

Мелаєва І.І., Рогуля О.Ю.

ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ АСПЕКТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ФАКТОРА ВИБОРУ СПОЖИВАЧАМИ АПТЕКИ

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

mmf10@rambler.ru

Успішна діяльність аптеки залежить від уміння задовольняти потреби споживачів. На даний час провідною в управлінні аптечним закладом повинна стати реалізація стратегії, спрямованої на удосконалення маркетингових аспектів роботи аптеки та забезпечення її конкурентоспроможності, що сприятиме цілеспрямованому пошуку стійких переваг у системі формування клієнтського середовища, якісного задоволення потреб нових та існуючих клієнтів.

У зв'язку з цим метою дослідження є вивчення та аналіз факторів, що впливають на вибір споживачами аптеки, на основі результатів маркетингових досліджень. Визначення та оцінку впливу факторів проведено за результатами опитування відвідувачів аптек (м. Харків), які придбали лікарські засоби у жовтні-листопаді 2016 р. Під час дослідження враховувалися такі складові, як стать клієнта, рівень доходів, розмір витрат на купівлю товарів аптечного асортименту.

Встановлено, що найбільш вагомими для клієнтів є такі фактори, як зручність розташування аптеки та ціна. Зокрема, фактор «зручність розташування» є більш вагомим для чоловіків, на що вказали 83,0% опитаних. Для жінок вказаний фактор є менш вагомим (відмітили 58,0%). Водночас жінки є більш чутливими до ціни на лікарські засоби, на що вказали 84,0%, а серед чоловіків цей фактор є вагомим для 71,0%. Наступним чинником, що є однаково важливим і для чоловіків, і для жінок, є асортимент, про що зазначили відповідно 67,0% та 65,0% респондентів. Незначний рейтинг цього фактору можна пояснити тим, що на даний час в аптеках представлений досить широкий асортимент і споживачі не мають проблем з пошуком лікарських засобів.

Наступним етапом дослідження є оцінка факторів, які впливають на вибір аптеки, з урахуванням рівня доходів. Відповідно до рівня доходів було виокремлено категорії споживачів та визначено оцінку факторів, що впливають на вибір аптеки. Встановлено, що для респондентів, які мають дохід до 1000 грн. та в межах 1000-1500 грн. на члена сім'ї, при виборі аптеки вирішальними факторами є ціна та зручне розміщення аптеки. Решта категорій опитаних з більш високим рівнем доходу на перші позиції поставили зручність розташування аптеки, характеристики асортиментної та цінової політики закладу. На підставі отриманих даних можна стверджувати, що для споживачів з високим рівнем доходів фактор зручності розміщення аптеки є більш вагомим порівняно з таким чинником, як ціна.

В цілому до таких критеріїв, які зумовили вибір аптеки, відносяться: рівень цін (78,6%), зручне розміщення аптеки (67,1%), широкий асортимент (65,7%), висока кваліфікація персоналу (48,6%) та якість обслуговування (40,0%). Майже половина опитаних (48,6%) відмітили вагомність такого фактора, як висока кваліфікація персоналу: цей фактор є вагомим для 55,8% опитаних жінок та для 37,0% чоловіків.

Важливим фактором для клієнтів є оформлення аптеки, яке має допомогти визначити, які основні групи товарів тут можна придбати, і яка може бути їх ціна. За даними нашого опитування встановлено, що у першу чергу відвідувачі звертають увагу в аптеці на зручне планування торгового залу (відзначили 94,3%), просторість приміщення (95,4%), акуратність розміщення фармацевтичного товару на полицях (92,0%), наявність інформації для споживачів (87,4%).

Таким чином, використання отриманих результатів дозволить скорегувати підходи до формування іміджу аптеки, структури асортименту та цінової політики. Отримані результати дають змогу визначити чинники, які зумовлюють вибір аптеки клієнтами, і врахувати їх при розробці клієнтоорієнтованої стратегії аптеки.