

*Бондарєва І.В., Герасимова О.А., Шапошник Т.Ю.*

*Національний фармацевтичний університет, м. Харків*

## **Маркетингове обґрунтування підвищення конкурентоспроможності аптечної мережі**

fmm@nuph.edu.ua

**Вступ.** На сучасному етапі розвитку ринкових відносин ефективність діяльності аптечних організацій як суб'єктів фармацевтичного ринку багато в чому залежить від рівня їх конкурентоспроможності. Саме конкурентоспроможністю визначається не тільки ефективність реалізації аптечною мережею своєї економічної функції, яка пов'язана з отриманням доходу від фінансово-господарської діяльності. Значною мірою вона впливає також на виконання соціальної функції щодо задоволення зростаючих потреб населення в отриманні якісних аптечних товарів і послуг.

**Метою дослідження** є маркетингове обґрунтування підвищення конкурентоспроможності аптечної мережі.

**Матеріали та методи:** анкетування, аналіз, системний, графічний, спостереження.

**Отримані результати.** Проведений аналіз діяльності АМ «Славутич» показав, що адекватна конкурентоспроможна і сучасна програма лояльності може сприяти значному збільшенню клієнтів. При розвиненій конкуренції АМ «Славутич» може зберегти або посилити свої позиції за рахунок позиціонування себе як компанії, де продаються тільки якісні ліки і де завжди буде надана кваліфікована допомога фармацевта. В результаті оцінки конкурентоспроможності АМ «Славутич» графічним методом, нами були виявлені сильні і слабкі сторони досліджуваної аптечної мережі по відношенню до її конкурентів. Розроблені заходи для підвищення конкурентоспроможності.

**Висновки.** Таким чином, запропоновані заходи мають позитивний економічний ефект і сприяють підвищенню конкурентоспроможності аптечної мережі «Славутич» на фармацевтичному ринку України.