

# Європейський формат

«Євроаптека» (м. Вінниця) — сучасна багатопрофільна аптечна мережа, яка забезпечує постачання та продаж усього спектра ЛЗ та інших товарів і послуг на роздрібному фармринку



Богдан Слободян

## РИНКОВА АРИФМЕТИКА

— Від самого початку, а компанію було створено у 2007 р., ми працювали системно, — розповідає Богдан Слободян, власник мережі «Євроаптека», провізор, випускник фармацевтичного факультету Вінницького національного медичного університету ім. М.І. Пирогова. — Ставили мету і готові були долати усі перепони на шляху до неї.

Аптечний бізнес складається з певних процесів, кожен з яких ми хотіли максимально вдосконалити, довести до ідеалу. У фармацевті все важливо: вигляд аптеки, кваліфікація персоналу і якість обслуговування, закупівля ЛЗ і цінова політика підприємства. Одним словом, хотілося, щоб усе було бездоганно.

Перша наша аптека була відкрита поблизу 2-ї міської лікарні — найбільш потужного ургентного медичного закладу Вінниці, який обслуговує велику кількість стаціонарних хворих, а також мешканців прилеглої «спальної» району.

Певна річ, у нас одразу ж виникло запитання, до відповіді на яке ми поставилися надзвичайно серйозно: а як назвати своє підприємство? Нам хотілося дотримуватися європейського рівня і стандартів обслуговування, бути закладом охорони здоров'я, який би вигідно вирізнявся на фоні інших аптек. Ми хотіли нового і кращого — так і виникла назва «Євроаптека».

Роздрібна ціна на аптечний асортимент у нашій мережі залишається однією із найнижчих у регіоні. Окрім того, для більшої лояльності постійних покупців маємо для них спеціальні привабливі пропозиції: дисконтно-бонусну програму із накопичувальною системою знижок до 7%, різноманітні знижки для пенсіонерів. Наразі нашими постійними клієнтами є близько 120 тис. осіб, що підтверджено кількістю зареєстрованих та виданих дисконтних карток. Щоденно ми обслуговуємо близько 8500 відвідувачів. Близько до кінця року плануємо ввести в обіг окрему спеціальну

картку пенсіонера, за якою люди літнього віку зможуть купувати ліки зі значною знижкою.

31 серпня цього року планується запуск референтного ціноутворення, а з 1 жовтня — реімбурсації для хворих із серцево-судинною патологією. Чи вийде з цього щось путнє, говорити зарано. Бо, наприклад, беручи участь у широко розрекламованому проєкті із забезпечення ліками хворих на артеріальну гіпертензію, ми зіштовхнулися з проблемою заборгованості щодо відшкодування своїх витрат. Тому від коментарів поки утримуємось, хоча, звісно, дуже б хотілося, щоб ліки стали доступнішими для людей.

Асортимент ЛЗ і виробів медичного призначення, представлений в наших аптеках, формується на підставі аналізу попиту, який здійснює спеціальна комп'ютерна програма, та перевищує 10 тис. найменувань — ЛЗ, вироби медичного призначення, лікувальна косметика, предмети догляду за хворими, товари для мам та малюків. Останнім часом розширюємо вибір товарів для людей з обмеженими фізичними можливостями.

У мережі розроблено та затверджено систему управління якістю, а в кожному структурному підрозділі створено серйозні умови для перешкоджання потраплянню неякісних чи фальсифікованих ліків у роздрібний продаж. У цьому напрямку наше підприємство тісно співпрацює із територіальною Держлікслужбою, ретельно виконує усі приписи і настанови.

**У мережі розроблено та затверджено систему управління якістю, а в кожному структурному підрозділі створено серйозні умови для перешкоджання потраплянню неякісних чи фальсифікованих ліків**

## НАШ ВИБІР — ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ

Мережу «Євроаптека» можна зарахувати до середнього цінового сегмента. Цікаво, що ціноутворення, з огляду на існування багатьох немісцевих учасників регіонального фармринку, в кожному структурному підрозділі є індивідуальним і залежить від місця розташування аптеки та її сусідів-конкурентів. На думку Богдана Слободяна, така децентралізація є однією з



основних конкурентних переваг компанії. Окрім того, децентралізовано відбуваються замовлення та постачання товару для різних структурних підрозділів. Тобто кожна аптека автономно робить замовлення, автономно отримує свій товар та автономно встановлює на нього свою роздрібну ціну.

Втім, завідувачі аптек, яким делегуються такі важливі повноваження, дотримуються визначених рамок, за які вони не мають права виходити — замовити товару більше, ніж того потребує офіс, або ж відпустити його за вищою, ніж допустимо, ціною. Головні завдання завідувачів аптек та уповноважених осіб — редагування дефектури, яку пропонує комп'ютерна програма відповідно до індивідуальних потреб аптеки, розцінювання продукції, яка надходить, проведення вхідного контролю, допуск ліків до реалізації. А завдання компанії — зробити всі бізнес-процеси на підприємстві максимально автоматизованими.

Для працівників мережі розроблено єдині внутрішні стандарти і щодо прийому і відпуску товару, і щодо якості обслуговування відвідувачів аптек працівниками першого столу. З цієї інструкцією персонал обов'язково ознайомлюється перед початком роботи на підприємстві.

Керівництво компанії приділяє велику увагу навчанню та професійному розвитку спеціалістів. В офісі підприємства обладнано сучасний конференц-зал, де постійно відбуваються семінари та тренінги, спрямовані на підвищення професійного рівня та ознайомлення з новинками фармацевтичної продукції. Провізорі і фармацевти з віддалених аптек беруть у них участь у режимі відеоконференції.

Фахівці — це основний актив підприємства, який тут цінують і намагаються постійно вдосконалювати. Як і колись, кадри вирішують все. Колектив підприємства — це 176 працівників, 165 з яких мають вищу та середню фармацевтичну освіту.

Як і у будь-якому колективі, ситуації трапляються різні. Проте директор компанії, людина лояльна і неконфліктна, проблеми намагається вирішувати шляхом переговорів і розумної дискусії. Якщо є взаєморозуміння і взаємоповага, то сторони завжди домовляться і буде результат.

— Уміння чути думку іншого — важлива риса кожного керівника, — переконаний Богдан Слободян. — Разом з тим цінними є ті працівники, які вміють приймати рішення самостійно і відповідати за них.

**Для працівників мережі розроблено єдині внутрішні стандарти і щодо прийому і відпуску товару, і щодо якості обслуговування відвідувачів аптек працівниками першого столу**

### ДОПОМАГАЄМО БУТИ ЗДОРОВИМИ

За 9 років підприємство зміцнило та розширило свою географію. У Вінницькій та Хмельницькій областях та в обласному центрі Вінниця розташовано 27 аптечних закладів (20 аптек і 7 аптечних пунктів у лікарняно-профілактичних закладах, 4 з яких — цілодобові).

Через те, що велика кількість аптек мережі знаходиться у райцентрах Вінницької області, від спеціалізації (матері і дитини, ветеранська, гомеопатична) відмовилися. Райцентри на сьогодні більше потребують широкого класичного та якісного асортименту ЛЗ, аніж різноманітних маркетингових ходів, якими прийнято приваблювати мешканців великих міст. Про те,

що асортиментна і цінова політика «Євроаптеки» є правильною, свідчать численні подяки від районної адміністрації Вінниччини та прохання від місцевої влади про відкриття нових аптек у сусідніх містах.

Мережа «Євроаптека» є активним учасником проектів та соціальних програм, які спрямовані на зниження кінцевої вартості ЛЗ.

Для максимального задоволення потреб клієнтів у нашій компанії успішно працює аптечна довідка, консультанти якої професійно надають інформацію стосовно наявності, вартості, можливості замовлення та найнижчої ціни у мережі на ЛЗ та виробу медичного призначення.

— Наш бізнес є соціально відповідальним, — запевняє Богдан Слободян. — Перш за все — це відповідальне ставлення до своєї продукції та послуг, повага до працівників та партнерів. Якщо ми заявляємо, що наша продукція якісна — вона такою є насправді. Якщо ми заявляємо про знижки — ми їх реально надаємо нашим клієнтам. Маркетингові дослідження в аптечній мережі є одним із небагатьох бізнес-процесів, за даними яких можна чітко виділити показники продажу, закласти їх у алгоритм і генерувати кількісний індекс окупності інвестицій. Саме тому будь-які новації у нашій діяльності впроваджуються лише після ретельного аналізу ризиків і потенційної привабливості.

Наприкінці цього року ми плануємо долучити для покращання якості обслуговування інтернет-ресурс, завдяки якому можна буде зробити замовлення, зарезервувати ЛЗ у тому чи іншому аптечному закладі мережі за найкращою ціною, звернутись туди і придбати готове замовлення. Сьогодні на сайті «Євроаптеки» можна знайти інформацію про ЛЗ, ознайомитися з інструкцією до них, поставити запитання провізору. Це еволюція у фармбізнесі, до якої наш регіон вже готовий.

**Лариса Дедишина**