.vc/>
3. Аналіз діяльності основних аптечних мереж [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://pro-consulting.com.ua/>
4. Андрєєва О.Д. Технологія бізнесу: Маркетинг: Навчальна допомога.- М.: Справа, 2009. – 211с.
5. Апазов А.Д. Цілодобові й чергові аптеки / Апазов А.Д. // Фармацевтичний вісник. - 2006.- №24.
6. Балджи М.Д. Економічний ризик та методи його вимірювання. Навчальний посібник / М.Д. Балджи. – Харків: Промарт, 2015. – 300 с.
7. Без рецепта на рост: Что мешает развитию аптечных сетей в Украине [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://delo.ua/business/bez-recepta-na-rost-cto-meshaet-razvitijuaptechnyh-setej-v-ukr-296117>
8. Березовенко С.М. Кон'юнктура світових товарних ринків: підручник / С.М. Березовенко ; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. — К.: ВПЦ "Київ. ун-т", 2008. — 271 с.
9. Белов М.А. Планування діяльності підприємства /Белов М.А., Євдокимова Н.М., Москалюк В.Є. - Київ: КНЕУ, 2002, 252 с.
10. Бланк І. О. Фінансова стратегія підприємства: монографія / І. О. Бланк, Г. В. Ситник, О. В. Корольова-Казанська, І. Г. Ганечко; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. - К., 2009. - 147 с.

- 11.Бланк И.А. Управление финансовой безопасностью предприятия/ И. О. Бланк. – К. : Ника-Центр Эльга, 2004. – 131с.
- 12.Близнюк С. В. Стратегічний маркетинг торговельної фірми: Метод. і орг. аспекти упр. / Укр. акад. зовніш. торгівлі. — К.: [Логос], 2008. — 145с.
- 13.Бортніченко С. Д. Оптимізація управління збутовими запасами / С. Д. Бортніченко, Д. Е. Лисенко // Економіка та упр. п-вами машинобуд. галузі: пробл. теорії та практики . - 2011. - № 3. - С. 62-70.
- 14.Богданова Н.Б. Мистецтво продажів в аптеці / Богданова Н.Б. // Економічний вісник фармації. – 2011. – №8. – С. 40-42.
- 15.Галіцин В. К. Моделі і методи оцінки інвестиційних проектів / В.К.Галіцин, О.П.Суслов, Ю.О.Кубрушко; Київ. нац. екон. ун-т. — К., 2005. — 166 с.
- 16.Горбаченко С.А. Аналіз підприємницьких проектів: навчальний посібник / Горбаченко С.А., Карпов В.А.- О: ОНЕУ ротапринт, 2013.- 241с.
- 17.Гросул В. А. Конкурентоспроможність торговельного підприємства: сутність та критерії оцінки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.nbu.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2010_3_1/54.pdf
- 18.Данілова Е. І. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи / Е. І. Данілова // Наук. пр. Нац. ун-ту харч. технологій . - 2009. - № 30. - С. 56-59.
- 19.Денисова М. Формуємо аптечні асортименти / Денисова М. // Нова Аптека.-2016.- №:6.
- 20.Дмитрик Е. Как развивается аптечный бизнес? Инфраструктура аптечного рынка Украины [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.apteka.ua/article/343256>
- 21.Дорош О. І. Маркетингова стратегія у системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства / О. І. Дорош // Вісн. Нац. ун-

- ту "Львів. політехніка" . Пробл. економіки та упр. - 2011. - № 698. - С. 150-155.
- 22.Єрмошенко М. М. Аналіз і оцінка інвестиційних проектів : Навч. посіб. / Єрмошенко М.М., Плужников І.О.; Нац. акад. упр. — [2-е вид.] — К., 2006. — 155 с.
 - 23.Іванов Ю. Б. Стратегія підприємства: підручник / Ю. Б. Іванов, О. М. Тищенко, Т. М. Чечетова-Терашвілі, О. В. Ревенко; Харк. нац. екон. ун-т. - Х. : ІНЖЕК, 2009. - 560 с.
 - 24.Іванова О. Перша провінційна аптека / Іванова О. // Фармацевтичний вісник.- 2005.- №39.
 - 25.Кирсанов Д. Как развивается розничный сегмент? Инфраструктура аптечного рынка Украины [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.apteka.ua/article/358784>
 - 26.Коломиєць М.В. Як зробити вашу аптеку кращою / Коломиєць М.В. // Нова Аптека.-2003.- №12. С. 29-33
 - 27.Кононова С.В. Регіональний фармацевтичний комплекс: удосконалюємо державне регулювання / Кононова С.В., Олійник Г.А., Соколова Н.Н. // Нова Аптека.- 2004.- №6.- С. 11-13
 - 28.Котлер Ф. Основы маркетинга/ Пер. с англ. В. Б. Боброва. — М.: Бизнес-кн.: Има-Кросс Плюс, 1995. — 699 с.
 - 29.Крейнина М. Н. Підсумкова оцінка ефективності господарської діяльності підприємства / М.Н. Крейнина. - М.: Фінанси й статистика, 2006.- 135 с.
 - 30.Лист Департаменту державного контролю якості, ефективності, безпеки лікарських засобів і медичної техніки Мінздраву України від 02.08.15 № 293-22/04.
 - 31.Лист Мінздраву України від 28.12.17 №2510/ 14329-32 «Про заходи щодо посилення контролю за призначенням ліків».

- 32.Лист Міністерства економіки України від 17.11.13 № 7-1279 «Про порядок формування цін на лікарські засоби».
- 33.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».
- 34.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.
- 35.Михайлова Е. А. Дифференцированный маркетинг в ритейловом бизнесе / Е.Михайлова. — М.: Центр маркетинговых исслед. и менеджмента, 2007. — 160 с.
- 36.Мельник Л.Г. Маркетингова цінова політика: Навч. посіб. / Л.Г. Мельник, О.І. Карінцева, Л.В. Старченко. — Суми: Унів. кн., 2007. — 240 с.
- 37.Моляка О.І. Інвестиційні проекти : Учб. посіб. / Міжгалуз. ін-т упр.; [Наук. ред. Погорельцев В.Н.] — К.: [ТОВ «Дот ЛТД»], 2002. — 50 с.
- 38.Мороз Л.А. Комплекс маркетингових комунікацій під час просування продуктових інновацій / Л.А. Мороз, К.С. Шабан // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". Менедж. та підприємництво в Україні: етапи становлення і пробл. розв. — 2006. — N 570. — С. 114-118.
- 39.Офіційний веб – сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- 40.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
- 41.Павлова В. А. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія: монографія / В. А. Павлова, О. В. Кузьменко, В. М.

- Орлова, Г. А. Рижкова; Дніпропетр. ун-т економіки та права ім. А. Нобеля. - Д., 2011. - 350 с.
- 42.Перепьолкіна О.О. Економічне зростання в умовах перехідної економіки / Перепьолкіна О.О. // Фінанси України. - 2005. – №5.- С. 110 – 121.
- 43.Підсумки діяльності Держлікінспекції МОЗ за I півріччя 2010р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.apteka.ua/article/53124>
- 44.Податковий кодекс України від 6 липня 2012 року N 5180-VI[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>
45. Примак Т.О. Маркетингові комунікації в системі управління підприємством / Примак Т.О. — К.: ООО "Експерт", 2001. — 384 с.
- 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.Профессиональные продажи / Т.М.Ингрэм, Р.В.ЛаФорг, Р.А.Авила и др.; [Пер. с англ. под ред. Т.А.Лукичевой; Пер. с англ. А.А.Романченко] — СПб.: Изд. дом «Нева», 2003. — 380 с
- 48.Ралли на фармрынке! Аптечные продажи лекарств в Украине: итоги 2015 г. Часть I [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apteka.ua/article/69612>
- 49.Салига К. С. Удосконалення методів оцінювання ефективності реальних інвестицій / Гуманіт. ун-т «Запоріж. ін-т держ. та муніцип. упр.» — Запоріжжя, 2007. — 50 с.
- 50.Стабильность — признак мастерства! Аптечные продажи в Украине: итоги 2016 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.apteka.ua/article/52549>

- 51.Стадницький Ю.І. Чинники розміщення господарської діяльності: монографія / Ю.І. Стадницький, Л.М. Коваль. — Хмельниц.: ХНУ, 2010. — 103 с.
- 52.Стеценко С.Г. Медицинское право. Учебник / С. Г. Стеценко. — СПб.: Юридический центр Пресс, 2004. — 246 с.
- 53.Ульянченко О.В. Управління проектами. Бізнес-план проекту: лекція / О.В. Ульянченко, М.Ф. Соловійов, П.Ф. Цигікал, А.В. Токар, А.В. Кучер, Л.Ю. Василенко; Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В.Докучаєва. — Х., 2009. — 58 с.
- 54.Федорчук А.І. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Федорчук А.І.; УКООПСПІЛКА, Львів. комерц. акад. — Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2008. — 367 с.
- 55.Хрупович С. Є. Економічне оцінювання та моделювання системи управління збутовою діяльністю підприємств: монографія / С. Є. Хрупович; ред.: Р. М. Рогатинський; Терноп. нац. техн. ун-т ім. І. Пулюя. - Т., 2011. - 160 с.
- 56.Шимко О. В. Розвиток конкуренції у сфері торгівлі як необхідна умова ефективного функціонування споживчого ринку [Електроний ресурс]. — Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/En_oif/2012_9_3/64.pdf
- 57.Шубалий О.М. Методика порівняльної оцінки конкурентних переваг підприємств галузі ринку / Шубалий О.М. // Актуальні проблеми економіки - 2008.-№1.с. 70-77
- 58.Янченко В.М. Управление медицинским бизнесом / Янченко В.М., Мchedlidze Т.Ш., Разумовская А.Л.. СПб: ООО «МЕДИ издательство», 2005 – 332 с.

