

Upravni odbor Apoteke Subotica na sednici održanoj dana 26.11.2013. godine usvojio je:

STRATEŠKI PLAN APOTEKE SUBOTICA SUBOTICA ZA PERIOD OD 4 GODINE (2013-2017)

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.

Aktivan doprinos zaštiti zdravlja stanovništva
Prevenција bolesti
Promocija zdravog načina života
Ispunjavanje ciljeva svojih zaposlenih i osnivača
Biti siguran i pouzdan partner

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

Vizija ustanove sastoji se u tome da budemo i dalje jedan od ključnih i prepoznatljivih učesnika u primarnoj zdravstvenoj zaštiti na teritoriji Grada Subotice i šire, te stručnim i kvalitetnim radom osiguramo kontinuiranu dostupnost sigurnih i kvalitetnih lekova i medicinskih pomagala, na opšte zadovoljstvo korisnika naših usluga.

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 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.) kako bi zadovoljila potrebe osiguranika.

Materijalnu osnovu za kvalitetan rad 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 prirodni 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 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.

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 sve one koje u datom trenutku mogu dati bitne informacije 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 i Plana nabavki na koje se zakon ne primenjuje najkasnije do 31.januara tekuće godine, koji se dostavljaju Upravi za javne nabavke i Državnoj revizorskoj instituciji u elektronskom obliku, u roku od deset dana od donošenja. Apoteka je dužna da do 31.marta tekuće godine, sačini izveštaj o izvršenju plana nabavki za prethodnu godinu, koji dostavlja Upravi za javne nabavke i Državnoj revizorskoj instituciji.

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 menadžmenta, 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 (ogranci i jedinice za izdavanje gotovih lekova),koliko ih ima sada u postojećoj organizaciji Apoteke Subotica, za rad u dve smene za 16 ogranaka i za 6 jedinica za rad u jednoj smeni (shodno zakonskim propisima) potrebno je 38 diplomiranih farmaceuta. Trenutno je zaposleno 38 diplomiranih farmaceuta, 46 farmaceutskih tehničara, ostalih 28, što je ukupno 112 zaposlenih.

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

Treba napomenuti da, i pored toga, Apoteka Subotica stipendira sedmero budućih diplomiranih farmaceuta (trenutno uspešno pohađaju Farmaceutski fakultet) koji će, shodno zaključenim ugovorima, nakon završetka školovanja zasnovati radni odnos u Apoteci, čime će se kvalitet i kvantitet stručnog kadra podići na još viši nivo.

Motivacija zaposlenih u Apoteci je na zavidnom nivou, što je rezultiralo uspešnim poslovanjem Ustanove, izraženo kroz broj realizovanih i fakturisanih recepata kao i izdatih fiskalnih isečaka.

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) Ulaganje u opremu i informacijski sistem

Apoteka Subotica je implemetirala novi informacijski sistem od 2009 godine koji je u proteklom periodu prilagođavala savremenim informacijskim tehnologijama. 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 RZZO), veći broj korisnih informacija proisteklih iz svakodnevnih aktivnosti, kao što su nabavka robe, izdavanje na recept, prodaja, praćenje zaliha i drugo.

Apoteka Subotica u proteklom periodu je i dalje inicijator uspostavljanja spona između informacijskih sistema u regionu Grada Subotica koji bi trebalo da omogući efikasan rad i upravljanje poslovima i procesima u zdravstvu kao kompleksnom sistemu sa svim njegovim zdravstvenim, medicinskim, ekonomskim i društvenim aspektima u službi zdravstvene zaštite stanovnika. Korišćenjem savremenih programskih rešenja postoji mogućnost za kreiranje jedinstvenog IS (elektronski karton pacijenta) koji bi bio sposoban da ponudi potrebne informacije svim nivoima odlučivanja i delovanja iz oblasti zdravstva.

U tom smislu je naša vizija novog sveobuhvatnog informacijskog sistema u kojem bi Apoteka kao zdravstvena ustanova bila bitna karika u razmeni informacija između Doma zdravlja i RFZO (Filijala Subotica). Ukoliko bi se ovaj projekat realizovao uspostavila bi se kvalitetna komunikacija odnosno razmena informacija vezana za korisnike primarne zdravstvene zaštite.

Informacijski sistem koji bi obezbedio kvalitetne informacije svim subjektima korisnika ovakvog sistema predstavlja baznu komponentu kvaliteta pruženih usluga.

Ovim projektom povećali bismo broj zadovoljnih korisnika (zdravstveno osoblje – pacijent - javnost) i na taj način bi se kvalitet zdravstvene zaštite u okrugu podigao na viši nivo. U eri kompjuterizacije usluga, smatramo da bi ovakav projekat trebalo podržati kako od strane Doma zdravlja, RFZO-a i Apoteke Subotica, tako i od drugih zainteresovanih strana (Ministarstvo zdravlja, Lokalna samouprava, Pokrajina).

Tehničke pojedinosti strategije razvoja informacijskog sistema :

- Bezbedno preuzimanje podataka o zdravstvenim osiguranicima , tj. izmena o podacima osiguranika putem direktne komunikacije sa serverom RFZO-a
- Kontinuirana razmena informacija preko servera Apoteke Subotica sa serverom Doma zdravlja (postoji nekoliko mogućih načina tehničke izvedbe). Sama komunikacija sa serverom bi bila zaštićena primenom nekog od postojećih sistema zaštite integriteta podataka.
- Uspostavljanje dodatnih nivo sigurnosti za podatke koji se razmenjuju na različitim nivoima

- Razmene podataka putem VPN-a (virtuelne privatne mreže). Na ovaj način ostvario bi se integritet i verodostojnost podataka.
- Umrežavanje svih ogranaka apoteka preko ADSL-a ili Wirelessa.
- ON-LINE pristup centralnom serveru Apoteke Subotica

Apoteka Subotica je delimično samostalno razvila IS koji neprekidno radi i u kojem se podaci podaci o osiguranicima čuvaju na serverima po ograncima Apoteke Subotica. ispravnost podataka o osiguranicima se automatski proverava kod aplikativnog softwera za izdavanje lekova na recept na serveru RFZO-a.

Nivo bezbednosti čuvanja informacija o pacijentima je postavljen na viši nivo neovlašteni 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 efikasnost poslovanja i pacijentima Apoteke Subotica omogućeno je da lakše dođu do lekova. Po pitanju razvoja IS-a i dalje se radi na usavršavanju aplikativnog softwera koji bi omogućio pregled istorijata osiguranika u svakoj apoteci. U slučaju kada farmaceuti nemaju dovoljno informacija da bi izdali pacijentu pravi lek, često im pomaže da pogledaju istorijat tog pacijenta, tj. koje je lekove do sada uzimao i kada. Sa aktuelnim načinom rada, to je moguće videti samo u okviru apoteke u kojoj se pacijent u tom trenutku nalazi.

- Kompletna zamena fiskalnih kasa fiskalnim štampačima.

Fiskalni štampači omogućuju brži i efikasniji rad, čime se poboljšava nivo kvaliteta usluge koji se pruža pacijentima. U Apoteci Subotica ostalo je još 5 fiskalnih kasa koje usporavaju izdavanje fiskalnih računa.

- Web shopping u komercijalnoj ponudi Apoteke Subotica posetiocima web site-a bi ponudio mogućnost nabavke proizvoda laboratorije Apoteke Subotica uz mogućnost novčanih transakcija preko interneta.
- Primena GS1 standarda u obradi recepata

Za očitavanje podataka sa lekarskih recepata potrebno je obezbediti dovoljan broj skenera u ograncima Apoteka Subotica za preuzimanje podataka sa recepta pomoću bar kod scenera sa skenerima koji očitavaju Data matrix kod. Sa ovim skenerima omogućeno je preuzimanje svih podataka o osiguraniku u kratkom vremenskom periodu, a mogućnost nastanka greške svodi na minimum. Brža obrada recepta pružila bi mogućnost povećanju kvaliteta naših usluga.

c) Ulaganje u infrastrukturu

Cilj infrastrukturnog ulaganja je približavanje farmaceutske usluge korisnicima na lokacijama na kojima nismo zastupljeni, 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 unapredjenju *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 utvrđenih stalnim praćenjem i obilaskom objekata, a prema preporuci Komisije i zahtevima šefova ogranaka, odnosno odluci Menadžmenta Apoteke.

U skladu sa potrebama stanovništva na teritoriji Grada, u cilju približavanja izvoru tražnje odnosno korisnicima usluga, uvažavajući jačinu i snagu konkurencije, Apoteka Subotica je od 2010. Godine proširila mrežu apoteka na sledećim lokacijama:

- MZ '' Zorka''
- MZ '' Hajdukovo''
- MZ ''Prozivka''
- MZ '' Kelebija''

Otvaranje novih ogranaka (prioritet je u MZ ''Mali Bajmok'') vršiće se u skladu sa finansijskim mogućnostima i podrškom Osnivača, kao i promenama konkurentskog okruženja farmaceutskeg tržišta Subotice.

Analizom postojećih lokacija za neke apoteke se pronašla adekvatna lokacija u skladu sa renomeom, finansijskom moći i tržišnom pozicijom Ustanove:

- Apoteke ogranak 4 i 5. (vlasništvo Ustanove) zbog blizine spojene su u jednu apoteku, na lokaciji ogranka 5.
- Apoteka ogranak 18. u poslovnom centru ''Idea'' zbog lošeg prometa, preseljena je na novu lokaciju, MZ ''Prozivka'', Blaška Rajića 5.
- Apoteka ogranak 9. Za koju se plaćao zakup preseljena je adekvatnu lokaciju, MZ''Peščara'', Šabačka bb, (zgrada ambulante Doma zdravlja Subotica) bez plaćanja zakupa.

U ostvarenju ovih investicionih ulaganja, oslonili smo se na sopstvana finansijska sredstva, donacije poslovnih partnera i osnivača.

U skladu sa zajedničkim strateškim razvojem državnog apotekarstva a u interesu povećanja dostupnosti zdravstvene farmaceutske usluge korisnicima istih, bila je velika pomoć osnivača, pružanjem podrške u ostvarivanju pravno-zakonodavne regulative, gde su se potrebne dozvole dobijale brže i efikasnije.

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 sms servisa i 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 sms-a
- zakazivanjem razgovora sa farmaceutom
- prilikom izdavanja ili prodaje leka (samomedikacija)
- konsultacije u savetovalištu (kutku za pacijente)

Sa ciljem unapređenja zdravlja pacijenata i njihove edukacije u toku je izrada protokola za pravilnu primenu antibiotika, penova za insulin i lekova koji se koriste u terapiji astme i HOBP-a.

Komunikacija i edukacija se vrši i putem:

- flajera (borba protiv pušenja prehlada, gripa ili alergija i kako ih sprečiti, kardiovaskularne bolesti i kao ih sprečiti.

U planu je izrada novih flajera u vezi pravilnog korišćenja i čuvanja lekova kao i flajera sa spiskom savetovališta

- 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, inspeksijskim 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 farmaceutskog 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 usvojenih procedura sistema menadžmenta kvalitetom ISO 9001:2008, kao i poštovanju Standarda Dobre apotekarske prakse i Etičkog kodeksa.

Ciljevi kvaliteta za period 2013-2017 su sledeći:

- **Povećanje zadovoljstva korisnika pruženom uslugom u apoteci kao i kvalitetom magistralnih i galenskih preparata**
- **Razvoj novih usluga u skladu sa zahtevima korisnika i tržišta**
- **Visok kvalitet pružanja usluga**
- **Prilagođavanje asortimana galenskih preparata iskazanim potrebama korisnika**
- **Obezbeđenje optimalnog asortimana lekova i medicinskih pomagala**
- **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 zdravlje stanovništva
2. uspešno poslovanje i liderska pozicija Ustanove

Respektujući 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, medicinskih pomagala i drugih proizvoda (dijetetski proizvodi, kozmetika, proizvodi za negu), čime se zadovoljavaju potrebe građana i postiže konkurentnost na maloprodajnom farmaceutskom tržištu Grada 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 obaveznog osiguranja, putem efikasnog sprovođenja postupaka 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 i galenskih proizvoda u laboratoriji apoteke, Kvalitet i širina asortimana ovih proizvoda treba da bude u skladu sa potrebama građana i zahteva standarda (DPP; ISO).
3. Kvalitet i cena lekova i drugih proizvoda mora biti u skladu sa propisima- Zakon o lekovima i MS, Pravilnik 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.
5. Permanentno unapređenje usluge pružanja informacija iz farmaceutskih oblasti prilikom izdavanja i prodaje proizvoda «za zdravlje» kao rutinske aktivnosti (način primene, doza, trajanje terapije, interakcije sa drugim preparatima i hranom, kontraindikacije i dr.), savetovanja građana u Kutku za pacijente, informacija dostupnih preko SMS apoteke i web sajta Apoteke Subotica, do štampanih (lokalni nedeljnik, promotivni materijali) i elektronskih medija (TV, radio emisije posvećene zdravlju), predstavljaju bitnu diferentnu prednost Ustanove u odnosu na većinu apoteka u regionu. Organizovnje tematskih predavanja za određene društvene grupe (deca, mladi, žene, stari, udruženja građana i dr.) predstavljaju još jedan primer povezivanja apoteke i društvene sredine kroz zdravstveno vaspitanje i edukaciju.
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 Kalendara zdravlja Svetske zdravstvene organizacije, kako bi se opštoj javnosti skrenula pažnja na važnost očuvanja zdravlja i prevencije bolesti.
7. Permanentno osluškivanje javnosti, od praćenja zadovoljstva korisnika i zaposlenih, do analize konkurentnog okruženja, prevashodno kroz anketiranje (intervju, upitnik, razgovor), treba da omogući informacije neophodne za dalje unapređenje rada i poslovanja, uključujući i merchandising.
8. U brend Apoteke Subotica je potrebno permanentno ugrađivati nove vrednosti koje promovišu zdravlje, etiku i povezanost zdravstvenog sistema i društva. Takođe, Apoteka Subotica treba da bude prepoznatljiva i po svom vizuelnom identitetu, što će se omogućiti brendiranjem spoljnog i unutrašnjeg prostora apoteke.
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 farmaceutsku delatnost. Marketinške aktivnosti treba da se sprovode permanentno i sistemski, što je omogućeno uključivanjem svih zaposlenih kroz svakodnevni rad sa građanima, i poslovnim sardnicima, aktivnosti direktora i pomoćnika direktora Ustanove i saradnjom sa osnivačem.

VII ZAKLJUČAK

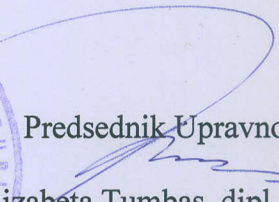
Ovim Strateškim planom, Apoteka Subotica u narednom periodu ima za cilj:

- 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, Apoteka Subotica će zadržati i učvrstiti lidersku poziciju u regionu.


Direktor
Mast.dipl.ekon.Olivera Radnić




Predsednik Upravnog odbora
Elizabeta Tumbas, dipl. ing. pejz.arh.