

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/342849>

**Тип работы:** Контрольная работа

**Предмет:** Фармацевтика

-

Фармацевтическая деятельность имеет много возможностей для роста и совершенствования. В этом исследовании для систематического решения нескольких ключевых вопросов развития аптечной организации «Фарма Оптик» использовался широко признанный инструмент анализа стратегии развития «SWOT – анализ». Целью этого анализа является предоставление реальных рекомендаций по развитию аптеки путем выявления текущих проблем и возможностей роста.

SWOT - анализ - это инструмент бизнес-стратегии, позволяющий оценить, насколько организация отличается от конкурентов, то есть выявить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы в работе.

Он учитывает такие характеристики, как:

S (strengths) — сильные стороны. Это преимущества, ценности, нечто уникальное в работе аптечной организации – то, что дает конкурентное преимущество перед другими.

W (weaknesses) — слабые стороны. Это объективные недостатки аптеки, слабые места по сравнению с конкурентами. Они негативно сказываются на росте прибыли и препятствуют ее развитию.

O (opportunities) — возможности. Это важные параметры для роста аптеки, на которые могут влиять руководители или сотрудники. К ним относятся факторы конкурентного преимущества.

T (threats) — угрозы. Трудности и внешние факторы, которые не поддаются влиянию аптечной организации.

Основываясь на результатах анализа сильных и слабых сторонах аптеки, а также ее возможностей и угроз может быть составлена матрица SWOT-анализа, ознакомится с которой можно в таблице\_.

Таблица - SWOT — анализ деятельности аптеки «Фарма Оптик»

**СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ (S) СЛАБЫЕ СТОРОНЫ (W)**

1. широкий ассортимент ЛС и БАДов 2. ценовая политика 3. удачное расположение в центре города, большая проходимость 4. наличие скидочных карт 5. высокий уровень квалификации сотрудников аптеки 6. проведение рекламных акций 7. работа консультанта в торговом зале по использованию аптечной селективной косметики 8. внедрение новинок в ассортимент аптеки 9. соблюдение чистоты торгового зала 10. соблюдение информационного уголка потребителя. 11. наличие зоны отдыха. 12. долговременные контракты с поставщиками ЛС 13. индивидуальный подход к каждому клиенту 14. наличие отдела оптики

1. узкий ассортимент детской продукции (подгузники, бутылочки и др.) 2. маленький торговый зал, отдела запасов 3. неудобное расположение мест хранения 4. медленно работающее оборудование, часто зависает и перезагружается, что тормозит работу аптеки 5. недостаточное количество сотрудников, что делает график остальных ненормированным 6. низкая заинтересованность рядовых сотрудников в развитии аптеки 7. повышение цен 8. недостаточное осведомление клиентов и врачей по поводу новинок 9. в продаже имеются тонометры, глюкометры, небулайзеры, но цены на них намного дороже 10. нет предоставления льгот на ЛП отдельным категориям граждан 11. отсутствие кабинета для проверки зрения

**ВОЗМОЖНОСТИ И УГРОЗЫ**

1. запланированное повышение

квалификации персонала 1. появление сильного конкурента рядом с аптекой

2. поиск дополнительных (резервных) поставщиков 3. разработка мотивационной программы начисления заработной платы 4. открытие кабинета врача-офтальмолога 5. рост числа постоянных клиентов путём качественного фармацевтического консультирования 6. изменение внешнего художественного оформления 7. красочное, четкое и подробное оформление вывески. 8. соблюдение чистоты около аптеки 9. обновление технического оборудования 2. изменение законодательства в сфере обращения ЛС 3. введение новых торговых пошлин на импортные ЛП 4. кладка плитки на крыльце старая, и уже имеются свои недочеты 5. снижение покупательской способности населения 6. ремонтные работы, преграждающие путь/вход в аптеку 7. постоянная дефектура, снижающая лояльность населения

Поле «Сильные стороны – возможности» отражает использование сильных сторон аптеки для получения прибыли при реализации возможностей. В этом поле представлены возможности компании и стратегии её развития.

Поле «Сильные стороны – угрозы» показывает, какие сильные стороны компании могут быть использованы для устранения выявленных угроз.

Поле «Слабые стороны – возможности» позволяет определить пути преодоления слабых мест при реализации внешних возможностей.

В поле «Слабые стороны – угрозы» отражены результаты стратегической инициативы, а именно, необходимость устранения слабых сторон аптеки, чтобы избежать возможных угроз.

-

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/342849>