

## Оцінка рівня обслуговування споживачів в аптечних закладах.

**Харчій О.М.,**

*кафедра фармацевтичного маркетингу та менеджменту*

*Національний фармацевтичний університет*

[Harley\\_99@ukr.net](mailto:Harley_99@ukr.net)

Актуальність дослідження. Фармацевтична галузь посідає значне місце й в економіці України, є важливим сегментом національного ринку, багато в чому визначає національну й оборонну безпеку країни, вирізняється великою наукомісткістю та розвинутим кооперуванням.

Аптека – заклад охорони здоров'я, що функціонує на підставі ліцензії і в якому здійснюється роздрібна реалізація ЛП, виробів медичного призначення (ВМП) та інших товарів, виготовлення ЛП за правилами, встановленими чинним законодавством.

На сьогодні в Україні фармацевтична галузь є однією з бюджетоформуючих галузей промисловості. Вітчизняні ліки повернули собі репутацію якісних та ефективних препаратів. Більшість громадян обирають в аптеках українські ліки.

Метою нашої роботи є оцінка рівня обслуговування споживачів «Аптека низьких цін».

Аптека — найважливіша ланка фармацевтичного ринку. Від ступеня відповідності її структури всім економічним і соціальним вимогам залежить якість фармацевтичної допомоги населенню

Зростання конкуренції на фармацевтичному ринку змушує аптеки вносити зміни в діяльність: запровадження системи самообслуговування; розширення сервісних послуг; присутність консультантів у торговому залі; організація цілодобової роботи; використання інноваційних технологій автоматизації роботи аптеки

Стрімке розширення мережі аптек змушує всіх учасників роздрібної торгівлі фармацевтичної продукції задуматися про те, як зміцнити свої позиції на ринку. При цьому виживають найбільш пристосовані – ті, хто зможуть надати найбільш якісні послуги за прийнятними для споживачів цінами, і ті, хто вдосконалюють рівень обслуговування клієнтів.

Розглянемо яке саме найголовніше завдання провізора. Завдання провізора – зміцнити віру хворого в одужання, цілющу силу ліки, фармацію та медицину в цілому. Для цього провізор повинен мати високі професійні та моральні якості, правильно будувати і регулювати свої взаємовідносини з відвідувачами аптеки, використовуючи методи психологічного впливу на хворого.

Для створення якісного обслуговування в аптеці необхідно:

- створення сприятливої атмосфери, як у колективі підприємства, так і в спілкуванні з відвідувачем.;

- створення певних вимог до зовнішнього вигляду провізорів «першого столу»: однакові халати і ковпаки (уніформа), охайна зачіска, макіяж, доглянуті руки — все це є запорукою довіри покупця;

- розробка алгоритмів спілкування провізора з покупцем дозволяє з більшою точністю вибрати найбільш оптимальний препарат (у разі ОТС-препарату);

- забезпечення своєчасного проходження курсів підвищення кваліфікації, відвідування тематичних занять і семінарів працівниками аптеки підвищує рівень професіоналізму і дозволяє більш якісно виконувати свою роботу;

- створення системи інформаційного забезпечення клієнтів аптеки: виділення в торговому залі місця для провізора-інформатора, удосконалення телефонної довідкової служби аптеки, створення електронного каталогу в торговому залі аптеки або сайту в мережі Internet, що містить інформацію про всіх наявних лікарських препаратах (виробник, кількість, ціна), створення баз даних про клієнтів аптеки.

Професійна діяльність фармацевтичних працівників відноситься до галузі охорони здоров'я, і від розв'язання питань етики і деонтології значною мірою залежить здоров'я, настрої людей, морально-психологічний клімат у суспільстві, надає помітне дію на продуктивність праці

Основними напрямками підвищення ефективності роботи в аптечних закладах є:

- поліпшення організації і обслуговування робочих місць;
- раціоналізація засобів і методів праці, які прискорюють і полегшують процес виготовлення і відпуску ліків та інших товарів;
- поліпшення трудової дисципліни, підвищення рівня творчої активності працівників;
- удосконалення форм і систем оплати праці і економічного стимулювання;
- удосконалення праці управлінського персоналу

**Висновки:** Отже, можна зробити висновок, що рівень обслуговування впливає на поведінку споживачів щодо здійснення покупки в конкретній аптеці. На сьогоднішній день проблема підтримки конкурентних переваг аптечних установ за рахунок надання якісних послуг та постійного вдосконалення рівня обслуговування клієнтів стає однією з найбільш значущих для добробуту аптек і вимагає подальшого вивчення.

### **Список літератури:**

1. Карпенко, Н.В. Маркетингові дослідження: Навчально-методичний посібник / Н.В. Карпенко. – Полтава, 2009. – 149 с.
2. Мнушко, З.Н. Менеджмент и маркетинг в фармации. ч. I. Менеджмент в фармации: Учебник для студентов вузов / З.Н. Мнушко, И.М. Дихтярева; Под ред. З.Н. Мнушко. – Харьков: изд-во НФаУ: Золотые страницы, 2007. – 360 с.