

- опис функціональної структури (дії процесу), побудова IDEF-діаграм.
- опис потоків (матеріальних, інформаційних, фінансових) процесу, побудова DFD-діаграм.
- побудова організаційної структури процесу (відділи, учасники, відповідальні).

Отже, таким чином можна зробити висновок, що для ефективного моделювання бізнес-процесу слід використовувати інформацію з первинного джерела. В інших випадках моделювання може бути не ефективним, та звичайною тратою коштів, часу та інших ресурсів.

ЯКІСТЬ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АПТЕЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*Жадько С.В. *, Мойсеева О.А.*

*доцент кафедри фармацевтичного маркетингу та менеджменту
спеціальність «Фармація», 5 курс

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Серед основних тенденцій розвитку вітчизняного фармацевтичного ринку можна виділити активне зростання і укрупнення аптечних мереж. Конкуренція у фармацевтичному бізнесі стає все більш жорсткою, проблема утримання своєї частки на ринку для аптек – все більш актуальною. Для того, щоб завоювати лояльність споживачів, аптечному підприємству вже недостатньо мати широкий асортимент та прийнятний рівень цін. Серед аптек та аптечних мереж, на відміну від інших учасників фармацевтичного ринку, переважає нецінова конкуренція. Аптеки активно використовують такі конкурентні переваги та інструменти, як рівень сервісу, зручне розташування, подовжений режим роботи. При виборі аптеки різні категорії споживачів керуються різноманітними мотивами: ціна, асортимент, професіоналізм персоналу, зручність розташування, загальний імідж аптеки, сервіс, отримані емоції.

Використання сучасними аптечними підприємствами клієнт-орієнтованого підходу дозволяє максимально задовольнити потреби реальних споживачів та залучити нових.

Запровадження пакету додаткових послуг може неабияк сприяти конкурентоспроможності аптечних підприємств. При цьому виділяють фармацевтичні, інформаційно-консультативні, медичні консультативні, оздоровчі та просвітницькі послуги, які можуть надаватися безкоштовно або на платній основі. Перелік можливих послуг аптек досить ємкий: попереднє замовлення (резервування лікарських засобів), прийом замовлень по телефону, довідкова служба, сервісне обслуговування товарів з гарантійним терміном, надання місця для паркування, дитячі кімнати, консультації лікарів, доставка ліків додому, експрес-тестування і діагностика захворювань, вимірювання антропологічних даних, освітні програми для хронічних хворих (школи пацієнтів), школи здоров'я, підбір дієти, прокат виробів медичного призначення тощо.

На нашу думку, частина даних послуг виходить за межі фармацевтичного обслуговування, але сприяє формуванню лояльності клієнтів та стимулює збут в аптеці. Поняття фармацевтичне обслуговування включає усі види послуг, що надаються з боку провізорів (фармацевтів) в рамках надання фармацевтичної допомоги. Разом з відпуском лікарських препаратів, фармацевтичне обслуговування включає також інформування, просвіту й пропаганду щодо сприяння суспільній охороні здоров'я, надання інформації стосовно лікарських засобів та консультування, здійснення регуляторної діяльності, професійну освіту та підготовку кадрів.

У той час, коли національні стандарти належної аптечної практики в Україні не розроблені, аптеки та аптечні мережі все частіше запроваджують внутрішні корпоративні стандарти обслуговування, які стають обов'язковими для виконання усіма співробітниками аптек у процесі обслуговування клієнтів. Запровадження таких стандартів покликане задовольнити очікування відвідувачів аптек, гарантувати їх упевненість у правильному виборі товару, створити

психологічний комфорт у спілкуванні з провізором, демонструвати повагу та бажання допомогти у вирішенні проблем, що сприяє здійсненню додаткових супутніх покупок (а отже збільшенню середньої вартості чека) та формуванню довгострокових стосунків з клієнтами. Як правило, стандарти обслуговування включають такі складові, як зовнішній вигляд провізора, зустріч та привітання клієнта, виявлення потреб, консультування, пропонування варіантів покупки, робота з запитаннями та запереченнями, завершення продажу. На даний час використовуються такі методи оцінки якості обслуговування, як «таємний покупець», опитування покупців (у формі анкетування, тестування, відеозйомки, аудіозапису), інспекції.

Висновки. На сьогоднішній день якість обслуговування відвідувачів аптек та формування оптимального переліку послуг є важливим фактором забезпечення конкурентоспроможності аптечних підприємств.

АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ ТА СТРУКТУРИ СПОЖИВАННЯ ВЕНОТОНІЗУЮЧИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ В УКРАЇНІ

*Жадько С.В. *, Сироєжкіна О.В.*

*доцент кафедри фармацевтичного маркетингу та менеджменту
спеціальність «Фармація», 5 курс

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Хронічні захворювання вен (ХЗВ) нижніх кінцівок поширені серед 70-80% населення розвинених країн світу. Важливим компонентом фармакотерапії ХЗВ є застосування венотонізуючих лікарських препаратів (ЛП), які підвищують тонус вен, збільшують венозний і лімфатичний відтік з нижніх кінцівок.

Мета дослідження – аналіз асортименту та структури споживання венотонізуючих ЛП в Україні; використано системний і статистичний аналіз.

При аналізі асортименту венотонізуючих ЛП використані дані ДП «Державний Експертний центр МОЗ України», систематизація проведена за