Фармация и Медицина

www.phmlife.ru

№ 5, 2022

ежемесячное специализированное издание

Приглашаем вас на сайт www.PHMLIFE.ru

фармация и медицина ФМLiFE

Если вы провизор, фармацевт или медицинский работник, этот портал для вас

Заходите, не пожалеете!

В прошлом году в Госдуме прошел первое чтение законопроект о возрождении производственных аптек и мелкосерийного производства. Насколько это реально и оправдано сегодня? с. 3

Представители мелких и средних аптечных сетей России приняли участие в Дискуссионном клубе в Пятигорске. Нашли ли они рецепты, которые позволят выстоять и развиваться в непростых рыночных условиях? с. 8

ЛИЦЕНЗИЯ ПО-НОВОМУ
Разбираемся в тонкостях законодательства.....с. 3

ОТДЫХ БЕЗ ПРОБЛЕМ
Какие медикаменты должны быть в аптечке отпускника.....с. 4

АЛЛЕРГИЧЕСКИЙ РИНИТ
Как справиться и что посоветовать покупателям?.....с. 6

Программы ДПО планируют сделать типовыми

На общественное обсуждение представлены поправки в Федеральный закон № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации». Они предполагают новые ограничения для организаций, реализующих программы дополнительного медицинского и фармацевтического образования. В пояснительной записке к поправкам сказано, что проект подготовлен «для исключения возможности оказания указанных услуг недобросовестными поставщиками».

В частности, поправки планируется внести в ч. 7 ст. 76 Закона «Об образовании». Она устанавливает, что в областях, связанных с потенциальной опасностью, допустимы только типовые программы ДПО. Традиционно к таким отраслям относились пожарная безопасность, противодействие коррупции, международные автомобильные перевозки, промышленная безопасность опасных производственных объектов. Сейчас планируется распространить данные правила и на сферу здравоохранения. Полномочия по разработке типовых программ ДПО планируется передать Минздраву.

Также изменения могут коснуться ст. 91 о лицензировании образовательной деятельности. В запись каждой компании в реестре лицензий планируется вносить информацию о подвидах ДПО с указанием на область, в которой реализуются эти программы.

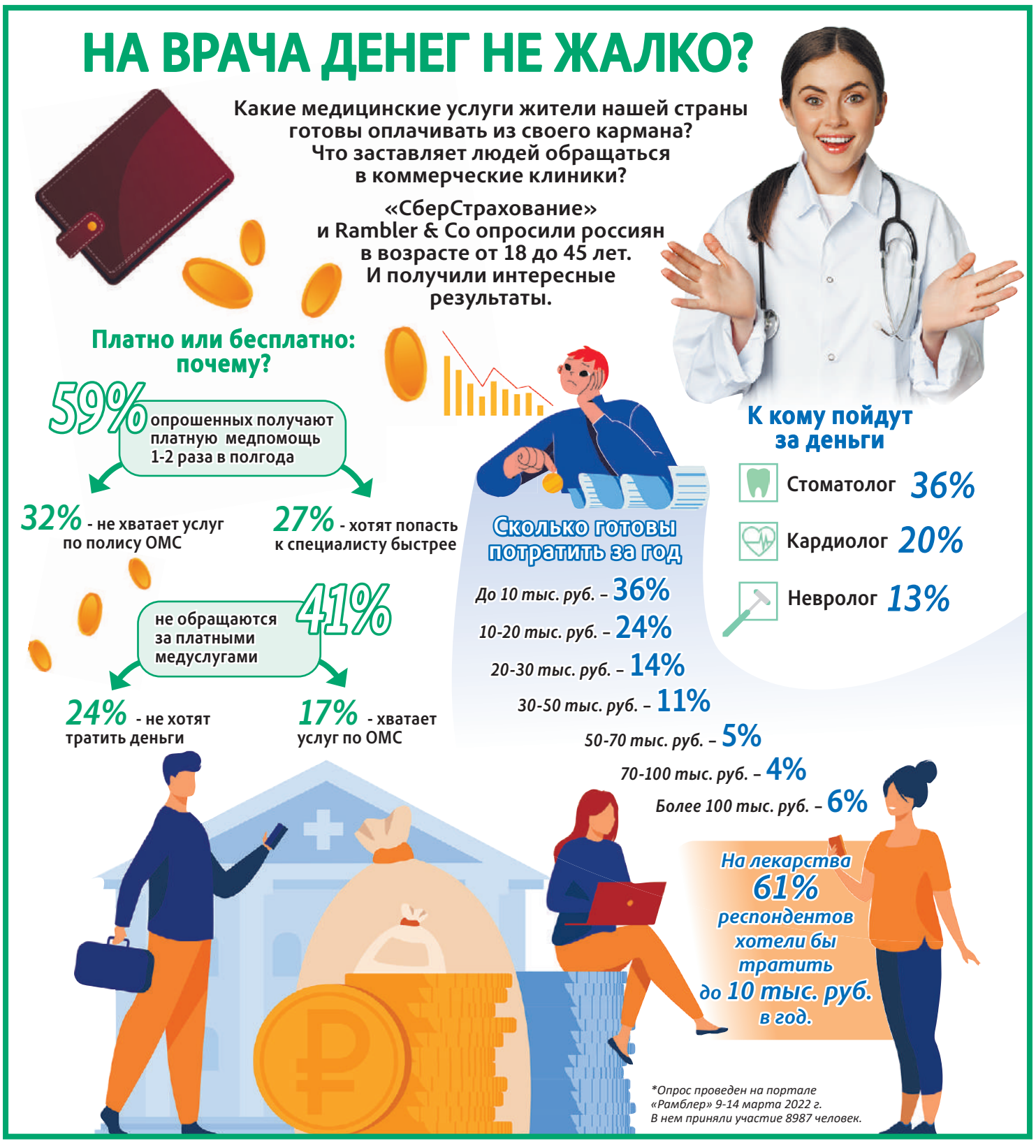
На момент выхода газеты одобрение данной инициативы высказал **ректор РМАНПО Дмитрий Сычев**.

В прошлом представители медицинских вузов неоднократно критиковали негосударственные организации, занимающиеся дополнительным последипломным образованием фармспециалистов и медиков. Наиболее часто причинами критики становились низкое качество образовательных программ и значительный демпинг стоимости курсов ДПО.

ISSN 2658-6355

22005

9 772658 635002 >



Ингибиторы протонной помпы и диабет

Длительный прием ингибиторов протонной помпы (ИПП) ассоциируется с повышенным риском развития сахарного диабета 2-го типа. К такому выводу пришли специалисты из Миланского университета Бикокка.

Они изучили данные более 770 тысяч пациентов, получавших ингибиторы протонной помпы с 2010 по 2015 год. Диабет был диагностирован более чем у 50 тысяч из них. В качестве контрольной была подобрана группа аналогичного пола и возраста без СД 2-го типа.

Анализ показал, что прием ИПП *от 8 недель до 6 месяцев* повышал риск развития диабета 2-го типа на 19% (по сравнению с теми, кто принимал менее 8 недель), *от 6 месяцев до 2 лет* – на 43% выше, *больше 2 лет* – на 56% выше.

При этом, по данным анализа, выше риски столкнуться с диабетом были у пациентов 40–65 лет и людей с большим количеством сопутствующих заболеваний.

Объяснить эту связь пока до конца не удается, но практикующим врачам настойчиво рекомендуется не назначать ИПП без особой необходимости на длительный срок.

Результаты исследования опубликованы в «Журнале клинической эндокринологии и метаболизма» (JCEM).

Меньше есть – дольше жить

По крайней мере, эксперименты с крысами это подтверждают. Их проводили биологи из НИИ физико-химической биологии им. А.Н. Белозерского МГУ и Воронежского госуниверситета.

Пожилых крыс разделили на две группы. Первой на два месяца значительно урезали рацион, вторую кормили без ограничений. После этого исследователи измерили число поломок в митохондриях крыс. У тех животных, которые ели меньше, замедлились процессы старения – как в головном мозге, так и в некоторых других органах. По мнению ученых, даже кратковременная диета может запустить в организме очищение от поврежденных компонентов клеток и тем самым улучшить состояние и самочувствие.

Результаты исследования опубликованы в «Журнале Федерации европейских биохимических обществ» (FEBS Journal).

Реклама лекарств по-прежнему в ТОП-15 на ТВ

Это подтверждают данные компании Mediascope за период с 1 марта по 15 апреля 2022 года.

В последние месяцы многие западные компании отказались от размещения рекламы в СМИ. Среди них два фармацевтических гиганта: GSK Consumer Healthcare и Bayer (их рекламные бюджеты в 2021 году составляли соответственно 2,9 и 2,8 млрд рублей).

Тем не менее фармпроизводители по-прежнему остаются одними из наиболее активных рекламодателей. По подсчетам Mediascope, в марте – первой половине апреля в ТОП-15 ведущих размещающих рекламу на ТВ вошли пять фармацевтических компаний. Это зарубежные STADA Cis, Berlin-Chemie Menarini Group, Sanofi Aventis и отечественные «Петровакс» и «Биннофарм Групп».

Доля рекламирующих лекарства и БАД на ТВ практически не изменилась. На данном этапе 2022 года она составляет 27%, в 2021-м – 26%.

Подбор дозировки за секунды

Интересная новинка, которая поможет врачу быстро и точно подобрать дозировку лекарства, – цифровой сервис «Дозатор лекарств».

В январе проект этого стартапа победил на демо-дне акселератора «Бизнес уикенд» в Москве. Его автор – аспирант кафедры гериатрии и возрастной эндокринологии Самарского ГМУ Глеб Краснов. В мае сервис стал доступен для пользования.

Если препарат сложно дозируется, чтобы посчитать необходимое его количество, врач обычно пользуется электронными аннотациями. Это занимает не меньше 5–10 минут, потому что важные для дозирования сведения рассредоточены по аннотации. Сервис «Дозатор лекарства» перегруппировывает параметры, влияющие на дозу, компактно размещая их на одной странице. В итоге подбор ускоряется в 5–10 раз. Планируется, что сервис будет интегрирован с государственными клиниками и частными медицинскими информсистемами.

Цифра месяца

Более 1200 компаний присоединились к эксперименту по маркировке БАД, стартовавшему 1 мая.

**Данные Центра развития перспективных технологий (ЦРПТ).*

Женственность без пауз

Считается, что с проявлениями климактерического синдрома сталкивается более половины женщин.

Во время менопаузы у многих женщин появляются неприятные симптомы: периодические приливы крови к поверхности кожи лица, шеи, груди, верхней части туловища, которые сопровождаются покраснением и чувством жара; усиленное потоотделение; эпизодические перепады артериального давления; приступы тошноты, «дурноты», головокружения; дискомфорт в области сердца, приступы сердцебиения; необъяснимая прибавка в весе, отечность; зуд и жжение в области наружных половых органов; болезненное учащенное мочеиспускание, в том числе ночное, недержание мочи; беспричинные перепады настроения, плаксивость, раздражительность, повышенная тревожность, приступы апатии, депрессивные состояния, приступы агрессии; снижение полового влечения; расстройства сна – дневная сонливость, бессонница, храп, остановки дыхания во сне.

Причина всего этого – результат снижения уровня эстрогена в организме. Какие же препараты и БАД можно предложить женщинам, чтобы смягчить неприятные ощущения?

В ассортименте аптек есть безрецептурные препараты и БАД, которые работник аптеки может рекомендовать самостоятельно вместо гормонов женщинам «переходного возраста». К основным безрецептурным препаратам для облегчения симптомов климакса относятся растительные средства.

NOW Менопауза Саппорт – это уникальный комплекс натуральных растительных ингредиентов для поддержания здоровья женщин во время климактерического периода. В добавку включены экстракты таких растений, как дудник, цимицифуга, витекс, малина, клевер, а также изофлавоны сои, оказывающие влияние на наиболее распространенные симптомы менопаузы:

- приливы жара,
- ночная потливость,
- рецидивирующие инфекции мочевыводящих путей (например, циститы),
- сухость влагалища,
- болезненный половой акт,
- снижение либидо.
- Дополнительно добавленные экстракт имбиря и 5-HTP (5-гидрокситриптофан) помогают женщинам выровнять настроение, улучшить сон и снизить тревожность.

NOW Менопауза Саппорт также является отличной альтернативой менопаузальной гормональной терапии (МГТ).

Производство в аптеке: желания и возможности

Наш эксперт – Валерия Осипова, заведующая аптекой Нижегородской областной клинической больницы им. Семашко

В прошлом году в Госдуме прошел первое чтение законопроект о возрождении производственных аптек и мелкосерийного производства. Насколько это реально и оправдано в современных условиях?

Возродить или вернуть?

Сама идея о развитии производственных аптек мне нравится. Но важно понять, что именно мы хотим возрождать. Не думаю, что имеет смысл возвращаться к тем производственным отделам, которые были 20–30–40 лет назад. Все имеет свое развитие, свой прогресс. Мы же не пользуемся сейчас, например, механическими стеклоподъемниками в автомобилях, электрические намного удобнее. Мы заменили старые стиральные машины на современные автоматы, а громоздкие кинескопные телевизоры на плоские с высоким разрешением. Я уже не говорю про эволюцию гаджетов. Так же и с аптекой. Причем речь не только о передовом оборудовании, но и о месте этих аптек в системе здравоохранения. Для кого они?

Ручной труд по определению дороже массового производства. Это как индивидуальный пошив в ателье по сравнению с фабричными вещами. Что аптека может сделать такого, что нельзя сделать на фармацевтическом предприятии? Это, пожалуй, основной вопрос к процессу возрождения производственных аптек.

Полагаю, здесь есть перспектива для педиатрической практики, поскольку детские дозировки высчитываются индивидуально, а предприятия выпускают стандартные концентрации. Кроме того, производственная аптека могла бы стать инструментом персонифицированной медицины. Например, если у пациента непереносимость какого-то компонента, то можно его заменить. Можно также использовать какие-то новые сочетания, комбинировать составные части. Важно четко представлять, чего мы хотим от производственных аптек, какого вклада в лечебный процесс.

В тандеме с клиницистами

В нашей аптеке готовится широкий ассортимент лекарственных препаратов для нужд областной больницы. Мы делаем растворы для внутривенного вливания, это сложный производственный процесс. Кроме того, изготавливаем порошки, микстуры для внутреннего употребления, растворы, мази для наружного. Конечно, о таблетированных, ампульных или капсульных лекарственных формах речь не идет. Для такого производства нужны заводские условия. Мы могли бы выпускать препараты с иной концентрацией или иными комбинациями компонентов, но заявка на это должна быть от клиницистов. Дело аптеки – организовать выпуск, однако мы не можем придумывать что-то новое. Здесь требуется работа врачей, в частности, клинических фармакологов. Возможно, у медиков есть необходимость в каких-то растворах, микстурах, мазях.

При этом важно учитывать реальную потребность в той или иной новой лекарственной форме и, конечно, стоимость. Важен и такой момент: технический прогресс направлен на минимизацию человеческого фактора. Производственные линии роботизируются, вероятность ошибки сокращается. Если мы говорим об изготовлении лекарств в аптеке, то это на 100% человеческий фактор, и надо учитывать все дополнительные риски.

Конечно, совершенно не хочется возвращаться на 20 лет назад. Уверена, что вторая жизнь производственных аптек должна зародиться на стыке фармацевтической и лечебной деятельности. Вообще, я за новаторство и суперидеи. И у меня неплохо получается их внедрять. Если производственные аптеки будут возрождаться на новом витке развития, то я с удовольствием поддержу этот процесс в тандеме с клиницистами.

Лицензия по-новому

Елена Смирнова

Разбираемся в тонкостях законодательства

Наш эксперт – ведущий эксперт учебного центра «Провизор-24» Дмитрий Баранов

Опубликовано Постановление Правительства РФ № 547 от 31.03.2022 «Об утверждении Положения о лицензировании фармацевтической деятельности». Оно вступит в силу с 1 сентября этого года и будет действовать 6 лет. Поговорим об изменениях, которые вносит этот документ.

Положение затрагивает широкий спектр учреждений, включая структурные подразделения медицинских организаций, ветеринарных и др. Я коснусь тех важных моментов, которые наиболее близки фармацевтам и провизорам, работающим в сфере обращения лекарственных препаратов.

Требования к соискателю

Оптовых организаций касается несколько нововведений.

■ Во-первых, аутсорсинг. Соискатель лицензии может представить договор (от 12 месяцев) с организацией, имеющей лицензию на осуществление работ, оказываемых услуг, составляющих деятельность по оптовой торговле лекарственными средствами, о передаче работ (услуг) на аутсорсинг (в части хранения лекарственных средств для медицинского применения).

■ Во-вторых, обязательное соблюдение Правил надлежащей дистрибьюторской практики в рамках Евразийского экономического союза.

Далее обратим внимание на общие изменения, касающиеся как организаций оптовой торговли, так и аптечных организаций. Здесь главное для нас – это требование ко всем соискателям назначить лицо, ответственное за контроль качества работы. Сюда относится выполнение всех нормативных документов, включая все правила надлежащих практик и СОПы.

Следующий момент – это исключение требований к стажу руководителя и индивидуального предпринимателя. Требования по образованию сотрудников не меняются: все, включая заведующих, обязаны иметь высшее или среднее специальное фармацевтическое образование, действующий сертификат или аккредитацию.

Есть изменения в процедуре получения лицензии. С сентября 2022 года заявление и прилагающиеся к нему сведения можно будет подавать только в электронной форме.

Лицензирующий орган обязан дать ответ соискателю в срок, не превышающий 15 рабочих дней. Раньше по закону № 99-ФЗ этот срок составлял 45 дней.

Когда лицензия уже есть

Для лицензиатов важно обратить внимание на то, что оценка соблюдения ими лицензионных требований при осуществлении фармацевтической деятельности осуществляется в рамках федерального государственного контроля (надзора) в сфере обращения лекарственных средств.

Из лицензионных требований исключено соблюдение предельных размеров надбавок к фактическим отпускным ценам производителей на ЖНВЛП.

Осуществление регионального государственного контроля за применением цен на ЖНВЛП относится к полномочиям органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

При намерении организации осуществлять фармацевтическую деятельность по новому адресу необходимо подать заявление на внесение изменений в реестр лицензий. Раньше эта процедура называлась «переоформление». Срок решения вопроса составляет 10 рабочих дней.

Не грубим!

Как и раньше, предусматривается ответственность за нарушения лицензионного законодательства, причем мера наказания сильно зависит от того, признано ли нарушение грубым.

К грубым нарушениям, в соответствии с новым положением, относят те, которые повлекли последствия, указанные в статье 19.2 Федерального закона № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».

В части 10 этой статьи дан полный перечень последствий вплоть до техногенных катастроф. Для нас самое важное – «возникновение угрозы причинения вреда жизни, здоровья граждан». Что это значит на практике? Если здоровью нанесен вред, то это медицинский факт, и его просто следует признать. Но что подразумевается под «угрозой причинения вреда»? Можно предположить, что если в аптеке был продан просроченный, некачественный или фальсифицированный препарат, то это, скорее всего, и будет трактоваться как угроза причинения вреда жизни и здоровью. То же самое может быть применено и к ненадлежащему хранению лекарственных препаратов.

Как будет в итоге решаться данный вопрос, мы с вами увидим по первым примерам из судебной практики.

ПРОВИЗОР 24
«Провизор-24» сертификация фармацевтов и провизоров дистанционно provizor24.ru 8-800-775-48-57

На все случаи жизни

Какие медикаменты порекомендовать для дачной и походной аптечки

Наш эксперт – доцент кафедры клинической фармакологии ВГМУ им. Н. Н. Бурденко, кандидат медицинских наук Юлия Дронова

Сезон отпусков – время семейного отдыха во всем его многообразии: солнечные пляжи, байдарочный и велосипедный экстрим, деревенский дауншифтинг, дачный релакс, познавательный туризм, леса, степи и горы… А чтобы никакие мелкие неприятности со здоровьем не испортили отпуск, необходимо подготовиться и по максимуму предусмотреть все возможные вызовы судьбы. Например, собрать «идеальную» аптечку. И провизор в аптеке в этом первый помощник.

На случай простуды

Острые респираторные вирусные инфекции, включая ковид, не дремлют и летом. Ослабление иммунитета в период акклиматизации, от переохлаждения во время купания, перегревания на солнце может способствовать заражению и развитию заболевания. От этих же причин могут обостриться хронические инфекции, такие как герпес.

На случай ОРВИ рекомендуется запастись универсальными противовирусными препаратами (**гриппферон, арбидол**), жаропонижающими и болеутоляющими средствами (**парацетамол, ибупрофен**). Удобно также принимать комбинированные симптоматические средства (**колдрекс, ринза, терафлю, фервекс**), которые предназначены одновременно для купирования головной боли, жара и отека слизистых.

При болях в горле можно пользоваться специальными леденцами, пастилками и таблетками для рассасывания (**стрепсилс, фарингосепт, лизобакт**), помогающими уменьшить воспаление и боль, подавить патогенные микроорганизмы в носоглотке, не позволяя им присоединиться к вирусной инфекции и вызвать осложнения. Подобные средства будут полезны и при проявлениях стоматита, а также при раздраженном сухом кашле.

Для борьбы с симптомами герпетической инфекции, которая нередко обостряется при смене климатических зон, дорожном стрессе, избыточной инсоляции, предназначены противовирусные мази на основе ацикловира (**ацикловир, зовиракс**).

Частый признак ОРВИ – заложенность носа. Снять ее помогают сосудосуживающие капли и спреи (**отривин, тизин, називин, африн, снуп**). Желательно иметь их под рукой, в том числе и при вазомоторном, аллергическом рините. Особенно, если предстоит авиаперелет – отек слизистой носа препятствует выравниванию давления в среднем ухе при посадке самолета, что может вызывать весьма неприятные ощущения. Важно помнить, что подобные капли и спреи нельзя использовать дольше 5–7 дней.

Морская болезнь

Она может настичь не только в море, но и в воздухе, и на земле. Людям со слабым вестибулярным аппаратом, которых укачивает на корабле, в самолете или автобусе, нужно держать в аптечке средства, позволяющие справиться с тошнотой и головокружением (**драмина**). Необходимо лишь учесть, что они могут вызывать сонливость. В легких случаях от укачивания помогает и простой валидол.

Ушибы, растяжения

При травме не всегда удается в отсутствие врача поставить верный диагноз, а уж тем более выбрать правильную тактику лечения. Но когда вы в отпуске, врач иногда бывает слишком далеко. Поэтому необходимо иметь с собой элементарные средства иммобилизации, которые помогут в оказании доврачебной помощи. Например, **эластичный бинт**, а также **фиксирующий пластырь**, который поможет закрепить повязку или импровизированную шину.

Для снятия отека и боли при закрытой травме рекомендуется приложить холод. Правда, в походных условиях холодильника поблизости может и не оказаться. На такой случай хорошо иметь в аптечке **гипотермический пакет**. Он также незаменим при носовом кровотечении, укусах насекомых, при перегреве на солнце.

Уменьшить боль при ушибах и растяжениях помогут нестероидные противовоспалительные средства наружного применения (**найз гель, вольтарен эмульгель**). Они же принесут облегчение при скованности и болях в суставах и спине – вследствие обострения остеоартроза, от непривычной нагрузки.

Можно использовать также **Димексид гель**. Он оказывает антисептическое, противоотечное, рассасывающее, обезболивающее и противовоспалительное действие, а также увеличивает и ускоряет всасывание других лекарств через кожу.

Для быстрого болеутоляющего действия необходимы более мощные средства, предназначенные для внутреннего применения. Например, **декснал, пенталгин, нурофен**. Они помогут не только при болях в мышцах и суставах, но и при головной, зубной боли.

Блефарит, конъюнктивит

Воспаление глаз и век может быть спровоцировано купанием в недостаточно чистой воде, попаданием в глаза инородных частиц (песок, пыль) при сильном ветре, мелкой травмой глаз, заражением при контакте с людьми, больными инфекционными конъюнктивитами. В портативной аптечке будут нелишними антимикробные (**флоксал, вигамокс, сульфацил натрия**), противовирусные и универсальные глазные капли (**октальмол, офтальмоферон, окомистин**).

Приведенный перечень средств только на первый взгляд может показаться объемным. В действительности для такой аптечки не понадобится слишком много места в дорожном багаже. И это тот самый случай, когда лучше проявить излишнюю предусмотрительность, чем пожинать горькие плоды своей беспечности.

Мелкие поверхностные травмы: ссадины, потертости, царапины, порезы, небольшие ожоги

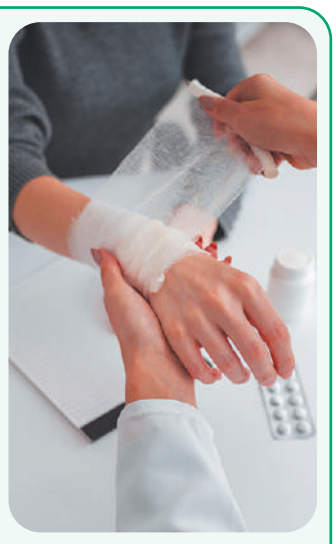
От подобных проблем не застрахован никто, вне зависимости от степени активности выбранного отдыха. Например, потертости можно получить как в сложном горном походе, так и наматывая километры по бесчисленным музейным галереям.

Несмотря на первоначальную незначительность, мелкие повреждения кожных покровов без должной своевременной обработки могут стать источником серьезных проблем. Поэтому в мобильной аптечке в обязательном порядке должно быть следующее:

- что-либо из антисептических средств для обработки повреждений – **перекись водорода, хлоргексидин, мирамистин, банеоцин, ранавексим**;
- стерильные марлевые салфетки, бинты;
- гемостатическая губка;
- бактерицидный пластырь различных форматов;
- средства с заживляющим действием для обработки кожи после солнечных и других поверхностных ожогов, например, средства, содержащие пантенол (**бепантен, Д-пантенол**).

Желательно брать с собой уже испытанные марки аптечной продукции, которые не вызывают раздражения или аллергии. Так, у многих бывает выраженная реакция на отдельные виды лейкопластыря. Хорошо, если одно и то же средство имеет несколько назначений, это позволяет сэкономить место. Например, средства с пантенолом пригодятся и для ухода за кожей, защиты губ от обветривания, мирамистин – при обострении фарингита, стоматита, для профилактики инфекций, передающихся половым путем (ИППП), гемостатическая губка – при сильных носовых кровотечениях.

Раны, ожоги, трофические язвы

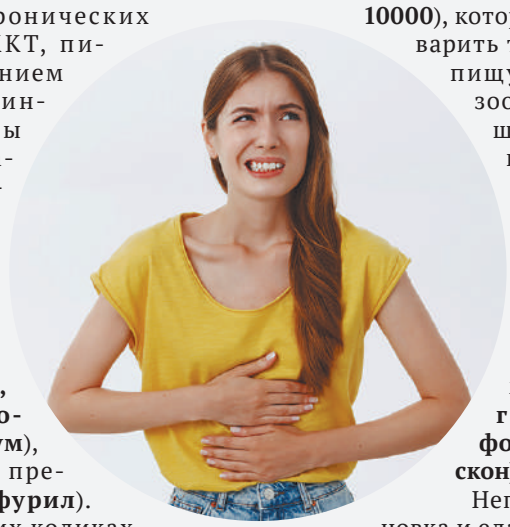


На случай получения более серьезной раны или ожога, а также если у кого-то из членов семьи имеются хронические раны (например, трофические или диабетические язвы), положите в аптечку раневые повязки, обладающие длительным терапевтическим действием:

- **мазевые повязки воскопран** с пропиткой натуральным пчелиным воском и различными лечебными мазями: левометилом, повидон-йодом, метилурациловой мазью и мазью гидроксиметилхиноксалиндиоксида;
- **атравматическую повязку парапран**, пропитанную парафиновой композицией с хлоргексидином;
- **кровоостанавливающую повязку гемосорб**.
- А лейкопластыри **докапласт** и **ролепласт** помогут надежно закрепить повязку на ране.

Проблемы с пищеварением

Настоящий бич для путешественников – диарея. Она может быть связана с непривычной едой, обострением хронических заболеваний ЖКТ, пищевым отравлением или кишечной инфекцией. Чтобы диарея не застала отдыхающего врасплох, в походной аптечке должны присутствовать энтеросорбенты (**активированный уголь, энтеросгель, полисорб, фильтрум**), антимикробные препараты (**энтерофурил**). При спастических коликах в животе помогут препараты, содержащие дротаверин (**но-шпа**) и некоторые другие спазмолитические средства (**тримедат, метеоспазмил**), а также лекарства для борьбы с метеоризмом (**эспумизан, мотилегаз, симетикон**).



Если погрешности в диете вызывают тяжесть в животе, стоит захватить с собой один из ферментных препаратов (**мезим, пензитал, креон 10000**), которые помогут переварить тяжелую жирную пищу и уменьшат газообразование в кишечнике. Кроме того, при склонности к возникновению изжоги, даже если она бывает редко, желательно иметь в аптечке что-то из антацидов (**алмагель, маалокс, гастал, ренни, фосфалюгель, гевискон**).

Непривычная обстановка и еда может привести не только к диарее, но и к задержке стула. Если такое периодически случается, не помешает положить в аптечку и слабительное.

Аллергия

Это еще одна беда, которая может испортить долгожданный отдых. Аллергическую реакцию у предрасположенных к ней людей может вызвать цветение растений, пища, укусы насекомых и многое другое. Иногда это происходит совершенно внезапно, впервые, и именно тогда, когда это особенно некстати. Поэтому, даже если аллергия раньше никогда не беспокоила, все же имеет смысл приобрести в дорогу антигистаминные средства (**дезал, ксизал, зиртек, супрастинекс**).

Рутинно и экстренно

Во-первых, при наличии хронических заболеваний следует запастись теми лекарствами, которые нужно принимать постоянно, по назначению врача. Их должно хватить на весь срок поездки, и даже с небольшим запасом, с расчетом на непредвиденные обстоятельства. Например, сахароснижающие средства, препараты для контроля артериального давления и др. Стоит проконсультироваться с врачом и на предмет экстренных мер при ухудшении самочувствия, усугублении симптомов. Людям, страдающим бронхиальной астмой, надо проверить, есть ли в аптечке средства для снятия астматического приступа, рекомендованные врачом. У «гипертоников», «сердечников» должны быть отдельные мини-аптечки с набором медикаментов на случай гипертонического криза или сердечного приступа с пошаговой инструкцией к применению. Нитроглицерин в виде спрея (**нитроминт, нитроспрей**) можно взять и просто на всякий случай – он может потребоваться при оказании помощи кому-то другому.

От комаров, клещей и мошек

Если покупатель собирается провести отпуск в лесу, то на первый план выходит защита от насекомых и средства первой помощи при их укусах. Чтобы удержать на расстоянии досаждающих кровососов обычно используются репелленты, отпугивающие насекомых. Их выбор достаточно разнообразен. Отличаются репелленты, в первую очередь, по составу, форме выпуска и продолжительности действия. Как правило, у каждого производителя есть линейка спреев и аэрозолей с разными характеристиками. При подборе средств учитывайте время года и преобладающих насекомых своего региона.

Особо опасны, конечно же, клещи. И частой проблемой людей, посещающих лес, является безопасное и быстрое извлечение насекомого. Раньше для этого использовались лишь подручные средства, не всегда удачные. Сейчас в продаже есть специальный удобный набор для удаления клеща «Клещамнет». Это приспособление внешне похоже на гвоздодер, только миниатюрный. Его лапки запускают под клеща и начинают вращательными движениями выкручивать его.

В районах, где распространен клещевой энцефалит, нелишним будет запастись средством йодантипирин. Йодантипирин рекомендуется использовать для профилактики клещевого энцефалита, если исследование клеща не проводилось или в случае позднего обращения за профилактикой, когда после укуса прошло более 3 дней.

Клещевой энцефалит (КЭ) - чрезвычайно опасное инфекционное заболевание для человека, которое поражает центральную нервную систему, что в свою очередь может привести к параличу и смерти.

Оригинальный препарат **Йодантипирин** используется для профилактики КЭ. Препарат является индуктором интерферона (интерферонов альфа, бета, гамма), стимулирует клеточный и гуморальный иммунитет, задерживает проникновение вируса в клетку. **Йодантипирин** - эффективное и безопасное средство для профилактики и экстренной профилактики клещевого энцефалита, хорошо зарекомендовал себя среди врачебного сообщества. Назначается как до так после укуса клеща. Препарат безрецептурный.

Йодантипирин необходимо применять:

- до укуса клеща, при посещении мест связанных с присасыванием клеща;
- после укуса клеща, в том числе, если прошло более 3-х дней и иммуноглобулин уже не эффективен;
- лицам, прошедшим неполный курс вакцинации, а также вакцинированным для дополнительной защиты;
- при невозможности сдать клеща или кровь на анализ.

Многолетние наблюдения показали более высокую эффективность и безопасность **Йодантипирина**, чем иммуноглобулин. В отличии от последнего, **Йодантипирин** проникает через гематоэнцефалический барьер и оказывает противовирусное действие.

Препарат рекомендуется брать с собой на отдых, дачу и другие отдаленные места для того, чтобы незамедлительно начать профилактику клещевого энцефалита при укусе клеща. Врачи рекомендуют всегда иметь препарат с собой при посещении территорий, где возможно присасывание клеща.

Пыльца – гроза аллергиков

Что поможет при аллергическом рините?

Доцент кафедры клинической фармакологии ВГМУ им. Н. Н. Бурденко, кандидат медицинских наук Ольга Мубаракшина

Весна и начало лета дарят нам позитивное настроение и заряжают новыми силами. На увеличение светового дня хорошо отзываются наши биологические ритмы и гормональный фон. Чудесное время!.. Если бы не аллергия. Как с ней справиться? Что посоветовать покупателям?

Печальная статистика

Аллергический ринит – это воспаление слизистой оболочки носа, развивающееся под действием аллергенов и сопровождающееся заложенностью носа, выделениями из носа, чиханием и зудом. При этом врачу для постановки диагноза будет достаточно наличия любых двух из этих симптомов.

С каждым годом заболеваемость аллергическим ринитом растет. На данный момент единого мнения по поводу этиологии этого заболевания до сих пор нет, однако существуют данные о том, что огромную роль играет генетическая предрасположенность. Согласно мнению различных специалистов, уже через несколько лет каждый третий ребенок на планете будет аллергиком. Аллергия является хроническим рецидивирующим заболеванием, возможно лишь купировать его симптомы, но не излечить полностью.

Согласно различным статистическим данным, аллергическим ринитом страдают 615 миллионов человек по всему миру, вне зависимости от возраста, и этот диагноз занимает ведущее место среди всех аллергических заболеваний.

Причины и последствия

Аллергический ринит не является жизнеугрожающим заболеванием, однако при этом значительно снижает качество жизни. Может приводить к нарушению сна, снижать способность к обучению и профессиональной деятельности: постоянная заложенность носа и ограничение воздушных потоков приводят к гипоксии головного мозга.

Самая частая причина развития сезонного аллергического ринита – пыльца трав (семейства маревых, сложноцветных, злаковых) и деревьев. В некоторых случаях сезонный аллергический ринит вызывается спорами грибов.

Уже через несколько лет каждый третий ребенок на планете будет аллергиком

В основе аллергии – реакция гиперчувствительности немедленного типа, которая является иммуноопосредованной реакцией на аллерген и вызывает каскад выработки медиаторов аллергии. Они и приводят к проявлению аллергического ринита, астмы, экземы и других состояний.

Если мы не можем влиять на причину, остается воздействовать на патогенез заболевания на разных уровнях. Например, симптомы аллергического ринита можно устранить с помощью сосудосуживающих капель, которые с первых минут уменьшают заложенность и течение из носа. Второй вариант – пероральные антигистаминные препараты, которые уже через 30–60 минут заметно улучшают общее самочувствие и могут уменьшать системные симптомы аллергии.

Примеры диалогов с покупателями

– Аллергия на пыльцу у меня бывает эпизодически, в основном когда приезжаю на природу в мае – июне. Что посоветуете для быстрого снятия симптомов?

– Для быстрого и эффективного лечения аллергического ринита Национальной медицинской ассоциацией оториноларингологов сейчас рекомендуется препарат фринозол. В его составе два действующих компонента: сосудосуживающий (фенилэфрин) и антигистаминный (цетиризин). При использовании фринозола устраняются как симптомы аллергии (заложенность носа, чихание), так и их причина (каскад аллергических реакций). Фринозол снимает заложенность сразу после его использования. В то время как спреи, содержащие в своем составе гормональный компонент, начинают работать только в течение нескольких дней. Местные антигистаминные спреи отличаются от системных препаратов заметно меньшим количеством побочных эффектов. В состав препарата также входит вспомогательное вещество – глицерол, который обладает смягчающим действием и способствует увлажнению слизистой оболочки носа. В сравнении с сосудосуживающими препаратами фринозол позволяет избежать высоких рисков привыкания благодаря фенилэфрину в составе.

– Помогает ли при аллергическом насморке морская вода?

– Да, так как при ежедневной гигиене полости носа тщательно промываются все отделы полости носа и носоглотки. Спреи с морской водой активно очищают их от бактерий, вирусов, корочек, пыли, излишков слизи. В том числе вымываются и аллергены. Однако, как правило, этот способ лечения приходится сочетать с другими. В формате монотерапии промывания носа малоэффективны.

– Слышала, что есть какое-то совершенно безопасное средство от аллергического насморка, которое можно применять при беременности. Что посоветуете?

– Да, в последние годы появился ряд средств для профилактики аллергического ринита, действующих по принципу фильтров. Их общим свойством является способность предотвращать контакт аллергенов со слизистой оболочкой носа. Эти средства имеют природное происхождение и действуют только местно, не всасываясь с поверхности слизистой носа. Например, можете приобрести препарат на основе микрокристаллической целлюлозы назаваль. Он обладает максимальной безопасностью и может применяться в период беременности и кормления грудью. Это средство можно использовать постоянно. Однако иногда все же его силы действия не хватает. При недостаточной эффективности назаваль можно сочетать с другими препаратами.

– Всю весну и лето страдаю от заложенности носа. Принимаю от аллергии цетрин или супрастинекс. Раньше таблетки помогали хорошо, а сейчас симптомы остаются. Как быть?

– Хронический аллергический ринит имеет особенность со временем протекать все более тяжело. Обратитесь к врачу, возможно, он вам назначит гормональные спреи, например нозефрин. Эти препараты начинают действовать достаточно медленно, но при регулярном применении отлично снимают симптомы.

Также сейчас есть возможность провести так называемую аллергенспецифическую иммунотерапию – АСИТ. Только этот метод лечения способен радикально справиться с аллергическим насморком. Однако начинать такую терапию лучше осенью.

– Периодически по утрам закладывает нос. Подозреваю, что это аллергия. Можно ли использовать для облегчения дыхания сосудосуживающие капли в нос?

– Сосудосуживающие средства при аллергическом рините оказывают симптоматическое действие. Они уменьшают отек слизистой оболочки и восстанавливают дыхание. Однако данные средства могут вызывать привыкание, чувство саднения в носу, першения в носоглотке, сухость слизистой и множество других побочных эффектов. Поэтому при аллергическом рините их рекомендуется использовать лишь эпизодически. Желательно выбирать такие средства, в которых сосудосуживающий компонент сочетается с противоаллергическим. Например, фринозол.

Местные средства для лечения аллергического ринита. Спреи в нос

МНН	Как действует	Нюансы применения
Азеластин	Местное противоаллергическое средство из группы антигистаминных препаратов. Применяется при аллергическом насморке и конъюнктивите. Уменьшает заложенность носа, чихание	Спрей распыляют в каждый носовой ход 2 раза в день утром и вечером. Ослабление симптомов начинается с 15-й минуты после применения и продолжается до 12 часов и более
Мометазон Флутиказон Беклометазон	Содержат гормоны-глюкокортикоиды. Способны прерывать аллергические реакции на самых ранних этапах. Обычно используют при лечении аллергического ринита со среднетяжелым и тяжелым течением	Частота и длительность применения определяются врачом и зависят от действующего вещества. Эффект обычно становится заметным в течение нескольких дней от начала лечения
Ксилометазолин Фенилэфрин Нафазолин Оксиметазолин	Оказывают быстрое облегчение. Приблизительно равноценны по мощности действия и различаются лишь по длительности сосудосуживающего эффекта. Недостатком этих препаратов является довольно быстрое развитие привыкания. Необходимо четко соблюдать инструкцию, не превышать дозировку и рекомендованную частоту приема	Частота и длительность применения зависят от действующего вещества. Обычно рекомендуются на первом этапе лечения аллергического ринита, при внезапно возникшей ярко выраженной симптоматике. Длительность применения таких капель и спреев не должна быть больше 7 дней
Фенилэфрин + цетиризин	Комбинированный препарат, применяется при первых симптомах аллергического ринита. Относится к новому поколению назальных препаратов, бережно воздействующих на рецепторы сосудов носа и обеспечивающих индивидуальный подход к лечению пациентов. За счет сосудосуживающего и противоаллергического действия начинает действовать уже в первые минуты после использования. Уменьшает симптомы заложенности носа, чихания, зуда и отека	Взрослым рекомендуемая суточная доза – 1–2 впрыскивания в каждый носовой ход 2–3 раза в сутки. Длительность использования – не более 7 дней
Микронизированная целлюлоза растительного происхождения	Барьерное средство на основе целлюлозы растительного происхождения. При распылении порошка на слизистой оболочке носа образуется бесцветное гелеобразное покрытие, которое является барьером для аллергенов	Рекомендуется использовать заранее, за 10–15 минут перед предполагаемым контактом с аллергенами

ФМ В ТЕМУ

Так как при осмотре характерные для аллергического ринита признаки не обнаруживаются, большую ценность имеют такие диагностические исследования, как кожные тесты с аллергенами, определение специфических иммуноглобулинов класса Е к определенным аллергенам (IgE специфические) в крови и мазок-отпечаток со слизистой носа. При аллергии в крови обнаруживаются повышенное содержание лимфоцитов, эозинофилов, тучных клеток. Также будут превышены уровни как специфических, так и общего IgE.

Если в начале 2000-х годов определение уровня специфических иммуноглобулинов класса Е было революционным методом, то сегодня уже имеются такие тонкие методы исследования, как молекулярная диагностика - картирование аллергенной сенсибилизации пациента на молекулярном уровне. В этом случае вместо экстрактов аллергенов применяются очищенные аллергенные молекулы. Но такой метод исследования показан не всем пациентам. Он используется при расхождении данных анамнеза с результатами кожных проб и определения специфических иммуноглобулинов Е. Кроме того, молекулярная диагностика помогает определить чувствительность больного к проведению аллергенспецифической иммунотерапии (АСИТ).

Данный метод лечения (АСИТ) – удел исключительно врачей-иммунологов и аллергологов. Заключается он в том, что в организм человека во всевозрастающих дозах вводят клинически значимый аллерген. Это помогает вмешаться в иммунологическую фазу аллергического воспаления и переключить иммунный ответ с образования иммуноглобулинов класса Е на образование иммуноглобулинов класса G. В результате появляется возможность повлиять на аллергическое воспаление и прервать его. Причем лечебный эффект сохраняется и после окончания терапии.

Обсуждения в сети

Что обсуждают профессионалы фармотрасли на наших страницах в соцсетях? Очень разные, но очень важные вещи!

Газета «ФМ. Фармация и Медицина»:

Работники аптек часто подвергаются штрафам. Это увеличивает эффективность труда?

Федор Комаров
Умные люди подбирают персонал и так организуют рабочий процесс, что и мысли о штрафах и иных рестрикциях не возникает. Проще всего оштрафовать. Это говорит о непрофессионализме управленцев.

Ольга Плужникова
Из-за штрафов возрастает напряжение в коллективе, качество работы точно не улучшается, отсюда текучка кадров.

Алена Смирнова
Штрафы – неотъемлемая часть вертикальной системы управления. Вероятно, для силовых структур такая вертикаль власти останется актуальной, но для нормальной жизни явно не годится.

Газета «ФМ. Фармация и Медицина»:

Хотели бы вы работать в аптеке советской эпохи?

Olga Yunikova
С радостью бы вернулась в профессию, в ту аптечную атмосферу 80-х, где профессиональные знания имели ценность и уважение, а образованность была нормой. До сих пор как истинный фармацевт могу скороговоркой произнести любимое «циклопентанпергидрофенантрен» с ностальгией и умилением. Только теперь это никому не надо...

Andrey Alexeyev
Тогда с кассой не нужно было работать. А сейчас ты и ручнист, и дефектар, и сигнарант, и санитар-уборщик, и фасовщик, и аптекоуправляющий, и грузчик, и кассир в одном лице! И рабочий день провизора уже не 7 часов, как раньше, а от 8 до 11, и все на ногах! Да и пациенты стали не те...

Игорь Никишцев
То, что называется «аптеками» сейчас и что называлось при СССР, – разные понятия. Сейчас это аптечные магазины. Раньше в каждой аптеке было обязательным наличие производственно-рецептурного отдела, где готовили лекарства по прописи врача. В каких аптеках они сейчас остались?

Татьяна Шумова
Не хочу больше работать в аптеке. Неоднократное обращение «кассирша» убило все желание. Хотя, когда работала, мне лично писали благодарности. Если по теме, то аптека стала в большей степени коммерческим предприятием.

Газета «ФМ. Фармация и Медицина»:

Можно ли принимать просроченные лекарства?

Elena Timoshina
В просроченных слегка лекарствах не вижу никакого криминала, всю жизнь их допиваем. Они же не становятся вмиг ядовитыми. Полгода запас эффективности точно есть.

Андрей Виноградов
У меня дома в аптечке масса просроченных препаратов. Недавно нашел бромгексин аж 2003 года! И что характерно, если внешний вид таблетки неизменный, не потемнела/посветлела, не рассыпалась, то препарат прекрасно действует! Вот и бромгексин помог. Так что все правильно, срок годности вещь относительная.

Михаил Авраменко
В каждой шутке есть доля шутки. В 2000-х годах еще можно было в РФ проводить исследования и продлевать сроки на полгода. Потом это отменили. Все зависит от состава лекарства и условий хранения. Может и годами после истечения фабричного срока годности быть не менее эффективным. Может испортиться и до истечения срока.

Друзья, у нас теперь есть Telegram-канал, где мы публикуем ссылки на наиболее актуальные, интересные и важные материалы нашего сайта. https://t.me/opharmamed Присоединяйтесь!

Дискуссионный клуб в Пятигорске: от одного пламени можно зажечь миллион свечей

Эксперт в области фармацевтического маркетинга Олег Гончаров

Дискуссионный клуб в Пятигорске успешно прошел 1-2 апреля 2022 года. Вопреки всему. Признаюсь честно, на момент подготовки было много сомнений и нерешительности. Многие обращались ко мне с вопросами и уточнениями, а состоится ли вообще Дискуссионный клуб в этом году. Кто-то честно писал, что не торопится покупать билеты и бронировать гостиницу в ожидании того, как начнут развиваться события февраля. Но те, кто решился и приехал, погрузились в необыкновенную красоту удивительного Пятигорска, второго по величине города Ставропольского края после самого Ставрополя. А Пятигорску отдана честь являться официальным центром Северо-Кавказского федерального округа. Названием своим он обязан живописной горе Бештау (1401 метр), примечательной благодаря наличию сразу пяти вершин.

С большим удовольствием представляю вам результаты нашей работы в рамках Дискуссионного клуба, выступая в роли проводника по площадкам и тематическим приключениям ДК. Самый важный вывод по итогам Дискуссионного клуба, который сделали участники, – у каждого масштаба и формата аптечных сетей есть свои преимущества, при нужной концентрации на сильных сторонах каждый получает требуемый результат. В условиях реальных негативных рыночных изменений и наращивания нездорового интереса к нашей отрасли со стороны регуляторов и всевозможных реформаторов есть большое желание не продолжать внутреннюю ожесточенную борьбу другу с другом, лишая себя сил и, самое главное, устойчивости, а объединиться для демонстрации зрелости, внутренней эффективности, разнообразия форматов и, наконец, социальной ответственности всех участников рынка, готовых к открытому диалогу.

Что делать, если вокруг все стремительно меняется? Если рушатся старые связи и меняются потребности покупателей, если отработанные внутренние процессы начинают давать сбои, если непонятно, что будет завтра, если появляется риск потери ликвидности! Как в этой ситуации сохранить бизнес, как не потерять сотрудников, как не только выжить, но и заработать, создать новые возможности для развития? Уверен, об этом думали большинство участников нашего объединения.

Мы и наш бизнес. Варианты развития событий:

1. Право на жизнь, или как избежать увядания.

2. Самоизоляция от лучших практик.

Страх останавливает действие. Действие останавливает страх. Выбор всегда остается за нами!

Принцип – это важно

Цели нашей встречи в Пятигорске были очень ясными и практически значимыми: совместно разобраться в приоритетах и выбрать для себя направления развития. В том числе правильно выбрать партнеров различного рода сервисов и услуг от маркетинговых объединений и союзов (АСНА, ИРИС и пр.)

Когда трудно, надо объединяться – это аксиома. Все мы переживаем непростые времена. Когда вам кажется, что цель недостижима, не изменяйте цель – изменяйте свой план действий!

Отсюда и был сформирован принцип работы на Дискуссионном клубе: не переставать сомневаться и переосмысливать весь свой опыт!

В процессе переосмысления можно убедиться, что он цикличен. Начинается он с интеллектуальной скромности – признания того, что мы чего-то не знаем и/или не понимаем. Осознав это, начинаем сомневаться. Не доверяя имеющейся информации, ищем дополнительную. Поиск приводит к новым открытиям, подпитывающим все ту же скромность, демонстрируя, как много нам еще предстоит узнать. Знание – сила, а признание неведения – мудрость.

Таким образом на Дискуссионном клубе всегда реализуется цикл переосмысления: скромность – сомнение – любознательность – открытие – скромность…

Отличие большинства отраслевых мероприятий (более глобальных) от нашего интеллектуально скромного Дискуссионного клуба в том, что там часто реализуется цикл самонадеянности: гордыня (на сцене только представители «великих и ужасных») – уверенность (только они способны достичь «мирового господства») – предвзятость подтверждения и предубеждение желательности («только мы знаем ответы на все вопросы») – убеждение в собственной правоте – гордыня… Как следствие, это просто завораживающий спектакль, где истину сажают на галерку и задирают нос, уверившись в своей абсолютной правоте:

«Здесь это ни за что не сработает»

«Мой опыт подсказывает другое»

«Это и так сложно, давайте не будем усложнять еще больше»

«Мы так всегда делали…»

По примеру Стива Джобса

1 апреля 1976 г. Стив Джобс и Стив Возняк основывают Apple Computer Company. Дискуссионный клуб в Пятигорске уже второй раз проходит именно 1 апреля. Это, видимо, не случайное совпадение. По легенде, своим расцветом Apple обязана гению Стиву Джобсу. Считается, что iPhone появился на свет благодаря его уверенности и дальновидности. На самом деле Джобс был категорически против смартфонов. Перспективным это направление сочли его сотрудники, и им удалось переубедить главу компании. Он, безусловно, мыслил неординарно, но переосмысливали за него подчиненные.

В 2004 году несколько инженеров, дизайнеров и маркетологов предложили Джобсу превратить хитовый продукт компании iPod в смартфон. «Да на кой нам это надо? – возразил Джобс. – В жизни большего бреда не слышал». В коллективе заметили, что функция воспроизведения музыки в смартфонах пользуется спросом, но Джобс боялся, что это снизит продажи iPod.

Инженеры компании Apple заверили, что они не собираются превращать Apple в компанию, зацикленную на телефонах. Компьютеры всегда будут на первом месте, а они просто предлагают добавить функцию телефона к существующему продукту. Раз можно носить в кармане двадцать тысяч песен, почему не положить туда еще что-нибудь? Они переосмыслят технологии, но суть останется прежней. После полугода переговоров Джобс наконец дал добро, и две команды начали исследовать, стоит ли расширять функционал iPod до смартфона или лучше поместить Mac в миниатюрный планшет с функцией звонков. Всего через 4 года после выпуска iPhone обеспечил половину доходов компании.

На Дискуссионном клубе участники получили такие же возможности переосмысления. Не имея в штате маркетологов, инженеров и гуру IT-шников, можно стать участником группового обсуждения, споров, дебатов и получить новый импульс для переосмысления своего бизнеса…

Сила в партнерах

Спасибо большое за реализованные возможности партнерам апрельского Дискуссионного клуба:

1. АСНА – это дружная и всегда удивляющая рынок команда профессионалов, самая масштабная коалиция, коллаборация и инновация аптечного рынка России. Центр компетенций, продвижения, широкий ассортимент ВМТ – гарант будущего в сложные времена нашей новой реальности.

2. ИРИС – некогда закрытый клуб, выразил готовность делиться своими достижениями с другими участниками рынка: это и возможность вступить в ИРИС, и начать работать с широкой линейкой ВМТ, которая ранее была доступна только участникам ИРИС.

3. Обновление (Реневал) и лично **Ирина Карцева** поддержали и укрепили веру в силу и открытость этой удивительной компании, реализующей самые смелые и прорывные проекты на аптечном рынке России.

4. Бренд Lysi – продукт, демонстрирующий сумасшедшую динамику продаж и доказывающий свою основательность количеством повторных покупок в аптеках. Это самый удачный кейс фармацевтического рынка из категории «Стоит только попробовать…» Большинство аптечных сетей говорят о гарантированности повторных покупок после первого касания (пробы) этого бренда.

Сила в нас

Отдельные слова благодарности и искренней признательности спикерам и модераторам Дискуссионного клуба, которым я, на свой страх и риск, дал имена нарицательные, отражающие глубину и масштаб этих личностей:

■ **Галина Орлова (генеральный директор ИРИС, Москва)**, или Галина Исключительная: открытие некогда тайного знания и возможностей закрытого клуба ИРИС, наполненного исключительными возможностями и завораживающими результатами.

■ **Дмитрий Сокол (президент ГК «Здравсервис», Тула)**, или Дмитрий Созидающий: проявил себя дважды – усилением выступления Галины Исключительной (ИРИС) и… правдивой и открытой позицией в размышлениях об участии в отраслевых проектах eCommerce (особенно осталась в памяти история «входа и выхода» в проект Apteka.ru).

■ **Егор Будрин (генеральный директор АС «Твой доктор», Тула)**, или Егор Основательный: открытие ДК, проявил себя дважды – предложил рынку новую возможность передачи аптек в управление сети аптек «Здесь Аптека» и «Твой Доктор» и… открыто продемонстрировал опыт развития и реальной эффективности тех или иных инструментов в рамках программы лояльности.

■ **Тамерлан Салиев (собственник АС «Диалог», Москва)**, или Тамерлан Обаятельный: очаровал аудиторию бесконечными примерами и метафорами, хорошим чувством юмора, подкрепленным практическим опытом (читайте, правдивым сарказмом), что сделало его участие в ДК незабываемым.

■ **Антон Лопатин (генеральный директор АС «Фитофарм», Анапа)**, или Антон Вызывающий: открытие ДК – спасибо за искренность и нежелание соглашаться с выводами коллег, очень здорово поддержал и реализовал основной принцип ДК: не переставать сомневаться и переосмысливать весь свой опыт!

■ **Жан Гончаров (собственник АС «Вита Плюс», Пятигорск)**, или Жуан Влюбляющий: о его гостеприимстве можно слагать легенды – открытый, радушный, хлебосольный, угостительный! При этом в делах твердокаменный, предприимчивый, энергичный, благородный! Это Мужчина не робкого десятка – бравый, непреклонный, доблестный, непоколебимый, порой даже дерзостный! Эти качества и его решительность задали удивительную динамику всего ДК!

■ **Артем Варданян (собственник АС «Экономная 24», Боровичи)**, или Артем Радушный: масштабная личность во всех плоскостях и измерениях. Верный муж, любящий отец, щедрый друг, упрямый врач, нежно и с любовью относящийся к провизорам и фармацевтам. Создал одну империю – прошел огонь, воду и медные трубы… Сейчас создает новую… А по результатам ДК приобрел еще одну специальность: «если нужно помочь с ремонтом, обращайтесь к Артему…»

■ **Алексей Пушкин – собственник АС «Аптека 24, Дежурная Аптека» (Москва)**, или Классик фармацевтического рынка, умело сочетающий в себе очень точный расчет, здоровый пофигизм, недюжий оптимизм и очень тонкое чувство юмора, превращающее даже самую тупиковую ситуацию в увлекательное приключение. Имеющий в своей бизнес-модели созидающую основу «давайте все зарабатывать», а не разрушительную практику безудержной ценовой бойни – «не себе и не другим!» Как клей, склеивающий любых людей в команду друзей, коллег и единомышленников.

■ **Наталья Протасова (собственник АС «ФармАктив», Красноярск)**, или Наталья Прагматичная: очень рациональный участник ДК, лично меня восхитивший готовностью делиться лучшими практиками и опытом.

■ **Александр Кузин (генеральный директор АС «36,6», Москва)**, или Александр Возбуждающий: самый неоднозначный участник ДК, поначалу вызвавший легкое неприятие аудитории, но… потом подаривший удивительный и простой алгоритм стресс-теста в текущем моменте времени.

■ **Вадим Раньшиков (собственник АС «Артэс Груп», Белгород)**, или Вадим Собранный: закрытый и сдержанный человек, всегда собранный и выверенный в суждениях, до последнего момента отказывающийся от какой-либо публичности, проявил себя истинным экспертом. Открытое размышление и весьма честное признание об эффективности, а самое главное – стоимости всевозможных технологий управления аптечным бизнесом.

■ **Евгений Золотухин (коммерческий директор АС «Кит-Фарма», Москва)**, или Евгений Практичный: гений практики, практики и еще раз практики. Его слова, предложения и мысли всегда подтверждаются практическими результатами. Пусть масштабы его замыслов и проектов всегда будут пропорциональны его росту (физическому).

■ **Алексей Зоткин (собственник АС «Фармация 32», Брянск)**, или Алексей Перспективный: скромный и тихий консалтер фармацевтического рынка, многие региональные аптечные сети говорят ему спасибо и готовы воплощать его идеи и мысли. Очередной гений практики, практики и еще раз практики.

■ **Александр Миронов (собственник АС «Фарма», Рязань)**, или Александр Многогранный: многогранная личность – аптечная сеть, консалтинг, производители… Исключительность Александра – это умение посмотреть на любую задачу с разных ракурсов и увидеть максимально эффективную схему реализации задуманного.

■ **Павел Лисовский (управляющий партнер «Проектирование систем управления», Санкт-Петербург)**, или Павел Убеждающий: ассортимент и ценообразование от Лисовского – это уже стандарт фармацевтического рынка не только России, но и стран СНГ. Он защищает наши позиции на конференциях, где собираются представители других рынков и отраслей. Практические советы в текущем моменте, уверен, сэкономили многим аптечным сетям деньги и нервные клетки.

■ **Ольга Валиева (коммерческий директор АС «Аптека 24, Дежурная Аптека», Москва)**, или Ольга Жизнеутверждающая: аналитичность, системность, управленческая смелость, помноженные на шарм и обаяние, не оставляют равнодушным никого и никогда и дарят новые возможности по уверенному развитию не единственной уже аптечной сети России.

■ **Сергей Корепин (собственник АС «Добрая аптека», Архангельск)**, или Сергей Суровый: северная суровая сдержанность, но при этом желание объединять и усиливать коллег по общему делу – это уникальное сочетание несочетаемого.

■ **Василий Слепов (собственник АС «Здоровье», Усть-Лабинск)**, или Василий Уверенный: смелость и осторожность, новаторство и консерватизм, авантюризм и верность традициям. Слепов – это целая эпоха фармацевтического рынка. Кто знает, тот поймет. А кто не знает, тот узнает.

■ **Алексей Егоров (собственник АС «Медуница», Волгоград)**, или Алексей Креативный: творческий человек (издавший уже не одну книгу), но всегда скромный и иногда стеснительный, поделился своим опытом использования самых разных активностей других аптечных сетей (особенно запомнилась акция со сковородками авторства Сергея Корепина) и, конечно, рассказал о своих секретах очарования покупателей благодаря креативному персоналу.

■ **Антон Трухтанов (партнер Apteka Loyalty)**, или Антон Настойчивый: продемонстрировал аналитику по эффективности программ лояльности, сформулировал прогнозы развития сервисов и дал оценку их востребованности в текущем моменте.

■ **Дана Алборова (генеральный директор АС «Поларт-Фарм», Москва)**, или Дана Твердокаменная: если традиционные аптеки называть «каменными», то потомственный провизор способен сделать их твердокаменными. Любовь и уважение к профессии, трансляция лучших традиций и практик – гарантированное будущее настоящих каменных аптек.

■ **Денис Вязников (генеральный директор коммуникационного агентства «RX–Code», Москва)**, или Денис Провокационный: акула фармацевтического рынка, хорошо понимающий особенности взаимодействия и результативного сотрудничества между ключевыми участниками рынка: производитель – дистрибьютор – розница. Дважды проявил себя в ДК – спикер первого дня и модератор самого горячего «круглого стола», посвященного столкновению интересов производителей и аптечных сетей.

■ **Наталья Близгарева (директор по коммерческой и фармацевтической деятельности АС «Волгофарм», Волгоград)**, или Наталья Предвидящая: требовательность, последовательность, настойчивость и системность, глубокая экспертиза, желание сделать аптечный мир лучше, а профессию более уважаемой и значимой… Спасибо за интересные результаты по опросам среди сотрудников сети, трансформацию их потребностей и ожиданий по программам обучения и развития. И конечно, за мужественную работу на самом неоднозначном «круглом столе», посвященном развитию компетенций работников первого стола.

■ **Елена Муковозчик (бизнес-тренер АС «ТаблеткиТут», Красноярск)**, или Елена Сберегающая: новые подходы к формированию ресурсного состояния работников первого стола, его удержания в профессии, формирования источников радости и ощущения востребованности профессии, борьба с эмоциональным и профессиональным выгоранием. Благодаря Елене эта тема впервые была так глубоко проработана на отраслевой встрече.

■ **Наталья Зудина (ИП Зудина, Тула)**, или Наталья Нереальная и **Татьяна Васильева (АС «Любимая Аптека», Тула),** или Татьяна Невозможная: работа с ВМТ от лучших практиков, добившихся удивительных результатов в своих небольших, но удалых аптечных сетях. Своими достижениями они уже давно подтвердили известный постулат из песни, что «невозможное – возможно».

■ **Андрей Ткаченко (ГК АСНА, Москва)**, или Андрей Предприимчивый: один из самых широких ассортиментов ВМТ, успешно продающихся в аптеках и приносящий ощутимый доход – дело его рук, ума и фанатичной преданности делу.

■ **Арсен Петросов (АС «Вита Плюс», Пятигорск)**, или Арсен Педантичный: критичность и системность, упрямство и конструктивность, непринятие на веру авторитетов… так много характеристик встречаются в этом интересном собеседнике и энергичном управленце.

■ **Кристина Кубанева (АС «Фармия», Воронеж)**, или Кристина Мотивирующая: несмотря на свое интересное положение, активно и энергично вовлекла участников ДК в увлекательную игру под названием: «Мотивировали-мотивировали, да не вымотивировали…»

■ **Дмитрий Дубовой (АС «Фармия», Воронеж)**, или Дмитрий Воодушевляющий: мотивировал всех участников обсудить важность и нужность программ лояльности, призывал к вступлению в фармацевтическую армию (Фармию) и успешно домотивировал всех участников совместно с Кристиной Мотивирующей.

■ **Мирослав Закусилов (директор по M&A АС «36,6», Москва)**, или Купец Фармацевтического Рынка: рассказал и показал рынку возможности по своевременной и качественной продаже своего бизнеса, как избежать ненужных ожиданий и сложностей в процессе сделки и достигнуть максимально желаемого результата.

На Дискуссионном клубе в Пятигорске удалось реализовать тот самый цикл переосмысления. Недостаток любых знаний в том, что они перекрывают путь к восприятию непознанного. Чтобы трезво мыслить, надо уметь – и хотеть – расширять горизонты. Скажу с уверенностью, что в жизни переосмысление становится все более насущной привычкой. Разумеется, я могу ошибаться и с готовностью переоценю свою точку зрения, если это не так. Да пребудет с нами сила добра и… своевременного переосмысления!

Как мы готовились и что планировали

В преддверии Дискуссионного клуба в рамках программы «ФармаЛогия» канала Mediametrics я пригласил представителей оргкомитета клуба Алексея Пушкина (аптечная сеть «Аптека 24 – Дежурная аптека», г. Москва), Артема Варданяна (аптека «Экономная 24», г. Боровичи Новгородской области) и Жана Гончарова (аптечная сеть «Вита Плюс», г. Пятигорск), чтобы узнать, что значит для каждого из них членство в этом клубе, чего ожидают они от новой встречи и что отличает, по их мнению, Дискуссионный клуб от других отраслевых мероприятий.

Для своих секретов нет

Олег Гончаров: ***Уже многие согласились с суждением, что аптечный рынок потерял свою монополию, раньше это был какой-то отдельный рынок со своими правилами, а сейчас он стал частью глобального рынка, пришли те самые представители других отраслей, причем достаточно масштабные, серьезные игроки. Но есть надежда, что нам все-таки удастся в ближайшем будущем сохранить монополию компетенций. Хотелось бы услышать от вас, какие это компетенции. Участники аптечного рынка готовы делиться своими секретами, лучшими практиками, какими-то «фишками?»***

Алексей Пушкин: Да, на нашем рынке появляется очень много новых людей из другого бизнеса, но они как приходят, так и уходят, а тот костяк, который действительно представляет фармрынок, практически всегда остается. Даже если люди волею судеб продают сети, они остаются в нашей фармтусовке, что-то их не отпускает. А не отпускает, наверное, то, что мы смогли объединиться не просто ради того, чтобы где-то что-то отжать у большой компании, а чтобы делиться опытом. Есть такие, кто не верит, что могут собраться специалисты и на фоне своего бизнеса вдруг начать делиться секретами успеха, потому что считают: это рынок, мы конкуренты, зачем раскрывать свои секреты. Тем не менее так бывает. Независимо от размера сети, ресурсов и возможностей все равно в каждой отдельной аптеке бывают очень интересные кейсы. Единичная аптека может обладать такими компетенциями, что всем нам они очень здорово помогут в нашем развитии. Взамен мы готовы делиться своим опытом, и это правда.

Олег Гончаров: Какие компетенции вы хотели бы сохранить, усилить, чтобы они явным образом отличали нас от всех других, в том числе от представителей других отраслей, которые пришли на наш рынок?

Алексей Пушкин: Мы хотим очень хорошо знать своего потребителя, своих сотрудников, понимать, кому, как и что предложить. Расскажу случай из своей жизни. Неожиданно приехали гости, и надо было срочно купить алкоголь. В моем доме находится «Красное и белое», куда я раньше никогда не заходил, а тут решил воспользоваться. Беру водку за 1200 рублей и две бутылки хорошего вина. Подхожу на кассу. Продавец оценил мои покупки и говорит: «А вы не хотите взять водку по акции?» Которая стоила 200 рублей. И здесь у меня возник ступор. Обычно острый на язык, я не нашел, что сказать. Второе его предложение было купить лотерейный билетик. К чему я это? Я везде наблюдаю, как мотивируют людей, чтобы они могли делать такие предложения. Мы настолько путаем своих сотрудников, мы настолько заигрались в эти игры: продажи, допродажи, что происходит полная чушь.

Олег Гончаров: Как найти баланс между желанием больше зарабатывать, но продавать высокомаржинальные товары вместо 1000 рублей за 200, но так, чтобы не потерялась ценность или ощущение доверия?

Алексей Пушкин: Я очень неравнодушный потребитель – со всеми беседую. И зачастую бываю в шоке. В Карелии в этом году зашел в аптеку, и фармацевт – я уж не знаю, может быть, я произвожу впечатление очень бедного человека – когда я попросил ее дать мне лекарства получше вместо тех, что она предложила, посмотрела на меня и сказала: «Ну, я вам скидочку 10% пенсионных сделала». Зачем? Мне эта скидка не нужна, она свою компанию лишила 10% наценки, а это очень важно. Она это сделала, потому что хочет угодить клиенту. Но они переучены и поэтому начинают совершать поступки, которые несут не плюс, а минус бизнесу.

Если вернуться к компетенциям, получается, что таким образом мы их и развиваем. Обсуждаем, проговариваем какие-то случаи. Кто-то говорит: «Слушай, а у меня в сети тоже была такая проблема». Он пошел, где-то что-то подкрутил. А когда встретились в следующий раз, слышу от него: «А я вот так сделал, настроечку – миллиончик заработал». Так что это работает.

Аура располагает к общению

Олег Гончаров: Артем, Дискуссионный клуб – это достаточно молодой формат. Чем он отличается от всех остальных?

Артем Варданян: Он не столько отличается, сколько дополняет остальные площадки, которых в нашем фармсообществе достаточно много. Но много их не бывает, потому что людям не хватает общения, это еще одна возможность поделиться компетенциями, научиться их развивать в правильном направлении. Наша площадка как раз и способствует тому, чтобы мы могли достаточно свободно общаться. Это происходит 2–3 дня, как говорится, и днем, и вечером, и ночью, и открываются новые смыслы. Мы должны сами понимать определенные внутренние алгоритмы и правила работы, может быть, действительно как-то саморегулироваться. Вроде Россия большая и фармрынок большой, и мы все друг друга знаем, если не напрямую, то через одного. Именно такого формата я раньше не видел. К тому же площадка интересная. Пятигорск – там совершенно другие аура, атмосфера, люди, которые нас там встречают.

Алексей Пушкин: Мы заметили, что люди получают просто сумасшедшее удовольствие от встречи, потому что это и польза, и хорошая психологическая разгрузка, которая нам всем необходима.

Практическая польза несомненна

Олег Гончаров: Какую практическую пользу получит участник, а у нас два типа участников – пассивные, которые приезжают просто послушать, и неравнодушные, очень активные. Какая польза возможна для тех и для других?

Алексей Пушкин: Это интересный вопрос с точки зрения психологии. Активные участники – это те, которым нужно признание, которые любят выступать и получают от этого удовлетворение. А пассивным интересно наблюдать, вникать, и в этом их выгода. Мы смотрим, как работают наши программы, как люди реагируют. Если так себе, значит, тема неинтересна, надо ее сворачивать. Много наблюдают и много для себя открывают как раз люди тихие. Мы всегда стараемся, чтобы ведущие блоков были компетентны в теме, имели практические кейсы и готовы были ими поделиться. А слушатели могут уже дальше все это проработать, сделать что-то новое, поэкспериментировать. И это обязательно дает обратную связь. Через какое-то время человек говорит: «я попробовал и столкнулся у себя в сети с такими-то проблемами», или «у меня был кейс более успешный, чем вы нам показывали». И это очень серьезно отличает наш Дискуссионный клуб от других отраслевых мероприятий.

Олег Гончаров: Помнится, на первую встречу Дискуссионного клуба приехали представители небольшого аптечного ритейла – региональные и межрегиональные сети. Сейчас я наблюдаю интерес со стороны крупных аптечных сетей, партнером нынешнего ДК выступает группа компаний АСНА, в том числе маркетинговое объединение ИРИС. Это не изменит формат, не создаст атмосферу недоверия или опаски?

Алексей Пушкин: Они же всегда были на всех ДК, просто не были партнерами, оставались в стороне. И насколько я помню, когда собрались маленькие сети, большие подумали: «А что там происходит, может, против нас что-то затевается?» Мы всегда боялись, что на фоне больших маленькие будут замыкаться: а вдруг я сейчас расскажу, а они со своим размахом, своими технологиями все это реализуют. Но мы прекрасно понимаем, чем отличается малый и средний бизнес от крупного. Есть вещи, которые мож-

но реализовать в нашем формате и фактически невозможно в другом, потому что чем больше ты становишься, тем менее эффективно такую технологию используешь. Если здесь она работает на 100 процентов, то у крупного работает на 50, у еще более крупного на 25, а у кого-то на 10. Поэтому-то чего мы боялись, того и не произошло.

Акцент на аптечные сети

***Олег Гончаров:** От 80 до 90 процентов участников Дискуссионного клуба – представители аптечных сетей. Производителей приезжает крайне мало. Почему? Они нас боятся или мы им неинтересны? Или они просто про нас не знают?*

Артем Варданян: Мы делали акцент на аптечные сети, а производители сами подтянулись. Им стало интересно посмотреть, послушать.

Олег Гончаров: Артем, что вы ожидаете от каждого участника в преддверии Дискуссионного клуба?

Артем Варданян: Мне очень хочется, чтобы каждый раз на наши мероприятия, стенды, тренинги приходили новые люди, и каждый из них захотел рассказать что-то интересное, ведь каждому есть что сказать, но не все готовы говорить. Я знаю ребят, которые имеют достаточно интересные кейсы, но сомневаются, будет ли это интересно, что это нам принесет. А дело не в том, что ты можешь помочь среднему или маленькому игроку. Это означает, что ты эту нишу можешь сберечь навеки, а когда их в каждом регионе по чуть-чуть есть, то это просто здорово. Значит, есть с кем делиться и с кем конкурировать. И крупному тут будет сложно. А так каждый сам себе варится в своем котле и думает: «Что делать? Продаваться? Все же плохо».

«Есть огромное желание встретиться»

Олег Гончаров: Вопрос ко всем моим собеседникам: что изменилось в вашей жизни, в бизнесе по итогам двух ДК в 2019 году и чего вы ждешь от нынешнего?

Жан Гончаров: Я закрепил те отношения, которые сложились с игроками нашего рынка, – стали дружить, но еще и приобрел новых. Мы и так были узнаваемы на рынке, но Дискуссионный клуб прогремел с точки зрения создания интересной площадки, меня многие узнали. Это хорошая основа для переговоров. Если существуют какие-то барьеры в отношениях между сетью и производителем, дистрибьютором, то ДК просто их разбивает. Все тебя знают как человека, как классную компанию и, на мой взгляд, предлагают лучшие условия или закрепляют существующие. Для меня много изменений, и все они положительные.

Алексей Пушкин: Моя жизнь разделилась на до и после. Мы все развиваемся. Наша компания, все наши друзья, все люди, которые причастны к нашему клубу – и организаторы, и участники. Это и есть результат, в том числе Дискуссионного клуба.

Артем Варданян: Рынок меняется все время и вносит корректировки в наш бизнес, и очень часто в рутине ты что-то упускаешь. Я замечаю, что после наших встреч мы какие-то вещи переосмысливаем, пытаемся посмотреть с другой точки зрения. После Дискуссионного клуба мы больше общаемся, делимся и поддерживаем друг друга. Какие-то идеи ты можешь у себя реализовать, переосмыслить подход к конкретной работе. Общение с друзьями по Дискуссионному клубу для меня триггер.

Жан Гончаров: Есть огромное желание встретиться, пообщаться, даже несмотря на то, что виделись на других мероприятиях. Все равно люди хотят приехать в Пятигорск, пообщаться именно в этой атмосфере. Она способствует более открытому, более теплому человеческому общению. Люди рассказывают о своем опыте, проблемах, методах решения. В Пятигорске они более открыто делятся друг с другом. Думаю, это мероприятие будет из года в год круче по количеству людей, атмосфере, и я уверен, что главная ценность нашей площадки не изменится.

Взаимообмен и взаимообогащение

Собственник аптечной сети «Вита Плюс» г. Пятигорска Жан Гончаров

«Если у вас есть яблоко и у меня есть яблоко, и если мы обмениваемся этими яблоками, то у вас и у меня останется по одному яблоку. А если у вас есть идея и у меня есть идея и мы обмениваемся этими идеями, то у каждого будет по две идеи».

Бернард Шоу

Благодарственное письмо

Уважаемые коллеги, единомышленники!

Хочу выразить искреннюю благодарность за организацию Дискуссионного клуба, состоявшегося в апреле текущего года в Пятигорске.

Спасибо за то, что провели такое важное мероприятие, пригласили интересных докладчиков, зародив традицию живого общения и обсуждения актуальных для фармацевтического сектора вопросов. Организаторами успешно решены поставленные задачи: создать приятную, дружескую атмосферу для общения, при этом затронуть актуальные и очень важные темы.

После каждого выступления спикеров у участников клуба была возможность обменяться мнением по той или иной проблеме, что очень ценно. Отдельно хочу отметить радушие и гостеприимство организаторов встречи!

С НАДЕЖДОЙ НА НОВЫЕ ВСТРЕЧИ!

С уважением,
Президент ААО «Надежда Фарм»
Рыжиков Ю.А.

НАДЕЖДА ФАРМ

После практически двух лет ожидания мы дружной командой друзей, коллег и единомышленников вновь провели Дискуссионный клуб в Пятигорске. Хочу сразу поблагодарить всех участников за любовь к ДК и вовлеченность в процесс.

Ведь именно участники создают те эмоции, которые так необходимы для лучшего восприятия и усваивания информации, получаемой за весь период. А ее здесь действительно много. В этом, можно смело сказать, есть важная особенность нашего формата. Формата, где зашкаливает образовательная позиция у участников, формата, где в течение 3 дней идет непрерывный процесс коммуникаций, бескорыстного и открытого диалога при абсолютном отсутствии стеснения и барьеров.

Наша отрасль максимально человеческая и даже при условии внедрения технологий и роботизации бизнес-процессов Фарма всегда будет развиваться для людей – людьми. Поэтому мы постоянно экспериментируем, чтобы подобрать максимально эффективный и насыщенный важной информацией для развития личности формат, который обязательно будет полезен всему рынку. Судя по отзывам, мы на правильном пути. Говоря «мы», я подразумеваю всех нас, друзья, ведь каждый из нас вносит свою лепту в создание истории настоящих, партнерских отношений, которых порой так не хватает для позитивного развития. Мы уже все давно научились заниматься бизнесом, но далеко не все понимаем, что это ответственное занятие, где высоки цены за ошибки, которые, к сожалению, допускаются. И вот как раз для того, чтобы учиться на чужих ошибках, делиться своими историями успеха и неудачами, для знакомства с партнерами и конкурентами, для последующей дружбы и создания добросовестных отношений и поведенческих правил создан Дискуссионный клуб, или, как уже принято говорить в наших кругах, Клуб Друзей!

Создан он простыми ребятами, которым не безразлична отрасль и люди в ней работающие. Я безумно рад, что уже который год площадкой для проведения собраний выступает город-курорт Пятигорск. Город, в котором сосредоточены традиции практически всех народов нашей Великой страны, город, где желание помогать передается воздушно-капельным путем, а через чистейшую воду и вкусную пищу люди обогащаются здоровьем как для тела, так и для духа. Город, заряжающий энергией добра и позитива.

Я благодарен команде оргкомитета и сотрудникам ГК «Вита Плюс» за добросовестную работу и хорошую организацию, а учитывая, что все это делается практически факультативно, – максимально преклоняюсь.

С нетерпением жду новой встречи, которая, я уверен, будет не менее яркой и полезной!

АННА
Ассоциация новых независимых аптек

С Уважением и благодарностью

Организаторам Дискуссионного клуба в г. Пятигорск.

Уважаемые коллеги!

Позвольте выразить искреннюю благодарность за ту могию, которую вы генерируете в процессе проведения Дискуссионного клуба!

Ваша активность, доброжелательность и одновремено собранность, четкость, структурированное изложение материалов позволили каждому участнику пополнить свой личный опыт новыми методами и приемами, а в некоторых случаях и изменить сложившиеся стереотипы в работе.

Подготовленное вами мероприятие потребовало много времени и энергии, но именно благодаря вам, вашим внутренним ресурсам, дискуссионный клуб получился таким ценным и конструктивным! Ваша сильная энергетика способна передаваться даже на расстояние! Хочется пересматривать материалы снова и снова. Спасибо за бесконечный профессионализм, высокую самоотдачу и высочайшее качество исполнения поставленных задач, приносящее фантастическое удовольствие!

Коммерческий директор ООО «АннА» /В.В. Лесникова/ 08.04.2022г.

АПТЕКА низких ЦЕН

2022

БЛАГОДАРНОСТЬ

В течение года проходит достаточно много конференций, посвященных проблематике фармбизнеса. Но Дискуссионный клуб – это по-настоящему уникальная площадка. Здесь можно получить актуальную информацию о последних рыночных тенденциях и узнать – что в текущих условиях предпринимают коллеги по цеху.

Главная же ценность Дискуссионного клуба – это невероятно открытая и доброжелательная среда, которую удается сформировать организаторам.

Среда, в которой формируется живое и непринужденное общение. Ни одно другое мероприятие не даст такого разнообразия профессиональных собеседников, готовых делиться своими соображениями, удачными кейсами и лайфхаками.

Алимов Р.Р.
Исполнительный директор сети «Аптеки низких цен»

БЛАГОДАРСТВЕННОЕ ПИСЬМО

ОРГАНИЗАТОРАМ ДИСКУССИОННОГО КЛУБА "ПЯТИГОРСК"

От лица компании «Биоморика» благодарю вас за приглашение участвовать в «Дискуссионном клубе «Пятигорск».

"Дискуссионный клуб» - уникальная возможность встретиться с представителями фармацевтического рынка России и пообщаться друг с другом как в рамках деловой программы, так и в неформальной обстановке!

Это не просто место для обмена опытом, встреч партнеров, коллег и друзей, но и место силы, заряжающее бодростью, энергией, новыми идеями и вдохновением, место, куда хочется вернуться снова и снова!

Шлём организаторам силу добра и большой привет от воинов Света! До новых встреч на площадке "Дискуссионного клуба" В Пятигорске!

ДМИТРИЙ ОВЧИННИКОВ
Коммерческий директор ООО "Биоморика"

Biomorica

Итоги встречи

Мини-опрос

Общее впечатление о мероприятии (представьте, что вам нужно в нескольких словах описать его другу или знакомому):

- ☑ Честно, полезно, информативно, познавательно, доверительно, нестандартно, дружелюбно, гостеприимно, взаимоинтересно…
- ☑ Отличная отраслевая площадка обмена мнениями с кавказской душой.
- ☑ Отличное мероприятие для общения и понимания общей обстановки рынка и перспектив развития.
- ☑ Интересное, неформальное мероприятие. Его ценность – именно в неформальном общении участников разных статусов и направлений на фарме (производитель, дистрибьютор, розница, сервисные компании).
- ☑ Самое ценное – это общение и обмен опытом. Новые инсайты возникают как раз во время неформального общения.
- ☑ Атмосфера дружбы и добра!

Общая оценка мероприятия: более 80% поставили оценку «отлично». Да, были те, кому мероприятие «не зашло» – у нас есть и отрицательные мнения.

Сам Дискуссионный клуб состоял из двух частей, первый день: 1 апреля – в формате выступления спикеров, 7 отдельных сессий. И мы видим оценку участников, 69% оценили это событие на «отлично».

Что же вызвало максимальный интерес? На первое место по полезности и интересности вышла сессия, посвященная трафику посетителей аптеки, когда мы говорили о покупателях, тех «святых людях», которые приходят в аптеку: как их привлечь, как удержать, как очаровать. И более половины участников отметили ее достаточно высоко. Спасибо спикерам этой сессии – Жану Гончарову, Тамерлану Салиеву, Антону Лопатину и Артему Варданяну. Они сделали эту сессию незабываемой, потому что там действительно происходил обмен опытом, звучали полярные мнения, и порой было горячо.

На второе место по популярности вышла тема, посвященная умному ценообразованию и рабочему ассортименту для аптек. В тот период времени это беспокоило всех, и было очень много вопросов, на которые все искали ответы. Эта сессия была достаточно значимой, у всех была возможность поделиться своим опытом, рассказать о тех практических действиях, которые они осуществляют в текущий момент времени.

На третье место вышла самая первая сессия – объединение аптечных сетей, существующие варианты и возможные последствия. Красноречивым было выступление наших партнеров – представителей объединения ИРИС, группы компаний «Здравсервис», выступление генерального директора аптечной сети «Твой доктор» и «Здесь аптека».

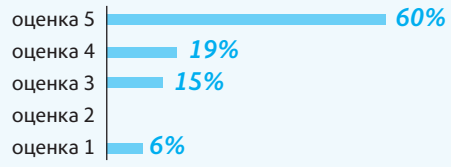
Не потеряла свою злободневность тема «E-commerce: только сам или как выбирать партнеров». Мнения были полярными. Интересные выступления Дмитрия Сокола, группа компаний «Здравсервис», Александра Кузина, аптечная сеть «36,6» и Натальи Протасовой, аптечная сеть «СИА».

Информация на какой сессии первого дня ДК была наиболее интересной и полезной для вас (можно выбрать несколько вариантов):

Первая сессия: Объединение аптечных сетей: существующие варианты и возможные последствия	34%
Вторая сессия: Трафик посетителей аптеки	51%
Третья сессия: E-commerce: олько сам или как правильно выбрать партнера	25%
Четвертая сессия: Умное ценообразование и рабочий ассортимент для аптек	40%
Пятая сессия: Программы лояльности: механизмы повторной покупки	23%
Шестая сессия: Система развития и обучения персонала	9%
Седьмая сессия: Продажа бизнеса: нюансы предпродажной подготовки и процесса проведения сделки	10%

Второй день представлял собой интерактивную историю, когда было определено 6 тематических «круглых столов», и все участники имели возможность обсудить злободневные кейсы и посвятить время поиску оптимальных решений.

Оценка второго дня дискуссионного клуба (6 тематических «круглых столов»):



Что же вызвало максимальный интерес? Самый масштабный «круглый стол», который собрал наибольшее количество участников, был посвящен управлению ассортиментом и ценообразованию. Дальше были вопросы мотивации и управления персоналом, взаимоотношений аптечных сетей и фармкомпаний, что думают друг о друге и как возможно договориться, эффективная работа с ВМТ. Менее популярным был «круглый стол», посвященный управлению продажами, развитию необходимых коммуникативных компетенций у работников первого стола. Может быть, эта тема одна из самых сложных, и ею нужно заниматься постоянно, а что делать в текущей истории с ценообразованием и ассортиментом – это волновало большее количество участников.

Информация на каком круглом столе второго дня ДК была наиболее интересной и полезной для вас (можно выбрать несколько вариантов):

Мотивация и управление персоналом	31%
Управление продажами, развитие необходимых коммуникативных компетенций у РПС	12%
Управление ассортиментом и ценообразованием	46%
Эффективная работа с ВМТ	25%
РПС - управление ресурсным состоянием или как избегать проф.выгорания	6%
Взаимоотношения АС и фармкомпаний, что стороны думают друг о друге и как договориться	21%

Важно продемонстрировать оценку практической ценности данного мероприятия, 66% участников оценили его на «отлично».

Что мы обсуждали, к каким мыслям пришли? Первый вопрос: какой стресс-тест допускаете для своей аптечной сети, или как изменится рынок в ближайшие 2–3 месяца? Спасибо Александру Кузину, аптечная сеть «36,6», именно он предложил провести этот стресс-тест для всех участников рынка. Он сказал: «Ребята, вернувшись домой, посмотрите на выручку своей сети, срежьте ее ровно наполовину и посмотрите, какая экономика будет формироваться, какие аптеки оголятся, какие станут убыточными. И для вас это будет неким сигналом к тому, что делать именно сейчас, как готовиться». И стало любопытно, а все ли поддерживают параметры этого стресс-теста. Тут уже результаты опроса телеграм-группы «Дискуссионный клуб»: более 52% считают, что выручка упадет, скорее всего, до 30%. Снижение выручки до 50% предсказывают 19% участников. Есть те (их немного), кто считает, что выручка снизится еще более радикально. 21% – за снижение выручки до 15%. Но есть 6%, которые верят в то, что выручка может даже вырасти, потому что ковид никуда не делся…

Какой стресс-тест допускаете для своей аптечной сети или, другими словами, как изменится рынок в ближайшие 2-3 месяца:

Снижение выручки свыше 50%	2%
Снижение выручки до 50%	19%
Снижение выручки до 30%	52%
Снижение выручки до 15%	21%
Рост выручки из-за очередной волны ковида	6%

Каковы причины падения выручки в аптеках? Почти 80% участников опроса считают, что в первую очередь это снижение покупательской способности. Более 30% говорят, что серьезный фактор влияния – это уменьшение доступного ассортимента, потому что мы постоянно слышим о том, что тот или иной западный производитель собирается уходить с нашего рынка.

Причины падения выручки в аптеках:

Снижение покупательской способности	78%
Резкое уменьшение доступного ассортимента, уход западных производителей	34%
Резкое уменьшение доступного ассортимента у отечественных производителей	2%
Иное	10%

Что важно, есть фактор, он отмечен, как «Иное», – 10%. Это вызвало горячую дискуссию, и мне напомнили, как в марте вырос ажиотажный спрос, как люди сметали все с полок аптек, закупались впрок. Недавний отчет компании DSM Group показал, что выручка в аптеках за март выросла кратно. Стало интересно, кто же эти счастливчики, которые получили такой кратный рост выручки, и я запустил опрос в телеграм-группе «Дискуссионный клуб», где попросил участников – представителей аптечных сетей отметить, каков у них был реальный рост продаж в марте 2022 года по отношению к марту 2021-го. На самом деле таких счастливчиков оказалось не так уж и много: только 6% отметили, что рост продаж был более 150%. Большее количество, почти 30% участников, признались, что рост продаж у них был зафиксирован на уровне от 15 до 30%. У 20% участников рост продаж составил от 30 до 50%. Но было и 5% участников, которые зафиксировали падение продаж в этот же период.

Каким был реальный рост продаж марта 2022 г. к марту 2021 г.

Рост продаж более 150%	6%
Рост продаж от 100 до 150%	10%
Рост продаж от 50 до 100%	15%
Рост продаж от 30 до 50%	20%
Рост продаж от 15 до 30%	28%
Рост продаж менее 15%	16%
Падение продаж	5%

А что происходит сейчас и какое падение выручки наши участники наблюдают за середину апреля по отношению к уровню марта? Здесь идет примерная корреляция: то, что мы получили в марте, начали терять в апреле. Почти 40% участников опроса отметили, что они фиксируют падение выручки от 15 до 30%. У 28% смена идет более радикально – падение от 35 до 50%. А 13% опрошенных зафиксировали падение более 50%.

Какое падение выручки вы наблюдаете за середину апреля 2022 г. (по отношению к уровню марта):

Падение выручки более 50%	13%
Падение выручки от 30 до 50%	28%
Падение выручки от 15 до 30%	39%
Падение выручки менее 15%	16%
Выручка осталась на прежнем уровне	3%
Рост выручки	1%

Как следствие возник разумный вопрос: как оценивают участники рынка, и мы это обсуждали на Дискуссионном клубе, будет ли сокращаться в ближайший период времени – в диапазоне 4–6 месяцев – количество аптек, работающих на российском рынке. 20% опрошенных фиксируют, что количество аптек значимо сократится. 61% говорит о том, что сокращение будет, но оно не столь колоссальное и значимое. А есть 1%, который считает, что на нашем рынке сейчас появятся «пришельцы», то есть те люди, которые имеют деньги и, видя, что аптечный рынок достаточно защищенный, потому что люди все равно продолжают болеть, попытаются инвестировать в него свои средства.

Стало интересно, с какой маржой аптечные сети работают сейчас. 32% честно признаются, что их реализованная наценка составляет от 20 до 25%. 22% – что она достигает и 30%, а 25% пока колеблются и работают от 15 до 20%. Тех же, кто работает с низкой наценкой, становится все меньше и меньше.

С какой маржой (реализованной наценкой) работаете в текущий момент времени:

Менее 10%	3%
От 10 до 15%	4%
От 15 до 20%	25%
От 20 до 25%	32%
От 25 до 30%	22%
Свыше 30%	14%

Являются ли высокомаржинальные товары, к которым мы относим собственные торговые марки, эксклюзивы, другие внутренние приоритетные позиции, в текущих реалиях эффективным инструментом работы с дефектурой популярных позиций ассортимента, другими словами, могут ли они выступать эффективной заменой. С этим полностью согласны 31% участников опроса, 40%, скорее, с этим согласны, 30% – тех, кто сомневается.

В чем же источник сомнения у тех самых 30%. И как следствие возникло суждение, что допродажа возможна только в случае, если высокомаржинальный товар – из дешевого, доступного ценового сегмента, потому что у покупателей денег больше не стало. И тут мнения разделились 50 х 50.

Какие категории высокомаржинальных товаров сейчас самые уязвимые и будут заметно стагнировать в продажах? Более 53% участников опроса отметили косметику и средства по уходу. По их мнению, здесь нужно проводить определенную инвентаризацию, искать новые решения, которые будут понятны нашему покупателю. Далее это позиция высокой цены, и об этом сказали 50% участников опроса; это категории для профилактики заболеваний, высказывают мнение 22% участников опроса, потому что говорят, что денег стало слишком мало; и хотя ковид пока никто не отменял, противовирусные средства подозревают 19%. Все остальные понимают, что тот кризис, который случился чуть ранее, в основе которого лежало здоровье, все-таки является катализатором потребления препаратов из категории профилактики заболеваний.

Какие категории ВМТ самые уязвимые в текущих реалиях и будут заметно стагнировать в продажах

Категории для профилактики заболеваний	22%
Позиции высокой цены	50%
Косметика и средства по уходу	53%
Противовирусные (ковидные)	19%
Иное (предложите свой вариант)	1%

Как критерии успешности высокомаржинальных товаров в текущих реалиях большая часть опрашиваемых отметили знание продукта, доступную ценовую категорию, справедливую и понятную мотивацию специалистов, убедительное качество. 20% опрашиваемых отметили, что это функциональное программное обеспечение, правильно настроенное и помогающее первостольнику достаточно эффективно с ним работать.

Критерии успешности ВМТ в текущих реалиях

Функциональное ПО правильно настроенное	20%
Знание продукта	63%
Бездефектурное наличие	27%
Доступная ценовая категория	55%
Емкая категория (привычка покупателя к альтернативам)	27%
Убедительное качество	32%
Качество вторичной упаковки	7%
Справедливая и понятная мотивация специалистов	42%
Иное	1%

Возвращаясь к программам лояльности, которым была посвящена отдельная сессия, надо отметить очень красноречивое выступление сервисной компании, которая делилась опытом, некой статистикой, результатами тех или иных программ лояльности у самых разных участников рынка. Сергей Корепин из Архангельска высказал сомнения, что имеет смысл заниматься персональными коммуникациями в ближайшие 2–3 месяца, и тогда возник вопрос, чему же отдать предпочтение в текущих реалиях. Почти 60% опрашиваемых сказали: никаких скидок, бонусов и тому подобных вещей, только наличие товара и приемлемая цена. 22% все равно сохраняют свою приверженность персональным коммуникациям, основанным на активности покупателя, истории покупок, а 19% говорят о том, что, скорее, будут работать массовые механики, которые похожи на промо, например, прямые скидки на выделенный ассортимент и тому подобные решения.

Егор Будрин, представитель Тулы, высказал предположение, что покупатель уже подустал от всевозможных бонусов и отдает предпочтение прямым скидкам. За прямые скидки, то есть возможность снизить цену в момент покупки, голосуют 32% участников опроса, 30% считают, что надо вообще уходить от каких-либо скидок или бонусов, а 17% отметили, что нужна какая-то хитрая комбинация бонусов и прямых скидок.

В итоге наибольший интерес представляет вопрос: на что в текущий момент времени надо направлять все свои силушки и имеющиеся ресурсы. Я попросил участников опроса выбрать 3–4 приоритетных направления деятельности, и на первое место, а это выбор 63% участников телеграм-группы «Дискуссионный клуб», вышла оптимизация и актуализация ассортимента. Безусловно, он неизбежно меняется, и нужно формировать новые категории, анализировать уязвимые. Гибкое и частое ценообразование – за это проголосовали 56% участников опроса, наращивание продаж определенного ассортимента, конечно же, это высокомаржинальные товары, это то, что дает доход и что позволяет сейчас формировать эффективную замену, в том числе дефектурным позициям. Это закрытие убыточных или пограничных аптек, которые уже находятся близко к ситуации, когда они перестанут приносить доход, это обучение персонала, повышение эффективности работы, и за это проголосовал 41% участников опроса. Может быть эффективным бизнес, если в нем работают неэффективные люди? Конечно же нет, поэтому эффективность наших сотрудников, их социально-коммуникативные компетенции сейчас выходят во главу угла.

На что в текущий момент времени надо направлять все свои силы и имеющиеся ресурсы (выберите 3-4 приоритетных направления деятельности):

Гибкое и частое ценообразование	56%
Оптимизация и актуализация ассортимента	63%
Наращивание продаж определенного ассортимента (ВМТ)	51%
Снижение расходов на персонал: сокращение фиксированной части, увеличение переменной части	14%
Закрытие убыточных и/или «пограничных» аптек	50%
Обучение персонала: повышение эффективности работы	41%
Подключение ко всем сервисам дистрибьюторов (apteka.ru) для получения максимальной отсрочки	8%
Развитие программы лояльности для покупателей	15%
Иное	3%

На одной из сессий выступление Мирослава Закусилова, представителя аптечной сети «36,6», было посвящено тому, как можно эффективно и результативно продать свою аптечную сеть. Как следствие, возник вопрос к участникам группы (опрос был анонимный): хотели бы вы продать свою аптечную сеть до конца 2022 года? Почти 60% участников сказали «нет», то есть они хотят сохранить себя в своем жизненном проекте, 16% утвердительно сказали «да», но 27% еще думают об этом и пока затрудняются с ответом.

И как же обойтись без этого вопроса: как оценивают участники нашего опроса стоимость своего бизнеса, при каком уровне предложения они готовы оперативно принять решение о продаже своей аптечной сети? 45% мечтают получить свыше 4-месячных товарооборотов, и в текущих реалиях это некая мечта, которая вряд ли сбудется. Но мы видим также достаточно адекватные оценки стоимости собственного бизнеса, это от 1,5 до 2-месячных, 3-месячных товарооборотов. 9%, 23%, то есть это те, кто найдут для себя и покупателя, и реализуют этот проект.

Как оцениваете стоимость своего бизнеса (при каком уровне предложения, вы готовы оперативно принять решение о продаже своей аптечной сети):

От 1 до 1,5-месячных ТО	6%
От 1,5 до 2-месячных ТО	9%
От 2 до 3-месячных ТО	23%
От 3 до 4-месячных ТО	17%
Свыше 4-месячных ТО	45%

Размышляя о наших обсуждениях, я в конце задал вопрос, с которого начинал, Александр Кузин предложил провести всем стресс-тест: снизить выручку на 50% и посмотреть экономику, которая произойдет в аптечной сети. Не так давно я задал вопрос участникам нашего Дискуссионного клуба: кто из вас провел этот стресс-тест для своей аптечной сети. 22% честно признались: да, провели и даже сформировали план действий по закрытию части аптек и оптимизации товарного запаса, те же 22% четко сказали: провели, но ничего не планируем менять, дай бог, чтобы все было хорошо даже при таком уровне выручки. 50% так и не провели, а 6% заявили, что считают это пустой тратой времени.

Дискуссионный клуб, как ясно из названия, создан для того, чтобы возникала дискуссия, чтобы обсуждались полярные мнения, чтобы звучали разнообразные решения, и не факт, что каждый начал применять то, что он услышал, в своей деятельности. Но мы с вами должны честно признаться в том, что все изменилось, и рынок никогда не будет прежним. И то, что сейчас происходит, нас должно подталкивать к неким изменениям.

Метафорично хочу описать некую автобиографию в 5 кратких главах.

Глава первая:
- Я иду по улице.
- На моем пути глубокая яма.
- Я падаю в нее.
- Я в шоке… Я беспомощен.
- Это не моя вина.
- Нужна вечность, чтобы выбраться из нее.

Глава вторая:
- Я иду по той же улице.
- На моем пути глубокая яма.
- Я стараюсь не замечать ее.
- Я опять падаю.
- Поверить не могу, но я опять в том же положении.
- Но это не моя вина.
- Нужно очень много времени, чтобы выбраться из нее.

Глава третья:
- Я иду по той же улице.
- На моем пути глубокая яма.
- Я вижу ее.
- Опять упал… это уже превратилось в привычку… но глаза мои открыты.
- Я знаю, где нахожусь.
- Это моя вина.
- Я мигом выбираюсь из нее.

Глава четвертая:
- Я иду по той же улице.
- На моем пути глубокая яма.
- Я ее обхожу.

Глава пятая:
- Я стал ходить по другой улице.

Друзья мои, хочется вам пожелать, чтобы вы прислушивались к мнению коллег, более внимательно относились и чувствовали, что изменения неизбежны и что нужно действительно быть готовым к изменениям. Успех сейчас – это значит успеть!

Грустный мыслитель и великий философ Артур Шопенгауэр однажды в одной своей фразе раскрыл всю суть многих внутренних конфликтов человека: «Мы воспринимаем собственные ограничения будто это ограничения мира, в котором живем». Единственный способ контролировать свое будущее – намеренно создавать его. Да пребудет с нами сила добра!

Сила знания о незнании…

Интеллект нам в помощь

Позволю себе на старте сразу весьма смелое суждение: учиться, познавать новое и менять мир к лучшему невозможно без открытости и готовности переосмысливать старые убеждения.

Размышляя, что помогает стать умнее и, как следствие, успешнее, люди в первую очередь упоминают интеллект. Чем он выше, тем более сложные задачи решает человек, и тем быстрее он это делает. Все привыкли считать интеллект способностью думать и учиться. Но в современном быстро меняющемся мире все большее значение приобретают другие навыки: умение переосмысливать давно известное и отказываться от устаревшей информации. К сожалению, мы не только избегаем переоценки своих установок – мы сопротивляемся самой идее переосмысления. Отчасти проблема в лени. Многие психологи говорят о скупости мышления: люди предпочитают держаться привычного мнения, а не обременять себя новым. Но сопротивляться пересмотру точки зрения нас побуждают и более глубокие причины. Сомневаясь в себе, оказываешься в непредсказуемости. Приходится заставлять себя признать, что факты изменились и то, что раньше было верным, теперь ошибочно. Переоценка укоренившихся убеждений угрожает нашей идентичности, вызывает ощущение, что мы лишаемся части себя.

В прошлых годах мы все прошли проверку на гибкость мышления. Нам пришлось пересматривать привычные установки: что ходить в поликлинику, есть в ресторане и обнимать близких людей – безопасно. Что по телевизору всегда будут идти прямые спортивные трансляции. Что большинство будут работать и учиться в привычном формате. Что туалетную бумагу и антисептик для рук можно купить когда и где угодно…

Я предлагаю отказаться от устаревших знаний и мнений и сделать чертой своего характера гибкость, а не постоянство. Освоив искусство переосмысления, вы заложите фундамент для успехов в работе и счастья в личной жизни. Переоценка позволяет решать старые задачи по-новому и преодолевать инерцию привычек, имея дело с актуальными проблемами. Это умение учиться у окружающих и поступать так, чтобы потом не сожалеть. Только истинно мудрый человек способен понять, что пора отказаться от излюбленных инструментов и взлелеянных частей идентичности.

За точку равновесия

Кризис – слово, пришедшее к нам из греческого языка, где оно означает решение и поворотный пункт. Став всемирным термином, слово приобрело новые смыслы и их оттенки. Теперь это и переворот, перелом, состояние, при котором существующие средства достижения целей становятся неадекватными, в результате чего возникают непредсказуемые ситуации. Расспросите о слове опытного филолога, и он расскажет вам, что само слово происходит от греческого глагола, означающего определять или выбирать. Таким образом, кризис – это важнейший момент, свидетельствующий о необходимости и своевременности перехода в иное, качественно отличное от предшествующего состояние.

Человеческое сознание находится в основном между оптимизмом и пессимизмом. Иногда мир кажется более розовым, чем он есть, а иногда – более черным. И вот поскольку человеческое сознание мечется между этими двумя состояниями, точку равновесия, как правило, проскакивает. Иногда люди совершают поступки, исходя из своих оптимистических оценок, например покупают акции или берут кредиты. А иногда – из того, что все плохо, надо бежать без оглядки, потому что все сейчас порушится, жизнь закончится. И то и другое неверно. Но поскольку это большие массы, их обуревает некая страсть, они лодку все время раскачивают: то туда, то сюда. Людей надо вовремя отрезвлять, потому что у большинства инерционное сознание. Трудно сказать себе: все, уже другая жизнь, надо из парадигмы развития переключаться на парадигму выживания. Миссия Дискуссионного клуба в том, чтобы напоминать людям, что жизнь меняется, и надо на это быстро реагировать.

Причиной инерционного сознания является сверхоптимизм целого поколения. Люди, обладающие неопределенно-оптимистическими взглядами, уверены, что завтра будет лучше, чем сегодня. Правда, они не знают, в чем именно, и поэтому не строят никаких конкретных планов. Они рассчитывают на то, что будущее принесет им много хорошего, но не видят причин хоть что-нибудь для этого предпринимать…

Помогут новые бизнес-модели

Идеальная аптека должна удовлетворять следующим требованиям: быть функциональной и привлекательной, дружелюбно настроенной по отношению к посетителю и вызывать доверие.

Последнее время я много путешествую и вольно или невольно общаюсь с собственниками и ключевыми управленцами аптечных сетей самого разного масштаба и размера. Грустно становится от их размышлений. Собственники говорят о том, что доходность аптечного бизнеса стремительно сокращается, иногда слышу суждения, что заниматься аптеками больше нет желания, потому как это не приносит ожидаемого результата. Наверняка есть более интересные бизнесы, которые принесут бóльшие возможности для зарабатывания капитала… Но, пускаясь в размышления, куда вкладывать деньги, большинство начинают понимать, что практически во всех отраслях наступили нелегкие времена… У людей денег не становится больше… Покупательская способность не демонстрирует уверенного роста, и для того, чтобы продолжать получать приемлемые результаты, нужно наращивать свою продавательскую способность, осознанно тратить силы и время на развитие необходимых компетенций своего персонала, потому что именно эффективность сотрудников является ключевым драйвером роста практически любого бизнеса.

По мнению многих экспертов, почти 30% аптечных сетей в ближайшее время подвержены риску банкротства или поглощения со стороны конкурентов. Исследователи считают, что во избежание такого сценария аптечным сетям необходимо срочно приспосабливаться к новым реалиям рынка, выстраивая новые бизнес-модели.

Привычные ценовые методы привлечения внимания покупателей (модель аптеки-дискаунтера) перестали эффективно работать, более того, на падающем рынке становятся весьма опасной бизнес-моделью, способной сработать как мина замедленного действия. Запас прочности такой модели при резком колебании спроса со стороны покупателей крайне низок. Как следствие, любые негативные изменения выручки могут привести к большому накопленному убытку. Правда, как показывает внимательное изучение этой стратегии, задачей аптек-дискаунтеров является не решение социальных проблем населения, а выдавливание с уже наработанных мест аптек с более широким ассортиментом и профессиональными специалистами. Делается это любой ценой. Переманиваются специалисты, товары продаются по ценам ниже, чем у поставщиков… Для дискаунтера специалисты – порой не самое сильное звено. Для небольшой аптеки или аптечной сети – эффективное средство обороны от ценовика.

Еще один вызов времени – онлайн-торговля. Та самая победа, которой так долго ждал наш рынок. Теперь же сотрудники аптеки встречают новшество не с надеждой, а с опасением: дистанционный отпуск лекарств принесет не новую прибыль, а усеченное конкурентной борьбы. Хотя изначально эта возможность позиционировалась как эффективный способ повышения доступности лекарственной помощи в сельской местности. Правда, в той самой сельской местности аптеки замечают: онлайн-отпуск лекарств никому не навредит, но исключительно по причине невостребованности. Невысокие доходы, кнопочные телефоны – все это заставляет жителей придерживаться традиционных способов приобретения лекарств. Поэтому этот канал продаж очевидно актуален для больших городов. Именно там интернет-отпуск способен перекроить весь аптечный рынок. Активно дистанционными продажами успешно занимаются два крупнейших дистрибьютора, что вызывает уже много вопросов…

Цена/качество – кто кого?

Что касается покупателя, то кризис значительно изменил его поведение. Все прекрасно понимают, что на фармацевтическом рынке идет настоящая война, или даже то, что происходит, можно смело назвать ценовой бойней! Где те аптеки, в которые население шло за помощью, как в храм? Аптеки превратились в магазины-супермаркеты, а «продавцы» только и думают, как выполнить план…

Посетитель аптеки, естественно, чувствует, когда в нем видят лишь клиента. И понимает, что в такой ситуации можно рассчитывать лишь на свои знания и внимательность. Посетитель стал более осведомленным, но менее платежеспособным. На собственное здоровье он тоже жалеет денег… Люди ищут информацию в Интернете, спрашивают специалиста в аптеке о дешевых аналогах. Все новые и новые дискаунтеры, которые открываются дверь в дверь, агрессивная реклама о «супернизких» ценах, которая не соответствует действительности и вводит в заблуждение, а в итоге мы получаем большее недоверие со стороны покупателей к аптекам в целом…

Как это ни удивительно, недоверие к аптекам в целом со временем проходит, и результат иногда получается неожиданным. В первую очередь для дискаунтеров. Поведение покупателей меняется, растет осознанная ценность качественной фармацевтической консультации. Покупатели возвращаются от дискаунтеров в тради-

ционные аптеки. Хотя, конечно, остаются и те, кому важна только цена. Но ведь и цены у дискаунтеров не всегда ниже цен традиционных аптек, а люди перестают обращать внимание на лозунги на фасаде.

Взгляд в будущее

В самом ближайшем будущем роль специалистов, работающих в аптеках, кардинально изменится.

Аптеки вынуждены будут изменить подход к посетителям, взять на себя новые функции и проявлять большую гибкость в решении стоящих перед ними задач. Современные технические средства, с одной стороны, облегчают работу аптек, с другой – являются своеобразной проверкой на способность адаптироваться к новым условиям.

Посетители аптеки – это потребители, и они ожидают от аптек большего, чем просто отпуск товара. Они хотят, чтобы фармацевт их не только быстро обслужил, но и оказал им поддержку.

Подытоживая, отметим, что деятельность аптек, как и роль фармацевтов, в последние годы уже в значительной степени изменилась. В будущем основным драйвером перемен по-прежнему останутся технические новшества, но будут набирать силу и новые тенденции. Аптеки станут предлагать больше услуг, ориентированных на здоровый образ жизни, и будут все больше превращаться в партнера по поддержанию здоровья и в меньшей степени оставаться магазином лекарств.

Кто может помещать осуществить это?

Победить в сотруднике «врага»

Надеюсь, что мысль, высказанная мною сейчас, еще долго не потеряет своей актуальности. Самые совершенные машины, приборы, технологии, самые тщательно написанные процедуры и алгоритмы бесполезны без профессиональных, увлеченных людей. Скорее всего, даже через 100 лет останется непреложной истина, что если человек не любит свою работу и не дорожит своей аптекой, никакое суперсовременное оборудование не заставит его работать так, чтобы покупатели были очарованы.

У любого движения по развитию исключительного сервиса в аптеке есть самый могущественный «враг» – это человек, в ней работающий. Все проблемы, существующие в аптеке, – это проблемы, так или иначе связанные с людьми. Точка.

Как следствие, нужна особая команда для достижения других результатов... И требуются непрерывные программы развития. Ведь вы развиваете людей так же, как намываете золото. Когда вы намываете золото, вы перелопачиваете тонны грязи, чтобы найти единственную унцию золота. Но, естественно, вы не ищете грязь – вы ищете золото!

Стив Джобс часто мотивировал своих людей фразой: «Лучше быть пиратом, чем служить во флоте». Так он хотел привить своей команде бунтарский дух. Он хотел, чтобы его сотрудники, прежде всего, гордились своей работой и никогда не стеснялись... «украсть что-то чужое». Глава Apple Стив Джобс оценивал своих людей в... буквах и набирал в свою компанию только первосортных специалистов – специалистов категории А. Лучшие сотрудники подобны стаду: они склонны следовать друг за другом. Заполучите нескольких таких – и вы гарантированно получите еще группу людей, пришедших вслед за ними. Этот «стадный эффект» – обоюдосторонний: в то время как сотрудники А склонны нанимать сотрудников А, сотрудники Б нанимают не только сотрудников Б, но также В и Г. Поэтому, если нанимаете кандидата Б, довольно скоро в вашей компании появятся сотрудники Б, В и даже Г...

Эта статья – мой манифест! Кризис – это хорошо. Кризис – это время ваших самых громких побед и самых решительных действий. Кризисы были и будут. Уверен, что такие понятия, как выживаемость и готовность к кризису, скоро выйдут из серой зоны, где их пока не замечают теоретики управления, и станут одними из самых основных для оценки перспектив любой компании. В нашей стране – особенно, поскольку наилучшие достижения и успехи в бизнесе мы совершаем несмотря на что-то и всегда вопреки чему-то.

Лидер должен мотивировать себя и команду на длительную работу под давлением обстоятельств, быть способен быстро принимать нестандартные решения в условиях неопределенности. Грубой ошибкой будет оставить на волю судьбы и случая подготовку своей команды к действиям в кризисных ситуациях.

Фоторепортаж

С фармацией, но не в аптеке

Алина Самохвалова

- Провизор, выпускница 2021 года
- Редактор образовательного портала «Провизор-24»

Рядом с медициной

Вариантов, в какой вуз поступать после окончания школы, у меня не было. Только в медицинский. А куда еще можно пойти, если семья занималась лечением людей? С выбором факультета тоже сложностей не возникло: я очень любила химию, биология тоже нравилась. Больше химии, чем на фармацевтическом факультете, нет нигде в медицинском вузе. К тому же считалось, что на фармфак легче поступить.

Я понимала, что фармацевтическая специальность может дать широкие возможности профессионального развития, связанные и с разработкой лекарственных веществ, и с производством, и со сферой обращения. Однако направленность обучения была «заточена» под аптечную деятельность. Такая перспектива меня не привлекала никогда. Впрочем, было одно исключение – практика в аптеке областной больницы имени Семашко. Там работал производственный отдел, изготовлялись экстемпоральные лекарственные средства. Вот это мне очень понравилось: интересное дело, отличный коллектив. Но кадрового дефицита в производственном отделе не наблюдалось, надеяться на трудоустройство там не приходилось. Вопрос будущей работы оставался для меня неопределенным практически до окончания вуза.

Однако студенческая жизнь сама по себе проходила увлекательно. Я участвовала в работе студенческого театра медицинской академии, считавшегося одним из лучших в Нижнем Новгороде. Мне даже довелось играть главную роль – Искру Полякову в спектакле «А завтра была война…»

Сложности трудоустройства

То, что я не пойду за первый стол, было для меня абсолютно понятно. Я видела, что провизор по сути становится продавцом, а показатели продаж ценятся намного больше, чем квалифицированное фармацевтическое консультирование. Условия труда в аптеке и отношение к сотрудникам тоже не вдохновляли: ты по жизни всем должен и всегда виноват, даже если не виноват. Не стоило учиться пять лет, чтобы на работе постоянно испытывать конфликт знаний, совести и самоуважения. Кстати, среди моих сокурсников только четверо в итоге оказались в аптеке.

Итак, чего я не хочу, – понятно. Но что же тогда делать? Я дважды подавала заявку на должность медицинского представителя известных фармацевтических компаний. Но до конца эту идею не довела. Мне не понравилась агрессивная манера проведения интервью и тестирования. В частности, организаторы даже не здоровались с претендентами, отсутствовала вводная часть с пояснением заданий, а сами задания были отправлены с задержкой на 40 минут. Такой стиль взаимодействия мне не близок.

Судьбоносное значение для меня сыграл смотр-конкурс студенческих работ по итогам производственной практики на выпускном курсе. Я выступала спикером от нашей исследовательской группы. В состав жюри конкурса входили представители потенциальных работодателей. В том числе руководитель проекта «Провизор-24» А.А. Тягунов. Когда мне предложили стать частью команды «Провизор-24», я с радостью согласилась. Это та работа, которая мне нравится.

Чему не учили в вузе

Моя основная профессиональная обязанность – создавать качественный контент. Такой, чтобы вызывать интерес у фармацевтов и провизоров, привлечь внимание, сформировать позитивный образ нашего портала. Коммерческими проектами, рекламой и продажей курсов я не занимаюсь, работаю только с бесплатными материалами. Для меня, конечно, все это совершенно новое, другое, непривычное. Я училась обращаться с различными программами, создавать дизайн, оформлять информацию так, чтобы ее хотелось прочесть.

Это было и сложно и очень интересно. Впрочем, после изучения физколлоидной химии все остальное уже не сложно.

Мне нравится то, что здесь нужно постоянно что-то придумывать, здесь есть, где проявить творческое начало. Я стараюсь понять, что интересно нашей целевой аудитории, что ее волнует, найти самые животрепещущие темы и пригласить лучших экспертов.

Я меньше года в этой профессии, но понимаю, что это мое. Хочу развиваться в выбранном направлении и вижу широкие перспективы.

Записки провизора

Артур Варданян

Незаменимый триптофан

В сложные времена эта аминокислота особенно нам необходима. Впрочем, и путь самого триптофана был непростым, но в итоге позитивным.

Триптофан – одна из восьми «незаменимых» аминокислот, из которых состоят белки. Это не значит, что они лучше «заменимых», просто организм человека не в состоянии их синтезировать, они поступают извне.

Триптофан, как Геракл, ежедневно совершает 12 подвигов в нашем организме:

- эффективно профилактирует депрессию;
- улучшает сон, его глубину и качество;
- приносит успокоение при тревожности;
- снимает раздражительность;
- смягчает эмоциональное напряжение;
- создает ощущение приподнятого настроения;
- привносит душевный комфорт;
- повышает работоспособность;
- повышает уровень серотонина, « гормона счастья»;
- в темное время суток повышает уровень мелатонина, «гормона сна»;
- окрашивает окружающую действительность в оптимистичные тона.

Триптофан широко применялся и весьма успешно справлялся с депрессией, бессонницей и многими другими заболеваниями.

В конце прошлого века с ним произошла почти детективная история. Одна японская фирма стала выпускать триптофан, изменив технологию производства – то ли случайно, то ли умышленно. Это средство стало вызывать массу побочных эффектов, были зарегистрированы даже летальные исходы. В итоге триптофан был обвинен, осужден и запрещен к распространению в США Управлением по контролю качества пищевых продуктов и медикаментов.

Большая фарма втайне радовалась, ведь убрали основного конкурента многочисленных антидепрессантов. И хотя позже было многократно доказано, что побочные эффекты были только у конкретной партии препарата от конкретного производителя, репутация его была испорчена.

Но время шло, наступила эра биодобавок, и триптофан был реабилитирован. Сейчас он вновь широко применяется.

Триптофана много в мясе, сыре, шоколаде, но терапевтический эффект достигается принятием препарата. Триптофан бывает двух видов: L-триптофан и 5-гидрокситриптофан (5-HTP), в аптеках чаще встречается последний. Это непосредственный биохимический предшественник серотонина в организме. Достаточно всего 300–400 мг в сутки.

При лечении бессонницы его принимают непосредственно перед сном, а при депрессии прием растягивают на весь день. В общем, справедливость восторжествовала, триптофан снова в строю.

НАСТРОЕНИЕ

***

Современная стоматология многим не по зубам.

***

На приеме у терапевта.

Пациент:

– Доктор, по правде говоря, я не верил, что лекарство, которое вы мне выписали, поможет. Но помогло. Вы просто волшебник.

Терапевт:

– По правде говоря, волшебник – аптекарь. Я вам по ошибке дал бланк, на котором ручку расписывал.

***

Многим людям удалось значительно улучшить свою жизнь благодаря лекарствам. Например, фармацевтам…

***

Посетительница аптеки – провизору:

– Молодой человек, у вас тут продается анальгин за 20 рублей и за 200, а какая между ними разница?

Провизор:

– Разница 180 рублей, мадам!

***

– Девушка, подскажите, что лучше для мужа: валидол или валерьянка?

– А диагноз какой?

– Туфли за 30 тысяч…

***

Аптекарь протягивает посетителю микстуру и, слащаво улыбаясь, произносит:

– Вот новейшее, самое радикальное средство от запоров.

– Тогда давайте сразу что-нибудь и от поноса, – настороженно отвечает клиент.

«ФМ. Фармация и Медицина» № 5, май 2022.

Газета зарегистрирована в Роскомнадзоре.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС 77-73614 от 05.10.2018

Периодичность издания – 1 раз в месяц

Учредитель и издатель ООО Издательский дом «Стриж Медиа»

Адрес редакции и издательства: 125124 Россия, г. Москва, 5-я улица Ямского Поля, д. 7, стр. 2

Генеральный директор Т.Г. Олеринская

Главный редактор Т.Е. Кукушева

Редактор А.А. Гришунина

Дизайн-макет О.М. Пеленкова

Контакты: +7–495–252–75–31 tkukusheva@strizhmedia.ru

Сайт: https://phmlife.ru/

Отпечатано в филиале «ПФОП» «Волоколамская типография», 143600 Московская область, г. Волоколамск, ул. Парковая, д. 9.

Заказ № 1354-22

Тираж 30 000 экз.

Номер подписан в печать 23.05.2022

Дата выхода в свет 25.05.2022

Фотографии в номере фотобанк Freepik.

Перепечатка материалов, опубликованных в газете «ФМ. Фармация и Медицина», возможна только с разрешения редакции.

Стратегический партнер маркетинговая компания DSM GROUP

© ООО ИД «Стриж Медиа», 2018