

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ЦІННИКІВ У ДІЯЛЬНОСТІ АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ

Н.Алекперова, Н. Сахнацька

Національний медичний університет імені О.О. Богомольця

м. Київ, Україна

aliekperova18@gmail.com, sakhnatskaya@ukr.net

Анотація. Новим цифровим інструментом, який дозволяє аптечним закладам успішно адаптуватись до змін зовнішнього середовища є електронні цінники. Цей інструмент може надавати додаткову цінність для потенційних клієнтів та покращити імідж компанії. Головна мета цієї роботи полягає у обґрунтуванні перспектив використання електронних цінників у діяльності аптечних закладів України.

Ключові слова. електронні цінники, цифрові інструменти, аптечні заклади.

Abstract. A new digital tool that allows pharmacies to adapt successfully to the changing external environment is the use of electronic shelf labels. This tool can provide additional value for potential customers and improve the image of the company. The main aim of this work is the justification of the prospect of using electronic shelf labels in the activity of Ukrainian pharmacies.

Keywords. electronic shelf labels, digital tools, pharmacies.

Актуальність. Сьогодні за умов світової глобалізації усім підприємствам, незалежно від виду їх діяльності, варто впроваджувати інноваційні технології. На сьогодні ІТ-компанії надають великий асортимент сучасних інструментів для підвищення лояльності клієнтів шляхом формування додаткової цінності товару чи бренду для споживача. Одним з перспективних цифрових інструментів для оптимізації бізнес-процесів є електронні цінники. Варто зазначити, що таке технологічне рішення забезпечує велику підтримку будь-якої

галузі у щоденному управлінні цінами та покращенні сервісу для пацієнтів. Оскільки в Україні діджитал-інструменти у фармації впроваджуються досить повільно, світовий досвід використання електронних цінників у діяльності аптечних закладів налічує безліч прикладів. Іспанська аптека Farmacia Viñamata вже тривалий час використовує замість паперових зразків інтерактивні цінники. Дана аптека є лідером серед іспанської фармацевтичної галузі у сфері інновацій, компетентності та професіоналізму[1]. Італійська «аптека майбутнього» Farmacia Del Viale, використовує програмне забезпечення Вreese, завдяки якому аптеки можуть також автоматично оновлювати ціни на товар [2]. Австралійська компанія Shopfront Solutions, відома у австралійській фармації своєю платформою маркетингових комунікацій для аптечних полиць, забезпечує підтримку більш ніж 1500 незалежних аптек, включаючи групи учасників Pharmacy Alliance, Chempro та Pharmacy Choice. Стратегічне партнерство компанії з лідером цифрових комунікацій In2Digital забезпечують хмарну платформу для ціноутворення за допомогою спеціально розробленого для аптеки мобільного додатку для простоти використання технологій друку та управління цифровим зв'язком [3]. Оскільки у світовій фармацевтичній практиці вже успішно використовуються електронні цінники, доцільним буде обґрунтувати переваги впровадження електронних цінників у аптечні заклади України, адже використання інноваційних інструментів не лише оптимізує роботу персоналу, але й позитивно впливає на формування іміджу та клієнтоорієнтованості компанії.

Метою дослідження є обґрунтування доцільності впровадження електронних цінників у діяльність аптечних закладів України.

Методи дослідження. Для досягнення мети було використано такі методи, як контент-аналіз, логічний та системний аналізи.

Основний матеріал дослідження. У сучасних аптечних мережах існує стратегічна необхідність інтегрувати канали зв'язку зі споживачами. Деякі компанії впровадили електронні етикетки для заміни паперових цінників, щоб технологічно забезпечити омніканальну трансформацію за рахунок погодження подання ціни

та інформації про продукт між онлайн- і офлайн-каналами [5]. Адже те, наскільки якісно компанія взаємодіє з клієнтом та буде тісні взаємовідносини, і є підґрунтям для формування успішного клієнтоорієнтованого закладу. Оскільки деякі закордонні аптечні мережі вже тривалий час використовують цифрові цінники, варто описати алгоритм їх реалізації у повсякденній діяльності. Електронні цінники (electronics shelf labels) - інноваційна система для управління цінами у торговому залі аптеки, що дозволяє легко та швидко змінювати вартість товару, запускати промоакції, а також публікувати додаткову інформацію щодо продукції всього у декілька кліків. Завдяки інфрачервоному сигналу зв'язку або цифровому радіоканалу інформація передається з пристрою на цінник за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення [4]. Сьогодні компанії надають безліч варіантів зовнішнього вигляду цифрових цінників. На рис. 1. представлено один з можливих варіантів.



Рисунок 1 – Структура електронного цінника [4]

Важливість впровадження даного інноваційного інструменту полягає також у проблемах нераціонального використання трудових ресурсів аптеки. Безліч свого часу провізори витрачають на технічну роботу, пов'язану безпосередньо з переоцінкою товару. Це зумовлює виникнення певних перешкод у наданні якісної фармацевтичної допомоги через нераціональне використання робочого часу фахівця. Також варто зазначити аспекти внутрішнього маркетингу, адже виконання одноманітної технічної роботи є певним демотивуючим

фактором для фармацевта та може викликати емоційну виснаженість на роботі. У деяких аптечних мережах, крім фармацевтичних працівників, у штаті аптеки може бути допоміжний персонал, який безпосередньо займається розміщенням цінників у торговому залі та переоцінкою товару. Безумовно, це значно зменшує навантаження на провізора, однак зумовлює певні фінансові витрати на оплату праці таких працівників. Тому, на основі вищезазначених аргументів варто все ж таки обґрунтувати перспективність використання електронних цінників. Враховуючи світовий досвід використання цього діджитал-інструменту, ми систематизували основні переваги впровадження даного інструменту у вітчизняний аптечний рітейл:

1) Оптимізація роботи персоналу аптеки. Оскільки провізор займається не лише відпуском лікарських засобів населенню, а й виконує низку іншої роботи, пов'язаної з організацією роботи аптечного закладу, використання електронних цінників допоможе звільнити фахівців від технічної роботи та приділити більше часу для пацієнта.

2) Раціональне використання ресурсів довкілля, пов'язане з аспектами екологічного маркетингу. Варто зазначити, що використання електронних цінників, порівняно з паперовими, полягає у зменшенні витрат на їх виробництво та оновлення. В електронних цінниках використовується технологія електронного паперу, знайома багатьом по «електронним книжкам» [4]. Вони відрізняються дуже низьким енергоспоживанням - вони споживають енергію тільки при зміні інформації і практично не вимагають живлення в режимі очікування.

3) Підвищення іміджу аптеки. Застосування електронних цінників безумовно підвищить статус компанії та лояльність споживачів, що призведе до залучення нових клієнтів, створення більш тісної взаємодії з існуючими та формування конкурентоспроможної компанії.

4) Збільшення прибутку компанії за рахунок використання маркетингових заходів. Цифрові цінники мають змогу ефективно привернути увагу споживачів до акційних пропозицій. Для цього система використовує доступ до смартфона клієнта. За допомогою Wi-

Fi та інфрачервоного зв'язку встановлюється місцезнаходження покупця у аптеці. Для зацікавлення клієнта система спрямовує його до поточної цінової акції, а потім він знову повернеться за лікарськими засобами чи медичними виробами за вигідну ціну.

Висновок. Варто підсумувати, що використання такого інноваційного інструменту як електронний цінник є досить перспективним напрямком для формування клієнторієнтованого підходу до управління аптечним закладом. Враховуючи вищезазначені переваги, можна зробити висновок про те, що електронні цінники є сучасним інструментом вирішення багатьох проблем аптечної сфери та спрямовані на ефективне та раціональне використання ресурсів аптеки. Впровадження цифрових цінників є інноваційним шляхом до удосконалення процесів обслуговування населення, залучення потенційних клієнтів та підвищення якості надання фармацевтичної допомоги населенню.

Список використаних джерел

1. Nicolisproject [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.nicolisproject.com/>.
2. The pharmacy of the future in Italy [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.delfi.com/cases/del-viale-pharmacy>.
3. Retail Marketing made easy [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.shopfrontsolutions.com.au/>.
4. ESL | Електронні цінники [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.systemgroup.com.ua/uk/rishennya-ta-pz/upravlinnya-torgivleyu/upravlinnya-tovaramy-ta-cinamy/esl-elektronni-cinnyky>.
5. Joe Boden, Erik Maier & Florian Dost (2020) The Effect of Electronic Shelf Labels on Store Revenue, International Journal of Electronic Commerce, 24:4, 527-550, DOI: 10.1080/10864415.2020.1806472.