

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Серія «Наука»

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТВОРЕННЯ НОВИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ

МАТЕРІАЛИ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
СТУДЕНТІВ ТА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ

19-20 квітня 2012 року
м. Харків

У двох томах

Том II

Харків
НФаУ
2012

УПРАВЛІНСЬКЕ ОБСТЕЖЕННЯ АПТЕКИ З ОПТОВОЇ І РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ЛІКАРСЬКИМИ ПРЕПАРАТАМИ

Редькіна Є.А., Бушуєва І.В.

Запорізький державний медичний університет, м. Запоріжжя

bushujeva@zsmu.zp.ua

Метою даного дослідження було проведення аналізу господарської діяльності та управлінського обстеження аптеки з оптової і роздрібною торгівлі лікарськими препаратами Миколаївської області. В умовах ринкової економіки і жорсткій конкуренції досліджувана аптека почала активну діяльність по охопленню місцевого ринку. На сьогоднішній день вона має 7 кіосків і 5 медичних пунктів. За допомогою використання сучасних і механізмів організації керування торговим процесом аптека має можливість ефективно функціонувати і доцільно використовувати ресурси. Завдяки вміло організованій роботі і глибокому участі персоналу аптеки змогла розширити свою діяльність: займається не тільки оптовою і роздрібною торгівлею, але і впровадить нові види послуг, що дозволило аптеці захопити нові сегменти ринку, збільшити кругообіг капіталу і створити нові робочі місця. Дана аптека працює безпосередньо з більш, ніж 100 фірмами-постачальниками по всій Україні. Компанія робить спеціалізовані постачання оптом і в роздріб: лікарської сировини, медикаментів, предметів санітарії та гігієни. Необхідність задоволення потреб споживачів впливає на взаємодію організації з постачальниками матеріалів і трудових ресурсів. Багато організацій орієнтують свої структури на великі групи споживачів, від яких вони в найбільшій мірі залежать. Споживачами аптеки є всі верстви населення міста Миколаїв, тому що аптека пропонує широкий вибір фармацевтичної продукції. Важливого значення набувають різні асоціації споживачів, що мають вплив не лише на попит, але й на імідж фірми. Споживачами аптеки являються не тільки фізичні особи а і юридичні: лікарні, стоматологічні та діагностичні центри, санепідемстанція, поліклініки. У багатьох випадках не споживачі, а саме конкуренти визначають, якого роду результати діяльності можна продати і яку можна запросити. Недооцінка конкурентів і переоцінка ринку приводять навіть найбільші компанії до значних втрат. Важливо розуміти, що споживачі - не єдиний об'єкт суперництва організації. Останні можуть вести конкурентну боротьбу за трудові ресурси, матеріали, капітал і право використовувати визначенні технічні нововведення. На підставі вищесказаного можна скласти SWOT - аналіз аптеки, що буде відображати положення аптеки на ринку фармацевтичної продукції, її переваги і недоліки, а також погрози і можливості.