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 ()

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 использования 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

ВОЗМОЖНОСТИУГРОЗЫ

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