2. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; пер. с англ. ; под ред. Л. И. Евенко. М. : Экономика, 1989. 519 с.

3. Іванов Ю. Б. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія / за заг. ред. Ю .Б. Іванова. Х. : ВД ІНЖЕК, 2006. 383 с.

4. Томпсон А. А., Стрикленд А. А. Стратегический менеджмент : концепции и ситуации для анализа ; 17-е изд.; пер. с англ. М. : ИД «Вильямс», 2007. 928 с.

5. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства : підручник. Тернопіль : Економічна думка, 2006. – 390 с.

6. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : КНЕУ, 2004. 699 с.

7. Тренев Н. Н. Стратегическое управление : учеб. пособ. М. : ПРИОР, 2000. 282 с.

Аналіз факторів зовнішнього середовища, які впливають на конкурентоспроможність аптеки «Мед-сервіс-Beauty», м. Харків

Уляненко М. М., *здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня НФаУ*
Малініна Н. Г., *к.ф.н., доцент кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу НФаУ*
malinina_nata@ukr.net

В сучасних умовах сьогодення розвиток роздрібного сегмента фармацевтичного ринку України є конкурентоспроможним економічному потенціалу та головним його критерієм оцінки ефективності діяльності аптечного закладу. Конкурентоспроможність аптеки – це сукупність необхідних і достатніх її характеристик, що забезпечує здатність конкурувати з іншими аптеками на фармацевтичному ринку у визначений період [1-4]. Так, щоб підвищити прибуток аптеки «Мед-сервіс-Beauty», м. Харків, виявити можливі ризики та завчасно вжити необхідні заходи потрібно проаналізувати фактори конкурентоспроможності аптечного закладу за допомогою матричного методу SWOT- аналіз. Даний аналіз дозволяє провести детальне дослідження зовнішнього й внутрішнього середовища аптеки.

Наступним етапом дослідження стало вивчення сильних та слабких сторін аптеки «Мед-сервіс-Beauty», м. Харків, результати яких представлено в табл. 1.

Отже, враховуючи отримані результати, які представлені в табл. 1, для складання SWOT-аналізу аптеки «Мед-сервіс-Beauty», м. Харків**,** візьмемо 9 основних чинників сильних і 6 – слабких сторін. Зокрема, сильні сторони: достатній досвід роботи на фармацевтичному ринку України; вдале розміщення аптеки; широкий асортимент товару (лікарські засоби, вироби медичного призначення, лікувальна косметика); можливість замовити лікарські засоби, вироби медичного призначення та лікувальну косметику через мережу Інтернет (https://online-apteka.com.ua.); високий контроль, гарантія якості лікарських засобів, виробів медичного призначення, лікувальної косметики; гнучка дисконтна політика (програма лояльності та соціальні програми); високий рівень кваліфікації персоналу; наявність додаткових послуг.

Таблиця 1

Сильні та слабкі сторони аптеки «Мед-сервіс-Beauty», м. Харків

Сильні сторони (Strength)	Слабкі сторони (Weakness)
1. Достатній досвід роботи на фармацевтичному ринку України. 2. Вдале розміщення аптеки. 3. Широкий асортимент товару (лікарські засоби, вироби медичного призначення, лікувальна косметика). 4. Можливість замовити лікарські засоби, вироби медичного призначення та лікувальну косметику через мережу Інтернет (https://online-apteka.com.ua). 5. Високий контроль, гарантія якості лікарських засобів, виробів медичного призначення, лікувальної косметики 6. Гнучка дисконтна політика (програма лояльності та соціальні програми) 7. Високий рівень кваліфікації персоналу. 8. Постійне зростання споживачів та відвідувачів. 9. Достатня популярність. 10. Добра мотивація спеціалістів фармації. 11. Наявність додаткових послуг (консультація фахівців медицини та фармації щодо підбору лікувальної косметики відповідно до типу шкіри).	1. Середній рівень цін на лікарські засоби, вироби медичного призначення, лікувальну косметику. 2. Можливі накладки у постачанні лікарських засобів, виробів медичного призначення та лікувальної косметики. 3. Недостатній контроль виконання наказів та розпоряджень. 4. Пасивна маркетингова політика. 5. Неактивна участь фахівців фармації в ухваленні управлінських рішень. 6. Слабкі заходи щодо PR компанії.

Слабкі сторони: середній рівень цін на лікарські засоби, вироби медичного призначення, лікувальну косметику; можливі накладки у постачанні лікарських засобів, виробів медичного призначення та лікувальної косметики; недостатній контроль виконання наказів та розпоряджень; пасивна маркетингова політика; неактивна участь фахівців фармації в ухваленні управлінських рішень; слабкі заходи щодо PR компанії.

Далі розглянемо можливості та загрози аптеки «Мед-сервіс-Beauty», м. Харків, результати дослідження представлено в табл. 2.

Таблиця 2

Можливості та загрози аптеки «Мед-сервіс-Beauty», м. Харків

Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
1	2
1. Мінімізація товарних запасів. 2. Підвищення рівня обізнаності відвідувачів аптеки. 3. Поява нових постачальників. 4. Невдала поведінка конкурентів. 5. Зміна рекламних технологій.	1. Нестабільність національної валюти (стрибки курсу валюти). 2. Недосконаліть діючого фармацевтичного законодавства. 3. Інфляційні процеси в країні. 4. Загострення конкуренції. 5. Зростання рівня безробіття серед населення.

Продовження табл. 2

1	2
6. Підвищення вхідного бар'єру на фармацевтичний ринок.	6. Низька купівельна спроможність населення. 7. Зміна рівня цін. 8. Збої у постачаннях лікарських засобів, виробів медичного призначення та лікувальної косметики.

За даними табл. 2. визначено можливості (6 чинників) та загрози (8 чинників) аптеки «Мед-сервіс-Beauty», м. Харків, зокрема:

–можливості:

мінімізація товарних запасів;

підвищення рівня обізнаності відвідувачів аптеки;

поява нових постачальників;

невдала поведінка конкурентів;

зміна рекламних технологій; підвищення вхідного бар'єру на фармацевтичний ринок;

–загрози:

нестабільність національної валюти (стрибки курсу валюти);

недосконаліть діючого фармацевтичного законодавства;

інфляційні процеси в країні; загострення конкуренції;

зростання рівня безробіття серед населення; низька купівельна спроможність населення.

Таким чином, за результати SWOT-аналізу можна зробити висновок, що аптека «Мед-сервіс-Beauty», м. Харків має ряд сильних сторін (11 чинників) на фармацевтичному ринку, а також ряд можливостей (6 чинників). Керівництву компанії можна запропонувати стратегію розвитку сильних сторін і можливостей, тільки за умови врахування й обмеження впливу слабких сторін (6 чинників) та загроз (8 чинників), що забезпечить аптеки «Мед-сервіс-Beauty», м. Харків конкурентні переваги на фармацевтичного ринку України.

Використана література:

1. Амосов О. Ю. Оцінка потенціалу конкурентоспроможності як основного аспекту розвитку підприємства. *Проблеми економіки*. 2011. № 3. С. 79–83.

2. Біляєв О. С. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможністю підприємств. *Економіка і управління*. 2012. №2. С.94–99.

3. Васильців Т. Г., Кравчук Н. Я. Конкурентні переваги підприємства та обґрунтування стратегії їх забезпечення. *Науковий вісник НЛТУУ* : Збірник науково-технічних праць. Вип. 23.2. Львів : НЛТУ України, 2013. С. 248–252.

4. Гончаров А. Б., Антонова Я. О. Конкурентоспроможність підприємства в системі маркетингу. *Формування стратегії науково-технічного, екологічного і соціально-економічного розвитку суспільства* : матеріали II міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Тернопіль, 5–6 груд. 2013 р. Тернопіль : Крок, 2013. С. 111–113.