

Національний фармацевтичний університет  
Кафедра соціальної фармації



Міжнародна науково-практична  
інтернет-конференція

## **«СОЦІАЛЬНА ФАРМАЦІЯ: СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ»**

вул. Блюхера, 4, м. Харків, 61168, тел. (0572) 68-91-81  
e-mail: socpharm@ukr.net, socpharm.nuph.edu.ua

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНОЇ ФАРМАЦІЇ



**«СОЦІАЛЬНА ФАРМАЦІЯ:  
СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ»**

МАТЕРІАЛИ

*міжнародної науково-практичної*

*інтернет-конференції*

(Харків, 17-20 березня 2014 року)

Харків

2014

УДК: 615.15:378.145/.147

Редакційна колегія: проф. Котвіцька А. А. (голова), доц. Суріков О. О.,  
доц. Кубарева І. В., доц. Волкова А. В., доц. Пузак Н. О.,  
доц. Чмихало Н. В., ас. Черкашина А. В.

*Реєстраційне посвідчення УкрІНТЕІ № 826 від 3 грудня 2013 р.*

**Соціальна фармація: стан, проблеми та перспективи:** міжн. наук.-практ. інтернет-конференції, 17-20 березня 2014 р. / ред. кол.: А. А. Котвіцька та ін. – Х.: Вид-во НФаУ, 2014. – 488 с.

ISSN 2311-8849

Збірник містить матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Соціальна фармація: стан, проблеми та перспективи», в яких розглянуті питання: розвитку соціальної фармації, як наукового напрямку та навчальної дисципліни; взаємозв'язку дисциплін соціальна медицина та соціальна фармація; сферам взаємодії: людина – суспільство – ліки – фармацевтична допомога; соціально-ефективних механізмів забезпечення доступності фармацевтичної допомоги населенню (державна реєстрація, реімбурсація, ціноутворення); нормативно-правового регулювання обігу лікарських засобів та фармацевтичної діяльності; морально-етичних принципів фармацевтичної діяльності; соціальних аспектів управління підприємств фармацевтичної галузі, соціальних тенденції маркетингу у фармації та ін.

Матеріали подаються мовою оригіналу.

За достовірність матеріалів відповідальність несуть автори.

УДК: 615.15:378.145/.147

© А. А. Котвіцька, О. О. Суріков, І. В. Кубарева,  
А. В. Волкова, А. В. Черкашина, 2014

ISSN 2311-8849

© Національний фармацевтичний університет, 2014

<b>5. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБІГУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ ТА ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b>	329
ІНДИВІДУАЛІЗОВАНІ ПЛАНИ ФАРМАЦЕТИВНОЇ ОПІКИ У ФАХОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КЛІНІЧНОГО ПРОВІЗОРА Заяць М.М., Борецька О.Б., Зіменковський А.Б., Гусевик Р.С.	330
АНАЛІЗ ДИНАМІКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ, ВКЛЮЧЕНИХ У ПІЛОТНИЙ ПРОЕКТ Корнієнко О.М., Островська Я.В.	333
ДОСЛІДЖЕННЯ ПРАВОВИХ АСПЕКТІВ ПЛАНОВОЇ ВАКЦИНОПРОФІЛАКТИКИ ДІТЕЙ В УКРАЇНІ Котвіцька А.А., Кубарева І.В., Кононенко О.В.	336
НОРМАТИВНО ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ОБІГУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ І ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ Пазюк Д.-М. В.	337
ОБҐРУНТУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ АКТУАЛЬНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ НАЛЕЖНОЇ АПТЕЧНОЇ ПРАКТИКИ В УКРАЇНІ Панфілова Г.Л.	340
ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД УТИЛІЗАЦІЇ ТА ЗНИЩЕННЯ НЕПРИДАТНИХ ДО МЕДИЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ Пузанова І.П.	342
ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОФЕСІЙНИХ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ФАРМАЦІЇ Хоменко В.М., Сушарина І.В.	343
<b>6. СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ</b>	347
О НЕОБХОДИМОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В АПТЕКАХ ТЮМЕНСЬКОГО РЕГІОНА Викулова К.А., Кныш О.И.	348
ОРГАНІЗАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ОПТИМІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ ПРИ ВІДПУСКУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ Демченко В.О., Дондік Н.Я.	351

# ОРГАНІЗАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ОПТИМІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ ПРИ ВІДПУСКУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ

Демченко В.О., Дондік Н.Я.

Запорізький державний медичний університет, м. Запоріжжя, Україна

vict0riya@ukr.net

В останні роки реалії бізнесу диктують високо конкурентну політику для кожного суб'єкта фармацевтичного ринку. Аптекам доводиться докладати значних зусиль по залученню клієнтів, щоб підтримувати конкурентоспроможність і досягти максимального прибутку.

Одним з найбільш значних засобів для досягнення цих цілей є застосування аптеками елементів мерчандайзингу. Слід зазначити, що рецептурні препарати перебувають в компетенції лікаря і тому в Rx сегменті існують особливі правила. Тому, найбільш активно елементи мерчандайзингу впроваджуються в аптеці у впровадженні безрецептурного відпуску лікарських засобів (ЛЗ).

Відомо, що на поведінку потенційного клієнта можна вплинути безпосередньо на місці продажу. З метою залучення відвідувачів аптек як потенційних покупців, з'явилися нові форми фармацевтичного обслуговування населення - аптеки самообслуговування або фарммаркети, в яких ЛЗ представлені у відкритому доступі, що спонукають покупця до спонтанного їх придбання та використання.

Отже, метою роботи став аналіз організації роботи аптек з самообслуговування і виявлення переваг відкритої торгівлі лікарськими засобами безрецептурного відпуску як одного з напрямків з оптимізації лікарського забезпечення населення.

Фарммаркет являє собою зону самообслуговування, яка передбачає можливість детального вивчення асортименту (доторкнутися, подивитися), додатковий час для роздумів відвідувача («купувати, не купувати») у період екскурсії по відкритій зоні, технологію продажів «не за ліками, а за здоров'ям»,

широкий асортимент лікарських засобів, парафармацевтики, косметики, супутніх товарів і достатню торгову площу.

Відкрита форма дозволяє покупцям поринути у світ аптечних товарів, походити між полицями і взяти товар, який сподобався. Вона також дає можливість продавцю максимально використовувати імпульсні механізми впливу на покупця. При цьому покупець знаходиться в зоні впливу як прийомів мерчандайзингу, так і реклами на місцях продажу, що дає можливість істотно збільшити продаж товарів за імпульсним механізмом покупки.

У той же час життєво необхідно для більшості аптек із закритою формою торгівлі використовувати елементи відкритої викладки або хоча б створення додаткових точок продажу.

Отже, до переваг відкритої форми торгівлі можна віднести наступне: збільшення торгової площі, асортименту, товарообігу, прибутку, зручності для покупців (відвідувач самостійно знайомиться з товарами) і відвідуваності, підвищення рівня довіри, індивідуального підходу до покупця, швидкості здійснення покупки, збільшення розміру і наповнюваності чека в т.ч. за рахунок збільшення імпульсних покупок.

Поряд з перевагами є і недоліки відкритої форми торгівлі. До них відноситься: крадіжка товарів у відкритій зоні, втрата частини постійних клієнтів (когось приваблює саме «традиційність» аптеки), невдоволення відвідувачів похилого віку, можливе сприймання відвідувачами аптеки з високими цінами, підвищення коефіцієнта оборотності товарів за рахунок більшого запасу товарів у відкритій зоні, додаткові витрати на оренду (збільшується площа торгового залу), торговельне обладнання, антикрадіжну систему, на навчання персоналу і мерчандайзинг, на нове програмне забезпечення і його супровід .

Серед обставин переходу на відкриту форму торгівлі можна назвати такі: в аптеці є проблеми з продажами, постійно падає прибуток; збільшилася кількість черг біля віконця провізора; на обслуговування одного клієнта йде багато часу; змінилося оточення аптеки (з'явилися нові сучасні офісні будівлі, магазини, відкрилися мережеві аптеки, збільшився потік перехожих); хочеться мати і запропонувати

більший асортимент супутніх товарів для здоров'я; хочеться спробувати новий формат торгівлі; «так вирішив керівник» (директор, засновник, інвестор).

Проаналізувавши всі за і проти, можна представити наступний алгоритм переходу від закритої до відкритої форми торгівлі в аптеці.

1. Провести маркетингові дослідження, направлені на предмет затребуваності в районі фарммаркета; для визначення сильних і слабких сторін аптек-конкурентів, розташованих поруч; для оптимізації та розширення асортименту, включаючи супутні товари та введення нових груп товарів і для визначення цільової аудиторії аптеки (портрет покупця).

2. Розпланувати торговий простір (форму та утримання обладнання, «золотий трикутник», відсутність «мертвих зон», проходи для відвідувачів, місця для промоутерів, консультантів, POS-матеріалів, логічне угруповання товарних груп, грамотна навігація, освітлення, відеоспостереження, розміщення касових зон)

3. Визначити постачальників нових і супутніх товарів.

4. Знайти на проект людські та матеріальні ресурси.

Наступним кроком роботи буде подальше вдосконалення порядку відпуску лікарських засобів як одного з основних завдань фармацевтичного обслуговування, в рамках якого необхідно вирішити проблеми безконтрольного застосування лікарських засобів споживачами, низької комплаєнтності пацієнтів, недосконалості нормативних документів, що регламентують порядок відпуску лікарських засобів, нераціональної організації відпуску лікарських засобів і консультування покупців при його здійсненні, недосконалості інформаційного забезпечення фахівців і населення про застосування лікарських засобів, недостатнього рівня впровадження міжнародних вимог до організації аптечної практики в діяльність аптечних організацій та ін.