

## **Оцінка внутрішніх можливостей фармацевтичної організації та впливу зовнішнього середовища**

*Пузак Н. О., к.фарм.н., доцент кафедри соціальної фармації,  
Національний фармацевтичний університет*

*Кириленко Т. Р., Гергуль Д. Е., здобувачі вищої освіти спеціальності  
«Фармація» Національного фармацевтичного університету  
socpharm@niph.edu.ua*

Підприємницьке середовище фармацевтичного ринку перебуває у постійній динаміці. І тому аптеки, як відкриті системи, повинні враховувати ці зміни, пристосовуватися до них та приймати нові управлінські рішення з урахуванням цих змін. Змін зазнають, як чинники прямої, так і опосередкованої дії. Тому успіх адаптації аптекних закладів значною мірою й залежить від розуміння ролі сукупності цих факторів.

Мета даної роботи – проведення SWOT-аналізу для ТОВ «Євромедінформ» Аптека №1.

У процесі здійснення даного аналізу використано економіко-математичний та логічний (аналіз і синтез) методи досліджень.

SWOT-аналіз є необхідним елементом маркетингових досліджень, базисом для розробки стратегічних цілей та завдань організації. Термін «SWOT» вперше було презентовано на семінарі зі стратегічного планування у м. Цюрих у 1964р. і сама процедура проведення такого аналізу спрямована на визначення слабких та сильних сторін організації, а також можливостей та загроз для неї з боку зовнішнього середовища [ 2, с.276].

Сила фармацевтичної організації може проявлятися у наявності висококваліфікованих спеціалістів, доступі до унікальних ресурсів, наявності передових технологій та сучасного обладнання, широкому та глибокому асортименті лікарських засобів та товарів аптекного асортименту.

Слабкість аптеки – це вузький асортимент з орієнтацією лише на певну невелику групу хворих, низький рівень сервісу, високий рівень цін на товари.

Ринковими можливостями є сприятливі умови, що склалися на даний момент, наприклад, різке зростання попиту на певну групу лікарських засобів чи інших товарів аптекного асортименту, зростання рівня доходів населення, відкриття лікувального закладу у радіусі обслуговування аптекою, погіршення позицій конкурентів.

Ринковими загрозами можуть стати вихід на ринок нових конкурентів, зростання курсу валют, демографічні, політичні зміни, а також зміни в методиках лікування, перевагах споживача.

Слід враховувати, що один і той же чинник для різних організацій може бути як загрозою, так і можливістю.

Об'єктом дослідження було визначено Аптеку №1 ТОВ «Євромедінформ». В ході експерименту проаналізовано сильні та слабкі сторони організації, а також можливості і загрози з боку зовнішнього середовища за 5-бальною

оцінкою. Узагальнивши отримані дані, було розроблено матрицю SWOT-аналізу для даної аптеки (табл.)

Таблиця

### SWOT-аналіз Аптеки №1 ТОВ «Євромедінформ»

Сильні сторони Аптеки №1 ТОВ «Євромедінформ»	Слабкі сторони Аптеки №1 ТОВ «Євромедінформ»
<p>Досвід роботи фірми на ринку; Висока якість продукції; Широкий асортимент товарів; - Система автоматизованого обліку товарів (штрихове кодування); - Довготривалі контракти з виробниками і постачальниками фармацевтичної продукції; - Надання пільг на лікарські засоби певним категоріям громадян; - Індивідуальний підхід до кожного клієнта; - Зростання числа постійних клієнтів; - Задоволеність клієнтів.</p>	<p>- Недостатність оборотних коштів; - Нетривалий період роботи Аптеки №1, маловідомість її серед населення.</p>
Можливості	Загрози
<p>- Нові види лікарських засобів та товарів аптечного асортименту; - Додаткові послуги; - Зростання числа філій; - Підвищення кваліфікації персоналу; - Зростання обізнаності споживачів за рахунок достатньої поінформованості</p>	<p>- Низька купівельна спроможність населення; - Підвищення транспортних тарифів постачальників; - Активність конкурентів (розробка програм просування та організація додаткових послуг); - Сезонні коливання попиту</p>

Таким чином за результатами проведеного SWOT-аналізу встановлено, що Аптека №1 ТОВ «Євромедінформ» має ряд сильних переваг і можливостей на фармацевтичному ринку. Їй можна запропонувати ряд стратегій з потенціювання цих сторін і можливостей за умови врахування й обмеження впливу слабких сторін і загроз, що забезпечить даній аптеці конкурентні переваги.

Використана література:

1. Голубков Е. П. Маркетинг: стратегия, планы, структуры : учебник. М. : Дело, 2011. 318с.
2. Скібіцький О. М., Матвеев В. В., Скібіцька Л. І. Менеджмент підприємницької діяльності. Книга 1. Організація бізнесу : навч. посіб. Київ : Кондор, 2009. 896 с. URL: [http://pidruchniki.com/1819100342072/menedzhment/funktsionalniy\\_pidhid](http://pidruchniki.com/1819100342072/menedzhment/funktsionalniy_pidhid).
3. Тертичка В. Стратегічне управління : підручник. Київ : К.І.С., 2017. 932С.