

– реалізація антикризової фінансової стратегії, формування ефективної взаємодії підприємства із зовнішніми суб'єктами господарювання - інвесторами та банками, що забезпечують фінансову діяльність підприємства та коригування антикризової фінансової стратегії.

Таким чином, впровадження антикризового управління фінансами в практику вітчизняних підприємств в сучасних умовах є необхідною умовою виведення їх зі стану фінансової кризи. Відповідно до причин кризи, підприємству слід вибрати метод, що краще за інші допоможе їх усунути без наслідків для самого підприємства. Дуже важливим є дотримання обраного механізму антикризових заходів, який дає можливість не лише своєчасно реагувати на кризові явища, але й попереджати їх за певний час.

Список використаних джерел:

- 1.) Антикризове управління як одне з напрямів підвищення ефективності діяльності підприємства / А. М. Ткаченко, С. В. Телін. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/23972/26-tkachenko.pdf?sequence=1>
- 2.) Литовченко О. Ю. Методичні аспекти управління фінансами підприємств в умовах кризи / О. Ю, Литовченко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : : http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/19_2018_ukr/44.pdf

Безкровна Ю. Г., Дорохова Л. П.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

СПРИЙНЯТТЯ ВІДВІДУВАЧАМИ АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДІВ ЗА УМОВАМИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

bezкровna22@ukr.net, liudmyladorokhova@gmail.com

В умовах гострої конкурентної ситуації на фармацевтичному ринку, високого ступеню пропозиції лікарських засобів і товарів медичного асортименту, щільного розташування аптечних закладів дуже важливим стає надання такого рівня обслуговування відвідувачів аптек, яке буде формувати їх схильне ставлення до аптечних закладів, значний рівень лояльності.

Метою дослідження було вивчення сприйняття відвідувачами аптечних закладів за умовами обслуговування.

Деякими завданнями дослідження було формування підходів до встановлення сегментів відвідувачів аптек, підготовка переліку показників-факторів, що впливають на вибір аптек, виявлення пріоритетних чинників для відвідувачів різних категорій та груп, подальше визначення цільового сегмента.

Об'єкт дослідження: процес сприйняття відвідувачами аптечних закладів, вивчення думки відвідувачів щодо проблеми вибору аптек.

Методики дослідження. Проведення польового маркетингового дослідження, у якому використовується розроблена анкети для опитування споживачів щодо ставлення їх до рівня обслуговування, асортименту лікарських засобів та виробів медичного призначення, рівня цін на товари аптеки, місцезнаходження та режиму роботи аптеки, з урахуванням статі, віку, сфери діяльності, рівня доходів відвідувачів.

Кожна аптека бажає займати перше місце серед конкурентів та намагається різними шляхами цього добитися. Для цього аптеки використовують різні маркетингові комунікації: рекламу на місці продажу, акції на товари, дисконтні системи та інше. Саме завдяки цим комунікаціям аптеки завойовують любов та прихильність споживачів саме до їх аптеки.

Для більш точного пояснення була розроблена таблиця з характеристикою зовнішніх переваг аптек.

Характеристика зовнішніх переваг аптек

Зовнішні переваги	Вагомість параметра
Місце розташування аптеки	0,20
Цінова політика	0,20
Характеристика (повнота) асортименту	0,15
Режим роботи аптеки	0,15
Швидкість і якість фармацевтичного обслуговування	0,10
Зовнішній інтер'єр та особливості мерчандайзингу аптеки	0,10
Використання принципів фармацевтичної етики	0,05
Додаткові послуги, що надаються в аптеці	0,05
Разом	1,00

Ми бачимо, що найбільш важливими критеріями вибору аптеки є місце розташування аптеки та цінова політика. Як виявилось, найменш важливим стало використання принципів фармацевтичної етики, якість додаткових послуг (наприклад вимір тиску чи перевірка зору).

Аптека повинна розміщуватися у доступному місці для споживачів, вхід має бути не лише красивим, а й зручним, тобто зроблений з пандусом та поруччям на вході.

Цінова політика – є досить вагомим критерієм вибору аптеки, звісно всі розуміють, що ціна на лікарські засоби залежить від виробництва, сировини та інших факторів, але кожен споживач хоче отримати якісний, але найменшою набагато при реалізації. Але також є споживачі, які готові заплатити вищу ціну за більш якісний лікарський препарат, припустимо, зарубіжний препарат-аналог. Ще одним із проявів лояльної цінової політики аптеки є знижки через систему дисконтування, яка застосовується аптечними мережами, що «прив'язує» споживача до місця здійснення покупки.

Характеристика (повнота) асортименту. Кожен відвідувач аптеки хоче щоб в будь-якій аптеці були всі препарати що йому необхідні, але така ситуація неможлива. Звичайно кожна аптека намагається аби асортимент був якомога більший, для уникнення подібних ситуацій, деякі аптеки вирішують це питання за допомогою попереднього замовлення, або замовлення через сайт, де ти можеш зрозуміти чи є в наявності в даній аптеці той чи інший лікарський засіб.

Режим роботи аптеки. Споживачі хочуть отримувати допомогу в будь-який час, щоб в екстрених випадках завжди могли знайти аптеку поблизу місця проживання.

Швидкість і якість фармацевтичного обслуговування. Важливе значення має обслуговування відвідувачів в самій аптеці, наявність черг, надання кваліфікованої консультації, індивідуальний підхід до споживача, можливість замовлення препарату за проханням, замовлення заказу через сайт, щоб на місці вже не витратити на це час.

Зовнішній інтер'єр та особливості мерчандайзингу аптеки. Підхід до аптечного інтер'єру у відвідувачів різний. Комуś так само як і ремонт оселі подобається новий, сучасний європейський стиль, а хтось звик до звичайного традиційного. Дехто вважає, що в аптеці кожен квадратний сантиметр має бути функціональним, деякі, навпаки надають перевагу широким вітринам, проходам, де присутній мінімалізм. Проте, ніхто не буде сперечатися, що добре світле, затишне та безумовно чисте приміщення викликає лише позитивний настрій і заспокоює, не дивлячись на те, що майже кожен відвідувач аптеки звертається не з гарних причин. Також, я гадаю, що зручність входу в саму аптеку, розташування вітрин, кас, наявність консультантів у торговому залі (за необхідності, частіше великі аптечні зали з вітринами самообслуговування), фірмовий одяг персоналу, чистий торговий зал і робота самого персоналу та важливим, хоча і мало хто звертає на це увагу, наявність місць очікування або просто перепочинку, особливо для пенсіонерів.

Додаткові послуги, що надаються в аптеці. До додаткових послуг відносяться, зокрема: перевірка зору, вимірювання тиску і температури тіла людини, проведення експрес-аналізу на цукор для хворих діабетом, комп'ютерне експрестестування організму, надання в аптеці терапевтичних консультацій і дієтологічних порад лікарями. Також додатковою послугою в аптеці є можливість замовлення потрібних ліків, яких немає в наявності або доставка ліків за вказаною адресою споживача.

Ще деякі аптеки привертають клієнтів непрофільними послугами, наприклад автоматами для поповнення рахунку.

У висновку можна сказати, що керівникам аптек потрібно звертати увагу на місце розташування аптеки, на цінову політику, не можна залишити і без уваги асортимент лікарських препаратів, також кваліфікація провізорів та фармацевтів грає також велику роль, особливо для людей похилого віку, яким потрібно пояснити як приймати ліки, чим саме відрізняється той чи інший лікарський засіб. В свою чергу, споживач хоче мінімізувати свої витрати та максимізувати задоволення своїх потреб. Соціально-економічні умови в Україні змушують покупців звертати найбільшу увагу на ціновий фактор при виборі аптек та на рівень обслуговування працівниками аптечних закладів.

Гур'єв Р.С., Гладкова О.В.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

ВПЛИВ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ПІДПРИЄМСТВА

Економічна безпека формується у процесі здійснення підприємницької діяльності та інвестування й відбивається у забезпеченості ресурсами і їх ефективному використанні, формуванні структури джерел фінансування і достатньої фінансової незалежності, досягненні високих рівнів прибутковості, конкурентоспроможності, ділової активності, забезпеченні платоспроможності і ліквідності. Тому механізм удосконалення системи економічної безпеки суб'єктів господарювання має базуватися на оптимізації усіх викладених вище кількісних і якісних характеристик. Щоб податки "надавалися" державі, а не "стягувалися" нею, податкова система має бути насамперед економічно обґрунтованою, збалансованою, максимально ефективною, стабільною та обов'язково прозорою.

Податкова система має зміцнювати ринкові відносини, сприяти розвитку підприємництва, стимулювати виробництво і одночасно служити бар'єром на шляху соціального зубожіння низько оплачуваних верств населення. Але на сьогодні податкове навантаження тільки збільшується, тим самим зменшує можливості підприємства на повноцінну фінансову діяльність.

Саме актуальність питань, пов'язаних із оподаткуванням, дає підстави говорити про їх вирішальну роль у формуванні економічної безпеки держави. З одного боку, особливості впливу системи оподаткування на економічну безпеку країни в цілому та в розрізі її основних індикаторів є обчислювальними в певних фінансово-економічних показниках, а з іншого – досить складно обґрунтовуються та піддаються конкретному вимірюванню та опису.

Податки є однією з основних галузей економічних відносин у суспільстві з моменту становлення держави. Розвиток і зміна форм державного устрою завжди супроводжується реформуванням податкової системи.

На сьогодні податки - це основна форма доходу держави. Окрім цієї суто фінансової функції податковий механізм використовується для економічного впливу держави на суспільне виробництво, його динаміку і структуру, на розвиток науково-технічного прогресу.