

продукцию», а также на совместное производство и международные субподряды. Для прямого инвестора на развивающихся рынках существуют три базовых направления работы. Первое - совершенствование корпоративного управления. Второе - разработка и постоянная корректировка стратегии, рассмотрение возможных вариантов роста компании и выбора лучшего. Третье - привнесение в компанию лучшего опыта, накопленного прямым инвестором в результате его успешной работы на рынке с другими фирмами.

В современных условиях развития экономики Украины, инвестиции должны стать важнейшим средством обеспечения выхода из долговременного экономического кризиса, достижения реальных структурных изменений, технического перевооружения, повышения качественных показателей хозяйственной деятельности, и жизненного уровня населения.

Достаточно большое количество западных компаний готовы инвестировать в Украину, где прибыль гораздо выше, чем на Западе. Это и является привлекательностью для инвесторов. Характерные риски, которые существуют в Украине, существенно перекрываются прибылью на 10-15%, выше чем в странах нетто-инвесторов.

Среди главных приоритетов Украины должны быть экономические таможенные соглашения с пограничными государствами. Страны нового Таможенного Союза: Казахстан, Россия и Белоруссия за кризисный год только улучшили свои позиции в рейтинге стран с благоприятными условиями для ведения бизнеса, что, в свою очередь, обеспечивает здоровый инвестиционный климат.

**Выводы.** Прямые иностранные инвестиции являются фактором, оказывающим ярко выраженное позитивное воздействие на экономику; создание преференциального режима достаточно активно способствует их привлечению. Основное преимущество прямых инвестиций — возможность получить средства, необходимые для реализации того или иного проекта, направленного на развитие экономики государства, в т.ч. экономики Украины.

### **Литература**

1. <http://www.unctad.org/>
2. <http://www.ukrstat.gov.ua/>

**УДК 004:615.12**

### **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КОМПЬЮТЕРИЗАЦИИ АПТЕЧНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ**

**Ловикова А.А.**  
**Сапицкая И.К.**

Компьютерные технологии широко используются во многих сферах деятельности человека, и фармацевтический бизнес не стал исключением. Интернет дает возможность создавать новые каналы продаж и проводить маркетинговые мероприятия, эффективность которых при рациональном

подходе может составить конкуренцию традиционным. Особенностью аптечных учреждений является торговля специфическим товаром, обладающим социальной составляющей. Однако не стоит забывать, что целью любой аптеки в рыночных условиях является не столько выполнение роли учреждения здравоохранения, сколько достижение коммерческих целей и получение прибыли. Поэтому именно оптимальная ценовая политика, грамотно выбранные каналы распределения и коммуникационная политика повышают конкурентоспособность аптеки на фармацевтическом рынке.

Исследованиями в области электронной коммерции занимались такие ученые: И.В. Успенский [1], Ф. Гуров [4], Р. Уилсон, И. Ашманов, А. Иванов, С. Сухов, Н.В. Евдокимов.

Целью данной работы является обоснование преимуществ Интернет-коммерции для аптечных учреждений.

Объектом исследования является фармацевтическая фирма ООО «Мегафарм», занимающаяся оптовой и розничной торговлей лекарственными препаратами, ветеринарными медикаментами, медицинским оборудованием и инструментом, косметическими средствами, пищевыми добавками зарубежных и украинских производителей.

ООО «Мегафарм» представляет собой аптечную сеть, которая насчитывает 18 аптечных розничных подразделений расположенных в городах Донецке, Авдеевке и Мариуполе, которые помогают обеспечить наличие и доступность препаратов. Восемь аптек в г. Донецке и три в г. Мариуполе обслуживают посетителей круглосуточно. Две аптеки в г. Донецке и две в г. Мариуполе имеют залы самообслуживания, что позволяет посетителям чувствовать себя максимально комфортно при выборе необходимого товара.

Проведенный анализ маркетинговой и финансовой деятельности ООО «Мегафарм» показал необходимость применения новых технологий торговли, позволяющих расширить рынок сбыта при минимальных затратах.

Новым перспективным каналом сбыта и одновременно средством, обеспечивающим продвижение информации об аптечной сети ООО «Мегафарм» и ее товарах может стать создание Интернет-аптеки.

На данный момент маркетинговая политика ООО «Мегафарм» основывается на результатах исследования рынка, путем определения спроса на ту или иную группу лекарственных средств, с учетом сезонности и динамики заболеваемости населения страны, исходя из чего, определяется ассортимент и объем предложения.

Несмотря на то, что поставляемые ООО «Мегафарм» готовые лекарственные средства носят сезонный характер, фирма за счет обладания ретроспективной информацией относительно возможных вспышек заболеваний, медицинских исследований, а также изменения состояния здоровья человека в течение календарного года и соответственно изменения спроса на группу медикаментов, регулирует поток и объем поставок. За счет этого обеспечивается планомерное увеличение суммарного объема денежного потока и выполнения плана продаж.

Значительное внимание уделяется продвижению фармацевтической продукции на внутреннем рынке Украины, осуществляются при этом комплексные маркетинговые мероприятия, в частности прогнозирование объемов спроса на реализуемые препараты, разработка рекламных кампаний и схем вывода на рынок новых торговых наименований. Эффективно ведется работа по продвижению медицинской продукции посредством медицинских представителей ООО «Мегафарм», осуществляется целенаправленная поддержка рекламных акций производителей фармацевтической продукции Украины.

Основными целями деятельности ООО «Мегафарм» является обеспечение населения страны качественной сертифицированной медицинской продукцией в достаточном ассортименте и количестве, а также получения прибыли. Отразить подчиненность целей и их взаимосвязи можно с помощью «дерева целей» (рис. 1).

Использование Интернет-технологий является новым подходом к управлению бизнесом, позволяющим достичь цели максимального насыщения потребительского рынка товарами медицинского назначения.

Интернет сегодня – это глобальное средство коммуникации, не признающее границ и расстояний, эффективный инструмент исследований, развития торговли и воздействия на аудиторию.

Информация и услуги в Интернете доступны круглосуточно. Кроме того, его коммуникативные характеристики обладают высокой гибкостью, позволяющей легко производить изменения представленной информации, и, тем самым, поддерживать ее актуальность без временной задержки и затрат на распространение [1, с. 20].

Даже без продвижения в поисковых системах и без коммерческой функции, сам факт наличия сайта у предприятия существенно повышает уровень доверия, коммуникативные возможности и его репутацию. При этом затраты на разработку сайта невелики. Стоимость создания сайта-«визитки» будет составлять 750 грн-1500 грн [2, 3].

Сайты-«визитки» фактически являются небольшим представительством компании в Интернете со сведениями о ней, кратким перечнем продуктов и услуг, контактной информацией [4, с. 18].

На сегодняшний день отсутствие у предприятия сайта говорит о том, что с ним неудобно работать, так как по каждому вопросу нужно звонить и искать специалиста, который может дать ответ, а если вопрос появился по окончании рабочего дня – получить ответ невозможно. Кроме того, возникают сомнения относительно имиджа компании, а когда предприятие не заботится о своей репутации, то складывается впечатление, что требовать от него качественную продукцию невозможно.

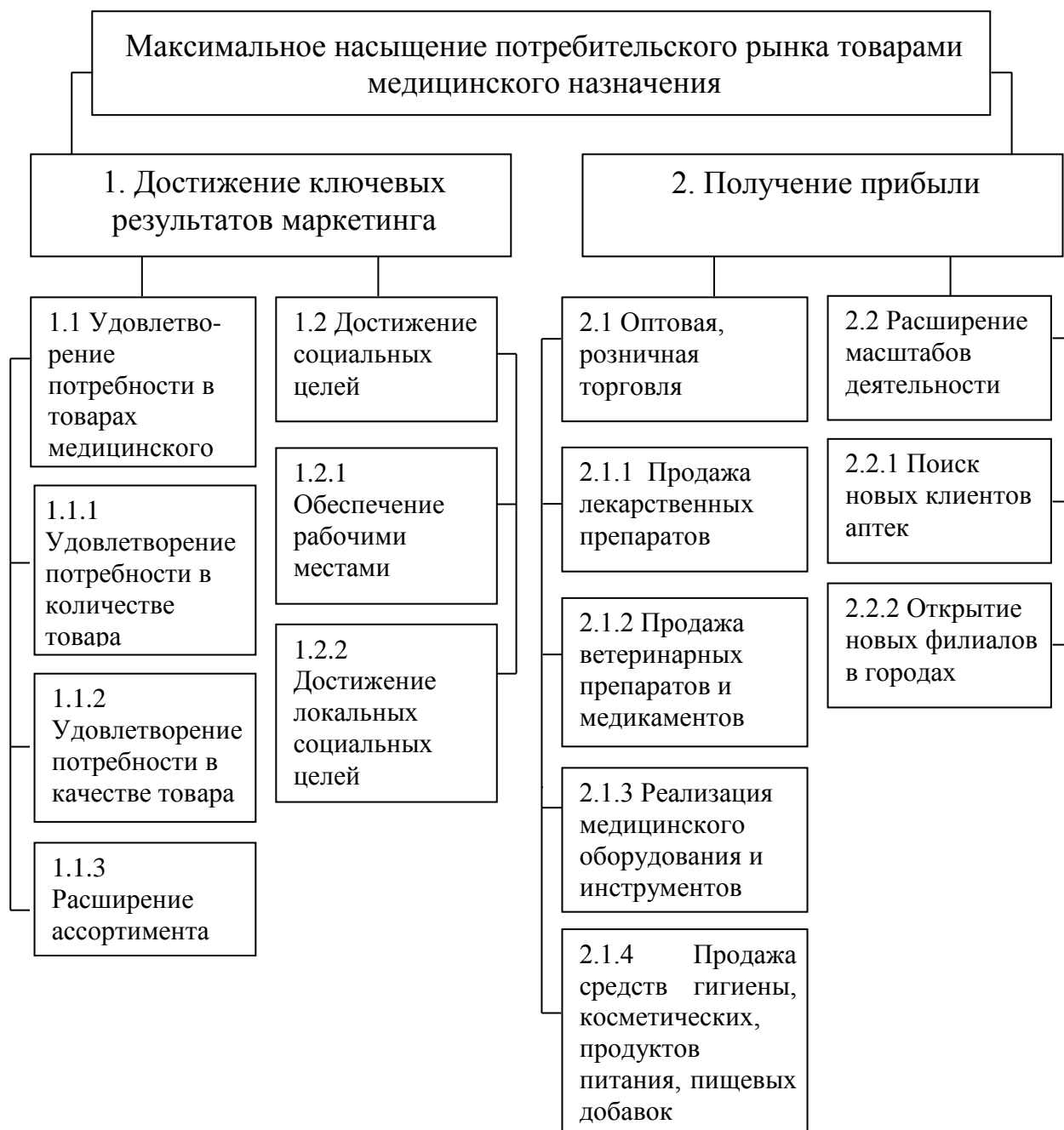


Рисунок 1 – «Дерево целей» ООО «Мегафарм»

Разработать сайт означает показать свою современность и актуальность, ведь в любом деле применение инновационных технологий влияет на образ и положительную оценку предприятия.

В условиях дефицита денежных средств ООО «Мегафарм» отказывается от планов территориального развития, а создание сайта позволяет расширять клиентскую базу и завоевывать новые рынки сбыта. С помощью сайта о фирме и ее продукции узнает много потенциальных клиентов, т.е. обеспечивается большой географический охват целевой аудитории при высокой степени доступности.

Разработка сайта обеспечивает фирме постоянную рекламу. Заплатив один раз за создание сайта, предприятие получает собственный инструмент для

проведения рекламных компаний при том, что ежемесячные расходы на сайт окажутся гораздо ниже расходов на остальную рекламу. Реклама в Интернете несколько не проигрывает традиционным СМИ в размерах аудитории и при этом является постоянно действующей, неограниченной ни объемом, ни сроком действия.

Интернет позволяет наладить оперативную взаимосвязь между фирмой и ее целевой аудиторией. Для этого на сайте используются механизмы обратной связи, такие как анкетирование, опросы, гостевые книги, форумы, рассылка новостей и т.д. Благодаря их использованию можно без дополнительных затрат получать отзывы от потенциальных клиентов. А это дает возможность лучше понять их потребности и улучшить качество обслуживания, сделать корректировки в содержании сайта.

Еще большими преимуществами обладает создание не просто сайта ООО «Мегафарм», а виртуальной аптеки.

Удачная Интернет-аптека – это в высшей степени эффективный инструмент торговли. Об этом свидетельствует стремительное развитие украинской интернет-аудитории. Пользователем Интернета является наиболее активная часть населения с доходом выше среднего уровня, а такая аудитория – наилучший вариант для продавцов, в том числе лекарственных средств и изделий медицинского назначения.

Чаще всего против создания Интернет-аптеки выступает необходимость организации службы доставки и обеспечение затрат на ее содержание [5].

В ООО «Мегафарм» имеется служба доставки, однако в данный момент она работает только с клиентами, обслуживаемыми на основе договоров со страховыми компаниями и при заказе на сумму от 300 грн. В случае создания виртуальной аптеки службу доставки необходимо будет расширять и соответственно затраты на нее увеличатся, однако практика показывает, что объем продаж полностью покрывает расходы на доставку. Рациональным решением при создании виртуальной аптеки будет установление суммы минимального заказа в диапазоне не ниже 50 грн и не выше 100 грн. Возможен вариант установления платы за доставку до определенной суммы заказа, но целесообразнее делать доставку полностью бесплатной, так как даже небольшие дополнительные затраты могут значительно снизить спрос со стороны потребителей.

Часть Интернет-аптек также предлагает услуги по доставке лекарств в города по территории всей Украины с помощью курьерской службы. В этом случае стоимость поставки будет зависеть от региона, в который необходимо доставить медикаменты, веса посылки и вида доставки. Учитывая то, что ООО «Мегафарм» не располагает ассортиментом редких товаров, которые сложно приобрести в других аптеках страны, использование такого вида доставки не принесет большой прибыли, поэтому целесообразнее сконцентрироваться на доставках в городах, в которых представлены аптеки сети ООО «Мегафарм».

Для покупателей преимущества приобретения лекарств через Интернет очевидны: лекарственная помощь становится доступной тем, кому тяжело

добраться до аптеки – инвалидам, мамам с маленькими детьми. Занятые люди могут заказать лекарства и другие товары на работу, в больницу или на дом для своих близких. Еще одно достоинство покупки в виртуальной аптеке заключается в том, что цены на товары в ней несколько ниже, чем в стационарной. Таким образом, покупатель получает возможность постоянного доступа к информации о лекарственных препаратах и, совершая покупку, экономит как свое время, так и деньги.

Аптека же, несмотря на предоставляемые скидки при виртуальной продаже, получит прибыль за счет массовости заказов. На фармацевтическом рынке Донецкой области конкурентов у ООО «Мегафарм» будет немного, так как Интернет-аптеки еще не нашли широкого распространения. Учитывая, что ООО «Мегафарм» представлена на рынке с 1998 года и уже является известной фирмой, доверие к которой проверено годами, у пользователей не возникнет сомнений о качестве заказываемой продукции.

Даже если посетитель, зайдя на сайт ООО «Мегафарм», не закажет сегодня ничего, он увидит рекламу фирмы и ее товаров, а завтра может прийти в реальную аптеку.

При выборе фирмы, которая займется разработкой сайта не стоит делать акцент на быструю скорость выполнения заказа, так как появляется риск возникновения дополнительных издержек на его доработку. Предпочтение следует отдавать официально зарегистрированной фирме, которая заботится о своем имидже, а следовательно и о качестве работы. Обязательным является наличие в портфолио разработчика проектов, аналогичных заказываемому по сложности [6].

Цена разработки Интернет-магазина изменяется в зависимости от пакета услуг и имени разработчика. Так агентство «ArtNet», работающее на рынке Интернет-услуг с 2004 года предлагает разработку Интернет-магазина стоимостью от 1750грн, а стоимость услуг Веб-студии "WWW" составит минимум 3500 грн. Срок разработки Интернет-магазина – 3-4 недели [2, 3].

Сайт Интернет-аптеки должен иметь следующие основные функциональные разделы:

- информация об аптеке (адрес, телефон, e-mail, услуги, схема проезда);
- информация о наличии товаров и планируемом поступлении в ближайшие дни (с возможностью поиска по наименованию, производителю, активному веществу);
- каталог продукции, сформированный по категориям товаров;
- сведения об условиях доставки и оплаты заказа;
- информация об акциях и скидках;
- корзина и форма заказа;
- блок авторизации (логин, пароль, регистрация)

Список медикаментов, представленных на сайте, должен включать подробную информацию о препарате (название, состав, показания к применению и полный список противопоказаний, подробную инструкцию по

применению, возможные побочные эффекты, сведения об условиях хранения), его изображение, а также название и координаты производителя.

Оплата покупки в Интернет-аптеке ООО «Мегафарм» может осуществляться наличными при получении заказа. Но также необходимо дать возможность посетителям сайта оплачивать покупку через удобные им платежные системы. Для этого необходимо включить возможность электронных платежей – Web Money, Яндекс Деньги – многие пользователи Интернета предпочитают их использовать.

Большее число покупателей привлечет возможность использования системы обратной связи. Для этого нужно разработать раздел, в котором провизор будет отвечать на вопросы клиентов. Также нужно дать возможность клиентам оставлять отзывы об Интернет-аптеке.

Интернет сделал реальностью для компаний возможность привлечь внимание нового клиента всего за десятки секунд, проведенных им перед экраном компьютера. Однако в то же время он дал возможность тому же пользователю за несколько щелчков «мыши» перейти к любому из конкурентов. В такой ситуации внимание покупателей становится самой большой ценностью, а установленные взаимоотношения с клиентами главным капиталом компаний [1, с. 19].

Для того, чтобы увеличить длительность визита пользователя и соответственно вероятность совершения покупки необходимо создать интересные и полезные рубрики на сайте: информацию о новинках фармацевтического рынка, статьи о здоровье и красоте.

Условием приобретения препаратов в Интернет-аптеке ООО «Мегафарм» будет прохождение регистрации. Для этого необходимо предоставить минимальную информацию о себе: имя, место жительства, контактный телефон, e-mail. После регистрации потенциальный клиент идентифицируется как заказчик и получает пароль и логин. Наличие данных о клиенте упрощает обработку заказа и его доставку, а сами пользователи получают возможность контролировать свои предыдущие покупки и выбирать необходимые лекарства из списка ранее приобретенных, что облегчает покупателю процедуру заказа и экономит его время.

Гарантировать успешное развитие сайта и бизнеса может его оптимизация и продвижение сайта в поисковых системах. Стартовые затраты на это составят около 1400 грн. В перечень услуг войдет подбор ключевых запросов с учетом их популярности и конкуренции, анализ информационной структуры сайта, оптимизация страниц сайта, составление описаний для регистрации в поисковых системах, рейтингах и каталогах, ручная регистрация сайта в поисковых системах и тематических каталогах, полуавтоматическая регистрацию сайта в каталогах и т.п. [3].

В дальнейшем работы по продвижению сайта могут продолжаться в зависимости от потребностей и задач, поставленных перед сайтом ООО «Мегафарм».

После начала работы Интернет-аптеки ООО «Мегафарм» необходимо будет проводить маркетинговые исследования, опросы, чтобы определить, какие потребители приходят именно через Интернет, какие препараты наиболее востребованы, на основании чего будут разрабатываться дальнейшие мероприятия. Это покажет, насколько эффективно работает виртуальная аптека и как благодаря ей возросли продажи в реальной аптеке.

Использование современных технологий является важнейшим фактором, обеспечивающим конкурентоспособность фирмы. В условиях дефицита денежных средств фармацевтические фирмы вынуждены отказываться от планов территориального развития и экономить на продвижении товаров. Рациональным решением в такой ситуации является использование методов электронной коммерции.

Сайт, являясь лицом современной компании, выполняет роль многоцелевого инструмента бизнеса, который позволит ООО «Мегафарм» укрепить лидирующие позиции на фармацевтическом рынке Украины.

Интернет-аптека обеспечит потребителей качественными и доступными фармацевтическими товарами, лекарственная помощь станет доступной тем, кому тяжело добраться до аптеки. Таким образом будут достигнуты цели ООО «Мегафарм» как коммерческого предприятия и получен важный социальный эффект.

### Литература

1. Успенский И.В. Интернет-маркетинг. – СПб.: СПГУЭиФ, 2003. – 197 с.
2. Студия Веб Дизайна «ArtNet» // <http://www.artnet.com.ua>
3. Веб-студия «WWW» // <http://web-studia.com.ua>
4. Гуров Ф. Продвижение бизнеса в Интернет. Все о PR и рекламе в Сети. – М.: Вершина, 2008. – 152 с.
5. Заикин Д. Виртуальная аптека – за и против // <http://www.medicinform.net/business/stat2.htm>
6. KiitDesign. Зачем нужен сайт? // <http://kiit.net/index.php?p=17>

**УДК 070:378.147**

### **РЕАЛІЗАЦІЯ ПРЕВЕНТИВНОЇ ФУНКЦІЇ НА СТОРІНКАХ ПРЕСИ**

**Мазоха К.А.**

**Артамонова І.М.**

Людина, і насамперед молода людина, завжди знаходилася в епіцентрі всіх суспільно-значимих процесів. Молодь була передовиком суспільства, резервом старшого покоління, на яке завжди можна було покластися. В наш час про молодіж прийнято говорити як про суспільне непорозуміння, але на все є причини. На сьогоднішній день офіційно в Україні нараховується близько 500 тисяч наркоманів, при цьому майже 5 тисяч не досягають 18 років. За чисельністю залежних від наркоманії Донецька область займає одне з перших