

Upravni odbor Apoteke Subotica na sednici održanoj dana 16.06.2017.godine usvojio je:

STRATEŠKI PLAN APOTEKE SUBOTICA SUBOTICA ZA PERIOD OD 4 GODINE (2017-2021)

I UVOD

Strateški plan se donosi za Apoteku Subotica, na period od 4 godine.

Strateški plan Apoteke Subotica donosi Direktor, Upravni odbor i Tim za akreditaciju Apoteke Subotica.

II SAŽETAK ZA RUKOVODSTVO

MISIJA

Misija ustanove je pružanje farmaceutske usluge visokog standarda u skladu sa smernicama Dobre apotekarske prakse i zahtevima korisnika, kao i aktivan doprinos zaštiti zdravlja stanovništva. Prevencija bolesti, promocija zdravog načina života, ispunjavanje ciljeva svojih zaposlenih i osnivača, kao i biti siguran i pouzdan partner u svemu.

Svoj razvoj APOTEKA SUBOTICA bazira na visokokvalitetnim zdravstvenim uslugama, merama i aktivnostima, unapređenjem postojećih i uvođenjem novih metoda rada.

S obzirom na kadrovske i stručne potencijale APOTEKE SUBOTICA, svoje znanje i iskustvo zaposleni prenose opštoj u stručnoj javnosti kroz kvalitetnu komunikaciju, edukaciju i multidisciplinarnu saradnju.

Svoju misiju APOTEKA SUBOTICA ostvaruje doslednim poštovanjem etičkih principa, kreiranjem zdravstvene strategije, stručnim kadrom na svim nivoima APOTEKE SUBOTICA, sistemom vrednosti i standardima dobre apotekarske prakse.

VIZIJA

Naša vizija je da budemo sinonim za Apoteku koja stalno postavlja više standarde kako u oblasti pruženih farmaceutskih usluga i kvaliteta rada, tako i u oblasti prevencije bolesti i unapređenja kvaliteta života.

Ustanova, koja uvodi nove navike i trendove i prepoznatljiva je po stručnosti, organizaciji i kvalitetu u sistemu zdravstvene zaštite.

Put ka tome vodi kroz kvalitetno obavljanje delatnosti Apoteke Subotica koja se ostvaruje kroz pružanje zdravstvene farmaceutske zaštite osiguranicima RFZO na primarnom nivou. U ovom delu aktivnosti, Ustanova je upućena na praćenje i prilagođavanje regulativama RFZO i Vlade Republike Srbije (definisana Lista lekova koji se mogu izdavati na recept, cene lekova i medicinskih pomagala, participiranje osiguranika u ceni lekova, propisana marža za lekove i medicinska pomagala koja se mogu izdavati preko naloga i recepta u apotekama). Ugovorom sa RFZO definisana su prava i obaveze ugovornih strana. Istovremeno, Ustanova je u obavezi da obezbedi potreban asortiman i količine lekova i medicinskih pomagala koji se izdaju na teret obaveznog zdravstvenog osiguranja, sprovođenjem postupka javnih nabavki (u skladu sa Zakonom o javnim nabavkama, SL.glasnik RS br.124/2012, 14/15 i 68/15) kako bi zadovoljila potrebe osiguranika.

Materijalnu osnovu za kvalitetan rad i pored velike konkurencije na tržištu, vidimo u što većem obimu realizovanih farmaceutskih usluga, finansijskoj podršci lokalne samouprave, uvođenju novih usluga na tržišnom principu, angažovanju na pribavljanju donatorskih sredstava i efikasnom poslovanju.

III PLAN FINANSIJSKOG POSLOVANJA

Apoteka Subotica svoj godišnji operativni plan bazira na Strateškom planu, prihvaćenom od strane Upravnog odbora.

Godišnji plan obuhvata plan realizacije lekova sa Liste lekova koji se mogu izdavati na recept i realizacija lekova koji nisu na Listi lekova i drugih proizvoda (dijetetskih preparata, proizvoda iz laboratorije i druge komercijalne robe). Izradi godišnjeg plana prethodi analiza ostvarenih rezultata u prethodnoj godini i sagledavaju realne mogućnosti za povećanje obima prodaje u narednoj godini. Predloge za obim prodaje u narednoj godini daju šefovi apoteka. Osim predloga vezanih za promet, šefovi daju i svoje viđenje potreba za investicionim i tekućim održavanjem, nabavkom nove opreme, kadrovskim potrebama u svojoj apoteci. Na osnovu predloga šefova apoteka o obimu prodaje, a u skladu sa Strateškim planom, usaglašavaju se mogućnosti plasmana uz predloge novih aktivnosti kako bi se planski zadaci ostvarili. Planovi se postavljaju na realne osnove u skladu sa mogućnostima pozicioniranja u okruženju, uvažavanja finansijskih mogućnosti korisnika usluga i svih kapaciteta u prodajnim objektima.

Kako Apoteka Subotica nije kreator prometa lekova sa Liste lekova, već servis između RFZO i njegovih osiguranika, možemo konstatovati da je neophodno zadržati naturalni rast tog prometa

na nivou od 3-5% godišnje. Plan realizacije lekova sa Liste lekova je teško postaviti na čvrste osnove, jer je Lista promenljiva i teško je predvideti u kom pravcu će se izmene odvijati. Privatnim apotekama pružena je mogućnost sklapanja ugovora sa RFZO i izdavanje lekova na recept, što dodatno utiče na otežano planiranje obima realizacije recepata.

Plan komercijalne prodaje mora da se bazira na postignutim rezultatima iz prethodnog perioda uz uvažavanje neiskorišćenih resursa, ali i mogućnosti boljeg pozicioniranja u odnosu na privatne apoteke. Veliki broj privatnih apoteka nalazi se u neposrednoj blizini naših, što otežava opredeljenje korisnika za ostvarenje farmaceutske usluge koja nije vezana za recept. Isto tako mora se uvažavati i finansijska moć korisnika usluga. Stoga je realno planirati povećanje komercijalne prodaje od 3-5% godišnje. Menadžment može dati preporuku i za veći procenat povećanja na godišnjem nivou, ukoliko proceni da postoje pretpostavke koje bi omogućile veći promet (kartice poverenja, nabavka robe pod povoljnijim uslovima i sl.). Usaglašeni pojedinačni planovi apoteka-ogranaka odnosno jedinica za izdavanje gotovih lekova, predstavljaju godišnji plan Apoteke Subotica.

Ostvarenje postavljenog plana, apoteke samostalno mogu pratiti korišćenjem softverskog rešenja, a analiza realizacije godišnjeg plana na nivou Ustanove vrši se na kolegijumu najmanje dva puta godišnje. Tada se analizira broj realizovanih recepata i njihova vrednost, broj realizovanih fiskalnih isečaka i vrednost ostvarene prodaje po robnim grupama, analizira se povezanost nabavke, prometa i lagera, uposlenost svakog pojedinca, kao i sva saznanja koja u datom trenutku mogu biti od značaja u davanju smernica za ostvarenje postavljenih planova i podizanja kvaliteta pruženih usluga.

Plan realizacije je osnova za projekciju prihoda, odnosno projekciju Finansijskog plana. Projekciju rashoda potrebno je uskladiti sa potrebama, kako bi se obezbedio normalan rad i funkcionisanje apoteka i pratećih službi. Projektovani rashodi su osnova za sačinjavanje Plana javnih nabavki.

IV INVESTICIONI RAZVOJ I ULAGANJE

Cilj investicionog razvoja i ulaganja Apoteke Subotica je da proširi dostupnost svojih usluga, ostvari nove poslovne poduhvate i poboljša uspešnost celokupnog poslovanja.

To bi omogućilo Ustanovi da poboljša kvalitet farmaceutske usluge, da bolje pozicionira Ustanovu na tržištu severno bačkog okruga, dostigne veću konkurentnost, poveća učešće u komercijalnom delu poslovanja i dobro se pozicionira u fizičkom rastu tržišta. Rast tržišta iz delatnosti Ustanove je stalan iz godine u godinu i proističe iz stalnog unapredjenja kvaliteta i asortimana usluga i proizvoda, stručnosti kadra, kao i povezivanja sa širom društvenom zajednicom kroz permanentnu edukaciju stanovništva o preventivi bolesti, promociji i nezi zdravlja odnosno poboljšanju opšte a samim tim i zdravstvene kulture.

Ovakva orijentacija Ustanove stvara pozitivnu klimu u okviru zdravstvenog sistema i lokalne zajednice i predstavlja garanciju njenog integrisanja u savremene trendove zdravstva.

Ključne aktivnosti investicionog razvoja i ulaganja su:

- a) Ulaganje u ljudske resurse
- b) Ulaganje u opremu i informacioni sistem
- c) Ulaganje u infrastrukturu
- d) Ulaganje u društvenu zajednicu

a) Ulaganje u ljudske resurse

Ljudski resursi predstavljaju ključni element svake organizacije, jer se pod organizacijom smatra skup ljudi koji je nastao radi ostvarivanja određenih ciljeva.

Ljudski resursi određuju ciljeve jedne organizacije, upravljaju njenim radom i razvojem, obavljaju različite radne uloge, prvenstveno kao davaoci usluga. Iz tih razloga, ljudskim resursima u savremenoj organizaciji, poklanja se izuzetna pažnja.

Interes svake organizacije je da se u skladu sa primenjenom tehnologijom i projektovanom organizacijom (strukturuom i procesima) obezbedi potreban broj i struktura zaposlenih, da ih motiviše za maksimalno radno angažovanje i da upravlja njihovim radom i razvojem.

Kadrovska politika Apoteke Subotica podrazumeva adekvatno upravljanje ljudskim resursima.

Selekcija ljudskih resursa podrazumeva proces procenjivanja i zapošljavanja najkvalifikovanijih kandidata iz oblasti farmaceutske delatnosti i menadžmenta.

Kadrovski potencijal je jedan od najvažnijih potencijala, potreban za uspešno i kvalitetno obavljanje delatnosti.

Da bi se taj cilj ispunio, potrebno je sprovesti adekvatnu kadrovsku politiku, koja obuhvata:

- a) priliv i odliv radnika;
- b) raspoređivanje radnika na radna mesta;
- c) formiranje radnih grupa i timova;

Da bi povećala svoju efikasnost, Apoteka Subotica će raditi na razvijanju sistema za istraživanje, planiranje i praćanje razvoja kadrova, a što treba da obuhvati: priliv stručnog kadra, obuku, motivaciju, radno angažovanje, stručno napredovanje, promociju i inovaciju znanja kao i fluktuaciju kadrova.

U Apoteci Subotica se obavlja veliki broj poslova, koji su različiti po obimu, složenosti, odgovornosti i vremenu potrebnom za njihovo obavljanje. Zbog toga je potreban odgovarajući broj, struktura i radne sposobnosti kadrova.

Za 22 organizacione jedinice (ogranici i jedinice za izdavanje gotovih lekova), koliko ih ima sada u postojećoj organizaciji Apoteke Subotica, za rad u dve smene u 13 ogranaka i za rad u jednoj smeni u 9 jedinica za izdavanje gotovih lekova (shodno zakonskim propisima), potrebno je 35 diplomiranih farmaceuta. Trenutno je zaposleno 36 diplomiranih farmaceuta, 37 farmaceutskih tehničara, ostalih 23, što je ukupno 96 zaposlenih na neodređeno vreme i 6 zaposlenih na

određeno vreme, a što je u skladu sa propisima o maksimalnom broju zaposlenih u javnom sektoru

Može se zaključiti da Apoteka Subotica ispunjava zakonski uslov u pogledu stručnog kadra.

Osnovne karakteristike koje se traže od svih zaposlenih su: stručnost, posvećenost pacijentu – korisniku farmaceutskih usluga, prilagodljivost, komunikativnost, etičnost, energičnost, preciznost u radu, timski duh.

Pored ovih osobina, zaposleni treba da poseduju i dodatne veštine: sposobnost sprovođenja promena, donošenja odluka, sposobnost dugoročnog planiranja, analitičnost, liderstvo, motivisanje drugih, poznavanje tržišta i poslovnog okruženja, sposobnost rešavanja problema i poznavanje procedura Ustanove.

Apoteka Subotica posebnu pažnju posvećuje usavršavanju i osposobljavanju zaposlenih putem stručnih seminara i obuke za implementaciju i obrazovanje uspostavljenog sistema kvaliteta, što predstavlja siguran put za poboljšanje sistema poslovanja

Plan edukacije, obuke i profesionalni razvoj u Ustanovi ogleda se u usavršavanju i školovanju zaposlenih, pre svega u znanjima i veštinama koje nameće tržište. Osim toga, usavršavanje stručnih kadrova se vrši putem redovnih internih i eksternih edukacija, koje uvek predstavljaju važan motivacioni faktor u radu.

U zavisnosti od ciljeva razvoja kao i od ostvarenog i planiranog rezultata rada, Apoteka Subotica kreira strukturu potreba za kadrovima, što predstavlja bitan segment celokupne poslovne politike.

b) Razvoj informacionog sistema

Apoteka Subotica je implemetirala novi informacioni sistem od 2009. godine koji je u proteklom periodu prilagođavala savremenim informacionim tehnologijama u skladu sa finansijskim mogućnostima .

Web okruženje pod kojim funkcioniše aplikativni softver omogućava sve bržu obradu podataka pri izdavanju lekova na recept, pružanje korisnih informacija u postupku realizacije recepata (u skladu sa postavljenim zahtevima od strane RFZO-a kako i od Ministarstva Zdravlja (projekat IZIS- Integrisani zdravstveni informacioni sistem)

Sve je veći broj korisnih informacija proisteklih iz svakodnevnih aktivnosti, kao što su nabavka robe, izdavanje lekova na recept, prodaja, praćenje zaliha, praćenje interakcija lekova koji se izdaju na lekarski recept i drugo.

Apoteka Subotica je u proteklom periodu delimično samostalno razvila IS koji neprekidno radi i pruža sve veći broj korisnih informacija proisteklih iz svakodnevnih informacija, kao što su nabavka robe, izdavanje lekova na recept, prodaja, praćenje zaliha, praćenje interakcija lekova koji se izdaju na lekarski recept i drugo.

Razni podaci u bazama podataka o osiguranicima-pacijentima čuvaju se kako na centralnom serveru Apoteke Subotica tako i na serverima u ograncima Apoteke Subotica. Nivo bezbednosti čuvanja informacija baza podataka postavljen je na viši nivo. Neovlašćeni korisnici nisu u mogućnosti da ugroze integritet podataka na serverima Apoteke Subotica.

Umrežavanjem ogranaka zahvaljujući IS-u omogućen je trenutni uvid u zalihe svih ogranaka čime se povećala i efikasnost poslovanja sa pacijentima Apoteke Subotica omogućeno je da lakše i bezbednije dođu do lekova.

Po pitanju razvoja IS-a i dalje se radi na usavršavanju aplikativnog softwera kako po smernicama Ministarstva Zdravlja tako i po pitanju promena koje su uslovljene raznim zakonskim aktima.

Razni inovantni moduli aplikativnog softwera koji se stalno unapređuju omogućavaju korisnicima informacionog sistema da brzo i bezbedno dođu do raznih informacija.

U narednom periodu Apoteka Subotica mora i dalje da prati razvoj informacionih tehnologija i u sklopu toga neophodno je:

1. Obezbediti serversku prostoriju da se adaptira i prilagodi standardima

- antistatički pod
- klimatizacija
- rack ormani
- rack serveri
- uređaji za besprekidno napajanje strujom (UPS-evi)
- zvučna izolacija server sobe
- zaštita od sunčeve svetlosti
- protivpožarni i protivpoplavni sistem
- video nadzora i sigurnosne brave
- sistem za automatsku kontrolu mikro-klime
- rezervni klima-uređaj
- spuštene plafon
- Sistem za kontrolu pristupa server sobi

2. Obezbediti sredstva za obnavljanje LAN mreža u ograncima i u centralnoj lokaciji, kao i unapređenje postojećih. Takođe je potrebno obezbediti koordinaciju ovih aktivnosti.

3. U cilju završetka informatizacije zdravstvenih ustanova IZIS, neophodno je obezbediti sredstva potrebna za uvođenje nedostajućih informacionih sistema, unapređenje uvedenih informacionih sistema, digitalizaciju uređaja i integraciju svih sistema unutar zdravstvenih ustanova.

4. Uključiti se u strategiju razvoja zdravstvenih informacionih sistema na nivou države i obnavljanju hardwera i računarske opreme.

5. Obnoviti infrastrukture u smislu stabilnije pokrivenosti interneta (zamena mreža na optiku)

6. Uključiti se u obaveznu stručnu informatičku edukaciju i motivaciju za menadžment Apoteke Subotica. Pristup informatici treba da bude afirmativan.

7. Raditi na unapređenju i prioritetima elektronske trgovine

- a) elektronski računi i elektronsko plaćanje
- b) podsticanje razvoja e-poslovanja
- c) zaštita potrošača u e-trgovini
- d) koordinacija razvoja e-trgovine

8. Raditi na razvoju farmaceutskih usluga sa sistemom izveštavanja

9. Raditi na razvoju informacione bezbednosti :

- a) poverenje korisnika u bezbedno funkcionisanje informacionih sistema i poverenje građana u zaštićenost podataka o ličnosti u informacionim sistemima;
- b) širenje svesti o neophodnosti sprovođenja mera informacione bezbednosti;
- c) zaštitu podataka;
- d) zaštitu informacionih i telekomunikacionih sistema;
- e) bezbednost elektronskih transakcija;
- f) efikasni mehanizmi zaštite i ostvarivanje prava u procesima elektronskog poslovanja i elektronske razmene podataka.
- g) efikasnost i upotrebljivost zdravstvenog informacionog sistema
- h) očuvanje privatnosti i poverljivosti ličnih zdravstvenih podataka;
- i) visok kvalitet zdravstvenih informacija.

c) Ulaganje u infrastrukturu

Cilj infrastrukturnog ulaganja je približavanje farmaceutske usluge korisnicima kao i održavanje postojećih objekata uz praćenje potreba korisnika i trendova uređenja savremenih apoteka a u skladu sa finansijskim mogućnostima.

Savremena apotekarska delatnost zahteva i ambijentalne preduslove u cilju dostizanja kvalitetne farmaceutske usluge i pružanja kompletnog servisa krajnjim korisnicima proizvoda budući da enterijer i ambijent apoteke imaju bitnog uticaja na saradnju pacijenata, kao i na potrošačke podsticaje. Potreba da se korisnici privole na posetu i provode više vremena u apotekama Ustanove, ne samo kada dolaze sa receptom od lekara, kako bi se stekla njihova lojalnost, rezultira permanentnim naporima zaposlenih na unapređenju *merchandisinga*, u čemu veliku podršku pružaju farmaceutske kuće i pojedini poslovni partneri. Fizički prostor apoteka uskladjuje se u svim segmentima sa ukupnom vizijom i politikom razvoja Ustanove. Nastaviće se sa održavanjem i adaptacijom postojećih objekata i opreme u skladu sa finansijskim mogućnostima i definisanim prioritetima utvrdjenih stalnim praćenjem i obilaskom objekata, a prema preporuci Komisije i zahtevima šefova ogranaka, odnosno odluci Menadžmenta Apoteke.

U ostvarenju investicionih ulaganja, Apoteka se oslanja na sopstvena finansijska sredstva, donacije poslovnih partnera i osnivača.

d) Ulaganje u društvenu zajednicu i promociju zdravlja

Komunikacija sa okruženjem za Apoteku Subotica predstavlja jedan od najbitnijih aspekata rada, budući da kroz komunikaciju obavlja svoju prioritetnu delatnost – pružanje informacija o farmakoterapijskim uslugama, promociju zdravlja i zdravstveno vaspitanje građana.

Komunikacija sa korisnicima odvija se prilikom izdavanja/prodaje leka ili medicinskih pomagala, posredstvom kutaka za pacijente, telefonskim putem, putem sajta apoteke, osmišljenih piktograma za osobe sa posebnim potrebama.

Tim za promotivne aktivnosti zadužen je za praćenje događaja iz Kalendara zdravlja i u skladu sa njima a u saradnji sa Zavodom za javno zdravlje Subotica organizuju se različiti vidovi edukacije.

Konsultacije u vezi terapije pacijenata odvijaju se na više načina:

- postavljanjem pitanja farmaceutu putem sajta Apoteke Subotica
- zakazivanjem razgovora sa farmaceutom
- prilikom izdavanja ili prodaje leka (samomedikacija)
- savetovanjem u kutku za pacijente

Komunikacija i edukacija se vrši i putem:

- flajera (osteoporoza, menopauza, pravilno korišćenje i čuvanje lekova)
- sajta (kutak za roditelje, kutak za mlade, aktuelna tema (prati događaje iz kalendara zdravlja), kućna i putna apoteka
- predavanja u centrima za stare
- predavanja u školama
- gostovanje u emisijama

Komunikacija sa Ministarstvom zdravlja Republike Srbije, Republičkim fondom za zdravstveno osiguranje, Institutima za zaštitu zdravlja, inspekcijским službama, zdravstvenim ustanovama i poslovnim partnerima obavlja se na relaciji Direkcija apoteke - navedene ustanove o čemu se obaveštavaju zaposleni putem dopisa.

Saradnja sa Agencijom za lekove regulisana je procedurom za izveštavanje o neželjenim reakcijama na lekove i medicinska sredstva.

Stalno preispitivanje i analiza kvaliteta komunikacije putem ispitivanja zadovoljstva korisnika usluga i zaposlenih, kao i praćenje imidža Ustanove u opštoj i stručnoj javnosti, predstavljaju neophodne preduslove daljeg unapredjenja rada, kao i očuvanje liderske pozicije u apotekarskom sektoru.

V PLAN UNAPREDJENJA KVALITETA RADA

Mesto i uloga farmaceutskeg sektora u sistemu zdravstvene zaštite u poslednjih nekoliko decenija se znatno promenila. Apoteka Subotica prateći savremene trendove proširuje obim svojih delatnosti i usluga prilagođavajući se zahtevima korisnika, rastu i razvoju farmaceutske industrije, a u skladu sa dobrom praksom i uz puno poštovanje etičkim normi. U narednom četvorogodišnjem periodu insistiraćemo na primeni, stalnom preispitivanju, i unapređenju i reviziji usvojenih procedura sistema menadžmenta kvalitetom u skladu sa zahtevima standarda ISO 9001:2015, kao i poštovanju Standarda Dobre apotekarske prakse, Akreditacionih standarda i Etičkog kodeksa.

Ciljevi kvaliteta za period 2017-2021 su sledeći:

- Povećanje zadovoljstva korisnika pruženom uslugom u apoteci kao i kvalitetom magistralnih i dermokožmetičkih preparata
- Razvoj novih usluga u skladu sa zahtevima korisnika i tržišta
- Visok kvalitet pružanja usluga
- Obezbeđenje optimalnog asortimana lekova i medicinskih sredstava
- Smanjenje troškova poslovanja
- Poboljšanje radnih uslova
- Povećanje finansijske dobiti
- Zaštita okoline
- Kontinuirane aktivnosti vezane za promociju zdravlja i prevenciju bolesti
- Edukacija stručnog kadra u skladu sa programom licenciranja
- Aktivnosti vezane za sticanje novih znanja i veština
- Unapređenje svih vidova eksterne i interne komunikacije
- Održanje liderske pozicije u struci

Svi zaposleni su upoznati sa ciljevima kvaliteta, misijom i vizijom apoteke i aktivno učestvuju u njihovom ostvarenju.

VI PLAN MARKETINŠKIH AKTIVNOSTI

Marketing predstavlja nezaobilaznu poslovnu koncepciju u savremenim uslovima poslovanja. Svaka organizacija koja teži ka uspehu koristi osnovne principe marketinga prilagođene specifičnostima tržišta/potrošača, okruženja i uslovima poslovanja. Imajući u vidu da su apoteke zdravstvene ustanove čiji osnovni prioritet predstavlja zdravlje stanovništva, primena marketinga mora biti veoma odmerena i u skladu sa sofisticiranošću proizvoda i usluga koje se u apotekama pružaju, kao i potrošača, odnosno korisnika. Farmaceutski marketing, primeren apotekama i njihovom poslovanju predstavlja spoj aktivnosti čije je sprovođenje fokusirano na zadovoljstvo korisnika usluga apoteke, a ono proizilazi iz kvalitetene usluge i proizvoda.

Marketinške aktivnosti u Apoteci Subotica bazirane su na sledećim ciljevima:

1. očuvanje i unapređenje zdravlja stanovništva
2. uspešno poslovanje i liderska pozicija Ustanove
3. afirmacija uloge farmaceuta u svesti stručne i opšte javnosti

Poštujući osnovne principe marketinga, menadžment Apoteke Subotica ih prilagođava i implementira u svakodnevnom radu kroz brojne aktivnosti kontinuiranog karaktera ili povremenih akcija i projekata.

Marketing koncept u Apoteci Subotica, kao i u proteklom periodu, baziraće se na sledećim elementima:

1. Adekvatan asortiman lekova i drugih proizvoda (medicinska sredstva, dijetetski proizvodi, dijetetski suplementi, kozmetika, medicinska pomagala), čime se zadovoljavaju potrebe građana i postiže konkurentnost na maloprodajnom farmaceutskom tržištu Opštine Subotica. Potrebno je obezbediti sve neophodne, esencijalne lekove za građane sa akcentom na lekove koji idu na teret RFZO-a kako bi se obezbedio optimalni nivo farmaceutske zdravstvene zaštite i ostvarivanje prava iz Zakona o zdravstvenom osiguranju, putem efikasnog postupka sprovođenja javne nabavke u skladu sa zakonom.
2. Kontinuirani razvoj apotekarske delatnosti zahteva povezanost inovativnih pristupa i zahteva tržišta sa tradicionalnim vrednostima, kao što je izrada magistralnih proizvoda i ostalih proizvoda (kozmetički preparati, nega beba...) u laboratoriji apoteke. Kvalitet i širina asortimana ovih proizvoda treba da bude u skladu sa potrebama građana i zahteva standarda (DPP, ISO), i u skladu sa Zakonom.
3. Kvalitet i cena lekova i drugih proizvoda mora biti u skladu sa propisima - Zakon o lekovima i medicinskim sredstvima, Uredba o formiranju cena lekova i dr. što se obezbeđuje praćenjem i poštovanjem istih, kao i primenom u praksi. Postmarketinško praćenje lekova predstavlja takođe bitnu aktivnost farmaceuta jer omogućava detekciju neželjenih delovanja lekova.
4. Usluge koje se pružaju u apotekama treba da zadovoljavaju kriterijume propisane Zakonom, DAP, Etičkim kodeksom i Kodeksom ponašanja zdravstvenih radnika. Istraživanjem zadovoljstva korisnika potrebno je uočiti njihove nezadovoljene potrebe i osmisliti nove usluge koje se mogu pružiti u apotekama. Postojanje Tima za unapređenje farmaceutske prakse u Apoteci Subotica doprineće ovom cilju u narednom periodu. Neke od usluga koje već postoje i koje će se dalje razvijati su automatska online provera interakcija lekova, besplatna analiza telesnog sastava uz pomoć specijalizovane vage, evidentiranje pružene farmaceutske usluge u apoteci. Pružanje svih usluga potrebno je oglašavati u lokalnoj zajednici.
5. Permanentno unapređenje usluge pružanja informacija korisnicima na raznovrsne načine - prilikom izdavanja i prodaje lekova i ostalih proizvoda, što je postal rutinska aktivnost (način primene, doza, trajanje terapije, interakcije sa drugim preparatima i hranom, kontraindikacije i dr.), savetovanje građana u Kutku za pacijente, informacije dostupne preko vebsajta Apoteke Subotica i Facebook stranice Apoteke Subotica, servis "Pitajte našeg farmaceuta" na vebsajtu Apoteke Subotica, štampani (lokalni nedeljnik, promotivni materijali) i elektronski mediji (TV, radio emisije posvećene zdravlju), predstavljaju bitnu

- diferentnu prednost Ustanove u odnosu na većinu apoteka u regionu. Sa ovakvom praksom će se nastaviti i u narednom periodu, uz pronalaženje novih načina pristupa korisniku, uz korišćenje prednosti novih informacionih tehnologija.
6. Promotivne aktivnosti, usko vezane za informisanje pojedinaca i opšte javnosti imaju za cilj podizanje zdravstvene svesti i kulture, odnosno brigu za sopstveno zdravlje i okoline, zaštitu životne sredine kao i stvaranje čvrstih veza između apoteka i drugih zdravstvenih ustanova, odnosno društvene zajednice u celini. Kao i u proteklom periodu, nastaviće se sa obeležavanjem određenih datuma iz Svetskog i Nacionalnog Kalendara zdravlja, kako bi se opštoj javnosti skrenula pažnja na važnost očuvanja zdravlja i prevencije bolesti. Ove aktivnosti obavljaju se u partnerstvu sa ostalim učesnicima na nivou Grada (Zavod za javno zdravlje, Preventivni centar Doma zdravlja, Gradska organizacija Crveni krst...), a takva saradnja je u planu i za naredni period i obuhvatiće uključivanje i renomiranih farmaceutskih kuća, kao partnera u promociji zdravlja.
 7. Permanentno osluškivanje javnosti, od praćenja zadovoljstva korisnika i zaposlenih, do analize konkurentnog okruženja, prevashodno kroz anketiranje (intervju, upitnik, razgovor) i praćenje oglašavanja konkurencije, treba da omogući informacije neophodne za dalje unapređenje rada i poslovanja, uključujući i merchandising. Pristup pojedincu uz prednosti novih informacionih tehnologija će u narednom period omogući da se ovaj segment još više unapredi i uvedu nove usluge u skladu sa potrebama korisnika iz lokalne zajednice.
 8. U brend Apoteke Subotica je potrebno permanentno ugrađivati nove vrednosti koje promovišu zdravlje, etiku i povezanost zdravstvenog sistema i društva. Apoteka Subotica treba da bude prepoznatljiva i po svom vizuelnom identitetu, što će se omogućiti brendiranjem spoljnog i unutrašnjeg prostora apoteke, štampanjem prepoznatljivog reklamnog materijala, ulaganjem u vidljivost i prisustvo Apoteke Subotica u okruženju (plaćeni oglasi i reklame, u skladu sa Zakonom).
 9. Unapređenje saradnje sa svim učesnicima u lancu prometa lekova, od proizvođača i veletrgovina, do lekara i drugih zdravstvenih radnika i ustanova, inspekcijским službama kao i predstavnicima institucija vezanih za zdravstvenu zaštitu i farmaceutsku struku (Ministarstvo zdravlja, ALIMIS, Farmaceutska komora Srbije, Udruženje farmaceuta Vojvodine, SFUS i dr.)
 10. Marketinške aktivnosti treba sprovoditi permanentno i sistemski, a za to je potrebno uključivanje svih zaposlenih kroz svakodnevni rad sa korisnicima usluga. Pojačan rad na PR aktivnostima, angažman timova koji postoje u Apoteci Subotica (Tim za promotivne aktivnosti i Tim za marketing), unapređenje usluga koje obezbeđuju vidljivost i pozicioniranje Apoteke Subotica u okruženju, kao i usaglašavanje finansijskog plana ustanove sa potrebama ulaganja u marketinške aktivnosti i nove usluge biće od ključne važnosti za napredak Ustanove u narednom periodu.

VII ZAKLJUČAK

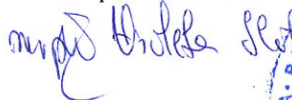
Ovim Strateškim planom, Apoteka Subotica u narednom periodu ima za cilj:

- podizanje nivoa kvaliteta u pružanju zdravstvenih farmaceutskih usluga
- podizanje nivoa znanja zaposlenih kroz stručne edukacije
- edukaciju korisnika farmaceutskih usluga kroz razne manifestacije – promocije zdravlja i zdravih stilova života
- osavremenjavanje i proširenje informacionog sistema povezivanjem zdravstvenih ustanova na nivou Grada

Uz pridržavanje i sprovođenje planiranih aktivnosti, i pored već pomenutih promena na farmaceutskom tržištu, Apoteka Subotica će se truditi da zadrži leadersku poziciju u regionu.

Direktor

Mr ph Violeta Sloboda



Predsednik Upravnog odbora

Jadranka Gršić

