

ВІДКРИВАЄМО НОВЕ СТОРІЧЧЯ: ЗДОБУТКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

відношенню до самолікування наступним чином - близько 80% використовували ЛЗ не звертаючись до лікаря, серед них: понад 60% осіб жіночої статі середнього віку. Причинами відмови від звернення до лікаря респондентами було зазначено: брак часу, невиразність симптомів, необхідність грошових витрат, платні медичні послуги, які не завжди матеріально доступні пацієнтові та недовіра до лікарів. Також при аналізі результатів опитування встановлено, що чим вище рівень освіти респондентів, тим більше він був прихильний до «відповідального самолікування». В результаті анкетування було з'ясовано, що половина опитаних у виборі засобів для самолікування керуються рекомендаціями фармацевтичного фахівця; майже третина опитаних приймають ліки обрані самостійно; менша частина керуються порадами родичів і друзів, або отримують інформацію із засобів масової інформації та Інтернету. За допомогою анкетування респондентам було запропоновано охарактеризувати дії фармацевта при зверненні за лікарськими засобами безрецептурного відпуску. За результатами даного опитування встановлено, що фахівці аптек найчастіше (в 60% випадках) пропонували на вибір препарати різних цінових категорій; 18% респондентів вважали, що їм запропонували тільки дорогі ліки; 22% - що непотрібні ліки. Тільки 5% опитаних вказали, що фармацевт надавав інформацію про схему прийому і про необхідність прочитати інструкцію, а 30% - про необхідність придбати додатково ЛЗ, які сприяють підвищенню ефективності лікування. Слід зазначити, що тільки 15% вказали, що аптечний працівник рекомендував їм звернутися до лікаря при відсутності ефекту від обраного ЛЗ. Також було проведено порівняння думки фармацевтичних працівників і відвідувачів про обсяг необхідної інформації при відпуску препаратів для «відповідального самолікування» (спосіб застосування, частота прийому, небажані побічні реакції, правила зберігання ЛЗ в домашніх умовах). Істотні відмінності встановлені тільки в питанні про зберігання ЛЗ в домашніх умовах 35% і 17% відповідно, що говорить про нерозуміння хворих важливості дотримання правил зберігання.

Висновки. За результатами дослідження встановлено, необхідність вдосконалення фармацевтичного обслуговування відвідувачів в процесі відпуску лікарських засобів для «відповідального самолікування». Саме в умовах відпуску безрецептурних препаратів ключову роль повинен грати аптечний фахівець, який шляхом якісного фармацевтичного консультування буде сприяти безпечному застосуванню безрецептурних ЛЗ пацієнтом.

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ АПТЕК

Бондарєва І.В., Кремезна Т.О.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

fmm@nuph.edu.ua

Вступ. Сьогодні споживач повинен стати головним пріоритетом і найважливішою ланкою в діяльності суб'єктів ринку фармацевтичних товарів на всіх рівнях. Тільки при його безпосередній участі можливо розглядати якість надання фармацевтичної допомоги не тільки як набір об'єктивних характеристик, але і як сукупність суб'єктивних оцінок. Вивчення факторів, що формують споживчу поведінку на ринку ліків, які впливають на вибір і застосування фармацевтичних продуктів, що лежать в основі дій людини, яка звернулася в аптеку, дозволить вивчити можливості цілеспрямованого впливу на звернення і підняти якість надання фармацевтичної допомоги населення.

Мета дослідження. Метою роботи є аналіз маркетингових інструментів впливу на поведінку споживачів аптек.

Матеріали та методи. Анкетування, аналіз, системний, порівняння, узагальнення, графічний.

Отримані результати. Для вивчення факторів, що визначають поведінку кінцевого споживача на ринку фармацевтичної продукції, нами було проведено методом анонімного анкетування 55 споживачів. Виявлено, що 88% опитаних склали жінки. Виявлено, що 67% споживачів аптек мають щомісячний дохід на одного члена сім'ї в розмірі від 3 до 7 тис. грн. Встановлено, що 51% споживачів аптек вважають задовільною цінову доступність ліків, у 42% випадків ними оцінюється як незадовільна і 7% — складно відповісти. Виявлено, що для 77% споживачів аптек оптимальна вартість ліків за результатами анкетування — від 50 до 250 грн. На покупку ЛЗ опитані вважають оптимальним витратити менше 10% сімейного бюджету.

На вибір аптеки в більшій мірі впливають ціни на представлений асортимент і її місце розташування. Виявлено, що головною причиною, що викликає відмову від відвідування конкретної аптечної організації служить неякісний товар (25% відповідей опитаних), а також високі ціни (30% відповідей опитаних), дефектура ліків та виробів медичних (19%), і грубий персонал (16%).

Висновки. Отже, проаналізовано маркетингові інструменти управління поведінкою споживачів аптечних закладів. Використання розглянутих інструментів впливу на поведінку споживачів фармацевтичної продукції дозволить підвищити, з одного боку, рівень економічної ефективності аптечних закладів, з іншого — задовольнити потреби споживачів ліків.

УПРАВЛІННЯ СТРЕСАМИ В АПТЕЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Бондарєва І.В., Михайленко Ю.С.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

fmm@nuph.edu.ua

Вступ. Безліч чинників навколишнього середовища здатні викликати стрес у людини. В організаціях, де безперервно здійснюється робочий процес стресові ситуації виникають досить часто. Цьому сприяють конфлікти між членами колективу, невирішені завдання, перевантаженість роботою, брак часу. Але найчастіше від усіх цих факторів страждає керівник організації. Чим більше відповідальності покладається на нього, чим більше підлеглих знаходяться у нього в розпорядженні, тим більше фактів і явищ повинні піддаватися контролю.

Мета дослідження. Метою роботи є управління стресами в аптечних підприємствах.

Матеріали та методи. Анкетування, аналіз, системний, графічний.

Отримані результати. Нами було проведено опитування 58 працівників аптек для дослідження стресу серед фахівців фармацевтичного ринку. Виявлено, що 30% учасників опитування — завідувачі аптечних підприємств, а 70% — провізори та фармацевти. Встановлено, що 91% опитаних — жінки. Чоловіки менш схильні до стресів, при цьому чоловіки частіше обирають деструктивні способи його подолання (алкоголь, куріння, висококалорійна їжа, агресія).

Виявлено, що 95% фармацевтичних фахівців відчували стрес, і лише 5% опитаних, відповіли, що не відчували. Виявлено, що понад 80% — респондентів відзначили, що найчастіше відчувають емоційний стрес, 15% — фізіологічний та 5% — інформаційний. Варто