

Конопля І.О., Карпенко Л.А.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Вивчення соціально-організаційних механізмів підвищення конкурентоспроможності аптечного закладу

socpharm @nuph.edu.ua

Вступ. Одним з критеріїв успішної роботи аптечної організації є її конкурентоспроможність. В умовах посилення конкурентної боротьби для будь-якого підприємства на перший план виходить завдання збереження і підвищення власної конкурентоспроможності. Успіх підприємства в умовах конкурентної боротьби обумовлюється постійним моніторингом позицій на ринку, дослідженням сильних і слабких сторін як власної господарської діяльності, так і конкурентів, здатністю пристосовуватися до змін ринкової ситуації. Тому питання дослідження конкурентоспроможності організації на ринку, в т. ч. фармацевтичної є завжди актуальним.

Питанням оцінки конкурентоспроможності фармацевтичного підприємства або організації присвячені праці Ю.С. Братішко, Т. А. Грошового, А. А. Кабачної, Ж.В. Малої, З. М. Мнушко, А. С. Немченко, І. В. Пестун, О. В. Посилкіної, В. М. Толочко, Л. М. Унгурян та ін. Аналіз публікацій цих авторів дозволив виділити підходи до розуміння і вирішення вищезначеної проблеми.

Мета дослідження. Метою нашої роботи стало вивчення соціально-організаційних механізмів підвищення конкурентоспроможності аптечного закладу на прикладі соціальної аптеки м. Харкова.

Матеріали та методи. В процесі роботи використані методи маркетингового, багатокритеріального аналізу (аналіз розривів, SWOT-аналіз); порівняльний метод; соціологічні методи дослідження (спостереження, анкетування); логіко-структурний і логіко-семантичний методи.

Група експертів склала 22 особи зі стажем роботи від 5 до 20 років середньої ланки управління. Опитування проводили на основі створеної онлайн платформи. Обсяг вибірки відвідувачів аптек склав 100 осіб.

Отримані результати. За результатами дослідження було встановлено, що основними конкурентами базової (досліджуваної) аптеки є дві аптеки, які розташовані прямо поблизу. Всі аптеки знаходяться в однакових умовах щодо прохідності й відвідуваності.

SWOT-аналіз діяльності конкуруючих аптек показав приблизно однакові результати. Найбільш сильними сторонами своєї організації фармацевтичні фахівці вважають: досвід роботи на ринку, широкий асортимент товарів, гарну репутацію, зростання кількості постійних клієнтів і роботу в системі пільгового забезпечення. Найбільш слабкими сторонами респонденти вважають: значне навантаження на одного фармацевтичного фахівця, низький рівень мотивації персоналу, нестачу обігових коштів, низьку ринкову частку і недостатньо ефективну роботу з клієнтами.

При оцінці конкурентоспроможності аптеки ми спиралися на зовнішні переваги, до яких віднесли місце розташування аптеки, внутрішній та зовнішній інтер'єр аптеки, режим роботи аптеки, наявність допоміжних технічних засобів та механізмів для маломобільних груп населення, наявність POS-терміналу, культуру обслуговування, професіоналізм персоналу аптеки, асортиментну та цінову доступність, додаткові послуги тощо. Саме зовнішні переваги є основою для вибору тієї чи іншої аптеки споживачами.

У результаті оцінки конкурентоспроможності базової аптеки були відмічені її слабкі сторони, такі як зовнішній інтер'єр, швидкість обслуговування клієнтів, етичні норми поведінки обслуговуючого персоналу, відсутність технічних засобів для маломобільних груп населення. Втім аптека приваблює покупців порівняно низькими цінами, широким асортиментом товару, наявністю спеціальних знижок для пільгового контингенту населення.

Висновки. За результатами SWOT-аналізу виявлені сильні та слабкі сторони аптечної організації. Досліджено соціально-організаційні механізми підвищення конкурентоспроможності аптечного закладу.