

# **МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ЮРИДИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ МФЮА**

**Факультет Институт заочного обучения**

**Кафедра «Государственного контроля и права в сфере природопользования, земли и имущества»**

**Направление подготовки – 38.03.02 «Менеджмент»**

**Профиль – Производственный менеджмент**

**Выпускная квалификационная работа**

**Тема: «Расширение сферы услуг организации (на примере ООО «СИА ИНТЕРНЕЙШНЛ-ТУЛА» (г. Тула))»**

**Студент гр. 13МЕи5510Т Кормилицин А.А.**

**Руководитель – к.э.н., доцент Краснянская О.В.**

# Актуальность темы, цель, задачи, объект и предмет исследования

---

**Актуальность темы.** История развития отечественной дистрибьюции на отечественном фармацевтическом рынке насчитывает чуть более двух десятилетий. Фармацевтические дистрибьюторы организовывали свой бизнес с чистого листа. Их бизнес изначально строился как полностью частный, основанный на предпринимательских решениях с учетом условий формирующегося фармацевтического рынка России.

Перечень услуг российских фармацевтических дистрибьюторов практически совпадает с таковым, предоставляемым иностранными компаниями, но востребованность дополнительных услуг в России значительно выше, так как инфраструктура (транспорт, связь, компьютеризация, автоматизация производства), особенно в российских регионах, значительно уступает западноевропейской и американской.

**Цель** данного исследования: изучить особенности деятельности фармацевтических дистрибьюторов, а также определить перспективы развития оптовой торговли лекарственными средствами в России.

**Задачи** исследования:

- проанализировать структуру Российского фармацевтического рынка;
- рассмотреть современное состояние и перспективы развития оптового звена товародвижения;
- провести анализ структуры участников фармацевтического рынка;
- проанализировать деятельность ООО «СИА Интернейшнл-Тула»;
- предложить рекомендации по расширению сферы услуг организации ООО «СИА Интернейшнл-Тула».

**Объект исследования:** деятельность фармацевтических дистрибьюторов в РФ.

**Предмет исследования:** деятельность ООО «СИА Интернейшнл-Тула».

# ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

---

- дана общая характеристика и структура фармацевтического рынка Российской Федерации

- указаны основные пути расширения сферы услуг фармацевтических дистрибьюторов

# ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «СИА ИНТЕРНЕЙШНЛ-ТУЛА»



# PEST-АНАЛИЗ ПРЕДПРИЯТИЯ «СИА»

P	<p>Политика</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Выборы Президента РФ;</li> <li>- изменение законодательства РФ;</li> <li>- государственное влияние в отрасли;</li> <li>- государственное регулирование конкуренции в отрасли.</li> </ul>	E	<p>Экономика</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Общая характеристика экономической ситуации (подъем, стабилизация, спад);</li> <li>- уровень инфляции;</li> <li>- динамика курса рубля к доллару США;</li> <li>- динамика ставки рефинансирования ЦБ РФ;</li> <li>- динамика занятости населения;</li> <li>- платежеспособный спрос населения;</li> <li>- платежеспособный спрос главных потребителей продукта.</li> <li>- Основные внешние издержки организации, в том числе:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- затраты на энергоносители;</li> <li>- затраты на транспортировку;</li> <li>- затраты на сырье;</li> <li>- коммуникационные издержки;</li> <li>- ужесточение госконтроля за деятельностью бизнес-субъектов и штрафные санкции;</li> <li>- новые положения Налогового кодекса.</li> </ul> </li> </ul>
S	<p>Социум</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Изменения в базовых ценностях;</li> <li>- изменения в уровне и стиле жизни;</li> <li>- изменение структуры доходов;</li> <li>- изменение структуры расходов;</li> <li>- изменения основных потребительских предпочтений на продукт;</li> <li>- недоверие к рекламе со стороны конечных потребителей</li> </ul>	T	<p>Технология</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Оценка скорости изменения и адаптации новых технологий;</li> <li>- новые продукты;</li> <li>- технологические изменения, имеющие существенное значение для организации;</li> <li>- появление новых рекламоносителей;</li> <li>- появление новых технологий производства и быстрая адаптация рынка.</li> </ul>

# СИЛЬНЫЕ И СЛАБЫЕ СТОРОНЫ КОМПАНИИ

Сильные стороны	Слабые стороны
1) опыт работы на рынке 2) широкий ассортимент товара 3) наличие эксклюзивных лекарственных средств 4) гибкая дисконтная политика 5) рост числа постоянных клиентов 6) гарантия качества лекарственных препаратов 7) высокий уровень квалификации персонала	1) высокие цены на ЛП 2) неактивная маркетинговая политика 3) неучастие персонала в принятии управленческих решений 4) слабая мотивация сотрудников 5) слабая PR компании

Возможности	Угрозы
- минимизация аптеками товарных запасов ; - возрастание профессионализма потребителей	- нестабильность национальной валюты ; - инфляционные процессы несовершенство налогового законодательства
- разорение и уход фирм-продавцов; - неудачное поведение конкурентов - изменение рекламных технологий; - повышение входного барьера на рынок развитие НИОКР; - тенденция отрасли к укрупнению размеров фирм-дистрибьюторов	- нестабильность законодательства; - обострение конкуренции; - рост безработицы; - низкая покупательная способность населения ; - изменение уровня цен сбои в поставках продукции

# ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

## Выручка

За последний отчетный год: 60 млн Р



## Прибыль

За последний отчетный год: -2,9 млн Р



## Стоимость

За последний отчетный год: -3,3 млн Р



# РЕКОМЕНДАЦИИ

---

С целью повышения доходности компании предлагается на базе «СИА-Интернейшнл Тула» открытие направления 3PL – логистики.

Компания «СИА» располагается на территории с удобными подъездными путями, обеспечивающими подъезд крупно - тоннажного транспорта (еврофур) в непосредственной близости от оживленных транспортных магистралей. Это направление будет ориентировано на оказание комплексных услуг контрактной логистики для предприятий (производство, торговля, ритейл). Открытие направления дает возможности обеспечивать 100% реализацию потребностей клиентов в складировании, грузопереработке, доставке товара.

Таким образом, компания делает очередной шаг к расширению комплекса оказываемых услуг, представляя не только дистрибьюцию, продвижение, но и логистику для любого продукта.

# СУММА НАЧАЛЬНЫХ ВЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ОТКРЫТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ

Регистрация	10 тыс.
Покупка оборудования	135 тыс.
Зарботная плата (11 чел.)	400 тыс.
Дополнительные расходы (дополнительный инвентарь, реклама, ремонт офиса и др.)	150 тыс.
Итого	695 тыс. руб.

Ежемесячные расходы:

- заработная плата – 400 тыс. руб.;
- переменные затраты – порядка 100 тыс. руб.

Считаем доход:

- при полной загрузженности машины проезжают в месяц примерно 12 тыс. км.;
- стоимость 1 км пути составляет 25 руб.;
- при наличии 2 экспедиторов доход составит 600 тыс. руб.;
- ежемесячная прибыль – около 100 тыс. руб.

Вложенные в открытие нового направления в компании средства выйдут «в ноль» примерно за 7-8 месяцев, потом направление логистики начнет приносить чистый доход.

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

---