

АНАЛІЗ СЕРВІСНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ВІДВІДУВАЧІВ АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДІВ

Єгорова В. А., Шуванова О. В.

Національний фармацевтичний університет

shuvanovaev@gmail.com

Надважливою є проблема сервісного обслуговування відвідувачів аптечних закладів (АЗ). В умовах, які склалися, впровадження широкого спектру додаткових послуг АЗ може стати суттєвим чинником для підвищення якості фармацевтичної допомоги та залучення за рахунок цього споживачів, що забезпечить конкурентоздатність підприємства.

Мета дослідження. Метою роботи є аналіз досвіду сервісної діяльності АЗ в Україні і за кордоном, оцінка спектру послуг та їх якості на прикладі діяльності одного з АЗ «Аптечної мережі «9-1-1», розташованого у м. Харкові.

Методи дослідження. Методами дослідження є аналіз документів, спостереження, системний аналіз, узагальнення результатів дослідження.

Аналіз асортименту послуг, які надають АЗ у різних країнах світу показав, що окрім послуг, пов'язаних з відпуском лікарських засобів (ЛЗ) і консультаціями, які його супроводжують, фармацевтичні працівники проводять аналіз фармакотерапії, контролюють множинні призначення на предмет взаємодії ЛЗ або виключення дублюючих призначень у різних рецептах, здійснюють вакцинацію, різні діагностичні процедури, збирають інформацію про пацієнтів (демографічні дані, історія хвороби, побічні реакції на ліки в анамнезі, алергічні реакції, перелік призначених препаратів) долучаються до програм лікування та профілактики неінфекційних хвороб (цукрового діабету, артеріальної гіпертензії, бронхіальної астми), приймають для утилізації ЛЗ від населення тощо. Слід зазначити, що майже усі ці послуги оплачуються аптекам за рахунок фондів медичного страхування.

Аналіз спектру послуг, які надають АЗ в Україні показав, що окрім відпуску ЛЗ і фармацевтичної опіки спектр послуг досить обмежений. Самою сучасною і затребуваною послугою є інтернет-замовлення товарів аптечного асортименту. Деякі АЗ надають послуги вимірювання тиску, рівня глюкози у крові, здійснюють доставку товару (окрім ЛЗ), допомагають у виборі косметичних засобів, окулярів тощо. Понад 6 тис. АЗ приймає участь у забезпеченні населення пільговими ліками у рамках урядової програми «Доступні ліки», приблизно така ж їх кількість долучена до соціальних програм, які провадяться закордонними та вітчизняними виробниками.

Найпопулярнішим сервісом «Аптечної мережі «9-1-1» є інтернет-замовлення. Зручний сайт, широкий асортимент товарів і розгалужена мережа

АЗ роблять цю послугу дуже затребуваною. Окрім того, «Аптечна мережа «9-1-1» ефективно співпрацює зі страховими компаніями, соціальними та урядовими програмами. «Аптечна мережа «9-1-1» приймає участь в урядовій програмі «Доступні ліки», а також в соціальних програмах «Оранж карт» «Медікард», «Терапія» та ін.

Перелік послуг, які надає фармацевтичне підприємство значно впливає на кількість і контингент споживачів, на попит на певні групи товарів, на суму середнього чека і на загальні економічні показники діяльності АЗ. Нами було проаналізовано продажі у досліджуваному АЗ за IV квартал 2019 р. за кількістю чеків. Аналіз виявив, що половину чеків дають інтернет-замовлення. Це свідчить про значний внесок цієї послуги в економічні показники діяльності АЗ. Кількість чеків за програмою «Доступні Ліки» становить лише 2% у загальному обсязі, учасники соціальних програм «Оранж карт» «Медікард», «Терапія» та інших діють внесок у кількість чеків близько 1,5%, обслуговування клієнтів за договорами зі страховими компаніями— 0,2%. Участь в урядових та соціальних програмах, хоча і займає невелику частку у забезпеченні прибутковості АЗ, але має велике значення для здійснення соціальної функції.

Одним з розповсюджених методів оцінки якості обслуговування є аналіз скарг і пропозицій клієнтів. Для аналізу якості послуг у «Аптечній мережі 9-1-1» було здійснено аналіз відгуків споживачів на інтернет-сайті підприємства за IV кв. 2019 р. За досліджуваний період на сайті було залишено 67 повідомлень. Питома вага скарг була найбільшою і склала 57% від усіх відгуків, 31% — це подяки, інші — пропозиції та запитання. Серед повідомлень, які містили скарги, найчастіше зустрічалася незадоволеність якістю обслуговування: споживачі скаржаться на неввічливість персоналу АЗ, зрідка на некомпетентність, а найчастіше — на помилки, неточності та несвоєчасність виконання замовлень, які зроблені через сайт або по телефону.

Аналіз сторінки відгуків і відповідей на них підтверджує, що «Аптечна мережа «9-1-1» ефективно працює зі скаргами, робить висновки і це допомагає підтримувати рівень сервісу на достатньо високому рівні. Співробітники АЗ намагаються задовольнити вимоги кожного клієнта, виправити помилки, провести роботу зі співробітниками, які їх скоїли та принести клієнту вибачення за принесені незручності.

Висновки. Проведений аналіз виявив значну розбіжність у спектрі послуг, які надають АЗ в Україні і за кордоном. Українським АЗ слід звернути увагу на те, що розширення переліку послуг може значно вплинути на рівень конкурентоспроможності АЗ. Приклад досліджуваного АЗ свідчить що послуги інтернет-замовлення користуються значним попитом, мають питому вагу серед усіх послуг АЗ та дають значний економічний ефект.