

фармацевтичних працівників, відвідувачів аптек можна побудувати модель поведінки споживачів, що схематично виглядає таким чином: етапи прийняття рішення → роль учасників → місце → час → опис етапів. Побудовано 3 моделі ухвалення рішення про покупку:

1) після призначення ЛЗ лікарем, 2) після надання інформаційно-консультаційних послуг провізором, 3) під впливом маркетингових комунікацій.

На основі дослідження була визначена поведінка фармацевтичних працівників, спрямована на надання інформації і рекомендацій про ЛЗ споживачам.

Таким чином, моделювання процесу ухвалення рішення про покупку ЛЗ, визначення цілей і маркетингових комунікацій допомагає при виборі цільової аудиторії. Використання визначених прийомів просування ЛЗ буде сприяти доведенню до кінцевого споживача ефективних і безпечних лікарських препаратів і достовірної інформації про них.

ОЦІНКА ВПЛИВУ ФАКТОРІВ МІКРО- ТА МАКРОСЕРЕДОВИЩА НА РОБОТУ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Підліснюк І.В., проф. Мнушко З.М.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

На даному етапі українські фармацевтичні підприємства функціонують у середовищі, яке постійно змінюється, щоб зберегти і посилити своє положення на ринку, необхідно обґрунтувати стратегію підприємства на засадах вивчення маркетингового середовища.

Метою наукової роботи є обґрунтування моделі і практичних рекомендацій щодо оцінки впливу факторів мікро- та макросередовища на роботу фармацевтичних підприємств.

Проведено маркетингові дослідження на базі фармацевтичних підприємств і аптек методом анкетування, отримані і проаналізовані 73 анкети. Керівники фармацевтичних підприємств виділили тенденції на ринку, які мо-

жуть вплинути на розміщення сил в конкурентній боротьбі: поліпшення якості послуг, збільшення асортименту товару і підвищення конкурентноздатності. До загроз і недоліків фармацевтичних підприємств і аптек відносяться: низький товарообіг за добу (у 34% - до 5 тис. грн), реклама і публічні виступи, зменшення чисельності населення, застаріла технічна база. Серед можливостей є збільшення попиту, збільшення розмірів ринку, підвищення рівня комп'ютеризації, поява нових ЛЗ, підвищення конкурентноздатності.

Були встановлені зміни, які відбулися в роботі організації за останні 10 років, серед яких підвищення рівня сервісу, удосконалення системи заохочування співробітників, поява додаткових відділів. Всі ці зміни позитивно відображаються на роботі фармацевтичних підприємств.

В ході дослідження була розроблена модель і практичні рекомендації щодо оцінки впливу факторів мікро- та макросередовища на роботу фармацевтичних підприємств.