

Социально-экономические проблемы здравоохранения и фармации

ID: 2020-12-4017-T-19270

Тезис

Байгузина Д.Р.

Основные направления обеспечения эффективных продаж в аптеках

*ФГБОУ ВО Саратовский ГМУ им. В.И. Разумовского Минздрава России, кафедра экономики и управления здравоохранением и фармацией**Научный руководитель: к.п.н. Новокрещенов И.В.*

В жестких условиях конкурентной борьбы аптеки заботятся о доходности своей деятельности, поэтому находятся в постоянном поиске скрытых рычагов, оказывающих влияние на увеличение прибыли. Важнейшим показателем эффективных продаж в аптеке является средний чек.

Цель: исследование различных методов увеличения среднего чека в аптеках г. Саратова.

Материал и методы: социологический метод в форме анкетирования 156 фармацевтических работников. Все опрошенные женского пола, средний возраст составил $35,96 \pm 0,66$ лет.

Результаты. Все респонденты считают показатель «средний чек» важным индикатором работы аптечной организации, 87% признают необходимость увеличения среднего чека для увеличения прибыли аптеки. У большинства респондентов (94%) в организации используются методы увеличения среднего чека, самым распространенным является осуществление дополнительных продаж (59%). По мнению респондентов, самым эффективным методом повышения среднего чека является обеспечение мотивации сотрудников и контроль за их деятельностью ($7,44 \pm 0,09$ баллов по восьмибальной шкале). К наиболее информативным показателям при анализе работы по увеличению среднего чека относится размер среднего чека «по аптечной сети» (83%). У 41% респондентов в аптеках существует система вознаграждения (скидки/подарки) для постоянных покупателей, обеспечивающая лояльность покупателей и увеличение среднего чека. Самыми существенными факторами, влияющими на величину среднего чека (оценка проводилась по восьмибальной шкале), оказались «работа первостольника» ($7,69 \pm 0,25$) и «расположение аптечной организации» ($6,12 \pm 0,31$).

Выводы. У большинства опрошенных в аптеках используются методы по увеличению показателя «средний чек», который по мнению респондентов является эффективным индикатором деятельности аптеки, влияющим на экономические результаты. Фармацевтические работники, по их мнению, играют важную роль при формировании «среднего чека», поэтому аптечным организациям необходимо применять методы мотивации и контроль сотрудников для увеличения данного показателя.

Ключевые слова: средний чек, продажи