



Он быстро и четко отвечает на поставленные вопросы. Журналисту трудно сбить его с мысли. Из таких получаются хорошие военные хирурги-травматологи. Или руководители аптечной сети. Знакомьтесь – управляющий партнер, директор аптечной сети «Дежурные аптеки» Корякин Владимир Валерьевич.

НАМ НУЖНЫ СПЕЦИАЛИСТЫ, А НЕ ПРОДАВЦЫ ЛЕКАРСТВ

– Владимир Валерьевич, когда мы познакомились, Вы представились просто по имени. А в отношениях с коллективом для Вас это приемлемо?

– Вполне. Такой стиль позволяет более тесно общаться с коллегами, быстрее решать вопросы. Я бы охарактеризовал его как демократичный стиль управления.

– И подчиненные обращаются к Вам просто «Владимир»?

– Не все. Иногда все-таки срабатывает русский менталитет, и люди предпочитают обращаться к старшему по возрасту или руководителю по имени-отчеству. Но внутри коллектива уже установилась норма обращаться друг к другу по имени.

– Маленькая, но показательная характеристика большой компании. А компания, насколько мне известно, большая, не так ли?

– На сегодняшний день сеть «Дежурные аптеки» насчитывает 33 аптеки и три медицинских центра. Все они расположены в Москве, в шаговой доступности от станций метро. Это классические аптеки с закрытой формой выкладки. Мы не стре-

мимся к экспансии, наша задача – стать «своей», домашней аптекой для москвичей. Поэтому основной упор мы делаем на качество и сервис, а не на количество.

Наши «Дежурные аптеки» работают 24 часа в сутки, 365 дней в году, мы – скорая фармацевтическая помощь для жителей столицы.

– Сколько человек работает... на владельцев компании?

– Я бы сказал не на владельцев, а с владельцами. Все-таки мы одна большая команда, которая работает для достижения единой цели. На сегодняшний день нас более 250 человек. И это без учета сотрудников центрального офиса, специалистов ИТ, работников АХО.

– Простите, это была журналистская провокация. Конечно, по нынешним временам надо говорить о числе людей, которым компания дает работу. А как Вы оцениваете обстановку на рынке труда провизоров и фармацевтов сегодня?

– Обстановка неоднозначная и непростая. У нас сейчас «рынок работников», и это имеет свои негативные стороны. И

есть дефицит кадров – это правда. А с учетом бурного и зачастую экономически неоправданного роста аптек, а также игр в «дискаунтеров», работники избалованны. Они привыкли, работая в таких аптеках, просто «отпускать лекарства», разучились работать с покупателем, думать, консультировать, помогать.

Однако, несмотря на дефицит кадров на рынке в целом, наша сеть продолжает тщательно отбирать претендентов на работу, оценивая профессионализм и готовность его применять. При таком подходе найти достойного сотрудника сложнее, но зато можно быть уверенным, что штат состоит из лучших кадров.

– Вы столь щепетильны при дефиците кадров? Это экономически оправданно?

– Однозначно. Аптечная сеть изначально и на протяжении 13 лет своей жизни строилась как аптеки высокого качества обслуживания. Это наша основная ценность. А добиться этого можно только благодаря профессионализму сотрудников.

Сегодня, когда все аптеки стали одинаковыми и по ценам, и по ассортименту, выигрывает тот, кто предоставляет лучший

сервис покупателям. И за это надо бороться. Ценовые войны имеют свой предел, потому я бы сразу делал ставку на сервис.

– Ценовая война и сейчас продолжается?

– Пока да. Но повальная увлеченность форматом «дискаунтера» чревата опасными последствиями. Особенно поражает слепая вера во всемогущество низкой цены! Сегодня словосочетание «оптовые цены» стали самым ходовым выражением. И все почему-то верят этому... Хотя сразу должен возникнуть вопрос об эффективности такого бизнеса, который работает по «оптовым ценам» в розничном секторе. Что такой бизнес ждет в дальнейшем? Есть ли у него достаточный запас прочности, чтобы пережить нынешние непростые времена, а проще говоря – кризис?

– Вы сказали кризис? А какова ситуация на фармацевтическом рынке в целом?

– В целом, несмотря на то что все аналитические агентства позитивно оценивают состояние и видят динамику развития фармацевтического рынка, ситуация непростая. На мой взгляд, формальный рост обусловлен исключительно инфляционными составляющими, поскольку реального роста нет.

Также есть еще одна негативная тенденция: большое количество «дискаунтеров» превращают аптеки в пункты выдачи лекарств, просто убивая профессию провизора! Длительное обучение, регулярное подтверждение сертификата – для того, чтобы в итоге работать продавцом лекарств? Не думаю, что это то, к чему стремится фармацевт, выбирая профессию. Ценность нашего аптечного дела – в высокой планке профессиональной подготовки и, как следствие, высоком уровне доверия среди покупателей. Ведь в вопросах собственного здоровья важно руководствоваться не только «оптовой ценой».

– Вы хотите сказать, что ваша сеть в ценовой войне не участвует?

– Мы стараемся идти в ногу с рынком, но не играть в такие игры. По крайней мере так беспринципно и безоглядно, как это делают многие другие аптечные сети.

– И как же вам это удается?

– Опираясь на профессионалов своего дела. На качественное обслуживание. Профессия фармацевта изначально

предполагает работу с людьми, готовность ежедневно оказывать помощь. Потому так важно уметь проявить заботу, терпение, не отвечать раздражением на негатив. Именно помощь, а не продажа лекарства. Обслуживание – вот то, что в большинстве случаев ждет от нас наш покупатель.

А сервисом сейчас могут похвастаться очень немногие аптечные сети. Отсутствие качественного обслуживания и грамотной консультации часто старательно прячется за игривыми и не совсем понятными брендами аптечных сетей, кричащей вывеской «оптовые цены» и другими условными ценностями.

– Высокие требования к персоналу должны подкрепляться соответствующими условиями оплаты и труда, чтобы провизор не пошел в соседнюю аптеку работать продавцом.

– Для сотрудников у нас созданы максимально привлекательные условия, и, несмотря на все кризисы и трудности, у нас всегда была высокая и своевременная оплата труда. И не просто высокая, а одна из самых высоких. Средняя зарплата первостольника в Москве – это наша нижняя граница. Размер зарплаты также зависит от смены, в которую работает сотрудник, и от результатов продаж аптеки.

– Если первостольник мотивирован бонусом от продаж, будет ли он уделять должное внимание сервису? Не станет ли тем самым продавцом?

– Не станет, ведь важно то, каким образом он делает эти продажи. В нашем случае это сервис, к которому покупатель захочет вернуться, и возвращается. К тому же в нашей сети существует особая система мотивации. Состоит она в том, что успешный сотрудник со временем становится не наемным работником, а партнером, доход которого зависит от дохода аптеки в целом.

При этом мы одна из немногих сетей, которую не поглотил маркетинговый бум. В наших аптеках покупателю предложат препараты, которые ему необходимы, а не которые нужно продать, проконсультируют, подскажут. Нам доверяют, и мы это ценим.

– В вашей сети можно сделать карьеру?

– У нас много примеров, когда первостольники становились заведующими или переходили на работу в офис. Здесь и вертикальный, и горизонтальный рост. А многие наши коллеги, уже просто партнеры, работают с нами по 7–10 лет!

– Вы говорили, у вас есть три медицинских центра. Хочется спросить о доступности медицинских услуг для сотрудников сети.

– Конечно. У сотрудников, работающих в нашей компании, и их родственников имеется возможность периодического и регулярного обследования в наших медицинских центрах с корпоративной скидкой до 50%.

– Сейчас модно говорить о предоставлении абонементов в фитнес-центры, бассейны...

– Я считаю, что это все – псевдомотивация. Дайте человеку деньги, и пусть он сам решает, на что ему их тратить: на бассейн или на обучение ребенка. Надо оставлять сотруднику право выбора.

– Завершаю. Скажите, на Ваш взгляд, чего ждет от профессиональной прессы сотрудник аптеки?

– Мне кажется, ему важно найти информацию, которая поможет стать успешнее. Думаю, необходимо больше показывать профессионалов отрасли. Причем не «книжных» теоретиков, а реальных, делом доказавших свой профессионализм, приведший к успеху. Пусть они расскажут о том, что им помогло в росте, в достижении высоких результатов.

– Среди сотрудников вашей сети наверняка есть такие профессионалы, которые уже могли бы поделиться своим опытом с нашими читателями?

– Конечно, есть. Мы будем рады видеть вас снова! Это замечательно, когда есть возможность обмениваться опытом на страницах таких журналов, как «Аптечное дело».

– Тогда до новых встреч! Спасибо за беседу.

Беседовал Андрей Семенов

