

# І одна аптека — ВОЇН!

Згідно з сучасними тенденціями розвитку фармацевтичного ринку в Україні, а саме — його глобалізацією, вважається, що великі роздрібні аптечні мережі є більш перспективними. Натомість аптекам-одиначкам передрікають повільну, але невідворотну загибель. Чи завжди справджуються прогнози експертів? Пропонуємо вашій увазі точку зору директора-завідувача успішного фармацевтичного підприємства — ТОВ «Аптека № 44» (м. Львів) Івана Худзика, який на власному досвіді впевнився в тому, що грамотна асортиментна політика дозволяє аптекам-одиначкам гідно витримувати конкуренцію у фармацевтичному середовищі

## АНАЛІЗ «ФРОНТУ»

Функціонування аптеки на сучасному етапі — це надзвичайно складний процес. Тому спочатку хотілося б коротко проаналізувати законодавчу базу, яка регламентує діяльність аптечного закладу.

Отже, основним дозвільним документом для роботи аптеки є ліцензія на право провадження того чи іншого виду діяльності. Зокрема, для ТОВ «Аптека № 44» — це «Виробництво лікарських засобів, роздрібна торгівля лікарськими засобами». На жаль, вкотре повертаємося до слів «виробництво», «торгівля», а не «виготовлення в умовах аптеки» і «відпуск (реалізація) лікарських засобів» — понять нетотожних. І я переконаний, що це всі добре розуміють. Наведені словосполучення — це не просто гра слів, а підміна логічних категорій.

Поки буде зберігатися описана ситуація, завжди знайдуться люди, які захочуть на ній заробити. Власне, тому аптечною справою нині займаються особи, які просто продають ліки. Нікого не засуджую, їхня позиція зрозуміла: якщо маю дозвільні документи на торгівлю алкоголем, тютюном, продуктами харчування, то чому ж не могу торгувати ліками? Очевидно, фармацевтичне законодавство таки потребує докорінних змін.



До того ж конкурувати з потужними широкопрофільними та мережевими суб'єктами господарювання вкрай важко. Широкопрофільними я називаю тих підприємців, які займаються не лише фармацевтичним бізнесом. Вони мають змогу поповнювати обігові кошти, що дуже важливо, перерозподіляючи фінансові потоки з одного виду господарської діяльності на інший. Таким чином, вони вирізняються «стартово» кращими позиціями, ніж ми, аптеки-одиначки.

Однак і в потужних мережеских аптечних закладах існують недоліки,

і якщо ними вміло скористатися, можна нав'язати цим підприємствам достойну конкурентну боротьбу (якщо хочете — «війну») навіть у рамках нашого недосконалого законодавства.

## СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА

Ну, а коли говоримо про «війну», то не зайвим буде нагадати, що у всіх військових кампаніях перед учасниками ставляться стратегічні та тактичні цілі.

На мій погляд, деякі локальні битви — за пацієнта, за перерозподіл бюджетних коштів — ми, класичні

фармацевти, уже програли. Проте залишається кампанія в цілому, де ми зобов'язані перемогти.

Тепер повернемося до недоліків крупних суб'єктів господарювання, які, вважаю, малі підприємства цілком можуть перетворити на свої переваги.

Усяка велика система не є настільки мобільною, як мала. Поодинокі аптеки, взявши цей постулат на озброєння, можуть збільшити реалізацію лікарських засобів (ЛЗ) за рахунок індивідуальної роботи з пацієнтом. При добре налагодженій співпраці з оптовими постачальниками можна максимально швидко забезпечити хворого ліками. Йдеться, як правило, про препарати, відсутні в асортименті, та з ціновим спектром від 250 грн.

- **Маркетинг.** ЛЗ — специфічна група товарів. Потреба в них не постійна, а виникає тільки під час патологічних змін стану чи функцій організму людини, тобто при захворюваннях. Тому основними факторами, які впливають на споживання ЛЗ, є структура та рівень захворюваності населення. Встановлення реальних потреб і планування товарного асортименту аптеки — одне із найголовніших завдань фармацевтичного підприємства. Вивчення і визначення потреби в ЛЗ пов'язане безпосередньо із встановленням їх фактичного споживання та виявленням закономірностей попиту.

Існують різні підходи до визначення потреби в ЛЗ. Ми застосовуємо підхід, який ґрунтується на тому, що лікарські препарати залежно від часу застосування поділяються на дві групи: **тривалого та короткочасного (сезонного) використання.**

До ЛЗ тривалого застосування належать ті, які використовують для лікування хворих на хронічні недуги (діабет, гіпертонія, стенокардія, туберкульоз, психічні захворювання тощо). До ЛЗ короткочасного (сезонного) застосування — препарати для лікування хворих на інфекційні та застудні недуги.

Потребу в ЛЗ, споживання яких є рівномірним протягом усього року, визначаємо на підставі середньої витрати за один місяць чи квартал і враховуємо в наступні періоди.

- **Робота рецептурно-виробничого відділу.** Збереження екстемпоральної рецептури дозволяє аптеці залучати пацієнтів не тільки з мікрорайону, в якому вона знаходиться, але й розширити географію відвідувань до меж міста Львова та при-

леглих населених пунктів. У випадку забезпечення хворих екстемпоральними ЛЗ у нашій аптеці ймовірність придбання готових лікарських форм у конкуруючих аптечних закладах наближається до нуля, звісно ж, за умови гнучкої цінової політики.

- **Цінова політика.** У нашій аптеці вона базується на вивчені та аналізі цін на ЛЗ в аптечних закладах, які розміщені в безпосередній близькості до нас. Для цієї роботи активно залучаються представники компаній-виробників ліків. В аптеці (за правилами менеджменту) за цю ділянку роботи відповідає один фахівець, який аналізує ціни конкурентів. З огляду на отриману інформацію, проводиться ціноутворення.
- **Кадри.** «Кадри вирішують усе» — старе гасло, актуальне дотепер. Основа нашої кадрової політики — поєднання молодості й досвіду. Деякі фармацевти працюють із дня відкриття аптеки — кілька десятків років. Маємо постійних відвідувачів, які бажають, щоб їх обслуговував саме той чи інший першостільник (ось вам поняття «сімейний фармацевт»). Молоді переймають досвід спілкування з пацієнтами у старших, навчаючи ветеранів працювати з комп'ютерною технікою. Підбір кадрів проводиться на основі співбесіди претендента на посаду з представником адміністрації. Усі працівники обов'язково проходять випробувальний термін.
- **Робота з лікарями.** Відвідування оперативних нарад, п'ятихвилинки та участь у конференціях наближує практичних працівників охорони здоров'я до аптеки. У цьому напрямку важливою ділянкою є інформаційна робота. Регулярно доводимо до відома лікарів дані щодо наявності тих чи інших препаратів, закінчення реєстрації, відсутності на ринку і, звичайно, ознайомлюємо з новими продуктами вітчизняних і закордонних виробників ЛЗ.
- **Інформаційні технології.** Використання операційної системи «ЛІКІС» дає можливість замовляти ЛЗ за конкурентними цінами, аналізувати весь спектр препаратів, зареєстрованих в Україні, щодо

наявності в дистриб'юторів, ціни, реєстрації тощо. Встановлення комп'ютерів із виходом в інтернет сприяє швидкому опрацюванню персоналом аптеки безкоштовних і пільгових рецептів. На кінець робочого дня адміністрація лікувальних закладів отримує докладні доповідні щодо кількості виписаних пільгових рецептів: назва ЛЗ, прізвище хворого, прізвище лікаря, дата випи-



Іван Худзюк

сування. Забезпечення пільгових категорій хворих, участь у програмах і пілотних проектах. Це важливі складові роботи, що впливають на кількість пацієнтів, які відвідують нашу аптеку. Хоча бюджетні розрахунки йдуть не зовсім так, як би того хотілося, і часто-густо доводиться кредитувати лікувально-профілактичні заклади, ми все одно свідомо йдемо на це, бо розглядаємо цю ситуацію в комплексі з іншими «плюсами», які можна отримати від такої співпраці. Наприклад, участь в антигіпертензивному проекті додала нам чимало нових постійних клієнтів аптеки.

- **Дрібногуртова реалізація.** Окрім відвідувачів аптеки, ми забезпечуємо ЛЗ школи, дитячі садочки, інші заклади та установи. До того ж ми зуміли скористатися фактом закриття дрібногуртових аптек, тому відчутно збільшили цей сегмент реалізації за останні роки. Попри те, що реалізована націнка тут не надто велика, інформація про цей вид послуг розноситься блискавично. Тож щороку кількість підприємств, які ми обслуговуємо, збільшується.

Насамкінець, зауважу, що я розмістив складові успіху роботи аптеки не в порядку їх значущості, а довільно, залишаючи читачам право розташувати їх у відповідності до своїх умов роботи.

**Підготувала Лариса Дедишина**