



Бизнес-образование как фактор повышения конкурентоспособности аптечных предприятий.

Мария Патрина – Представительство «ПЛИВА ХРВАТСКА д.о.о.»

2 марта 2004 г



Структура аптечных учреждений в РФ

65 000 аптек, аптечных пунктов, киосков, магазинов.

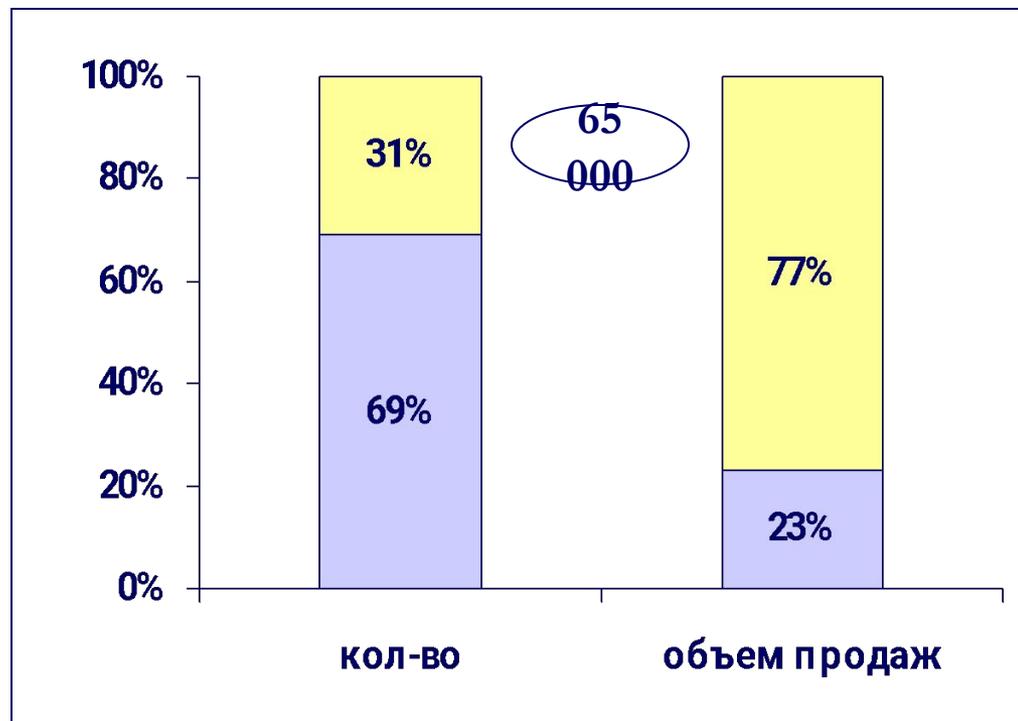
Из них – 20 000 аптек:

- 65% - государственные и муниципальные предприятия
- 35% - ОАО, ЗАО, ООО и индивидуальные предприниматели.

Более 20 аптечных сетей.

150 000 фармацевтических работников:

- 55 000 провизоров
- 95 000 фармацевтов



■ Пункты и киоски ■ Аптеки





Тенденции развития фармацевтического рынка

1. Дальнейший рост рынка;
2. Консолидация фармпроизводителей;
3. Концентрация на рынке поставок в аптеки и госпиталя;
4. Изменение структуры аптечных учреждений:
 1. Дальнейшее развитие аптечных сетей;
 2. Уменьшение количества аптечных киосков;
 3. Снижение доли государственных аптек;
5. Улучшение взаимодействия между Производителем-Дистрибьютором-Аптекой;
6. Внедрение новых технологий и процессов, а так же маркетинговых инструментов в ежедневную работу аптеки;
7. Расширение ассортимента аптек - БАД, товары для здоровья, гигиены, косметики, питание - изменение самого понятия «аптеки».





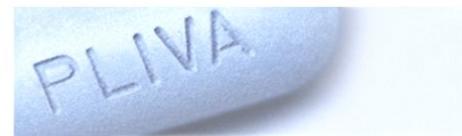
Отличия в работе аптек

Вчера

- Узкий ассортимент
- Узкое профилирование
- Отсутствие конкуренции
- Нет необходимости бороться за постоянных клиентов
- Отсутствие мотивации на достижение коммерческого успеха

Сегодня

- Ассортимент от 1,5 до 5-6 тыс. наименований
- Жесткая конкуренция
- Расширение ассортимента (парафармацевтика, космецевтика и т.д.)
- Ответственность за экономические показатели аптеки





Работа аптечных учреждений в современных условиях поменялась кардинальным образом и это требует преобразований в систему подготовки обучения персонала





1998 - 1999

**Что компания должна изменить,
если мы хотим удержать наших
ключевых клиентов и найти
новых клиентов.**





1998 -1999

1. Получить практическое понимание того, как работает рынок здравоохранения сейчас и каковы его перспективы.
2. Понять основные проблемы, испытываемые основными игроками рынка здравоохранения сейчас и в будущем.





1998 -1999

Фармацевты – проблемы:

↓ **Своевременная информация**

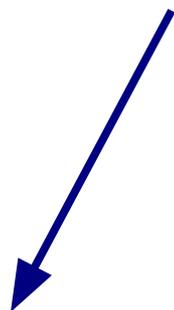
↓ **Контакты с докторами поликлиник**

↓ **Долгосрочное сотрудничество с
фармацевтическими компаниями**

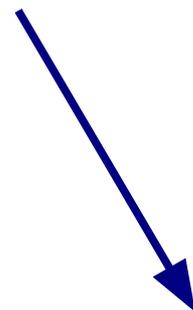




Проблемы в деятельности аптечного предприятия



Внешние



Внутренние





Внешние проблемы

- ✓ Ограниченная покупательная способность населения
- ✓ Рост цен на лекарственные средства
- ✓ Конкуренция со стороны генерических препаратов
- ✓ Налоговая политика
- ✓ Кредитно-денежная политика
- ✓ Инвестиционная политика





Внутренние проблемы

- ✓ Производственный потенциал аптеки
- ✓ Права собственности
- ✓ Организационная структура предприятия
- ✓ Финансовые ресурсы
- ✓ Кадровые ресурсы

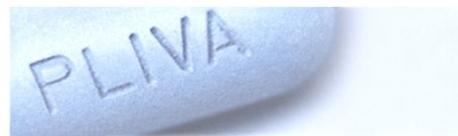




Проблемы в повседневной деятельности работников аптек:

Руководители:

- ✓ Нехватка времени, необходимого для бизнес-планирования и принятия решений;
- ✓ Необходимость соблюдения формальных требований, регламентирующих деятельность аптеки;
- ✓ Наличие постоянной конкуренции со стороны других аптек;
- ✓ Необходимость ежедневно принимать важные для аптеки решения относительно формирования ассортиментной и ценовой политики, работы с поставщиками.





Проблемы в повседневной работе сотрудников аптек:

Сотрудники первого стола:

- ✓ Большое количество как существующих, так и новых препаратов;
- ✓ 80% продаваемых препаратов стоят меньше 1 USD – нет прибыли;
- ✓ Необходимость общения с большим количеством людей, испытывающих трудности со здоровьем, либо озадаченными такими трудностями у своих родных и близких;





2000 год –

«Потребности, ожидания и удовлетворение клиентов»

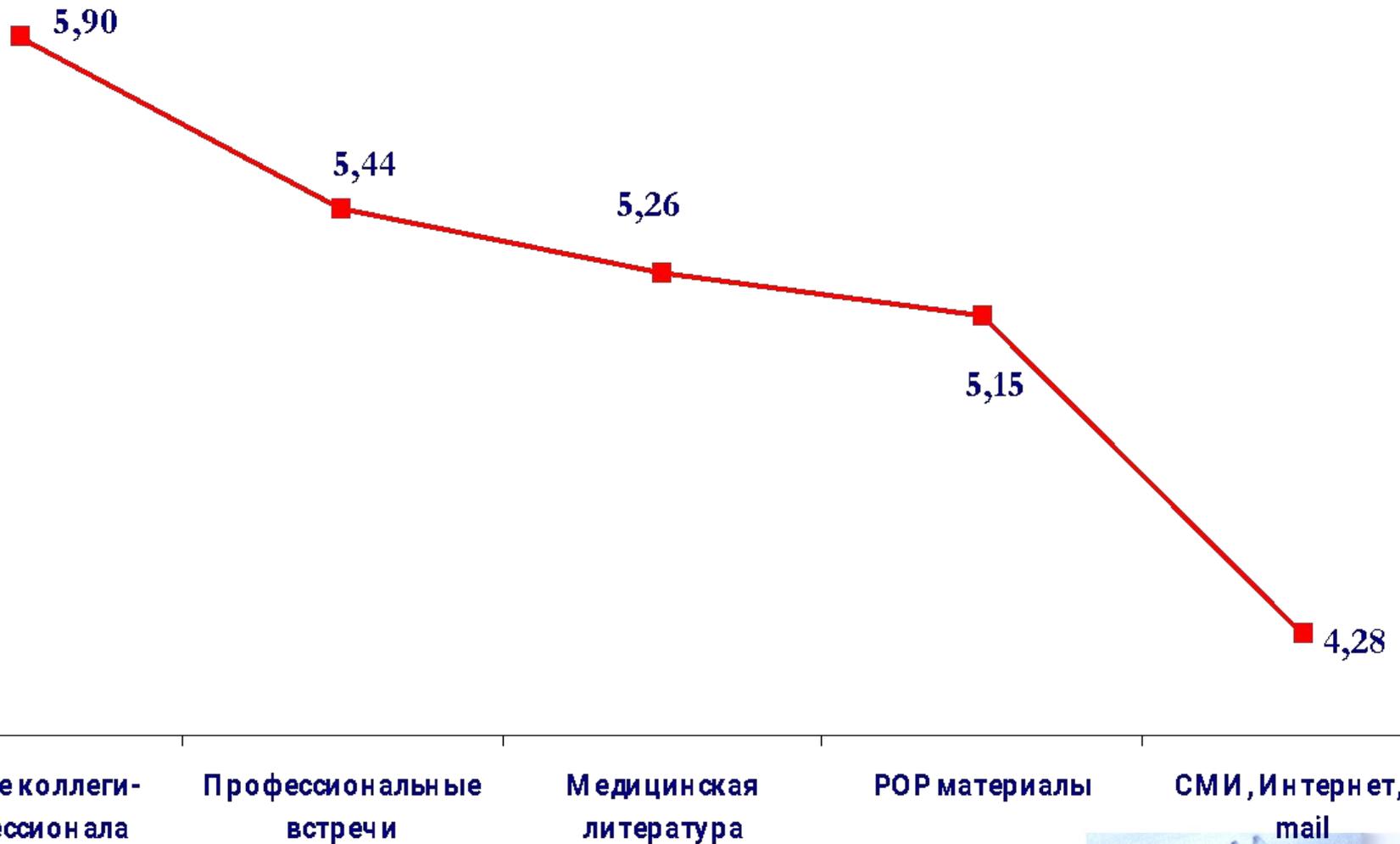
Используя определенные критерии, определить их важность для каждодневной работы и выяснить уровень удовлетворения клиентов по конкретным категориям

Методология:

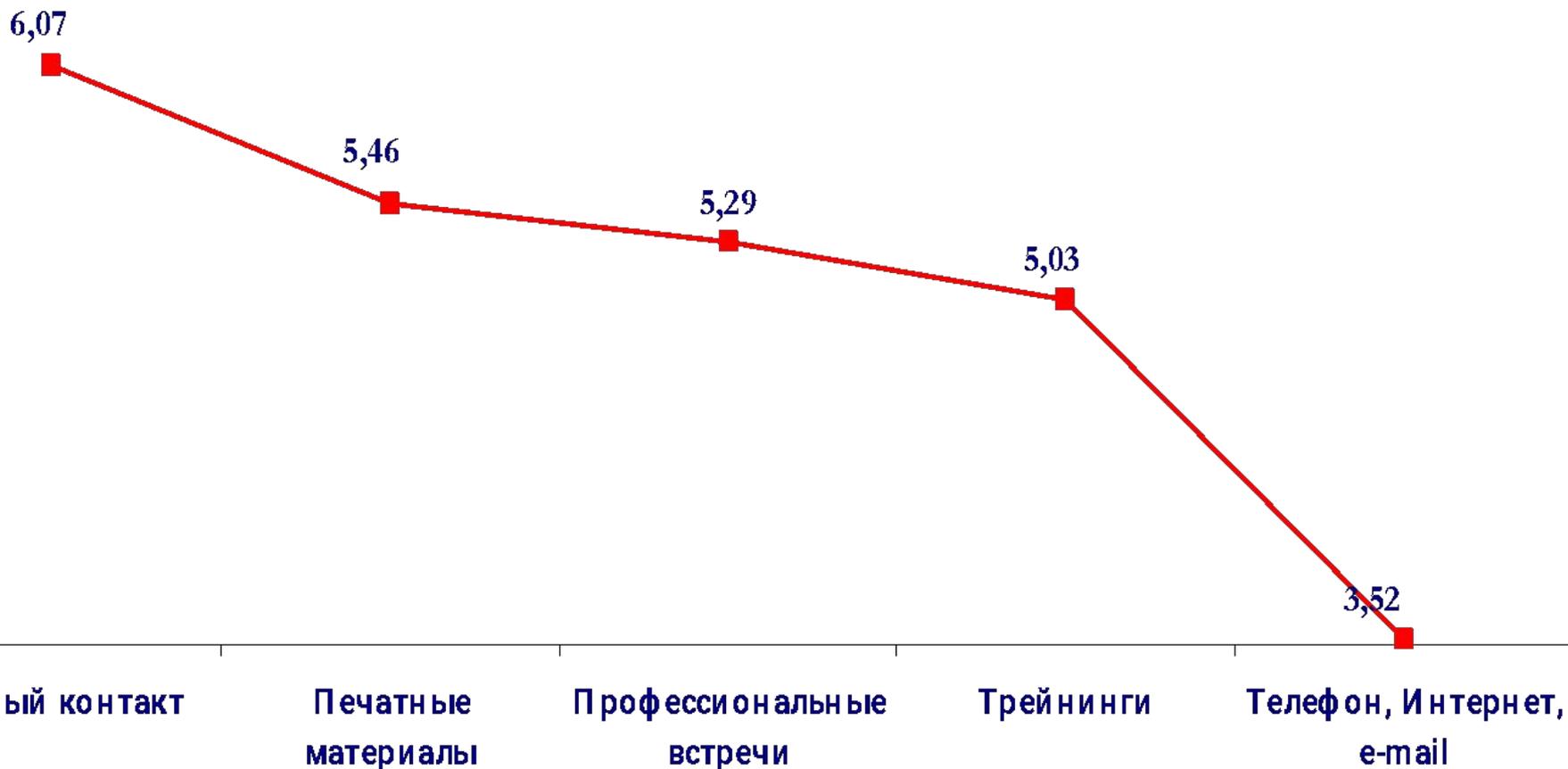
- Интервью face-to-face
- Фокус-группы



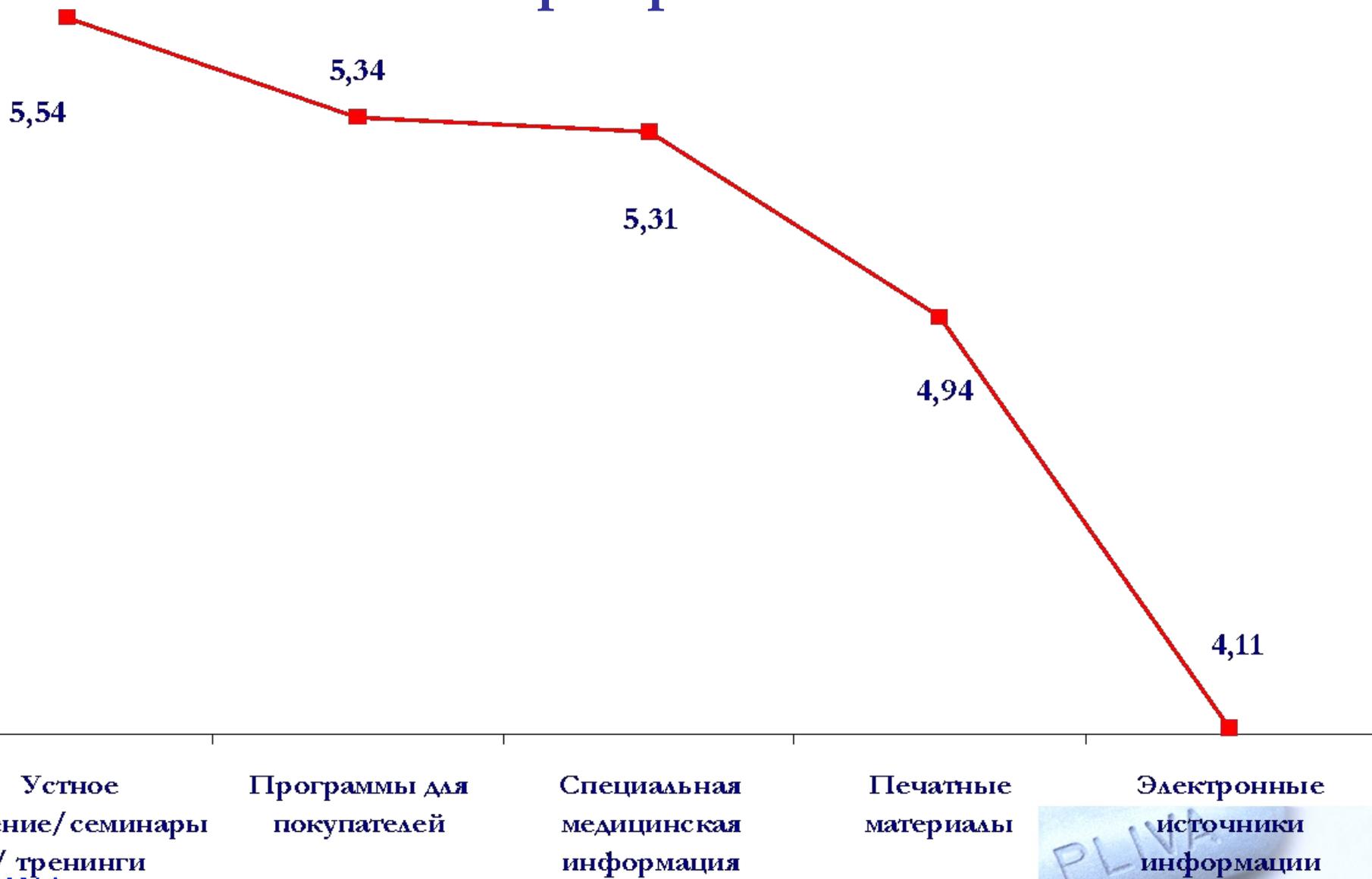
Источники информации



Формы общения с производителями



Важность различных видов промоционных мероприятий



Желаемые поощрения

5,81

5,35

5,17

5,13

4,89

Образовательные программы для сотрудников аптек

Образовательные программы для пациентов

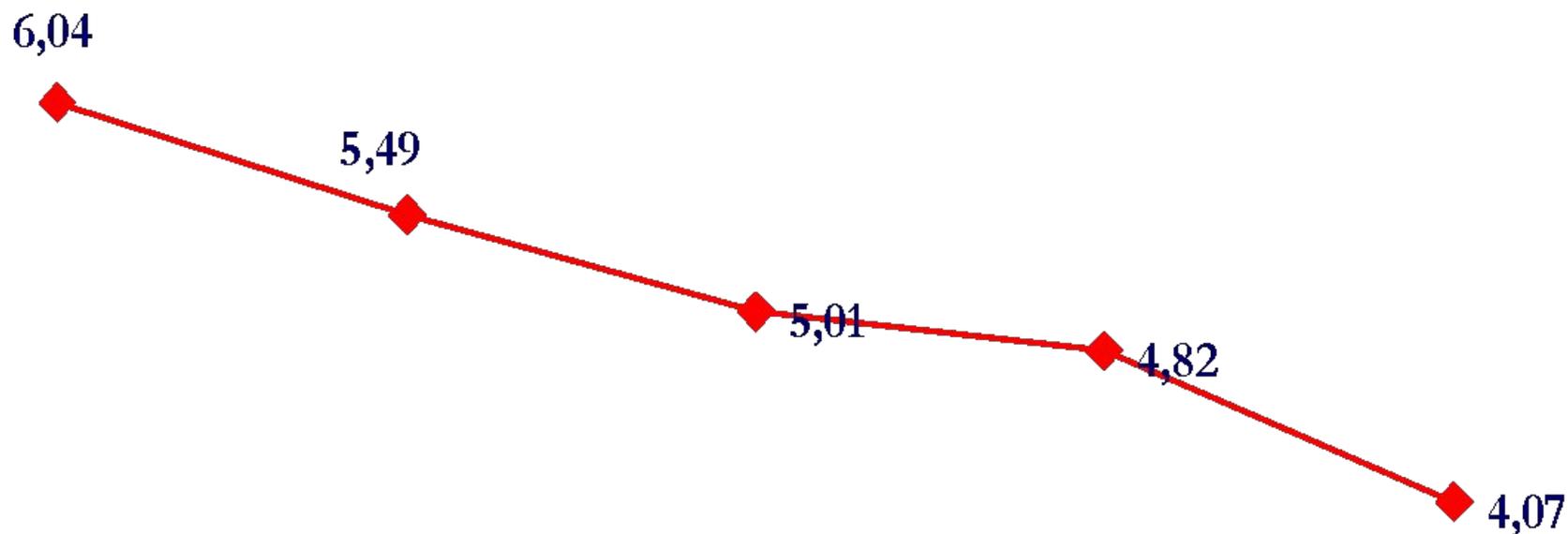
Круглосуточная "Горячая линия"

Газета о компании

Международные профессиональные мероприятия



Предпочтительные формы обучения



Круглый стол /
фармкружок

Тренинг

Семинар

Практикум

Он-лайн тренинг





Залог успеха работы аптечного предприятия

Наилучшим образом удовлетворить потребности потребителя

- ✓ Автоматизация товарооборота
- ✓ Оптимизация ассортимента
- ✓ Персонализация клиентов
- ✓ Расширение спектра дополнительных услуг





«ПЛИВА - XXI век»

«Лично я люблю землянику со сливками, но рыба почему-то предпочитает червяков. Вот почему, когда я иду на рыбалку, я думаю не о том, что люблю я, а о том, что любит рыба».

Дейл Карнеги



Цели и Задачи

Внедрение в практическую работу аптек самых современных социально-ориентированных подходов к планированию, управлению персоналом, реализации перспективных маркетинговых концепций, а также, к организации самого процесса продажи.

*Дело должно соответствовать возможностям,
действие должно соответствовать времени.*

Лао Цзы



Ориентация персонала на более полное понимание реальных потребностей потребителей позволяет:

- Сотрудникам аптек более внимательно и индивидуально подходить к каждому пациенту,
- Предлагать посетителям комплексные медикаментозные решения существующих проблем в профилактике, лечении заболеваний, уходе за пациентом
- Выход на новый более прибыльный и стабильный уровень развития бизнеса.

Человек, который почувствовал ветер перемен, должен строить не щит от ветра, а ветряную мельницу.



Учеба как стиль

ЖИЗНИ
«Сегодня обучение именно фармацевта становится очень перспективным для работы предприятия, так как информационные потребности населения сегодня настолько возросли, что подготовленность фармацевта должна отвечать всем требованиям времени.»

Директор аптеки “Фарма” № 189 Маргарита Александровна МАССАЛЮТИНА