

З любов'ю, «САРЕПТА»



Сарепта Сидонська вперше згадується у Біблії як земля обітована. Це місто, розташоване в родючій долині. Дослівно слово «сарепта» означає «хліб і масло». Нині цю брендову назву має відома у Донбасі виробничо-торгова фірма, одним із напрямків діяльності якої є роздрібна торгівля лікарськими засобами

СПОЧАТКУ БУЛИ ГІРЧИЧНИКИ...

Концерн «Сарепта» знаний в Україні та за її межами як багатопрофільне підприємство у сфері виробництва й торгівлі. За 20 років роботи група компаній «Сарепта» досягла значних успіхів у виготовленні й реалізації виробів медичного призначення, за що нагороджена багатьма дипломами і грамотами. Компанія володіє сучасними заводами, новими технологіями й базою для створення і впровадження нових лікарських форм, що завжди було стратегічним і пріоритетним напрямком її розвитку.

Першу продукцію підприємства було випущено в 1992 р. на невеликій дільниці з виробництва гірчичників. Сьогодні асортимент ТОВ «Англійсько-українське підприємство «Сарепта-медіапласт», ТОВ «ВТФ «Сарепта» і ТОВ «Деліта» представлений вісьмома торговими марками: гірчично-льняний компрес, гірчичники, гірчичний порошок;

лейкопластирі «С-Пласт»; фіточаї та фітокомпозиції «СарептаФіто»; маска-ліфтинг «Сарепта Beauty»; вологі серветки «Незабудки», «Ладушки», «Флорія».

Усі стадії виробничого процесу, починаючи з розробки нових виробів і закінчуючи контролем якості готової продукції, відповідають вимогам Директиви 93/42/ЄС, що підтверджено наданим правом нанесення на вироби підприємства ЄС-маркування. Тож не дивно, що впровадження європейської системи управління якістю дозволило компанії зареєструвати свої торгові марки та постійно збільшувати обсяги продажу у країнах ЄС.

Одночасно з виробництвом ТОВ «Виробничо-торгова фірма «Сарепта» здійснює гуртову й роздрібну торгівлю медикаментами та виробами медичного призначення, що дає можливість сформувати на підприємстві єдиний цикл від виробника до споживача. Річний товарообіг компанії

становить понад 100 млн грн. Гуртовим відділом продажу створено широкую дистрибуторську базу, яка охоплює всіх національних, регіональних дистрибуторів і великі роздрібні мережі, а також близько 300 прямих клієнтів, що забезпечило наявність товару в усіх областях України.

ТОВ «ВТФ «Сарепта» здійснює зовнішню торгівлю з Азербайджаном, Білоруссю, Грузією, Казахстаном, Латвією, Киргизією, Молдовою, Таджикистаном, Узбекистаном, США, Німеччиною, Грецією, Ізраїлем. Частка ринку продукції «Сарепта» у Росії та країнах СНД становить 10%.

Роздрібна торгівля здійснюється через власну мережу з 18 аптек у Донецьку та Донецькій області, також продукція реалізується у супермаркетах України.

Головний принцип діяльності фірми — висока якість: якість виробленої продукції та якість обслуговування покупців.

**АПТЕКА І ТОРГОВИЙ КОМПЛЕКС:
РАЗОМ КРАЩЕ**

Основна конкурентна перевага аптечної мережі «Сарепта» над іншими операторами роздрібно-фармацевтичного ринку на Донеччині — розташування аптек поряд із торговими комплексами — сучасними продуктовими супермаркетами — під однією торговою маркою. Ще один плюс — власна аптечна мережа виступає таким собі полігоном для дослідження гуртового продажу виробів медичного призначення власного ж виробництва.



Дмитро Зайцев

— Наша перша аптека з'явилася в Донецьку 11 років тому, — пригадує Дмитро Зайцев, директор ТОВ «ВТФ «Сарепта». — Тепер маємо 18 великих класичних повноцінних аптек готових лікарських форм в обласному центрі (здебільшого вони знаходяться у центрі міста), а також в Єнакієвому, Краматорську, Макіївці, Святогорську, Авдіївці, Ясинуватій, Горлівці.

Зовнішній і внутрішній дизайн аптек розробляли в єдиному стилі відповідно до корпоративних стандартів і фірмових синьо-білих кольорів.

Роздрібна реалізація лікарських засобів розвивалася паралельно з роздрібним продуктивним напрямком. Експерти-економісти і фахівці з продажу компанії вчасно помітили, що магазин і аптека разом працюють дуже і дуже непогано. Такий формат зручний покупцеві: йдучи за продуктами, людина заходить до аптеки за необхідними ліками. Вигідно й аптеці, адже зазвичай продукти харчування купують майже щодня, тому кількість спонтанних покупок в аптеці, яка знаходиться поруч із супермаркетом, також зростає.

Асортимент лікарських засобів і виробів медичного призначення в аптечній мережі «Сарепта» сягає 10 тисяч найменувань. За словами керівника роздрібно-департаменту підприємства Ірини Ярмоли,

головне — працювати без відмов. Кожен відвідувач повинен отримати те, за чим прийшов. Іншими словами, у «Сарепті» продають сервіс.

Постачальники мережі — провідні в Україні дистриб'юторські компанії ТОВ «Альба Україна», ТОВ «Фра-М, СП «Оптіма-фарм», ТОВ «БадМ». Усі медикаменти й виробі медичного призначення, які надходять до «Сарепти», супроводжуються повним пакетом дозвільних документів. Тому в якості, безпеці та ефективності продукції, розташованої на аптечних полицях «Сарепти», у Донецьку ніхто не сумнівається.

До цінової політики на фірмі підходять достатньо виважено. Тобто на соціально значущі недорогі лікарські засоби націнка ставиться мінімальна — 6–7%, на дорогі медикаменти, які застосовують для лікування хронічних і тяжких захворювань, — не перевищує 25%. Жодних демпінгів, акцій, нічого такого, що спершу може здивувати, а потім обурити. Тут своїх клієнтів не обдурюють. На думку керівництва, картки на знижку, які безсистемно видають усім без винятку, вже себе не виправдовують. Нині в кожного донецчанина накопичилося по 5–7 таких карток різних аптечних мереж. А сенс? Все одно найчастіше людина іде до аптеки, професіоналізму працівників якої довіряє.

— Кадри — найбільша цінність аптечної мережі, — каже Дмитро Зайцев. — По-перше, це «командири», завідувачі аптек, найдосвідченіші провізори, на яких, зрештою, тримається підприємство. По-друге, колективи.

За пошук нових фахівців відповідає відділ кадрів. Крім того, керівник роздрібно-департаменту Ірина Ярмола викладає на фармацевтичному факультеті Донецького державного медичного університету, тож компанія має можливість добирати персонал серед найкращих випускників, а не через кадрові агенції чи оголошення в газетах. Кожен колектив — живий організм, і взяти в нього абиякого неможливо. До працівників у нас ставляться дбайливо. Ясна річ, подальше й постійне навчання спеціалістів відбувається безпосередньо на робочих місцях, на курсах підвищення кваліфікації, регулярних тренінгах і семінарах, у тому числі від виробників.

НЕМА МЕЖІ ДОСКОНАЛОСТІ

Аптека № 2 — справжня «перлина» аптечної мережі «Сарепта», найулюбленіша серед донецчан. «Наша», «рідна», «домашня» — так відгукуються відвідувачі про цей аптечний заклад.

— Наша аптека розташована на одній із центральних магістралей Донецька — Київському проспекті, — розповідає завідувач аптеки Марина Шеремета. — Її загальна

площа — 220 м², тож маємо вдосталь місця для розміщення широкого асортименту й виставкових вітрин.

В аптеці два просторих торгових зали, де без проблем вдається одночасно обслуговувати велику кількість відвідувачів і вільно пересуватися навіть із дитячою коляскою чи на інвалідному візку. Комфортні умови для покупців продумано до дрібниць і створено з любов'ю. Затишні зони відпочинку для дітей і дорослих, зручний шкіряний диван, система промислового кондиціонування, демонстраційний екран для релаксації, багато денного світла й живої зелені. Складається враження, що ми прийшли в гості до тих, хто із нетерпінням на нас чекав.

Придбавши потрібні медикаменти, відвідувачі можуть поспілкуватися з консультантом щодо лікувальної косметики, за столиком з електронним тонометром виміряти артеріальний тиск, отримати інформаційну і науково-популярну літературу. За словами Марини Шеремети, популярністю серед постійних відвідувачів користується журнал «Здорово», із редакцією якого аптека працює з дня заснування видання. Про це фармацевтам вдалося дізнатися завдяки анкетуванню, яке проводилося серед клієнтів. Достовірною інформацією про хвороби й ліки допомагає людям зорієнтуватися в сучасному асортименті лікарських засобів, відповідальніше ставитися до самолікування.

Марина Юрївна розповідає, що в аптеці немає рекламних наліпок. Для інформаційних цілей у торговому залі встановлено спеціальні демонстраційні вітрини з оригінальним оформленням. Вони зручно розташовані й ненав'язливі в поданні інформації. Не залишає байдужими відвідувачів демонстраційна вітрина з фірмовою продукцією ВТФ «Сарепта». Оразу видно, що це гордість аптеки.



Марина Шеремета

50 обмін досвідом



Щодо мерчандайзингу, то аптека вдало поєднує класичний стиль і вільний доступ до виставкових вітрин у залі косметики і товарів для дітей, де робота фармацевта має консультаційний характер.

«Родзинка» аптеки — щорічні традиційні конкурси дитячого малюнка, які відбуваються у день народження аптечного закладу. У конкурсах визначають номінантів, а не переможців і переможених, адже в них беруть участь діти різного віку. В урочистій і святковій обстановці кожен учасник отримує подарунки від українських та іноземних виробників, забирає з собою фотографії на пам'ять і багато позитивних емоцій. Цілий рік роботи маленьких художників прикрашають стіни аптеки, створюють добру ауру, виклика-

ють щирі посмішки. Діти з нетерпінням очікують на наступний день народження улюбленої аптеки.

Креативності, небайдужості й енергійності завідувача цього аптечного закладу можна по-доброму позаздрити. Ось лише два яскравих приклади, які доводять, що професія аптекаря — творча.



Одного дня на відвідувачок аптеки чекав приємний сюрприз. У відділі парафармацевтичної продукції візажисти-представники відомої свого часу фірми декоративної косметики демонстрували мистецтво мейк-апу на всіх бажаючих. Жінки отримували від аптеки фото «до» і «після».

А рік тому вулицями Донецька курсував тролейбус із рекламою аптечної мережі «Сарепта». Її «обличчям» Марина Юрїївна запропонувала обрати не модель чи актрису, а провізора аптеки. Бачили б ви реакцію постійних клієнтів, які раптом «зустріли» улюбленого першостільника не біля аптечного віконечка, а на «тролейбусній» рекламі!

— Колектив аптеки — це насамперед союз однодумців, які прагнуть до постійного професійного зростання, готові завжди прийти на допомогу відвідувачам і одне одному, — розмірковує Марина Шеремета. — Наше гасло: «Прагнення до досконалості». Ми — люди різних поколінь, об'єднані любов'ю до професії, не боїмося передати свої знання і досвід молоді. Ми працюємо із великою віддачею, із добрим настроєм, із душею, але вміємо і відпочивати. До свят придумуємо цікаві сценарії (у нас є своя команда веселих і винахідливих «Сарепта-Скарб»), організовуємо спільні походи до басейну, виїжджаємо на екскурсії. Навіть пісню склали й записали у професійній студії звукозапису.

Займатися улюбленою справою приємно, істинна насолода — бачити результати напруженої праці.

Лариса Дедишина

ШАНОВНІ КОЛЕГИ!

Червень став рекордним за кількістю зареєстрованих у Верховній Раді проектів, що стосуються фармацевтичної галузі. Звертаємо вашу увагу на те, що на різних стадіях затвердження знаходяться:

- проекти законів про внесення змін до деяких законів України щодо заборони реклами лікарських засобів та Закону про внесення змін до статті 21 Закону України «Про рекламу» щодо обмеження реклами лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування та реабілітації;
- проект Закону про внесення змін до деяких законів України щодо ліцензування імпорту лікарських засобів та визначення терміну «активний фармацевтичний інгредієнт». Передбачено внесення змін для приведення законодавства України у відповідність до вимог СОТ, директив ЄС та рекомендацій ВООЗ, що застосовуються у міжнародній практиці;
- проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення відповідальності за фальсифікацію або обіг фальсифікованих лікарських засобів. Пропонується збільшити розмір штрафу або замінити штраф позбавленням волі, а також суттєве збільшення строків покарання; посилити відповідальність за контрабанду наркотичних засобів, психотропних речовин, їх аналогів і прекурсорів або фальсифікованих лікарських засобів;
- Проект Закону про внесення зміни до Основ законодавства України про охорону здоров'я щодо встановлення обмежень під час провадження керівниками та працівниками лікувально-профілактичних і фармацевтичних (аптечних) закладів професійної діяльності. Зокрема, згідно з цим проектом, забороняється отримувати винагороду, зразки продукції від виробників та/або дистриб'юторів лікарських засобів і виробів медичного призначення, а також рекламувати торгові марки у будь-який спосіб, у тому числі під час випускування рецептів. Посилюється відповідальність за недостовірну чи неповну інформацію про наявність лікарських засобів, що мають однакову міжнародну непатентовану назву, або виробів медичного призначення, які мають аналоги за нижчою ціною.

З повним текстом документів можна ознайомитися на сайті: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc555