

УДК 615.12-057.15:658.310.9

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ В АПТЕЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

А.В. Смирнов, Н.Ю. Чернухина

*Пятигорский медико-фармацевтический институт – филиал ГБОУ ВПО ВолгГМУ
Минздрава России, г. Пятигорск*

SOCIOLOGICAL STUDY OF CONFLICT SITUATIONS IN PHARMACY ORGANIZATION

A.V. Smirnov, N.Yu. Chernukhina

*Pyatigorsk Medical and Pharmaceutical Institute – a branch of Volgograd State Medical
University, Pyatigorsk
E-mail: vizer.pmf@gmail.com*

В статье приводятся результаты социологических исследований в аптечной сети г. Ростова-на-Дону.

Ключевые слова: конфликты в аптечной организации, социологические исследования, составление анкеты покупателя.

Конфликтная ситуация в аптеке. Можно ли её предотвратить? А если конфликт всё же возник, как из него выйти? Как поступить, если покупатель начинает грубить, необоснованно обвиняя продавца?

А если конфликт не разрешён? Чем это грозит обеим сторонам? Кто теряет больше? Ведь известно, что о своём негативном опыте покупки или просто визита в магазин покупатели сами рассказывают десяткам своих знакомых. Нередко разгневанные покупатели распространяют рассказы о возникшем конфликте в Интернете...

В этой сложной ситуации всё зависит от профессиональной подготовки провизора, его способности «держать удар» и справляться с собственными эмоциями. Но и этого мало. В основе предотвращения возможности и умения уладить конфликт с покупателями стоит корпоративная культура и корпоративные стандарты обслуживания.

Нельзя забывать об одном: в конфликте между продавцом и покупателем терпит поражение всегда одна сторона – аптечная организация.

The article presents results of sociological researches in pharmacy organization of Rostov-on-Don.

Keywords: conflicts in pharmacy organization, sociological researches, customer questionnaire making.

Для выявления возникших в прошлом конфликтных ситуаций был проведён опрос аптечных работников. Социологическое исследование проводилось в аптечных организациях частной аптечной сети «ЮГ-Фарма» (г. Ростов-на-Дону).

Проводился опрос аптечных работников о случаях проявления конфликтных ситуаций и методах их разрешения.

В соответствии с особенностями проведения анкетного опроса посетителей аптечных организаций, описанными в литературе, была разработана «Анкета потребителя».

Для упрощения обработки заполненных анкет в анкету были включены 14 вопросов закрытого типа, но для выявления конкретных конфликтных ситуаций для анкетирруемых был предложен вопрос открытого типа: «Если у вас возникала конфликтная ситуация в нашей или другой аптеке, просим кратко описать её...».

Как показали результаты опроса специалистов аптечных организаций, большинство возникающих в аптечной организации кон-

фликтов связаны с отсутствием в наличии требуемых покупателями лекарственных препаратов, а также с требованием отпуска рецептурных ЛП без рецепта. Как отметили респонденты, большинство конфликтов, связанных с отсутствием препаратов, решается, когда покупателям предлагается заказать отсутствующий ЛП и приобрести его в течение 3-4 дней.

Несколько сложнее успокоить разгневанного посетителя аптечной организации, который требует предоставить ему ЛП, отпускаемый строго по рецепту. В большинстве случаев приходится для разрешения конфликта привлекать зав. аптекой, который ссылается на наличие нормативных документов и представляет их в случае необходимости.

Также отмечено несколько случаев претензий покупателей по поводу возврата приобретённых ЛП. Аптечные работники отметили, что в таких обстоятельствах покупатели часто проявляют особую фантазию, например, отмечались ссылки на телевизионную рекламу, БАДы, особо эффективные экстрасенсорные методы, которые якобы эффективней купленных ЛП.

В то же время сотрудники аптеки сошлись на том, что в целом отношение покупателей к работникам аптечной организации достаточно благожелательное и конфликтные ситуации возникают редко.

Можно привести пример конфликтной ситуации, когда рассерженная покупательница дошла до Министерства здравоохранения Ростовской области с требованием заменить ей отечественный препарат на импортный. Речь при этом шла об ацетилсалициловой кислоте (аспирине).

Затем оказалось, что данная покупательница давно находится на учёте в психоневрологическом диспансере и является недееспособной...

Для изучения мнений потребителей вначале анкеты были просто разложены на одном из прилавков нескольких аптечных организаций указанной аптечной сети для заполнения покупателями, но к большому сожалению не заполнялись.

Поэтому было принято решение о проведении устного опроса покупателей нашей аптечной организации с одновременным заполнением разработанной анкеты.

В течение 3 недель покупателям предлагалось заполнить анкету, в результате

было получено 47 полностью заполненных анкет, пригодных для обработки.

Полученные анкеты были проанализированы и подвергнуты статистической обработке.

В результате анализа полученных анкет были получены следующие данные.

В опросе согласились участвовать 39 женщин (83%) и 8 мужчин.

Большинство опрошенных 46 человек (97,9%) проживают в городе, а один человек живёт в сельской местности.

Респонденты достаточно часто посещают аптечные организации, так 85,1% из них бывают в аптеке 1-2 раза в месяц.

Всего 3 человека (6,4%) отметили, что являлись свидетелями конфликтной ситуации в аптеке, но никто (0%) не сознался, что являлся инициатором такой ситуации...

В то же время 7 участников опроса (14,9%) заявили, что требуют «Книгу жалоб и предложений» при посещении аптеки.

На вопрос «Наиболее частые причины возникновения конфликтов» ни один из интервьюированных не ответил...

На вопрос «Как Вы думаете, кто обычно виноват в конфликте?» тем не менее 10 человек из 47 ответили, что виноват работник первого стола.

При этом 22 респондента отметили, что конфликт выводит их из себя.

При ответе на вопрос: «Если конфликт любого рода (не только в аптеке) действует на Вас отрицательно, какие средства и методы Вы используете для восстановления психологического равновесия?» было установлено, что большинство опрошенных следуют советам провизоров и врачей-специалистов.

На вопрос: «Используете ли вы какие-либо лекарственные препараты для восстановления психологического равновесия?» большинство респондентов ответили, что используют «Седативные (успокаивающие) средства растительного происхождения» (62%).

На вопрос: «Какая сумма в среднем тратится на Ваши препараты ежемесячно?» большинство покупателей ответили, что приобретают товары в аптеке на сумму от ста до пятисот рублей.

К большому сожалению, ни один из анкетированных не захотел описать конфликтную ситуацию, возникшую у них в аптечной организации.

Выводы

Дисфункциональный конфликт между провизором и посетителем аптечной организации должен быть исключен, это поможет аптечной организации занять лидирующее положение на рынке и заработать или поддерживать хорошую репутацию.

Необходимо попытаться понять другую сторону, вникнуть в её положение и состояние. Конфликт – не битва, и дело здесь совсем не в том, чтобы, поразить противника. Разрешая какую-то конкретную проблему, возникший спор, необходимо помочь достигнуть более глубокого взаимопонимания, укрепить доброе согласие. В результате конфликты будут возникать все реже и реже.

Для выявления конфликтных ситуаций в аптечной организации был проведён опрос аптечных работников.

Изучены мнения потребителей о конфликтных ситуациях в аптечных организациях.

При проведении анкетного опроса покупателей выяснилось, что респонденты достаточно часто отвечали неискренне, что требует более углублённых исследований в указанной области.

Библиографический список

1. Анкетные опросы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://edu.dvgups.ru/METDOC/CGU/SOTS_KULT_SERVIS/MET_N_ISL/METHOD/U_P/frame/6.htm.
2. Анкетный опрос: виды, способы, преимущества, недостатки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://socupr.blogspot.ru/2009/11/blog-post_4433.html.
3. Как успешно работать с конфликтными покупателями, клиентами? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bizataka.ru/menedzhment/marketing/kak-uspeshno-rabotat-s-konfliktnymi-pokupatelyami-klientami.html>.
4. Конфликт в аптеке: как выйти сухим, живым и невредимым [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/7491>.
5. Конфликт в торговом зале – проигравший всегда один [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psystars.ru/publications/40>.
6. УМ2. Анкетный опрос: технология подготовки и проведения. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://marketingforfriendspart2.blogspot.ru/2012/01/2_23.html.

* * *

Смирнов Александр Викторович – кандидат фармацевтических наук, доцент кафедры организации и экономики фармации Пятигорского медико-фармацевтического института- филиала ГБОУ ВПО ВолгГМУ Минздрава России, г. Пятигорск. Область научных интересов: изучение конфликтных ситуаций в аптечных организациях, информационные технологии в фармацевтической отрасли E-mail: vizor.pmf@gmail.com.

Чернухина Надежда Юрьевна – студентка заочного отделения Пятигорского медико-фармацевтического института- филиала ГБОУ ВПО ВолгГМУ Минздрава России, г. Пятигорск. Область научных интересов: изучение конфликтных ситуаций в аптечных организациях