

**ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΘΕΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Η ποιότητα στην διανομή των φαρμακευτικών προϊόντων και οι παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών»



ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ Ε. ΚΟΤΤΑΡΑ
Χημικός Μηχανικός Ε.Μ.Π.
Α.Μ. 149169

**ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ:
ΤΣΙΤΣΙΦΛΗ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ**

Σεπτέμβριος, 2023

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του φοιτητή («συγγραφέας/δημιουργός») που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.



**ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΘΕΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Η ποιότητα στην διανομή των φαρμακευτικών προϊόντων και οι παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών»

ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ Ε. ΚΟΤΤΑΡΑ
Χημικός Μηχανικός Ε.Μ.Π.
Α.Μ. 149169

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας:

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:
ΤΣΙΤΣΙΦΛΗ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ

Συν-Επιβλέπων Καθηγητής:
ΒΑΞΕΒΑΝΙΔΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ

Σεπτέμβριος, 2023

Αφιερώνεται:

*Στους «φάρους» που φωτίζουν τη ζωή μου,
τους γονείς μου Βαγγέλη & Δήμητρα και την αδερφή μου Ρούλα...*

&

*Στις «πυξίδες»,
που με βοήθησαν να μην χαθώ την ιδιαίτερη αυτή χρονιά...*

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	x
ABSTRACT.....	xi
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	12
1.1. Ιστορική αναδρομή	12
1.2. Οι γκουρού της ποιότητας.....	14
1.2.1. W. Edwards Deming.....	14
1.2.2. Juran	17
1.2.3. Philip Crosby	20
1.2.4. David Garvin.....	21
1.2.5. Kaoru Ishikawa	21
1.2.6. Genichi Taguchi.....	22
1.3. Διασφάλιση Ποιότητας	23
1.3.1. Συνιστώσες της Διασφάλισης Ποιότητας	24
1.3.2. Δημιουργία του συστήματος.....	24
1.3.2.1. Εγχειρίδιο Ποιότητας.....	25
1.3.2.2. Εκπαίδευση	25
1.3.2.3. Τυποποιημένες διαδικασίες (SOPs)	26
1.3.2.4. Υπεύθυνος διασφάλισης ποιότητας	26
1.3.2.5. Έλεγχος συμμόρφωσης.....	27
1.3.2.6. Επιθεώρηση συστήματος	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ.....	29
2.1. Ορισμοί	29
2.2. Παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών.....	30
2.2.1. Παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση πελατών στη φαρμακευτική βιομηχανία..	31
2.2.2. Ικανοποίηση πελατών αναφορικά με την διανομή φαρμακευτικών προϊόντων	33
2.3. Μέτρηση ικανοποίησης πελατών.....	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΔΙΑΝΟΜΗ	38
3.1. Διανομή φαρμακευτικών προϊόντων.....	39
3.1.1. Εφοδιαστική αλυσίδα φαρμακευτικών προϊόντων	41
3.1.2. Οι μεγαλύτερες προκλήσεις της φαρμακευτικής εφοδιαστικής αλυσίδας.....	45
3.2. Ιδιαιτερότητες διανομής φαρμακευτικών προϊόντων	46
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΟΡΘΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΦΑΡΜΑΚΩΝ / GOOD DISTRIBUTION PRACTICES (GDP)	48
4.1. Διαχείριση ποιότητας.....	49
4.1.1. Βασική Αρχή.....	49
4.1.2. Σημεία εφαρμογής.....	50
4.2. Προσωπικό.....	52
4.2.1. Βασική Αρχή.....	52
4.2.2. Σημεία εφαρμογής.....	52
4.3. Εγκαταστάσεις και Εξοπλισμός	54

4.3.1.	Βασική Αρχή.....	54
4.3.2.	Σημεία εφαρμογής.....	54
4.4.	Τεκμηρίωση	57
4.4.1.	Βασική Αρχή.....	57
4.4.2.	Σημεία εφαρμογής.....	57
4.5.	Ενέργειες.....	59
4.5.1.	Βασική Αρχή.....	59
4.5.2.	Σημεία εφαρμογής.....	59
4.6.	Παράπονα, Επιστροφές, Υπόνοιες για Ψευδεπίγραφα φάρμακα και Ανακλήσεις φαρμάκων ...	62
4.6.1.	Βασική Αρχή.....	62
4.6.2.	Σημεία εφαρμογής.....	62
4.7.	Δραστηριότητες που ανατίθενται σε τρίτους	64
4.7.1.	Βασική Αρχή.....	64
4.7.2.	Σημεία εφαρμογής.....	65
4.8.	Αυτοεπιθεώρηση.....	66
4.8.1.	Βασική Αρχή.....	66
4.8.2.	Σημεία εφαρμογής.....	66
4.9.	Μεταφορά	66
4.9.1.	Βασική Αρχή.....	66
4.9.2.	Σημεία εφαρμογής.....	67
4.10.	Ειδικές διατάξεις για τους μεσίτες/μεσολαβητές.....	69
4.10.1.	Βασική Αρχή.....	69
4.10.2.	Σημεία εφαρμογής.....	69
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΕΡΕΥΝΑ		71
5.1.	Περιγραφή δείγματος.....	72
5.2.	Παρουσίαση αποτελεσμάτων.....	77
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....		118
6.1	Περιορισμοί της έρευνας, Πρακτικές εφαρμογές και Προτάσεις για μελλοντική έρευνα.....	120
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ		122
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....		126
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....		126
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ		132

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Ο κύκλος PDCA	17
Εικόνα 2: Juran's Quality Trilogy.....	19
Εικόνα 3: Διάγραμμα Ishikawa.....	22
Εικόνα 4: Παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση πελατών	31
Εικόνα 5: Διαδρομή ενός συνταγογραφούμενου φαρμάκου	42

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Είδος Οργανισμού	75
Πίνακας 2: Περιφέρεια	76
Πίνακας 3: Θέση που κατέχετε στον οργανισμό	79
Πίνακας 4: Ποιοι είναι οι άμεσοι προμηθευτές σας αναφορικά με τα φαρμακευτικά προϊόντα;	80
Πίνακας 5: Ποιος είναι ο μέσος χρόνος παραλαβής προϊόντων μιας παραγγελίας από την ημέρα αποστολής της στον προμηθευτή;.....	82
Πίνακας 6: Ποιος είναι ο συνήθης τρόπος παραλαβής των προϊόντων;	85
Πίνακας 7: Συχνότητες και ποσοστά από τις απαντήσεις που καταγράφηκαν.	87
Πίνακας 8: Μ.Ο. απαντήσεων ανά ερώτηση αναφορικά με το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών	111
Πίνακας 9: Μ.Ο απαντήσεων αξιολόγησης σημαντικότητας ανά είδος οργανισμού	111
Πίνακας 10: Μ.Ο απαντήσεων αξιολόγησης συμμόρφωσης προμηθευτών με το GDP ανά είδος οργανισμού	112
Πίνακας 11: Μ.Ο απαντήσεων αξιολόγησης επιπέδου ικανοποίησης των πελατών ανά είδος οργανισμού	114
Πίνακας 12: Παράγοντες ικανοποίησης ανά είδος οργανισμού	115
Πίνακας 13: Μ.Ο. απαντήσεων αναφορικά με το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών ανά γεωγραφική περιοχή.....	116

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1: Είδος Οργανισμού.....	75
Γράφημα 2: Περιφέρεια	77
Γράφημα 3:Θέση που κατέχετε στον οργανισμό	80
Γράφημα 4: Ποιοι είναι οι άμεσοι προμηθευτές σας αναφορικά με τα φαρμακευτικά προϊόντα;	81
Γράφημα 5: Προμηθευτές ανά είδος οργανισμού.....	81
Γράφημα 6: Με ποιον τρόπο αποστέλλετε την παραγγελία σας στον προμηθευτή;	82
Γράφημα 7: Ποιος είναι ο μέσος χρόνος παραλαβής προϊόντων μιας παραγγελίας από την ημέρα αποστολής της στον προμηθευτή;.....	83
Γράφημα 8: Χρόνοι παραλαβής ανά γεωγραφική περιφέρεια.....	84
Γράφημα 9: Ποιος είναι ο συνήθης τρόπος παραλαβής των προϊόντων;.....	85
Γράφημα 10:Πόσο σημαντική είναι η φήμη του προμηθευτή;.....	88
Γράφημα 11:Πόσο σημαντικό είναι το χρονικό διάστημα παρουσίας του προμηθευτή στην εγχώρια αγορά;	89
Γράφημα 12: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών;.....	90
Γράφημα 13: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την γενικότερη συνεργασία με τους προμηθευτές;.....	91
Γράφημα 14:Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την συνεργασία με τα τμήματα εξυπηρέτησης πελατών των προμηθευτών;.....	92
Γράφημα 15: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ανταπόκριση των προμηθευτών σε περιπτώσεις εκτάκτων/επιπροσθέτων παραγγελιών;.....	93
Γράφημα 16: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ταχύτητα εξυπηρέτησης (χρόνοι παράδοσης κατά την μεταφορά/διανομή);.....	94
Γράφημα 17: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την συνεργασία με τους μεταφορείς;.....	95
Γράφημα 18: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την συσκευασία των προϊόντων (κατάσταση συσκευασίας/σήμανση κλπ.);.....	96
Γράφημα 19: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την συσκευασία των θερμοευαίσθητων προϊόντων (κατάσταση συσκευασίας/σήμανση κλπ.);	97
Γράφημα 20: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ορθότητα των συνοδευτικών εγγράφων (τιμολόγια/δελτία αποστολής κλπ.);	98
Γράφημα 21: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ορθότητα των παραγγελιών (σωστά προϊόντα/ ποσότητες κλπ.);	99
Γράφημα 22: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την διαχείριση εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση σπασμένων/κατεστραμμένων κατά την μεταφορά/παραλαβή προϊόντων;	100
Γράφημα 23: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την διαχείριση εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση ελλειμματικής/προβληματικής παραλαβής;.....	101
Γράφημα 24: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τον τρόπο διαχείρισης των παράπονων σας γενικότερα από τους προμηθευτές;.....	102
Γράφημα 25: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις πολιτικές επιστροφών ληξιπρόθεσμων/ληγμένων προϊόντων που εφαρμόζουν οι προμηθευτές;	103
Γράφημα 26: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τον τρόπο ενημέρωσης εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση αλλαγών σχετιζόμενων με την συσκευασία των προϊόντων (εμφάνιση/ποσότητα κλπ.);.....	104

Γράφημα 27: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την διαχείριση εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση έλλειψης αποθεμάτων φαρμακευτικών προϊόντων;.....	105
Γράφημα 28: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την διαχείριση εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση ανάκλησης φαρμακευτικών προϊόντων;	106
Γράφημα 29: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τον τρόπο ενημέρωσης εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση διακοπής κυκλοφορίας φαρμακευτικών προϊόντων;	107
Γράφημα 30: Πόσο σημαντικό είναι ο προμηθευτής να διαθέτει τεκμηριωμένο σύστημα διαχείρισης ποιότητας;	108
Γράφημα 31: Σε κλίμακα από 1 έως το 5 πως θα αξιολογούσατε την συμμόρφωση των προμηθευτών με τους κανόνες ορθής διανομής φαρμακευτικών προϊόντων για ανθρώπινη χρήση (good distribution practice);	109

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Ο φαρμακευτικός κλάδος αποτελεί έναν από τους πιο ταχέως αναπτυσσόμενους κλάδους παγκοσμίως. Οι διαρκώς αυξανόμενες ανάγκες σε συνδυασμό με τα μέσα που παρέχει η τεχνολογική εξέλιξη αλλά και την αύξηση του μορφωτικού επιπέδου του ανθρώπινου δυναμικού έχουν συμβάλει στην ραγδαία ανάπτυξη των τμημάτων έρευνας και ανάπτυξης των φαρμακευτικών εταιρειών όπου καθημερινά σχεδιάζονται νέες θεραπευτικές λύσεις με στόχο την θεραπεία ή/και την βελτίωση της ποιότητας ζωής των ασθενών. Στα πλαίσια αυτής της εξέλιξης γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι η επίτευξη των στόχων προϋποθέτει την επέκταση της ανάπτυξης και της εξέλιξης σε όλα τα επίπεδα, μεταξύ αυτών η αποθήκευση και η διανομή.

Η ποιότητα αποτελεί μια από τις σημαντικότερες αρχές, αν όχι τη σημαντικότερη, για κάθε οργανισμό, ανεξαρτήτως του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιείται. Στην περίπτωση ωστόσο του φαρμακευτικού κλάδου, λαμβάνοντας υπόψη και τις ιδιαιτερότητες των προϊόντων η ανάγκη συμμόρφωσης με αρχές διασφάλισης ποιότητας μέσω προτύπων και κατευθυντήριων γραμμών κρίνεται επιτακτική σε όλα τα στάδια που μπορούν να επηρεάσουν την ποιότητα των προϊόντων. Από την προμήθεια των πρώτων υλών έως την παραγωγή και την παράδοση των προϊόντων στον πελάτη ή/και τον τελικό αποδέκτη, ολόκληρη η διαδικασία πρέπει να εποπτεύεται και να επικαιροποιείται με στόχο την συμμόρφωση με τα πρότυπα και τους κανονισμούς και ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δίνεται στην ορθή αποθήκευση αλλά και την ορθή διανομή των φαρμάκων παρακολουθώντας και εξασφαλίζοντας τις κατάλληλες συνθήκες ώστε να μην διασαλευθεί η ποιότητα και η ακεραιότητα των προϊόντων.

Τέλος επειδή μια φαρμακευτική εταιρεία, πέραν των κοινωνικών προεκτάσεων που μπορεί να έχει η δραστηριότητά της, δεν παύει να είναι μια επιχείρηση στόχος της οποίας είναι η αύξηση του μεριδίου της στην αγορά πρέπει να στοχεύει στην ικανοποίηση των πελατών της ως απόρροια της ποιότητας των προϊόντων αλλά και των υπηρεσιών που παρέχει.

Λέξεις-Κλειδιά: Ποιότητα, διανομή, φαρμακευτικά προϊόντα, Κανόνες Ορθής Διανομής, Good Distribution Practice (GDP), ικανοποίηση πελατών

ABSTRACT

The pharmaceutical sector is one of the fastest growing sectors worldwide. The ever-increasing needs, combined with the means provided by technological development and the increase in the educational level of human resources, have contributed to the rapid growth of the research and development departments of pharmaceutical companies, where new therapeutic solutions are designed every day to cure and/or improve the quality of life of patients. In the context of this evolution, it is easy to see that achieving the objectives requires the expansion of development and evolution at all levels, including storage, distribution.

Quality is one of the most important principles, if not the most important, for any organization, regardless of the sector in which it operates. However, in the case of the pharmaceutical sector, taking into account the specificities of the products, the need to comply with quality assurance principles through standards and guidelines is imperative at all stages that can affect product quality.

From the procurement of raw materials to the production and delivery of the products to the customer and/or the final recipient, the entire process must be monitored and updated in order to comply with standards and regulations and special attention must be paid to the proper storage and distribution of the medicines, monitoring and ensuring the appropriate conditions so as not to compromise the quality and integrity of the products.

Finally, because a pharmaceutical company, apart from the social implications of its activity, is still a business whose objective is to increase its market share, it must aim to satisfy its customers as a result of the quality of its products and services.

Keywords: Quality, distribution, pharmaceutical products, Good Distribution Rules, Good Distribution Practice (GDP), customer satisfaction

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Τα τελευταία χρόνια η έννοια της ποιότητας έχει κάνει αισθητή την παρουσία της σε διάφορες εκφάνσεις της καθημερινότητας. Η ποιότητα στα προϊόντα, τις υπηρεσίες αλλά και την ίδια τη ζωή αποτελεί βασικό ζητούμενο όλων μας, πως ορίζεται όμως η ποιότητα;

Έχουν πραγματοποιηθεί πολλές προσπάθειες απόδοσης ερμηνείας στην έννοια της ποιότητας καθώς όπως γίνεται εύκολα κατανοητό αποτελεί βασικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της ελεύθερης αγοράς, ωστόσο η δυσκολία στην διατύπωση ενός ενιαίου ορισμού έγκειται στο γεγονός ότι διαφορετικές ομάδες αντιλαμβάνονται με διαφορετικό τρόπο την έννοια του όρου. Γενικά η ποιότητα θα μπορούσε να περιγραφεί ως συμμόρφωση στις καταναλωτικές ανάγκες, ως αποφυγή απώλειας δαπανών ή ως υπέρβαση των καταναλωτικών προσδοκιών. (Reeves & Bednar, 1994).

1.1. Ιστορική αναδρομή

Η έννοια της ποιότητας αν και χρησιμοποιείται ευρύτατα τα τελευταία χρόνια, έχει τις ρίζες της αρκετούς αιώνες πίσω, όπως φαίνεται από την σύντομη ιστορική αναδρομή που επιχειρείται παρακάτω:

➤ Η ποιότητα στις μεσαιωνικές συντεχνίες της Ευρώπης

Πίσω στα τέλη του 13^{ου} αιώνα, στην μεσαιωνική Ευρώπη οι τεχνίτες άρχισαν να οργανώνονται σε συντεχνίες οι οποίες μεταξύ άλλων είχαν ως αντικείμενο την ανάπτυξη αυστηρών κανόνων για την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών. Σε αυτό το πλαίσιο οι επιτροπές που ήταν υπεύθυνες για την επιθεώρηση των προϊόντων σήμαιναν τα άψογα προϊόντα με ένα ειδικό σήμα. Στην συνέχεια οι τεχνίτες τοποθετούσαν ένα δεύτερο σήμα στα προϊόντα που παρήγαγαν, το οποίο αν και αρχικά χρησιμοποιούταν για τον εντοπισμό τυχόν ελαττωματικών προϊόντων, με την πάροδο του χρόνου αποτελούσε την σφραγίδα παραγωγής από έναν καλό τεχνίτη και έτσι ο συνδυασμός του σήματος επιθεώρησης και του σήματος του τεχνίτη λειτουργούσε ως απόδειξη ποιότητας για τους πελάτες στη μεσαιωνική Ευρώπη.

➤ Η ποιότητα στη Βιομηχανική Επανάσταση

Το εργοστασιακό σύστημα, με έμφαση στην επιθεώρηση των προϊόντων, ξεκίνησε στη Μεγάλη Βρετανία στα μέσα της δεκαετίας του 1750 και εξελίχθηκε στη Βιομηχανική Επανάσταση στις αρχές του 1800. Οι αμερικανικές πρακτικές ποιότητας εξελίχθηκαν τη δεκαετία του 1800, καθώς διαμορφώθηκαν από τις αλλαγές στις επικρατούσες μεθόδους παραγωγής.

- *Χειροτεχνία:* Στις αρχές του 19ου αιώνα, η παραγωγή στις Ηνωμένες Πολιτείες έτεινε να ακολουθεί το μοντέλο της χειροτεχνίας που χρησιμοποιούνταν στις ευρωπαϊκές χώρες. Με δεδομένο ότι οι τεχνίτες πωλούσαν τα προϊόντα τους κυρίως σε τοπικό επίπεδο, στόχος του καθενός ήταν η ικανοποίηση των πελατών για ποιοτικά προϊόντα. Εάν οι ανάγκες ποιότητας δεν ικανοποιούνταν, ο τεχνίτης κινδύνευε να χάσει πελάτες που δεν μπορούσαν εύκολα να αντικατασταθούν. Ως εκ τούτου, εφαρμοζόταν ένα είδος ποιοτικού ελέγχου, σύμφωνα με το οποίο τα αγαθά επιθεωρούνταν πριν από την πώληση.
- *Το εργοστασιακό σύστημα:* Αυτό το σύστημα αποτελούσε προϊόν της Βιομηχανικής Επανάστασης στην Ευρώπη. Τότε οι τεχνίτες άρχισαν να επιδίδονται σε εξειδικευμένες εργασίες εντός των εργοστασίων και οι ιδιοκτήτες των καταστημάτων μετατράπηκαν σε «επιθεωρητές ποιότητας» των παραγόμενων προϊόντων. Έτσι η ποιότητα διασφαλιζόταν μέσω της ικανότητας των εργατών και συμπληρωνόταν από ελέγχους ή/και επιθεωρήσεις. Σε περιπτώσεις ελαττωματικών προϊόντων, αυτά είτε επεξεργάζονταν εκ νέου είτε απορρίπτονταν.
- *Το σύστημα Taylor:* Στα τέλη του 19ου αιώνα οι Ηνωμένες Πολιτείες απομακρύνθηκαν από την ευρωπαϊκή παράδοση και υιοθέτησαν μια νέα προσέγγιση διαχείρισης που αναπτύχθηκε από τον Frederick W. Taylor με στόχο την αύξηση της παραγωγικότητας χωρίς να αυξηθεί ο αριθμός των ειδικευμένων τεχνιτών. Αυτό το πραγματοποιήθηκε αφενός με την ανάθεση του προγραμματισμού του εργοστασίου σε εξειδικευμένους μηχανικούς και αφετέρου με την χρήση τεχνιτών και εποπτών στο ρόλο των επιθεωρητών και διευθυντών των μηχανικών. Η προσέγγιση του Taylor οδήγησε σε αξιοσημείωτη αύξηση της παραγωγικότητας, αλλά η νέα έμφαση στην αύξηση της παραγωγής είχε αρνητικές επιπτώσεις στην ποιότητα. Το γεγονός αυτό οδήγησε στην

δημιουργία τμημάτων επιθεώρησης προκειμένου να καταστεί εφικτός ο εντοπισμός των ελαττωματικών προϊόντων πριν αυτά φτάσουν στους πελάτες.

1.2. Οι γκουρού της ποιότητας

1.2.1. W. Edwards Deming

Ο W. Edwards Deming, ηλεκτρολόγος μηχανικός, θεωρείται ένας από τους γκουρού της ποιότητας. Οι μέθοδοι ελέγχου ποιότητας που εφάρμοσε βοήθησαν την Ιαπωνία μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο να ανοικοδομήσει την κατεστραμμένη οικονομία της.

Τα 14 σημεία του, αφορούν το βασικό σκελετό μιας θεωρίας που οδηγεί στη Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (ΔΟΠ). Τα σημεία αυτά είναι (Deming WE, 1986):

1. Δημιουργία σταθερού σκοπού για τη βελτίωση των προϊόντων και των υπηρεσιών

Προγραμματισμός της ποιότητας μακροπρόθεσμα, αποφυγή βραχυπρόθεσμων λύσεων, ο στόχος δεν είναι να γίνονται τα ίδια πράγματα καλύτερα αλλά να γίνονται καλύτερα πράγματα. Πρόβλεψη για μελλοντικές προκλήσεις με στόχο την βελτίωση.

2. Υιοθέτηση της νέας φιλοσοφίας

Ένταξη της έννοιας της ποιότητας σε ολόκληρο τον οργανισμό. Δημιουργία και εφαρμογή οράματος για την ποιότητα. Προτεραιότητα αποτελούν οι ανάγκες των πελατών και όχι η αντίδραση στην ανταγωνιστική πίεση.

3. Παύση της εξάρτησης από την επιθεώρηση για την επίτευξη της ποιότητας

Ενσωμάτωση της ποιότητας στη διαδικασία από την αρχή έως το τέλος. Οι επιθεωρήσεις από μόνες τους δεν βελτιώνουν την ποιότητα, απλώς διαπιστώνουν την έλλειψη της. Η χρήση μεθόδων στατιστικού ελέγχου μπορούν να αποδείξουν επίσης ότι η διαδικασία λειτουργεί.

4. Τερματισμός της πρακτικής της ανάθεσης εργασιών μόνο με βάση την τιμή

Η ποιότητα βασίζεται στη συνέπεια - όσο λιγότερες διακυμάνσεις έχετε στην είσοδο, τόσο λιγότερες διακυμάνσεις θα έχετε και στην έξοδο. Οι προμηθευτές αποτελούν συνεργάτες στην ποιότητα. Πρέπει να λαμβάνεται υπόψη το συνολικό κόστος και όχι μόνο το αρχικό κόστος του προϊόντος.

5. Συνεχής βελτίωση κάθε διαδικασίας σχεδιασμού, παραγωγής και εξυπηρέτησης.

Συνεχής βελτίωση των συστημάτων και των διαδικασιών, η προσέγγιση Plan-Do-Check-Act αποτελεί ένα χρήσιμο εργαλείο για την επίτευξη αυτού του στόχου.

6. Εκπαίδευση στην εργασία

Έμφαση στην κατάρτιση και την εκπαίδευση, ώστε όλοι να μπορούν να κάνουν καλύτερα τη δουλειά τους

7. Υιοθέτηση και καθιέρωση της ηγεσίας

Οι προϊστάμενοι και οι διευθυντές πρέπει να κατανοούν τους εργαζομένους τους και τις διαδικασίες που εφαρμόζουν. Δεν αρκεί απλά η επίβλεψη, η παροχή υποστήριξης και πόρων ώστε κάθε μέλος του προσωπικού να μπορεί να κάνει το καλύτερο δυνατό είναι επιβεβλημένη.

8. Εξάλειψη του φόβου

Το προσωπικό πρέπει να ενθαρρύνεται να αποδίδει τα μέγιστα, εξασφαλίζοντας ότι ιδέες και προτάσεις εκφράζονται χωρίς φόβο. Ο στόχος είναι η επίτευξη υψηλής ποιότητας μεγιστοποιώντας τις σωστές ενέργειες και όχι κατηγορώντας στις περιπτώσεις των λαθών. Η ανοιχτή και ειλικρινής επικοινωνία συμβάλει τα μέγιστα στην απομάκρυνση του φόβου από τον οργανισμό

9. Κατάρριψη των φραγμών μεταξύ των τομέων προσωπικού

Παραδοχή του γεγονότος ότι κάθε τμήμα ή λειτουργία εξυπηρετεί άλλα τμήματα που λειτουργούν ομαδικά. Πρέπει να υπάρχει ένα κοινό όραμα και ομαδική εργασία ώστε να οικοδομηθεί η κατανόηση και να μειωθούν οι ανταγωνιστικές σχέσεις.

10. Εξάλειψη των συνθημάτων, των προτροπών και των στόχων για το εργατικό δυναμικό

Δεν πρέπει οι λέξεις και τα συνθήματα να υποκαθιστούν την αποτελεσματική ηγεσία. Οι προσδοκίες πρέπει να επικοινωνούνται σαφώς στο προσωπικό.

11. Εξάλειψη της διοίκησης μέσω αριθμητικών στόχων

Πρέπει να δίνεται έμφαση στον τρόπο με τον οποίο πραγματοποιείται η διαδικασία και όχι μόνο στους αριθμητικούς στόχους. Ο Deming διατύπωσε την άποψη ότι οι στόχοι παραγωγής ενθαρρύνουν την υψηλή παραγωγή και τη χαμηλή ποιότητα, συνεπώς πρέπει

να παρέχονται υποστήριξη και πόροι ώστε τα επίπεδα παραγωγής και η ποιότητα να είναι υψηλά και εφικτά.

12. Εξάλειψη των εμποδίων που στερούν από τους ανθρώπους την υπερηφάνεια για την εργασία

Πρέπει όλοι να είναι υπερήφανοι για τη δουλειά τους χωρίς να αξιολογούνται ή να συγκρίνονται με άλλους. Πρέπει όλοι οι εργαζόμενοι να αντιμετωπίζονται το ίδιο και μην ανταγωνίζονται άλλους εργαζόμενους για χρηματικές ή άλλες ανταμοιβές. Η εφαρμογή ενός συστήματος ποιότητας θα συμβάλει φυσικά στην βελτίωση του επιπέδου της εργασίας όλων.

13. Εφαρμογή προγράμματος εκπαίδευσης και αυτοβελτίωσης του προσωπικού

Οι εργαζόμενοι πρέπει να ενθαρρύνονται να αναπτύσσουν νέες αλλά και να βελτιώνουν τις υφιστάμενες δεξιότητες ώστε να είναι προετοιμασμένοι για μελλοντικές αλλαγές και προκλήσεις. Οι νέες δεξιότητες θα κάνουν το εργατικό δυναμικό πιο προσαρμοστικό στις αλλαγές και πιο ικανό να στο να επιτυγχάνει βελτιώσεις.

14. Ανάληψη δράσης και δέσμευση της διοίκησης με στόχο τον μετασχηματισμό

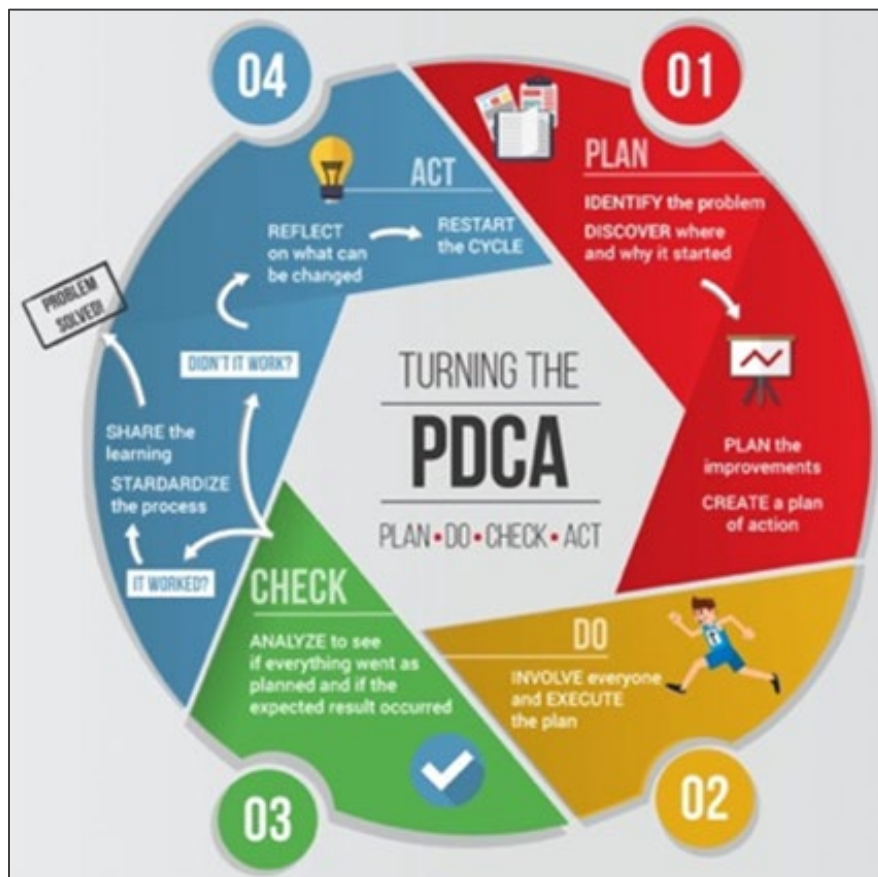
Η συνολική βελτίωση του οργανισμού θα επέλθει αν όλο το προσωπικό συμπεριλαμβανομένης της διοίκησης δεσμευτούν για την διαρκή βελτίωση της ποιότητας.

Ο W. Edwards Deming είναι επίσης γνωστός για τον κύκλο PDCA (Plan Do Check Act), να μοντέλο τεσσάρων βημάτων τα οποία επαναλαμβάνονται συνεχώς με μια προκαθορισμένη σειρά για την υλοποίηση μιας αλλαγής. Σαν κύκλος, ο κύκλος PDCA δεν έχει τέλος και πρέπει να επαναλαμβάνεται ξανά και ξανά για συνεχή βελτίωση ενώ θεωρείται επίσης εργαλείο σχεδιασμού έργων (<https://www.siteware.co>).

- Plan (Σχεδιασμός): Καθορισμός των στόχων και των διαδικασιών που απαιτούνται για την επίτευξη των επιθυμητών αποτελεσμάτων.
- Do (Υλοποίηση): Υλοποίηση των στόχων του προηγούμενου σταδίου
- Check (Έλεγχος): Αξιολόγηση των δεδομένων και των αποτελεσμάτων που συγκεντρώθηκαν από τη φάση της υλοποίησης. Πραγματοποιείται σύγκριση με τα αναμενόμενα αποτελέσματα για να διαπιστωθούν τυχόν ομοιότητες και διαφορές. Σε αυτή

την φάση πραγματοποιείται επίσης έλεγχος ώστε να διαπιστωθεί εάν υπήρξαν αλλαγές σε σχέση με την αρχική δοκιμή που δημιουργήθηκε κατά τη φάση σχεδιασμού.

- Do (Δράση): Το τελικό στάδιο είναι η λήψη διορθωτικών μέτρων μόλις εντοπιστούν λάθη. Ο κύκλος PDCA επαναλαμβάνεται και μπορεί να επαναπροσδιοριστεί ίσως για καλύτερα αποτελέσματα υπό νέο πρίσμα.



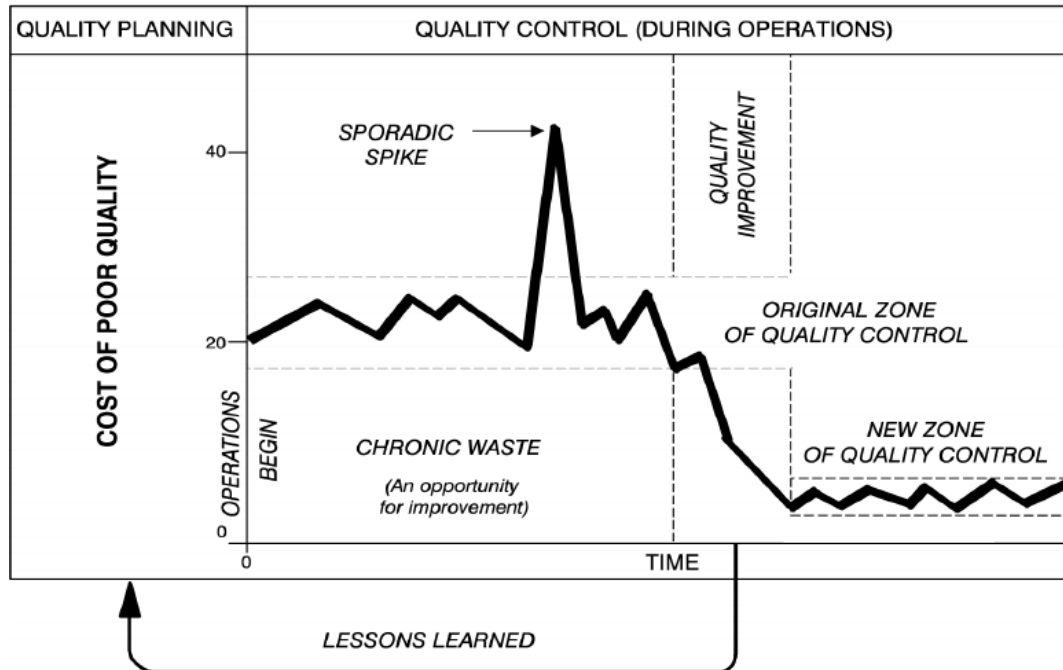
Εικόνα 1: Ο κύκλος PDCA⁽ <https://www.siteware.co/methodologies/what-is-the-pdca-cycle/>)

1.2.2. Juran

Ο Juran ορίζει την ποιότητα ως καταλληλότητα για χρήση όσον αφορά το σχεδιασμό, τη συμμόρφωση, τη διαθεσιμότητα, την ασφάλεια και τη χρήση στο πεδίο. Η προσέγγισή του βασίζεται στον πελάτη, στη διοίκηση από πάνω προς τα κάτω και στις τεχνικές μεθόδους. Η τριλογία Juran είναι ένας κύκλος βελτίωσης που αποσκοπεί στη μείωση του κόστους της κακής ποιότητας με τον σχεδιασμό της ποιότητας στο προϊόν/διεργασία.

- Σχεδιασμός ποιότητας: Στο στάδιο του σχεδιασμού, είναι κρίσιμο να καθοριστεί ποιοι είναι οι πελάτες και να προσδιοριστούν οι ανάγκες τους (φωνή του πελάτη). Αφού προσδιοριστούν οι ανάγκες των πελατών, καθορίστε τις απαιτήσεις για το προϊόν/διαδικασία/υπηρεσία/σύστημα κ.λπ. και αναπτύξτε τις για τις λειτουργίες μαζί με τις αντίστοιχες προσδοκίες των ενδιαφερομένων μερών. Οι δραστηριότητες σχεδιασμού πραγματοποιούνται μέσω μιας διεπιστημονικής ομάδας, με τη συμμετοχή των βασικών ενδιαφερόμενων μερών.
- Έλεγχος ποιότητας: Κατά τη φάση του ελέγχου, καθορίστε τι πρέπει να μετρηθεί (ποιες μορφές δεδομένων και από ποιες διαδικασίες;) και ορίστε έναν στόχο για την απόδοση. Λάβετε ανατροφοδότηση με τη μέτρηση της πραγματικής απόδοσης και ενεργήστε σχετικά με το χάσμα μεταξύ απόδοσης και στόχου. Στον στατιστικό έλεγχο διεργασιών (SPC), υπάρχουν διάφορα εργαλεία που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν στη φάση ελέγχου της τριλογίας Juran: όπως τα 7 εργαλεία QC και άλλες μέθοδοι στατιστικού ελέγχου διεργασιών.
- Βελτίωση της ποιότητας: Υπάρχουν τέσσερις διαφορετικές στρατηγικές βελτίωσης που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν για βελτιώσεις:
 - *Επισκευή*: αντιδραστική προσέγγιση – διόρθωση του ελαττωματικού
 - *Βελτίωση*: προληπτική προσέγγιση - συνεχής βελτίωση μιας διαδικασίας που δεν είναι χαλασμένη
 - *Ανακαίνιση*: βελτίωση μέσω καινοτομίας ή τεχνολογικής προόδου
 - *Επανεφεύρεση*: η πιο απαιτητική προσέγγιση – εγκατάλειψη των τρέχουσων πρακτικών και επανεκκίνηση

Η βελτίωση της ποιότητας μπορεί να είναι μια εξαιρετικά δύσκολη διαδικασία για τους οργανισμούς, καθώς αντιμετωπίζουν διάφορους περιορισμούς που περιλαμβάνουν τις προσδοκίες και τα συμφέροντα των πελατών/ενδιαφερομένων μερών, ορισμένα από τα οποία μπορεί να είναι εγγενώς αντικρουόμενα.



Εικόνα 2: Juran's Quality Trilogy (Juran's Quality Handbook 5th Edition)

Ο Juran υποστήριξε μια διαδικασία δέκα βημάτων για τα προγράμματα βελτίωσης της ποιότητας.

1. Δημιουργία συνείδησης της ανάγκης και της ευκαιρίας για βελτίωση
2. Καθορισμός στόχων βελτίωσης
3. Οργάνωση για την επίτευξη των στόχων
4. Παροχή κατάρτισης
5. Εκτέλεση έργων για την επίλυση προβλημάτων
6. Αναφορά προόδου
7. Αναγνώριση
8. Ανακοίνωση αποτελεσμάτων
9. Διατήρηση σκορ
10. Διατήρηση της δυναμική πραγματοποιώντας την ετήσια βελτίωση ως μέρος των τακτικών διεργασιών

Τα βήματα του Juran για τη βελτίωση της ποιότητας έχουν γίνει ευρέως αποδεκτά, εφαρμόζονται και εξελίσσονται με την πάροδο του χρόνου ώστε να ταιριάζουν σε διαφορετικούς οργανισμούς και τμήματα.

1.2.3. Philip Crosby

Ο Philip Crosby μίλησε για την ποιότητα ως "συμμόρφωση προς τις απαιτήσεις" και πίστευε ότι κάθε προϊόν που αναπαράγει συνεχώς το σχεδιασμό και τις προδιαγραφές του είναι υψηλής ποιότητας (DOI:0.13140/RG.2.2.28698.13766). Ο στόχος της βελτίωσης της ποιότητας ήταν τα μηδενικά ελαττώματα, τα οποία θα επιτυγχάνονταν μέσω της πρόληψης και όχι της εκ των υστέρων επιθεώρησης. Η θεωρία του Crosby παρέχει δύο βασικά εργαλεία το κόστος του μέτρου ποιότητας και τα πλέγματα ωριμότητας της διοίκησης. Ο Crosby προσέφερε 14 σημεία για τη βελτίωση της ποιότητας. Έδωσε έμφαση στην πρόληψη των ελαττωμάτων έναντι του εντοπισμού.

Τα 14 βήματα για τη βελτίωση της ποιότητας:

- Βήμα 1: Δέσμευση της διοίκησης
- Βήμα 2: Ομάδα βελτίωσης της ποιότητας
- Βήμα 3: Μέτρηση της ποιότητας
- Βήμα 4: Αξιολόγηση του κόστους της ποιότητας
- Βήμα 5: Ευαισθητοποίηση για την ποιότητα
- Βήμα 6: Διορθωτική δράση
- Βήμα 7: Σύσταση ειδικής επιτροπής για το πρόγραμμα μηδενικών ελαττωμάτων
- Βήμα 8: Εκπαίδευση προϊσταμένων
- Βήμα 9: Ημέρα μηδενικών ελαττωμάτων
- Βήμα 10: Καθορισμός στόχων
- Βήμα 11: Απομάκρυνση των αιτιών σφαλμάτων
- Βήμα 12: Αναγνώριση
- Βήμα 13: Συμβούλια ποιότητας
- Βήμα 14: Επανάληψη

1.2.4. David Garvin

Το 1987 ο David Garvin διατύπωσε την άποψη ότι υπάρχουν οκτώ διαστάσεις της ποιότητας. Πρόκειται για τις ακόλουθες:

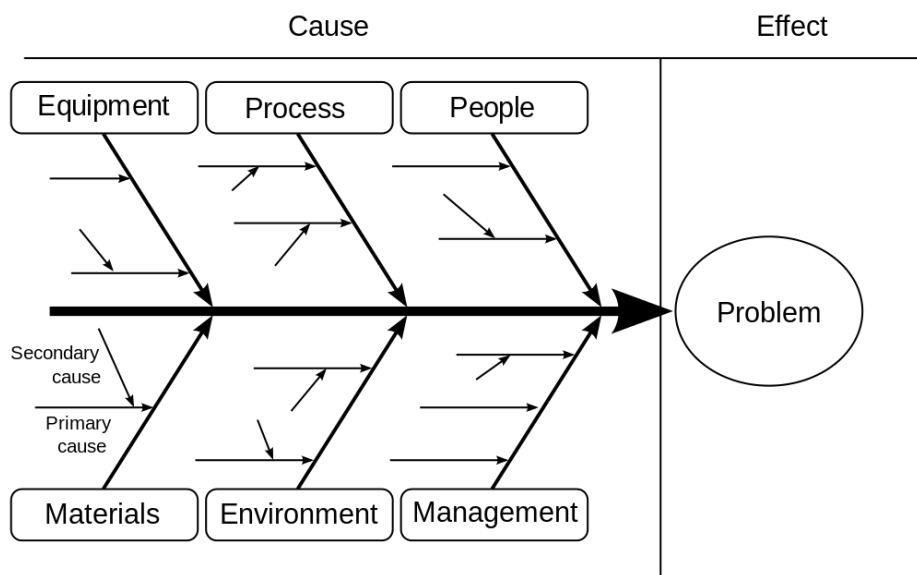
1. Απόδοση: Ένα χαρακτηριστικό απόδοσης περιγράφει τη βασική λειτουργία ενός προϊόντος.
2. Χαρακτηριστικά: Αποτελούν μια δευτερεύουσα πτυχή της απόδοσης και είναι αυτά που προσθέτουν επιπλέον λειτουργικότητα στις βασικές λειτουργίες.
3. Αξιοπιστία: Η ικανότητα ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας να αποδίδει όπως αναμένεται με την πάροδο του χρόνου.
4. Συμμόρφωση: Ο βαθμός στον οποίο ένα προϊόν συμμορφώνεται με τις προδιαγραφές του.
5. Ανθεκτικότητα: Η ανθεκτικότητα είναι η μέτρηση της διάρκειας ζωής του προϊόντος.
6. Συντηρησιμότητα: Η ευκολία με την οποία ένας χρήστης μπορεί να επισκευάσει ένα ελαττωματικό προϊόν ή να το επιδιορθώσει.
7. Αισθητική: Αναφέρεται στην εμφάνιση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Περιλαμβάνει όλες τις πτυχές που σχετίζονται με τη φυσική εμφάνιση ενός προϊόντος, για παράδειγμα, το βάρος, το χρώμα, το μέγεθος, την υφή, τον σχεδιασμό της συσκευασίας κ.λπ.
8. Αντιληπτή ποιότητα: Η συνολική γνώμη των πελατών για το προϊόν. Είναι η συνδυασμένη επίδραση παραγόντων όπως το εμπορικό σήμα, η τιμή, ο πωλητής, η στρατηγική μάρκετινγκ κ.λπ.

1.2.5. Kaoru Ishikawa

Ο Ishikawa δημιούργησε το διάγραμμα Ishikawa (επίσης αποκαλούμενο διάγραμμα ψαροκόκαλου ή διάγραμμα αιτίου-αποτελέσματος) το οποίο είναι ένα αιτιώδες διάγραμμα το οποίο χρησιμοποιείται για την ανάδειξη των πιθανών αιτιών ενός συγκεκριμένου γεγονότος Ishikawa, Kaoru (1990). Η συνηθέστερη χρήση του διαγράμματος Ishikawa είναι ο σχεδιασμός προϊόντων και η πρόληψη ποιοτικών ελαττωμάτων με απώτερο στόχο τον εντοπισμό πιθανών παραγόντων που προκαλούν ένα συνολικό αποτέλεσμα. Κάθε αιτία ή λόγος ατέλειας αποτελεί πηγή

διακύμανσης. Οι αιτίες συνήθως ομαδοποιούνται σε μεγάλες κατηγορίες για τον εντοπισμό και την ταξινόμηση αυτών των πηγών διακύμανσης.

Το ελάττωμα παρουσιάζεται ως το κεφάλι του ψαριού, στραμμένο προς τα δεξιά, με τις αιτίες να εκτείνονται προς τα αριστερά ως ψαροκόκαλα- οι νευρώσεις διακλαδίζονται από τη σπονδυλική στήλη για τις κύριες αιτίες, με υπο-διακλαδώσεις για τις ρίζες-αιτίες, σε όσα επίπεδα απαιτείται. Το διάγραμμα Ishikawa έγινε γνωστό τη δεκαετία του 1960 από τον Kaoru Ishikawa, ο οποίος στην πορεία έγινε ένας από τους θεμελιωτές του σύγχρονου μάνατζμεντ, και πλέον θεωρείται ένα από τα επτά βασικά εργαλεία του ελέγχου ποιότητας. Ευρύτατα είναι γνωστό ως διάγραμμα ψαροκόκαλο λόγω του σχήματός του (Εικόνα 3).



Εικόνα 3: Διάγραμμα Ishikawa (Juran's Quality Handbook 5th Edition)

1.2.6. Genichi Taguchi

Η μεθοδολογία του Genichi Taguchi επικεντρώνεται στην σημαντικότητα της συνεχούς βελτίωσης της ποιότητας λαμβάνοντας υπόψη τις μεθόδους που προσδιορίζουν το κόστος της μη επίτευξης της τιμής στόχου (Δερβιτσιώτης, 2001). Η μέθοδος παρέχει μια αποδοτική τεχνική για να σχεδιαστούν οι δοκιμές προϊόντων πριν από την είσοδο της φάσης κατασκευής. Ακόμη, μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μεθοδολογία ανίχνευσης λαθών στο είδος και προβλημάτων κατασκευής.

Η μεθοδολογία Taguchi μπορεί να εφαρμοστεί εκτός γραμμής, στο σχεδιασμό ή απευθείας στην παραγωγή.

Ο Taguchi χωρίζει τον εκτός γραμμής ποιοτικό έλεγχο σε τρία στάδια:

- Στάδιο σχεδίου συστημάτων: Μη στατιστικό στάδιο για την εφαρμοσμένη μηχανική, το μάρκετινγκ και τη γνώση πελατών
- Στάδιο παραμέτρου: Πώς το προϊόν πρέπει να αποδώσει ενάντια στις καθορισμένες παραμέτρους. Η γερή λύση της οικονομικά αποδοτικής κατασκευής ανεξάρτητα από τις λειτουργούσες παραμέτρους.
- Στάδιο σχέδιο ανοχής: Ανοχή γύρω από τις επιθυμητές τοποθετήσεις. Εύρεση της ισορροπίας μεταξύ του κόστους παραγωγής και της απώλειας.

1.3. Διασφάλιση Ποιότητας

Η Διασφάλιση Ποιότητας (ΔΠ) είναι μια μέθοδος διαχείρισης που ορίζεται ως "όλες εκείνες οι προγραμματισμένες και συστηματικές ενέργειες που απαιτούνται για την παροχή επαρκούς εμπιστοσύνης ότι ένα προϊόν, υπηρεσία ή αποτέλεσμα θα ικανοποιεί δεδομένες απαιτήσεις ποιότητας και θα είναι κατάλληλο για χρήση" Garvin, D.A. (1984). Διασφάλιση Ποιότητας ορίζεται ως "το σύνολο των δραστηριοτήτων που αποσκοπούν στην επίτευξη της απαιτούμενης πρότυπο" (ISO, 1994).

Κάθε πρόγραμμα παρακολούθησης ή αξιολόγησης πρέπει να αποσκοπεί στην παραγωγή πληροφοριών οι οποίες είναι ακριβείς, αξιόπιστες και επαρκείς για τον επιδιωκόμενο σκοπό. Με άλλα λόγια πρέπει να υπάρχει σαφής αποσαφήνιση του τύπου και των προδιαγραφών των ζητούμενων πληροφοριών οι οποίες πρέπει να είναι γνωστές πριν από την έναρξη του έργου. Οι στόχοι ποιότητας δεδομένων οφείλουν να είναι ποιοτικοί και ποσοτικοί και να υφίστανται προδιαγραφές που χρησιμοποιούνται για το σχεδιασμό του συστήματος που θα περιορίσει την αβεβαιότητα σε ένα αποδεκτό επίπεδο εντός των επιτρεπόμενων περιορισμών. Οι στόχοι αυτοί συχνά τίθενται από τους τελικούς χρήστες των δεδομένων σε συνδυασμό με τους ενδιαφερόμενους τεχνικούς εμπειρογνώμονες.

1.3.1. Συνιστώσες της Διασφάλισης Ποιότητας

Οι συνιστώσες ενός προγράμματος Διασφάλισης Ποιότητας συχνά ομαδοποιούνται σε τρία επίπεδα, με διάφορους τρόπους:

- Το στρατηγικό ή οργανωτικό επίπεδο: αφορά την πολιτική ποιότητας, τους στόχους και τη διαχείριση και συνήθως παράγεται ως Εγχειρίδιο Ποιότητας)
- Το τακτικό ή λειτουργικό επίπεδο: ασχολείται με τις γενικές πρακτικές όπως η εκπαίδευση, οι εγκαταστάσεις, η λειτουργία της διασφάλισης ποιότητας και
- Το επιχειρησιακό επίπεδο: αφορά τα φύλλα εργασίας των τυποποιημένων διαδικασιών λειτουργίας (SOPs), και άλλες πτυχές της καθημερινής λειτουργίας

1.3.2. Δημιουργία του συστήματος

Δεν υπάρχει μια ενιαία μέθοδος για τη δημιουργία ενός συστήματος διασφάλισης ποιότητας. Κάθε οργανισμός έχει τις δικές του αδυναμίες που θα απαιτήσουν ιδιαίτερη προσοχή και σχεδιασμό. Ωστόσο, από τη στιγμή που ληφθεί η απόφαση να εφαρμοστεί ένα σύστημα διασφάλισης ποιότητας και αφού έχουν διατεθεί οι απαιτούμενοι πόροι, τότε πρέπει να καταρτιστεί ένα σχέδιο. Στην περίπτωση ενός νέου έργου, το σύστημα διασφάλισης ποιότητας μπορεί να καταρτιστεί πριν από την έναρξη, αλλά αν το έργο έχει ήδη καθιερωθεί, τότε ένα σύστημα διασφάλισης ποιότητας μπορεί να εφαρμοστεί εκ των υστέρων. Στην τελευταία περίπτωση, οι υφιστάμενες πρακτικές πρέπει να αξιολογηθούν σε σχέση με τις ανάγκες της διασφάλισης ποιότητας αλλά και τους ελέγχους και τις διαδικασίες διασφάλισης ποιότητας που βρίσκονται ήδη σε ισχύ. Είναι φρονιμότερη η χρήση διαδικασιών που έχουν ήδη εφαρμοστεί σε σχέση με την κατάργησή τους και την εκ νέου δημιουργία. Η κατάργηση θα πρέπει να αποτελεί λύση μόνο στην περίπτωση που οι διαδικασίες είναι σαφώς ανεπαρκείς, διότι η ταχεία εφαρμογή πληθώρας αλλαγών, ιδίως όταν αντιμετωπίζονται ως αύξηση του φόρτου εργασίας, είναι πιθανό να δημιουργήσει κλίμα αρνητικότητας και έτσι ελαχιστοποιούνται οι πιθανότητες να γίνουν δεκτές με ευνοϊκή ανταπόκριση. Γενικά ένα πρόγραμμα Διασφάλισης Ποιότητας θα πρέπει να είναι πρακτικό και ρεαλιστικό και να μην περιλαμβάνει ασήμαντες ή περιττά χρονοβόρες ή δύσκολες εργασίες (WHO/UNEP/VKI, 1997).

1.3.2.1. Εγχειρίδιο Ποιότητας

Το εγχειρίδιο ποιότητας αποτελείται από τα έγγραφα διαχείρισης που απαιτούνται για την εφαρμογή του προγράμματος διασφάλισης ποιότητας και περιλαμβάνει (ISO, 1990):

- Δήλωση πολιτικής ποιότητας, συμπεριλαμβανομένων των στόχων και των δεσμεύσεων.
- Την οργανωτική και διοικητική δομή του έργου, τη θέση του σε κάθε μητρική οργάνωση και τα σχετικά οργανογράμματα.
- Τη σχέση μεταξύ της διοίκησης, των τεχνικών λειτουργιών, των υπηρεσιών υποστήριξης και του συστήματος ποιότητας.
- Διαδικασίες ελέγχου και τήρησης της τεκμηρίωσης.
- Περιγραφές θέσεων εργασίας για το βασικό προσωπικό και αναφορά στις περιγραφές θέσεων εργασίας του λοιπού προσωπικού.
- Προσδιορισμός των εγκεκριμένων υπογραφών.
- Διαδικασίες για τη διασφάλιση της ιχνηλασιμότητας όλων των εγγράφων, δεδομένων και εκθέσεων.
- Το πεδίο εφαρμογής του εργαστηρίου για βαθμονομήσεις και δοκιμές.
- Διατάξεις για τη διασφάλιση ότι όλα τα νέα έργα επανεξετάζονται ώστε να διασφαλίζεται ότι υπάρχουν επαρκείς πόροι για την ορθή διαχείρισή τους.
- Αναφορά στις χρησιμοποιούμενες διαδικασίες βαθμονόμησης, επαλήθευσης και δοκιμών.
- Διαδικασίες για το χειρισμό αντικειμένων βαθμονόμησης και δοκιμών.
- Αναφορά στον κύριο εξοπλισμό και τα πρότυπα μέτρησης αναφοράς που χρησιμοποιούνται.
- Αναφορά στις διαδικασίες βαθμονόμησης, επαλήθευσης και συντήρησης του εξοπλισμού.
- Διαδικασίες που πρέπει να ακολουθούνται για ανατροφοδότηση και διορθωτικές ενέργειες σε περίπτωση εντοπισμού αποκλίσεων από τις τεκμηριωμένες διαδικασίες.
- Διαδικασία παραπόνων.
- Διαδικασίες για την προστασία της εμπιστευτικότητας και των δικαιωμάτων ιδιοκτησίας.
- Διαδικασίες ελέγχου και αναθεώρησης.

1.3.2.2. Εκπαίδευση

Το πρόγραμμα εκπαίδευσης πρέπει να περιλαμβάνει όλο το προσωπικό. Η διοίκηση δεσμεύει πόρους, καθορίζει την πολιτική και τα πρότυπα, εγκρίνει τα σχέδια και αναθέτει αρμοδιότητες. Το προσωπικό στα ανώτερα επίπεδα (προϊστάμενοι, διευθυντές κλπ) αναλαμβάνει την ευθύνη για την ανάπτυξη και την εφαρμογή του προγράμματος και παρέχει τεχνογνωσία και συμβουλές.

1.3.2.3. Τυποποιημένες διαδικασίες (SOPs)

Οι τυποποιημένες διαδικασίες (Standard Operating Procedures, SOPs) είναι τα έγγραφα που περιγράφουν λεπτομερώς όλες τις ειδικές λειτουργίες και μεθόδους, συμπεριλαμβανομένων της δειγματοληψίας, της μεταφοράς, της ανάλυσης, της χρήσης και της βαθμονόμησης του εξοπλισμού, την παραγωγή εκθέσεων και την ερμηνεία των δεδομένων. Αποτελούν ένα εσωτερικό εγχειρίδιο αναφοράς για τη συγκεκριμένη διαδικασία και πρέπει να περιγράφουν λεπτομερώς κάθε σχετικό βήμα. Οποιοσδήποτε με το κατάλληλο επίπεδο εκπαίδευσης θα πρέπει να είναι σε θέση να ακολουθήσει το SOP. Όπου κρίνεται απαραίτητο, θα πρέπει να πραγματοποιείται αναφορά σε άλλες διαδικασίες.

Τα SOPs θα πρέπει να είναι γραμμένα σε γλώσσα κατανοητή από όλο το προσωπικό. Τα SOPs που σχετίζονται με τον εξοπλισμό θα πρέπει να περιλαμβάνουν τις μεθόδους αλλά και την συχνότητα συντήρησης, καθαρισμού, βαθμονόμησης και σέρβις.

Τα SOPs που σχετίζονται με διαδικασίες γραφείου, θα πρέπει είναι προσαρμοσμένα στην λειτουργία του οργανισμού και να συντάσσονται από το προσωπικό που είναι αρμόδιο για την εκτέλεση της περιγραφόμενης διαδικασίας. Κάθε SOP θα πρέπει να έχει έναν αντιπροσωπευτικό τίτλο και επίσης ένα μοναδικό κωδικό, έκδοση και ημερομηνία ισχύος.

1.3.2.4. Υπεύθυνος διασφάλισης ποιότητας

Η σωστή εφαρμογή ενός συστήματος διασφάλισης ποιότητας προϋποθέτει τον διορισμό ενός υπεύθυνου ποιότητας ο οποίος έχει την αρμοδιότητα και την ευθύνη να εξασφαλίζει τη συνεχή εφαρμογή του ΣΔΠ σε όλα τα σημεία εφαρμογής. Οι αρμοδιότητες του συμπεριλαμβάνουν μεταξύ άλλων:

- Διασφάλιση της εγκατάστασης, εφαρμογής και διατήρησης των διεργασιών του συστήματος ποιότητας.
- Ενημέρωση της Διοίκησης για την επίδοση του συστήματος ποιότητας αλλά άμεση ενημέρωση και για κάθε κρίσιμο και σοβαρό ζήτημα που προκύπτει.
- Εξασφάλιση της προώθησης της ενημέρωσης των απαιτήσεων των πελατών και των απαιτήσεων από τη Νομοθεσία μέσα στην εταιρεία.
- Επικοινωνία με φορείς εκτός εταιρείας για θέματα του συστήματος ποιότητας.

1.3.2.5. Έλεγχος συμμόρφωσης

Όταν όλη η τεκμηρίωση για το σύστημα ποιότητας είναι έτοιμη, θα πρέπει να γίνει πιλοτική εφαρμογή του. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, ο υπεύθυνος ποιότητας θα πρέπει να διεξάγει μια σειρά ελέγχων που θα καλύπτουν όλες τις πτυχές του συστήματος. Ιχνηλασιμότητα των δεδομένων είναι ένα βασικό στοιχείο που μπορεί να ελεγχθεί με τυχαία επιλογή δεδομένων. μέσω όλων των σχετικών εγγράφων στη διαδικασία δειγματοληψίας. Μια έκθεση με τα δυνατά σημεία αλλά και τις αδυναμίες του συστήματος θα πρέπει να συνταχθεί στο τέλος της πιλοτικής φάσης.

Μια μέθοδος εφαρμογής του συστήματος είναι η υποβολή αίτησης για διαπίστευση από αναγνωρισμένο φορέα διασφάλισης ποιότητας σύμφωνα με το πρότυπο ISO 9001, το οποίο παρέχει τη δυνατότητα λειτουργίας αλλά και αξιολόγησης ενός συστήματος ανεξάρτητα με βάση ένα συμφωνημένο πρότυπο.

1.3.2.6. Επιθεώρηση συστήματος

Προκειμένου να διατηρηθεί το σύστημα διασφάλισης ποιότητας, είναι απαραίτητο να ελέγχεται περιοδικά κάθε τομέας του συστήματος για τη συμμόρφωσή του. Αυτό περιλαμβάνει τον έλεγχο των επιμέρους τμημάτων για να εκτιμηθεί κατά πόσον εξακολουθούν να πληρούν τα αρχικά κριτήρια. Η διαδικασία αυτή θα πρέπει να τεκμηριώνεται προηγουμένως. Οι εκθέσεις για όλους τους ελέγχους θα πρέπει να τίθενται στη διάθεση της διοίκησης και των υπευθύνων για τις σχετικές

εργασίες. Αποκλίσεις από τα απαιτούμενα πρότυπα πρέπει να διορθώνονται το συντομότερο δυνατό. Ο έλεγχος πρέπει να είναι ανεξάρτητος και πρέπει να είναι διεξοδικός.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ

Ο όρος «ικανοποίηση πελατών» χρησιμοποιείται συχνά στον χώρο των επιχειρήσεων, ανεξαρτήτως του κλάδου στον οποίο αυτές δραστηριοποιούνται. Αυτό είναι κάτι απολύτως λογικό αν αναλογιστεί κανείς πως οι πελάτες διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο και είναι απαραίτητοι για την επιτυχία ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας- είναι, επομένως, προς το συμφέρον της επιχείρησης να διασφαλίσει την ικανοποίηση των πελατών και να οικοδομήσει την αφοσίωσή τους, δεν είναι τυχαίο άλλωστε πως η ικανοποίηση πελατών αποτελεί έναν από τους δείκτες επίδοσης στον χώρο των επιχειρήσεων. Αν και πρόκειται για έναν όρο αρκετά δύσκολο να οριστεί, γενικά θα μπορούσαμε να πούμε πως αναφέρεται στο πλήθος των πελατών ή το ποσοστό επί του συνόλου των πελατών, των οποίων η εμπειρία από μια επιχείρηση, τα προϊόντα της ή τις υπηρεσίες της ξεπερνά τους στόχους ικανοποίησης που έχουν τεθεί από την επιχείρηση (Farris et. al, 2010).

2.1. Ορισμοί

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως η έννοια της ικανοποίησης του πελάτη είναι ιδιαίτερα δύσκολο να οριστεί και αν ζητούσαμε από διαφορετικούς επιχειρηματίες «Πώς θα ορίζατε την ικανοποίηση των πελατών;», πιθανότατα θα λαμβάναμε ισάριθμες διαφορετικές απαντήσεις απόρροια της διαφορετικής αντίληψης του καθενός. Δεν είναι τυχαία άλλωστε η διατύπωση του Oliver το 1997, σύμφωνα με την οποία «όλοι γνωρίζουν τι είναι η ικανοποίηση μέχρι να τους ζητηθεί να δώσουν έναν ορισμό. Τότε φαίνεται ότι κανείς δεν γνωρίζει». Ενδεικτικό είναι επίσης το γεγονός της ύπαρξης διαφορετικών όρων για την ικανοποίηση αφού υπάρχει ο όρος της ικανοποίησης καταναλωτών (consumer satisfaction), της ικανοποίησης πελατών (customer satisfaction), ή απλά, της ικανοποίησης (satisfaction).

Ο ορισμός της ικανοποίησης των πελατών έχει γίνει από δύο διαφορετικές οπτικές. Η πρώτη ορίζει την ικανοποίηση των πελατών ως αποτέλεσμα, ενώ η δεύτερη την ορίζει ως διαδικασία (Yi, 1990). Υπό το πρώτο πρίσμα, αυτό του αποτελέσματος, οι Howard και Sheth (1969) δήλωσαν ότι η ικανοποίηση ορίζεται ως η γνωστική κατάσταση του αγοραστή ότι ανταμείβεται επαρκώς ή ανεπαρκώς σε μια αγορά και τις προσπάθειες που έχει καταβάλει. Αρκετά χρόνια αργότερα, το 1983, οι Westbrook και Reilly διατύπωσαν την άποψη ότι η ικανοποίηση είναι μια

συναισθηματική αντίδραση στις εμπειρίες του πελάτη και συνδέονται με συγκεκριμένα προϊόντα, υπηρεσίες, διαδικασίες αγοράς ή με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του πελάτη. Υπό το δεύτερο πρίσμα, αυτό της διαδικασίας, σύμφωνα με τον Hunt (1977) η ικανοποίηση είναι μια αξιολόγηση σχετικά με το κατά πόσο η εμπειρία ήταν τόσο καλή όσο περίμενε ο πελάτης.

Συμπερασματικά εξετάζοντας τους προαναφερόμενους ορισμούς, οι οποίοι είναι λίγοι μόνο από όσους έχουν διατυπωθεί, μπορούμε να πούμε ότι η ικανοποίηση είναι μια λειτουργία υποκειμενικής απόδοσης και προσδοκιών. Αν η απόδοση είναι μικρότερη από τις προσδοκίες, ο πελάτης είναι δυσαρεστημένος. Αν η απόδοση συμπίπτει με τις προσδοκίες, ο πελάτης είναι ικανοποιημένος. Αν η απόδοση υπερβαίνει τις προσδοκίες, ο πελάτης είναι πολύ ικανοποιημένος ή ενθουσιασμένος. Πολλές επιχειρήσεις στοχεύουν στην υψηλή ικανοποίηση, γιατί οι πελάτες που είναι απλώς ικανοποιημένοι συνεχίζουν να θεωρούν εύκολο το να στραφούν προς μια καλύτερη προσφορά, όταν προκύψει. Εκείνοι που είναι πάρα πολύ ικανοποιημένοι, είναι πολύ λιγότερο προετοιμασμένοι να στραφούν προς άλλη κατεύθυνση. Η υψηλή ικανοποίηση ή ο ενθουσιασμός δημιουργεί ένα συναισθηματικό δέσιμο με τη μάρκα, και όχι απλώς μια προτίμηση που στηρίζεται στη λογική. Το αποτέλεσμα είναι η υψηλή αφοσίωση του πελάτη.

2.2. Παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών

Σύμφωνα με τον Zeithaml et al., (1988) η ικανοποίηση των πελατών είναι μετρήσιμη, αλλά είναι παράλληλα και δυναμική έχοντας την δυνατότητα να εξελίσσεται με την πάροδο του χρόνου και επηρεάζεται από μια πληθώρα παραγόντων. Σύμφωνα με τον Sugandhi (2003), οι παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών μπορούν να χωριστούν σε δύο μεγάλες κατηγορίες οι οποίες είναι:

- η συμπεριφορά της επιχείρησης και
- η απόδοση του προϊόντος ή της υπηρεσίας της επιχείρησης

Στην πρώτη κατηγορία συμπεριλαμβάνεται ο τρόπος με τον οποίο η διοίκηση και οι υπάλληλοι της επιχείρησης συμπεριφέρονται απέναντι στους πελάτες καθώς η ανταπόκριση του πωλητή, η εξυπηρέτηση και ο χειρισμός των προβλημάτων εξαρτώνται από τη στάση και τις δεξιότητες του ανθρώπινου δυναμικού της επιχείρησης. Η δεύτερη κατηγορία εστιάζει κυρίως στο προϊόν ή την υπηρεσία καθώς ορισμένες πτυχές του προϊόντος (αγαθά & υπηρεσίες) ενδέχεται να δημιουργούν

ανησυχία στον πελάτη (π.χ. ελαττώματα, ανάγκη συχνής παροχής υποστήριξης κλπ.). Στην εικόνα 5 αποτυπώνονται οι κύριοι παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών και οι οποίοι σχετίζονται τόσο με τον άνθρωπο όσο και με το προϊόν.



Εικόνα 4: Παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση πελατών (Sugandhi, R.K., 2003. *Customer Relationship Management*. New Age International Ltd., New Dehli, India.)

2.2.1. Παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση πελατών στη φαρμακευτική βιομηχανία

Η ικανοποίηση των πελατών είναι ένας βασικός πυλώνας σε κάθε κλάδο του επιχειρείν και εξαίρεση σε αυτό δεν θα μπορούσε να αποτελεί ο κλάδος της φαρμακευτικής βιομηχανίας καθώς σε αυτόν διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο όχι μόνο στην αφοσίωση στην μάρκα αλλά και στα αποτελέσματα των θεραπειών στους ασθενείς, των ασθενών και την αφοσίωση στην μάρκα. Η ικανοποίηση των πελατών στο πλαίσιο της φαρμακευτικής βιομηχανίας, μπορεί – και πρέπει να επιτευχθεί- εστιάζοντας σε παράγοντες όπως η ποιότητα των προϊόντων, η προσβασιμότητα, η διαθεσιμότητα των πληροφοριών σχετικά με τα προϊόντα και η εξυπηρέτηση των πελατών.

Η ποιότητα του προϊόντος αποτελεί θεμελιώδη πτυχή της ικανοποίησης των πελατών στη φαρμακευτική βιομηχανία. Το γεγονός ότι τα προϊόντα των φαρμακευτικών έχουν ως στόχο την βελτίωση της υγείας καθιστά την ποιότητα μείζονα προτεραιότητα. Μελέτες έχουν δείξει ότι η

ποιότητα των προϊόντων επηρεάζει σημαντικά την ικανοποίηση των πελατών (Bhattacharya, 2015). Οι φαρμακευτικές εταιρείες πρέπει να τηρούν αυστηρά ρυθμιστικά πρότυπα και να εφαρμόζουν ισχυρά μέτρα ελέγχου ποιότητας για να διασφαλίζουν την ασφάλεια, την αποτελεσματικότητα και την αξιοπιστία των προϊόντων τους (Prajapati et al., 2016).

Καθοριστικό ρόλο στην ικανοποίηση του πελάτη διαδραματίζουν επίσης η διαθεσιμότητα και η εύκολη πρόσβαση στα φαρμακευτικά προϊόντα. Οι Saini και Saini (2012) σε μελέτη που πραγματοποίησαν κατέδειξαν πως ότι οι πελάτες είναι πιο ικανοποιημένοι όταν τα φαρμακευτικά προϊόντα είναι άμεσα διαθέσιμα και εύκολα προσβάσιμα. Η διαχείριση των διαφόρων ζητημάτων υγείας απαιτεί την διαθεσιμότητα ανάλογων προϊόντων αλλά και την άμεση πρόσβαση των ασθενών σε αυτά. Κινούμενες σε αυτό το πλαίσιο, οι εταιρείες οφείλουν να σχεδιάσουν αποτελεσματικά δίκτυα διανομής μέσω ισχυρών συνεργασιών με διανομείς αλλά και να εφαρμόζουν αποτελεσματικά συστήματα διαχείρισης αποθεμάτων (Berman & Evans, 2018).

Η διαθεσιμότητα των πληροφοριών σχετικά με τα προϊόντα είναι ένας ακόμη παράγοντας που δύναται να επηρεάσει την ικανοποίηση των πελατών σύμφωνα με τους Zailani et al. (2015) καθώς οι πελάτες χρειάζονται ακριβείς και αξιόπιστες πληροφορίες σχετικά με τη χρήση των φαρμάκων, τις παρενέργειες και τις αντενδείξεις. Οι φαρμακευτικές εταιρείες θα πρέπει να παρέχουν σαφείς και περιεκτικές πληροφορίες για τα προϊόντα μέσω της επισήμανσης, των φυλλαδίων οδηγιών χρήσης για τους ασθενείς και των διαδικτυακών πόρων.

Η εξυπηρέτηση πελατών δεν θα μπορούσε φυσικά να μην συγκαταλέγεται στους κρίσιμους παράγοντες που καθορίζουν την ικανοποίηση στη φαρμακευτική βιομηχανία. Οι πελάτες, ακόμη και στην περίπτωση που δεν πρόκειται για ασθενείς αλλά για επαγγελματίες υγείας, χονδρέμπορους κλπ., έχουν συχνά ερωτήσεις και ανησυχίες σχετικά με τα προϊόντα και η άμεση, ενημερωμένη εξυπηρέτηση τους ενισχύει σημαντικά το επίπεδα ικανοποίησής τους. Η άποψη αυτή διατυπώθηκε και στη μελέτη των Bhattacharya και Saini (2015) και για τον λόγο αυτό οι φαρμακευτικές εταιρείες θα πρέπει να επενδύσουν στην εκπαίδευση των εκπροσώπων εξυπηρέτησης πελατών τους ώστε να παρέχουν ακριβείς πληροφορίες, να αντιμετωπίζουν ερωτήματα και να επιλύουν τα ζητήματα άμεσα.

Τελευταίος μα όχι λιγότερο σημαντικός παράγοντας σύμφωνα με τους Prajapati et al. (2016) είναι η ενδυνάμωση των ασθενών ώστε να συμμετέχουν ενεργά στις αποφάσεις υγειονομικής

περίθαλψης και στα θεραπευτικά τους πλάνα. Λαμβάνοντας υπόψη πως ο τελικός αποδέκτης του προϊόντος είναι πάντα ο ασθενής, είναι σημαντικό να γνωρίζουμε ότι οι ασθενείς που αισθάνονται ότι έχουν την εξουσία και συμμετέχουν στη φροντίδα τους τείνουν να είναι πιο ικανοποιημένοι από τα φάρμακα και τα αποτελέσματα της θεραπείας τους για τον λόγο αυτό θα πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στην εκπαίδευση των ασθενών, στην κοινή λήψη αποφάσεων και στα προγράμματα υποστήριξης για την ενίσχυση της ικανοποίησης των πελατών.

Σε κάθε περίπτωση η ικανοποίηση των πελατών είναι ένα κρίσιμο στοιχείο στη φαρμακευτική βιομηχανία, καθώς επηρεάζει άμεσα τα αποτελέσματα των ασθενών και την αφοσίωση στην μάρκα. Οι φαρμακευτικές εταιρείες μπορούν να ενισχύσουν τα επίπεδα ικανοποίησης των πελατών εστιάζοντας στους παράγοντες που αναφέρθηκαν προηγουμένως διασφαλίζοντας παράλληλα την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών υγείας υψηλής ποιότητας.

2.2.2. Ικανοποίηση πελατών αναφορικά με την διανομή φαρμακευτικών προϊόντων

Στο προηγούμενο υποκεφάλαιο πραγματοποιήθηκε αναφορά στους παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών γενικά στη φαρμακευτική βιομηχανία, με δεδομένο όμως ότι η παρούσα διπλωματική εργασία πραγματεύεται το κομμάτι της διανομής, θα επιχειρήσουμε να εξετάσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών αναφορικά με την διανομή των φαρμακευτικών προϊόντων. Εδώ να σημειωθεί ότι με τον όρο πελάτης δεν εννοείται απαραίτητα ο ασθενής ο οποίος αποτελεί βέβαια τον τελικό αποδέκτη του προϊόντος, αλλά οι χονδρέμποροι και τα σημεία εξυπηρέτησης των ασθενών, δηλαδή τα φαρμακεία.

Τα αποτελεσματικά κανάλια διανομής διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διασφάλιση της ικανοποίησης των πελατών στη φαρμακευτική βιομηχανία. Σύμφωνα με τους Berman και Evans (2018), ένα καλά σχεδιασμένο κανάλι διανομής διασφαλίζει ότι τα προϊόντα φθάνουν στους πελάτες εγκαίρως και αποτελεσματικά. Οι φαρμακευτικές εταιρείες πρέπει να δημιουργούν ισχυρές συνεργασίες με διανομείς και χονδρεμπόρους που μπορούν να χειριστούν αποτελεσματικά τα logistics και να διασφαλίσουν τη διαθεσιμότητα των προϊόντων. Ένα αποτελεσματικό κανάλι διανομής ελαχιστοποιεί τις καθυστερήσεις και βελτιώνει την ικανοποίηση των πελατών (Kumar and Gautam, 2014).

Η έγκαιρη παράδοση των φαρμακευτικών προϊόντων είναι απαραίτητη για την ικανοποίηση των αναγκών και τη βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών. Σύμφωνα με μελέτη των Mahajan και Sharma (2016), οι έγκαιρες παραδόσεις επηρεάζουν θετικά την ικανοποίηση των πελατών στη φαρμακευτική βιομηχανία. Οι διανομείς πρέπει να δίνουν προτεραιότητα στις ακριβείς και έγκαιρες παραδόσεις στα φαρμακεία, τα νοσοκομεία και τις εγκαταστάσεις υγειονομικής περίθαλψης. Η εφαρμογή προηγμένων συστημάτων παρακολούθησης και η βελτιστοποίηση των διαδρομών παράδοσης μπορούν να βοηθήσουν τους διανομείς να βελτιώσουν τις επιδόσεις έγκαιρης παράδοσης (Desai et al., 2019).

Η ύπαρξη διαφάνειας στην αλυσίδα εφοδιασμού φαρμάκων είναι απαραίτητη για την ικανοποίηση των πελατών. Οι πελάτες πρέπει να έχουν πρόσβαση σε ακριβείς και ενημερωμένες πληροφορίες σχετικά με την προέλευση, την αποθήκευση και τον χειρισμό των φαρμακευτικών προϊόντων. Σύμφωνα με τους Zailani et al. (2015), η διαφάνεια της αλυσίδας εφοδιασμού επηρεάζει θετικά την ικανοποίηση των πελατών στη φαρμακευτική βιομηχανία ενώ η ανάπτυξη της τεχνολογίας παρέχει τη δυνατότητα εφαρμογής συστημάτων που επιτρέπουν την παρακολούθηση και τον εντοπισμό των προϊόντων σε πραγματικό χρόνο κατά μήκος της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Αδιαμφισβήτητο παράγοντα που καθορίζει την ικανοποίηση των πελατών στη διανομή φαρμακευτικών προϊόντων αποτελεί η διασφάλιση της ποιότητας των προϊόντων καθ' όλη την διάρκεια της εφοδιαστικής διαδικασίας. Οι πελάτες απαιτούν φαρμακευτικά προϊόντα ασφαλή, αποτελεσματικά και αξιόπιστα και για να επιτευχθεί αυτό είναι απαραίτητη η διασφάλιση της ποιότητας τόσο στη φάση της διανομής όσο και της αποθήκευσης. Οι φαρμακευτικές εταιρείες θα πρέπει να εφαρμόζουν αυστηρά μέτρα ποιοτικού ελέγχου για να αποτρέψουν την είσοδο πλαστών, ψευδεπίγραφων ή υποβαθμισμένων προϊόντων στην αλυσίδα εφοδιασμού αλλά και παράλληλα να διατηρούν πρότυπα υψηλής ποιότητας ώστε να οικοδομήσουν σχέσεις εμπιστοσύνης και ικανοποίησης με τους πελάτες τους (Saini και Garg (2017)).

Τέλος όπως έχει ήδη αναφερθεί και στον τομέα της διανομής η εξυπηρέτηση πελατών είναι καθοριστικής σημασίας στη διανομή φαρμακευτικών προϊόντων. Σύμφωνα με μελέτη των Kumar και Gautam (2014), η εξυπηρέτηση πελατών επηρεάζει σημαντικά την ικανοποίηση των πελατών ενώ η εξυπηρέτηση των πελατών θεωρείται άρτια όταν περιλαμβάνει στοιχεία όπως η αποτελεσματική επικοινωνία, η άμεση ανταπόκριση και η παροχή στοχευμένης βοήθειας για την

επίλυση των ζητημάτων που προκύπτουν. Οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην διανομή θα πρέπει να επενδύσουν στην εκπαίδευση του προσωπικού τους για την αντιμετώπιση των ερωτημάτων των πελατών, την άμεση επίλυση των προβλημάτων και την παροχή ορθών πληροφοριών σχετικά με τη διαθεσιμότητα των προϊόντων και την κατάσταση παράδοσης.

Κατά καιρούς έχουν πραγματοποιηθεί διάφορες έρευνες με στόχο των προσδιορισμό των παραγόντων που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών στον φαρμακευτικό κλάδο. Η μελέτη που πραγματοποιήθηκε από τους Lin C, et al. το 2017, μέσω συστηματικής ανασκόπησης της βιβλιογραφίας σχετικά με την ικανοποίηση των πελατών στη φαρμακευτική βιομηχανία εντόπισε διάφορους παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν την ικανοποίηση των πελατών. Οι κυριότεροι εξ' αυτών ήταν η ποιότητα των προϊόντων, η τιμολόγησή τους, η παροχή πληροφοριών σχετικά με τα προϊόντα καθόλη τη διάρκεια της συνεργασίας μεταξύ πελάτη και προμηθευτή και φυσικά η συνολική εξυπηρέτηση των πελατών, συμπεριλαμβανομένης της συνεργασίας με τα αρμόδια τμήματα και η αποτελεσματική διαχείριση των ζητημάτων που τυχόν προκύπτουν. Τα ευρήματα της μελέτης ανέδειξαν την ύψιστη σημασία της κατανόησης των αναγκών και των προτιμήσεων των πελατών σε αυτόν τον κλάδο.

Το 2018, οι Rodrigues H, et al. πραγματοποίησαν εμπειρική έρευνα με στόχο την διερεύνηση της ικανοποίησης των πελατών από την αγορά των προϊόντων και την παροχή υπηρεσιών στον φαρμακευτικό κλάδο. Κατά την έρευνα εντοπίστηκαν διάφοροι παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών, όπως η ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών, η τιμή, η γενικότερη εντύπωση από εξυπηρέτηση των πελατών αλλά και η διαθεσιμότητα των πληροφοριών. Ενδιαφέρον προκαλεί το γεγονός της διαφοροποίησης των ευρημάτων τα διέφεραν μεταξύ των διαφόρων μελετών, αναδεικνύοντας με τον τρόπο αυτό την πολυπλοκότητα της μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών σε αυτόν τον τομέα.

Η μελέτη που πραγματοποιήθηκε από τους Vozikis A, et al. το 2019 με σκοπό την ικανοποίηση των πελατών στη φαρμακευτική βιομηχανία στην Ελλάδα και διαπίστωσε ότι παράγοντες όπως η ποιότητα των προϊόντων, η διαθεσιμότητα των φαρμακευτικών προϊόντων, η πολιτική τιμολόγησης αλλά και η διαθεσιμότητα και η παροχή ορθών πληροφοριών σχετικά με τα φαρμακευτικά προϊόντα επηρεάζουν σημαντικά την ικανοποίηση των πελατών. Η έρευνα

κατέληξε στο συμπέρασμα πως συνολικά, η ικανοποίηση των πελατών κινούταν σε μέτρια επίπεδα.

2.3. Μέτρηση ικανοποίησης πελατών

Η μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών, η οποία πραγματοποιείται κυρίως μέσω ερωτηματολογίων, είναι απαραίτητη προκειμένου να γίνουν κατανοητές οι προσδοκίες των πελατών. Κατά τη μέτρηση του επιπέδου ικανοποίησης, ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο παίζει η ακρίβεια ώστε να εντοπιστούν ακριβώς οι προσδοκίες που έχουν οι πελάτες καθώς είναι δυνατόν αυτές να διαφέρουν αφενός από τις αναμενόμενες και αφετέρου μεταξύ των διαφορετικών ειδών των πελατών. Εξαιτίας αυτού, πρέπει να γίνεται αντιληπτό ότι η ποιότητα και η ακρίβεια των ερωτήσεων που υποβάλλονται, θα καθορίσει την ποιότητα των απαντήσεων. Η τιμή δεν είναι συνήθως το πιο σημαντικό πράγμα για έναν πελάτη, υπάρχουν συχνά άλλοι υποκείμενοι παράγοντες που καθορίζουν το πόσο ικανοποιημένοι είναι. Σε γενικές γραμμές, το πόσο καλά αντιμετωπίζεται ένας πελάτης είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας για να είναι ικανοποιημένος και να συστήσει μια υπηρεσία ή ένα προϊόν σε άλλους. Το συχνότερο λάθος κατά τη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών, είναι το μέγεθος της έρευνας καθώς οι πολλές ερωτήσεις λειτουργούν αποτρεπτικά κατά τη συμμετοχή του πελάτη (Reichheld & Markey, 2011). Ως επί το πλείστον, υπάρχουν δύο διαφορετικοί τύποι ερωτήσεων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατά τη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών, οι κλειστού τύπου και οι ανοικτού τύπου ερωτήσεις. Ένας από τους πιο συνηθισμένους τρόπους μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών με κλειστού τύπου ερωτήσεις είναι με μια έρευνα που βασίζεται σε μια αριθμητική κλίμακα. Μια ερώτηση όπως "Πόσο ικανοποιημένος είστε με την υπηρεσία μας;" και ένα διάστημα απαντήσεων μεταξύ "1-10", όπου 10 είναι ένας πραγματικά ικανοποιημένος πελάτης και 1 είναι ένας πραγματικά δυσαρεστημένος πελάτης, είναι ένας τυπικός τρόπος μέτρησης της ικανοποίησης των πελατών. Ο κύριος λόγος για τον οποίο συνιστώνται κλειστού τύπου ερωτήσεις με αριθμητική κλίμακα, οφείλεται στο γεγονός ότι είναι εύκολο για τον ερωτώμενο να δώσει απαντήσεις και ότι είναι απλό να αναλυθούν και να εργαστούν με τις απαντήσεις που δίνονται (Hill, Brierley & McDougall, 1999). Από την άλλη πλευρά, οι κλειστού τύπου ερωτήσεις θα δώσουν μια ευρύτερη προοπτική

και τη δυνατότητα να συλληφθούν περισσότερες αποχρώσεις στις απαντήσεις, αλλά τα αποτελέσματα είναι πιο δύσκολο να ερμηνευθούν. Ορισμένοι, ωστόσο, υποστηρίζουν ότι μία μόνο ερώτηση δεν είναι αρκετή, καθώς δεν θα καταγράψει ολόκληρη την εμπειρία του πελάτη και, επομένως, δεν θα οδηγήσει σε αρκετά ακριβή απάντηση. Αντίθετα, συνιστάται η χρήση ενός συνδυασμού ερωτήσεων και η δημιουργία από αυτές ενός μέσου όρου βαθμολογίας, προκειμένου να φανεί το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών. Όσον αφορά τον τρόπο διεξαγωγής της έρευνας, συνίσταται η επικοινωνία με τους πελάτες να πραγματοποιείται είτε δια ζώσης είτε τηλεφωνικά, χωρίς να ωστόσο να μπορούν να παραληφθούν τα πλεονεκτήματα των διαδικτυακών ερωτηματολογίων, όπως το κόστος, η χρονική αποτελεσματικότητα και η ευκολία στην ανάλυση των δεδομένων που συλλέγονται (Reichheld & Markey, 2011).

Κατά τη μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών, είναι σημαντικό να γνωρίζουμε ότι οι πελάτες είναι αυτοί που έχουν τις απαντήσεις που μπορούν να οδηγήσουν σε βελτιώσεις για μια επιχείρηση. Συνιστάται η τακτική μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών, δεδομένου ότι η αγορά αλλάζει συνεχώς και είναι ιδιαίτερος σημαντικό να οι πελάτες να αισθάνονται την εκτίμηση. Ως εκ τούτου, κάθε έρευνα ικανοποίησης πελατών θα πρέπει να ξεκινάει με ευχαριστίες προς τους πελάτες για τη χρήση του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνεται μια σύντομη εξήγηση, για τον λόγο για τον οποίο γίνεται η έρευνα. Η λήψη ανατροφοδότησης από τους πελάτες δίνει τη δυνατότητα στην εταιρεία να βελτιωθεί και έτσι πρέπει να αντιμετωπίζεται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΔΙΑΝΟΜΗ

Ως διανομή ορίζεται η διαδικασία διάθεσης ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας στον καταναλωτή ή τον χρήστη που το έχει ανάγκη. Η διανομή μπορεί να γίνει απευθείας από τον παραγωγό ή τον πάροχο υπηρεσιών, ή χρησιμοποιώντας έμμεσους διαύλους με διανομείς ή μεσάζοντες. Ο διανομέας είναι μια επιχείρηση που συμμετέχει στην εφοδιαστική αλυσίδα. Η διανομή είναι ένα από τα τέσσερα στοιχεία του μάρκετινγκ: τα άλλα τρία στοιχεία είναι το προϊόν, η τιμολόγηση και η προώθηση.

Η διανομή αφορά κατά κύριο λόγο τη διασφάλιση ότι τα προϊόντα θα φτάσουν στους πελάτες-στόχους με τον πιο άμεσο και οικονομικά αποδοτικό τρόπο. Στην περίπτωση των υπηρεσιών, η διανομή αφορά κυρίως την πρόσβαση στις εν λόγω υπηρεσίες (Dent, 2011). Αν και η διανομή, ως έννοια, φαίνεται σχετικά απλή, στην πράξη η διαχείριση της διανομής μπορεί να περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων και κλάδων, συμπεριλαμβανομένων των λεπτομερών διοικητικών μεριμνών, της μεταφοράς, της αποθήκευσης, της αποθήκευσης, της διαχείρισης αποθεμάτων, καθώς και της διαχείρισης καναλιών, συμπεριλαμβανομένης της επιλογής των μελών του καναλιού και της επιβράβευσης των διανομέων (Armstrong, et al, 2014).

Οι αποφάσεις σχετικά με τη διανομή πρέπει να λαμβάνονται σύμφωνα με το συνολικό στρατηγικό όραμα και την αποστολή μιας εταιρείας και όχι με γνώμονα καθαρά το κόστος. Η ανάπτυξη ενός συνεκτικού σχεδίου διανομής είναι μια κεντρική συνιστώσα του στρατηγικού σχεδιασμού. Σε στρατηγικό επίπεδο, εκτός από τη λήψη απόφασης για την απευθείας ή μέσω δικτύου διανομής, υπάρχουν τρεις ευρείες προσεγγίσεις διανομής, δηλαδή η μαζική, επιλεκτική και αποκλειστική διανομή. Ο αριθμός και το είδος των ενδιάμεσων φορέων που επιλέγονται εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τη στρατηγική προσέγγιση.

Πριν από το σχεδιασμό ενός συστήματος διανομής, θα πρέπει να ληφθούν υπόψη παράγοντες όπως ο τύπος του προϊόντος, ιδίως η ευαισθησία του, η εξυπηρετούμενη αγορά, η γεωγραφική έκταση των δραστηριοτήτων και η συνολική αποστολή και όραμα της επιχείρησης.

Παρακάτω παρατίθενται οι τρεις τύποι διανομής που αναφέρθηκαν προηγουμένως:

- Μαζική διανομή: Όταν τα προϊόντα προορίζονται για μια μαζική αγορά, ο παραγωγός/χονδρέμπορος θα αναζητήσει διανομείς που απευθύνονται σε μια ευρεία βάση της αγοράς.
- Επιλεκτική διανομή: Ένας παραγωγός/χονδρέμπορος μπορεί να επιλέξει να περιορίσει τον αριθμό των σημείων πώλησης που χειρίζονται ένα προϊόν.
- Αποκλειστική διανομή: Σε μια προσέγγιση αποκλειστικής διανομής, ένας παραγωγός/χονδρέμπορος επιλέγει να συναλλάσσεται με έναν ενδιάμεσο ή έναν τύπο ενδιάμεσου φορέα. Το πλεονέκτημα μιας αποκλειστικής προσέγγισης είναι ότι ο παραγωγός/χονδρέμπορος διατηρεί μεγαλύτερο έλεγχο στη διαδικασία διανομής. Σε αποκλειστικές συμφωνίες, ο διανομέας αναμένεται να συνεργαστεί στενά με τον παραγωγό/χονδρέμπορο και να προσθέσει αξία στο προϊόν μέσω του επιπέδου υπηρεσιών, μετά την εξυπηρέτηση πωλήσεων ή τις υπηρεσίες υποστήριξης πελατών.

3.1. Διανομή φαρμακευτικών προϊόντων

Ο πρωταρχικός στόχος της διαχείρισης της διανομής είναι η διατήρηση της σταθερής προμήθειας φαρμακευτικών προϊόντων και προμηθειών στις εγκαταστάσεις όπου αυτά είναι απαραίτητα, διασφαλίζοντας παράλληλα ότι οι πόροι χρησιμοποιούνται με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο.

Το κόστος διανομής, το οποίο περιλαμβάνει το κόστος που σχετίζεται με την αποθήκευση και τη μεταφορά, αποτελεί σημαντική συνιστώσα της δαπάνης για τη λειτουργία ενός συστήματος εφοδιασμού δημόσιας και ιδιωτικής υγείας. Μόνο το κόστος μεταφοράς μπορεί να αντιπροσωπεύει σημαντικό ποσοστό της αξίας των φαρμάκων που διανέμονται σε απομακρυσμένες περιοχές. Ο σχεδιασμός ενός συστήματος αποθήκευσης και διανομής φαρμάκων, ιατρικών προμηθειών και εξοπλισμού είναι πολύπλοκος και σημαντικός.

Η αποτελεσματική διανομή φαρμάκων βασίζεται στην καλή σχεδίαση αλλά και την καλή διαχείριση του συστήματος. Ένα καλά σχεδιασμένο και καλά διαχειριζόμενο σύστημα διανομής θα πρέπει να έχει ως στόχους:

- Την διατήρηση σταθερής προμήθειας φαρμάκων
- Την διατήρηση των φάρμακων σε καλή κατάσταση καθ' όλη τη διάρκεια της διανομής

- Την ελαχιστοποίηση των απωλειών φαρμάκων λόγω αλλοίωσης και λήξης
- Την τήρηση ακριβών αρχείων απογραφής
- Τον εξορθολογισμό των σημείων αποθήκευσης φαρμάκων
- Την χρήση των διαθέσιμων πόρων μεταφοράς με όσο το δυνατόν πιο αποδοτικό και αποτελεσματικό τρόπο
- Την εξάλειψη περιπτώσεων κλοπής και απάτης
- Την παροχή πληροφοριών για την πρόβλεψη των αναγκών σε φάρμακα
- Την ενσωμάτωση ενός προγράμματος διασφάλισης ποιότητας

Ο κύκλος διανομής αρχίζει όταν τα φάρμακα αποστέλλονται από τον παραγωγό ή τον προμηθευτή και τελειώνει όταν αυτά παραδοθούν στον πελάτη (φαρμακείο).

Ο κύκλος διανομής περιλαμβάνει τα ακόλουθα βήματα

- Παραλαβή και έλεγχο
- Έλεγχο αποθεμάτων
- Αποθήκευση
- Λήψη παραγγελίας
- Παράδοση σε φαρμακεία
- Διανομή σε ασθενείς
- Αναφορά κατανάλωσης

Στην παρούσα εργασία η διανομή εξετάζεται μέχρι το επίπεδο παράδοσης στα φαρμακεία.

Το σύστημα διανομής έχει τέσσερα κύρια στοιχεία.

1. Τύπος συστήματος (γεωγραφική κάλυψη, κλπ.)
2. Σύστημα πληροφοριών (έλεγχος αποθεμάτων, αρχεία και έντυπα, εκθέσεις κατανάλωσης, ροή πληροφοριών)
3. Αποθήκευση (επιλογή χώρων, σχεδιασμός κτιρίων, συστήματα διακίνησης υλικών, συλλογή παραγγελιών, διάταξη)
4. Παράδοση (παραλαβή έναντι παράδοσης, εσωτερική παραλαβή από τρίτους, ειδικές ή κοινές ρυθμίσεις, επιλογή μεταφοράς, προμήθεια οχημάτων, συντήρηση οχημάτων, δρομολόγηση και προγραμματισμός παραδόσεων)

Κάθε φορά που σχεδιάζεται ένα νέο σύστημα ή τροποποιείται ένα υπάρχον, η ανάλυση κόστους (σύγκριση του συνολικού κόστους χρήσης διαφόρων επιλογών) μπορεί να βοηθήσει να διασφαλιστεί ότι οι διαθέσιμοι αποθηκευτικοί, μεταφορικοί και ανθρώπινοι πόροι χρησιμοποιούνται αποτελεσματικά. Μετά την εφαρμογή, ένα πρόγραμμα παρακολούθησης των επιδόσεων θα πρέπει να διασφαλίζει ότι το σύστημα διανομής λειτουργεί όπως προβλέπεται.

Ο επιχειρησιακός σχεδιασμός και οι δεξιότητες εφοδιαστικής αλυσίδας είναι το κλειδί για την ανάπτυξη ενός οικονομικά αποδοτικού και αποτελεσματικού συστήματος διανομής. Συνεπώς, είναι σημαντικό να υπάρχει προσωπικό διαχείρισης της εφοδιαστικής που να αποτελείται από εξειδικευμένους επαγγελματίες.

Τα στάδια του σχεδιασμού ενός συστήματος διανομής είναι τα εξής

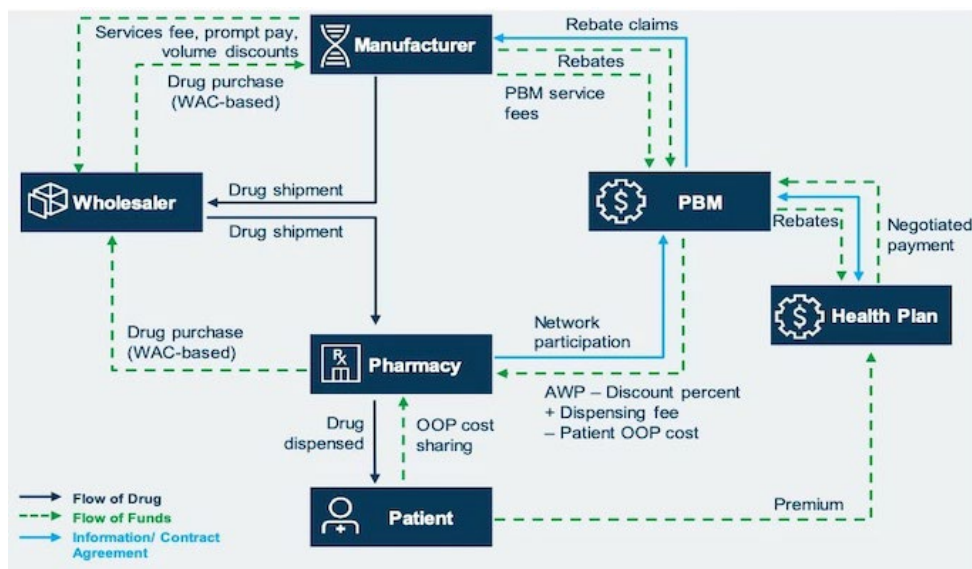
1. Καθορισμός του κατά πόσον οι εργασίες διανομής θα πραγματοποιηθούν αποτελεσματικότερα στο δημόσιο ή στον ιδιωτικό τομέα ή σε συνδυασμό και των δύο.
2. Καθορισμός αν θα χρησιμοποιηθεί σύστημα ώθησης ή έλξης.
3. Σχεδιάστε τις τοποθεσίες των καταστημάτων και τις διαδρομές παράδοσης
 - Χαρτογράφηση της ζήτησης φαρμάκων και εκτίμηση της μελλοντικής ζήτησης με βάση την αύξηση του πληθυσμού ή την κλιμάκωση του προγράμματος
 - Εντοπισμός των σημείων εισόδου των προμηθειών
 - Εξορθολογισμός των σημείων πρωτογενούς αποθήκευσης
 - Σχεδιάστε τις κύριες διαδρομές διανομής και εντοπίστε νέες ενδιάμεσες αποθήκες, ανάλογα με τις ανάγκες
 - Σχεδιασμός δευτερευουσών διαδρομών διανομής, εάν είναι απαραίτητο
4. Σχεδιασμός των χρονοδιαγραμμάτων παράδοσης και της απαιτούμενης υποδομής μεταφορών
5. Καθορισμός των επιπέδων στελέχωσης
6. Καθορισμός ροής πληροφοριών

3.1.1. Εφοδιαστική αλυσίδα φαρμακευτικών προϊόντων

Λόγω της πολυπλοκότητάς της και της συμμετοχής πολυάριθμων ενδιαφερομένων, η εφοδιαστική αλυσίδα φαρμακευτικών προϊόντων παρουσιάζει πολλές προκλήσεις που οι εταιρείες πρέπει να ξεπεράσουν για να παραδίδουν αποτελεσματικά τα απαραίτητα φάρμακα στους ασθενείς.

Η εφοδιαστική αλυσίδα φαρμακευτικών προϊόντων ενέχει κινδύνους και προκλήσεις τόσο για τους παρόχους όσο και για τους καταναλωτές και παρουσιάζει αρκετές πολυπλοκότητες, επειδή εμπλέκει πολλά βασικά στοιχεία και ενδιαφερόμενα μέρη για την αποτελεσματική παράδοση φαρμάκων που πολλές φορές είναι ζωτικής σημασίας για τους ασθενείς.

Η εφοδιαστική αλυσίδα φαρμακευτικών προϊόντων περιλαμβάνει τη διαδικασία της προμήθειας πρώτων υλών, της παραγωγής, της διανομής και της παράδοσης των φαρμάκων στους ασθενείς. Επειδή το δίκτυο της εφοδιαστικής αλυσίδας περιλαμβάνει διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη, απαιτεί προσεκτικό συντονισμό και τήρηση των κανονιστικών κατευθυντήριων γραμμών σε κάθε στάδιο, ώστε να διασφαλίζεται ότι οι ασθενείς λαμβάνουν ασφαλή και αποτελεσματικά φάρμακα. Η εικόνα 4 απεικονίζει τη γενική διαδρομή που ακολουθεί συνήθως ένα συνταγογραφούμενο φάρμακο μέσω της αλυσίδας εφοδιασμού φαρμάκων σε ένα τυπικό φαρμακείο λιανικής διανομής. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι το διάγραμμα αυτό δεν συμπεριλαμβάνει υπόψη τις περιπτώσεις των φαρμάκων που χορηγούνται από ιατρούς.



Εικόνα 5: Διαδρομή ενός συνταγογραφούμενου φαρμάκου (<https://avalere.com/>)

Τα βασικά ενδιαφερόμενα μέρη στην αλυσίδα εφοδιασμού της φαρμακευτικής βιομηχανίας περιλαμβάνουν προμηθευτές πρώτων υλών, κατασκευαστές φαρμάκων, ρυθμιστικές αρχές, διανομείς χονδρικής, φαρμακεία, διαχειριστές παροχών φαρμακείων (Pharmacy Benefit Managers PBM), παρόχους υγειονομικής περίθαλψης και ασθενείς. Κάθε ενδιαφερόμενο μέρος διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο και ο κατάλληλος συντονισμός μεταξύ τους είναι απαραίτητος.

Σε μια τόσο πολύπλοκη διαδικασία, τα διακυβεύματα είναι υψηλά για τις φαρμακευτικές εταιρείες. Τα λανθασμένα διανεμόμενα φάρμακα μπορεί να βλάψουν τη φήμη τους, την ικανοποίηση των πελατών και τα πιθανά κέρδη τους. Σύμφωνα με έκθεση του Kaiser Family Foundation, μια αναποτελεσματική αλυσίδα εφοδιασμού μπορεί επίσης να διαταράξει τις διαδικασίες θεραπείας των ασθενών και να έχει δυσμενείς επιπτώσεις στη δημόσια υγεία.

Η φαρμακευτική αλυσίδα εφοδιασμού αντιμετωπίζει διάφορες προκλήσεις, όπως η παραχάραξη φαρμάκων, η ψυχρή αλυσίδα αποστολής και η αύξηση των τιμών των συνταγογραφούμενων φαρμάκων, η οποία μπορεί να αυξήσει σημαντικά τις δαπάνες των ασθενών. Όπως σημειώνεται σε έκθεση του 2005 του Kaiser Family Foundation, οι ακόλουθες πέντε στρατηγικές της φαρμακευτικής αλυσίδας εφοδιασμού διασφαλίζουν ότι τα αποθέματα φαρμάκων είναι άμεσα διαθέσιμα για διανομή στους παρόχους και τους ασθενείς:

1. Τα φάρμακα παρασκευάζονται σε χώρους παραγωγής.
2. Τα φάρμακα μεταφέρονται στη συνέχεια σε διανομείς χονδρικής πώλησης.
3. Τα φαρμακευτικά προϊόντα αποθηκεύονται σε διάφορους τύπους φαρμακείων, συμπεριλαμβανομένης της λιανικής και της ταχυδρομικής παραγγελίας.
4. Οι εταιρείες διαχείρισης φαρμακευτικών παροχών διαπραγματεύονται τις τιμές και επεξεργάζονται τα φάρμακα μέσω ελέγχων διαχείρισης ποιότητας και χρήσης.
5. Τέλος, τα φαρμακεία διανέμουν τα φάρμακα στους ασθενείς, οι οποίοι τα λαμβάνουν σύμφωνα με τις οδηγίες.

Οι ερευνητές σημειώνουν ότι υπάρχουν πολλές παραλλαγές αυτής της βασικής δομής της φαρμακευτικής αλυσίδας εφοδιασμού, κυρίως λόγω των συνεχώς εξελισσόμενων φορέων. Οι ζωτικοί παράγοντες του δικτύου της φαρμακευτικής αλυσίδας εφοδιασμού επιτρέπουν την ομαλή και αποτελεσματική λειτουργία της. Αυτοί περιλαμβάνουν τους παραγωγούς, τους

χονδρεμπόρους, τα φαρμακεία και τους PBMs. Ο ρόλος που διαδραματίζει ο καθένας στην εφοδιαστική αλυσίδα περιγράφεται παρακάτω:

- Παραγωγοί: Οι παραγωγοί είναι υπεύθυνοι για τη διανομή φαρμάκων από τις εγκαταστάσεις τους σε χονδρέμπορους φαρμάκων ή απευθείας σε διάφορους τύπους φαρμακείων, συμπεριλαμβανομένων των αλυσίδων λιανικής πώλησης, των φαρμακείων ταχυδρομικής παραγγελίας και των ειδικών φαρμακείων, των νοσοκομειακών αλυσίδων και ορισμένων προγραμμάτων υγείας. Ειδικότερα, οι φαρμακοβιομηχανίες έχουν τη μεγαλύτερη επιρροή στις τιμές των φαρμάκων, αξιολογώντας την αναμενόμενη ζήτηση, τον μελλοντικό ανταγωνισμό και το προβλεπόμενο κόστος μάρκετινγκ για τον καθορισμό του τελικού κόστους, σύμφωνα με τους ερευνητές.
- Χονδρέμποροι φαρμακευτικών προϊόντων: Οι χονδρέμποροι αγοράζουν φαρμακευτικά προϊόντα από τους παραγωγούς και τα διανέμουν σε διάφορους πελάτες, συμπεριλαμβανομένων των φαρμακείων. Ενώ ορισμένοι χονδρέμποροι απευθύνονται σε ένα ευρύ φάσμα πελατών, άλλοι ειδικεύονται στις πωλήσεις συγκεκριμένων προϊόντων, όπως τα βιολογικά φάρμακα, ή απευθύνονται σε συγκεκριμένους τύπους πελατών.
- PBMs: Αν και δεν αποτελούν άμεσο κρίκο στη φυσική αλυσίδα εφοδιασμού φαρμακευτικών προϊόντων, οι PBM είναι μεσάζοντες που συνεργάζονται με ασφαλιστές υγείας, εργοδότες και κυβερνητικά προγράμματα για τη διαχείριση των παροχών συνταγογραφούμενων φαρμάκων για τους ασθενείς. Οι PBMs διαπραγματεύονται τις τιμές των φαρμάκων με τους παραγωγούς φαρμάκων, καθορίζουν ποια φάρμακα καλύπτονται από το ασφαλιστικό πρόγραμμα ενός ασθενούς και διαχειρίζονται τα συνταγολόγια (καταλόγους αποζημιούμενων φαρμάκων). Διαπραγματεύονται επίσης τις τιμές των φαρμάκων με τα φαρμακεία, επεξεργάζονται τις απαιτήσεις και παρέχουν υπηρεσίες διαχείρισης της φαρμακευτικής θεραπείας στους ασθενείς. Τελικά, οι PBM διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στον έλεγχο του κόστους των συνταγογραφούμενων φαρμάκων και στη διασφάλιση της πρόσβασης των ασθενών σε ασφαλή και αποτελεσματικά φάρμακα. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, περίπου τα δύο τρίτα όλων των συνταγών που γράφονται διεκπεραιώνονται από PBM.

- **Φαρμακεία:** Τα φαρμακεία είναι το τελευταίο βήμα στην αλυσίδα εφοδιασμού πριν τα φάρμακα φτάσουν στον ασθενή - αναμφισβήτητο το πιο ζωτικό βήμα, επειδή χρησιμεύουν ως συνδετικός κρίκος πληροφοριών μεταξύ των PBM, των παραγωγών φαρμάκων και των χονδρεμπόρων. Τα φαρμακεία αγοράζουν φάρμακα από τους χονδρέμπορους ή - σε σπάνιες περιπτώσεις - απευθείας από τους παραγωγούς. Μετά την αγορά των προϊόντων, τα φαρμακεία πρέπει να διατηρούν ένα ικανοποιητικό απόθεμα φαρμακευτικών προϊόντων και να παρέχουν πληροφορίες στους καταναλωτές σχετικά με την ασφαλή και αποτελεσματική χρήση των συνταγογραφούμενων φαρμάκων.

3.1.2. Οι μεγαλύτερες προκλήσεις της φαρμακευτικής εφοδιαστικής αλυσίδας

Πραγματοποιώντας πολυάριθμες συνεντεύξεις και έρευνες με επαγγελματίες της παγκόσμιας αλυσίδας εφοδιασμού υγείας, οι ερευνητές του Operations Research for Health Care περιέγραψαν τις 10 σημαντικότερες προκλήσεις που αντιμετωπίζει η φαρμακευτική αλυσίδα εφοδιασμού, όπως

- θέματα συντονισμού
- διαχείριση αποθεμάτων
- ανεπαρκείς πληροφορίες για τη ζήτηση
- εξάρτηση από το ανθρώπινο δυναμικό
- διαχείριση παραγγελιών
- αποφυγή ελλείψεων φαρμάκων
- λήξη φαρμάκων
- διαχείριση αποθηκών
- έλεγχος θερμοκρασίας
- ορατότητα αποστολών

Η φαρμακευτική εφοδιαστική αλυσίδα αντιμετωπίζει πολλαπλές άλλες προκλήσεις που μπορεί να οδηγήσουν σε καθυστερήσεις, ελλείψεις και σπατάλες εάν δεν αντιμετωπιστούν αποτελεσματικά. Η αποτελεσματική διαχείριση όλων των προκλήσεων απαιτεί αποτελεσματική επικοινωνία, συνεργασία και σχολαστική διαχείριση αποθεμάτων και πόρων σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού.

Σύμφωνα με έκθεση ερευνητών του Imperial College of Science, Technology, and Medicine, όλες οι επιχειρήσεις με αποτελεσματική στρατηγική εφοδιαστικής αλυσίδας ακολουθούν μια διαδικασία τεσσάρων βημάτων:

1. Διαχείριση της ζήτησης
2. Διαχείριση αποθεμάτων και διανομή
3. Σχεδιασμός και προγραμματισμός δευτερογενούς παραγωγής
4. Πρωτογενής παραγωγή

3.2. Ιδιαιτερότητες διανομής φαρμακευτικών προϊόντων

Η διανομή του φαρμάκου φέρει εκ των πραγμάτων κάποιες ιδιαιτερότητες οι οποίες προκύπτουν από την φύση των προϊόντων. Το γεγονός ότι τα σκευάσματα απαιτούν ελεγχόμενες συνθήκες αποθήκευσης, οι οποίες πρέπει να διατηρούνται και κατά την διάρκεια της διανομής απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή προκειμένου να μην διασαλευθεί η ποιότητα και η ακεραιότητα των προϊόντων. Η ιδιαιτερότητα του φαρμάκου καθιστά επίσης απαραίτητη την πιστοποίηση σύμφωνα με το GDP (Good Distribution Practices) το οποίο αναλύεται στο επόμενο κεφάλαιο. Όλοι οι εμπλεκόμενοι στην εφοδιαστική αλυσίδα του φαρμάκου (φαρμακευτικές, εταιρείες που παρέχουν Logistics Services κλπ.) θα πρέπει να είναι πιστοποιημένες κατά GDP, ώστε από τις υποδομές τους να διακινούν φάρμακα τηρώντας τις απαιτούμενες συνθήκες.

Η διαχείριση των επιστροφών (Reverse Logistics) αποτελεί επίσης τμήμα της διανομής και απαιτεί ιδιαίτερο χειρισμό βάση τεκμηριωμένης διαδικασίας η οποία θα πρέπει να περιγράφει και τις ενέργειες για την καταστροφή των ληγμένων προϊόντων.

Ειδικά στην Ελλάδα εντοπίζονται επιπλέον ιδιαιτερότητες όπως είναι οι ταινίες γνησιότητας του ΕΟΦ οι οποίες πρέπει να επικολλούνται σε κάθε κουτί φαρμακευτικού σκευάσματος πριν αυτά αναχωρήσουν από τις εγκαταστάσεις στις οποίες είναι αποθηκευμένα προκειμένου να εξασφαλίζεται η την ιχνηλασιμότητα των προϊόντων μέχρι τον τελικό αποδέκτη (καταναλωτή / ασθενή). Πρόκειται για μια διαδικασία που απαιτεί χρόνο και χρήμα και σημειώνεται ότι εφαρμόζεται μόνο στην Ελλάδα και την Ιταλία οι οποίες έχουν λάβει εξαίρεση από τον κανονισμό του serialization που εφαρμόζεται σε όλες τις Ευρωπαϊκές χώρες. Αναφορικά με την διανομή των

φαρμακευτικών προϊόντων στην Ελλάδα τα κανάλια διανομής περιλαμβάνουν δημόσια νοσοκομεία, ιδιωτικά νοσοκομεία, φαρμακαποθήκες και φαρμακεία. Ανάλογα με τον αποδέκτη των προϊόντων (δημόσιο νοσοκομείο ή ιδιωτική κλινική) απαιτείται η ύπαρξη ειδικής σήμανσης «κρατικό είδος» και «ιδιωτική κλινική» ώστε να υποδηλώνεται το αντίστοιχο σημείο παράδοσης, διαδικασία που ενδέχεται συχνά να προκαλέσει καθυστερήσεις στην προετοιμασία των παραγγελιών, δυσλειτουργίες στη διαχείριση των χώρων αποθήκευσης και κατ' επέκταση στην διανομή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΟΡΘΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΦΑΡΜΑΚΩΝ / GOOD DISTRIBUTION PRACTICES (GDP)

Η χονδρική διανομή φαρμάκων αποτελεί σημαντική δραστηριότητα στην ολοκληρωμένη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας. Οι ορθές πρακτικές διανομής είναι ένα σύνολο προτύπων για την προμήθεια, το χειρισμό, την αποθήκευση και τη μεταφορά φαρμάκων για ανθρώπινη χρήση και των δραστικών συστατικών τους. Οι παραγωγοί φαρμακευτικών προϊόντων αλλά και οι κάτοχοι αδειών χονδρικής πώλησης πρέπει να συμμορφώνονται με τις ορθές πρακτικές διανομής για να διασφαλίζουν την ποιότητα, την ασφάλεια και την προστασία των φαρμάκων σε όλη την αλυσίδα εφοδιασμού φαρμάκων.

Σύμφωνα με το άρθρο 1 παράγραφος 17 της οδηγίας 2001/83/EK, η χονδρική διανομή φαρμάκων είναι "όλες οι δραστηριότητες που συνίστανται στην προμήθεια, κατοχή, προμήθεια ή εξαγωγή φαρμάκων, εκτός από την προμήθεια φαρμάκων στο κοινό. Οι δραστηριότητες αυτές ασκούνται με τους παρασκευαστές ή τους θεματοφύλακες τους, τους εισαγωγείς, άλλους χονδρεμπόρους ή με φαρμακοποιούς και πρόσωπα που έχουν την άδεια ή το δικαίωμα να προμηθεύουν φάρμακα στο κοινό στο οικείο κράτος μέλος".

Κάθε πρόσωπο που ενεργεί ως χονδρέμπορος πρέπει να κατέχει άδεια χονδρικής διανομής. Το άρθρο 80 στοιχείο ζ της οδηγίας 2001/83/EK προβλέπει ότι οι διανομείς πρέπει να συμμορφώνονται με τις αρχές και τις κατευθυντήριες γραμμές για το GDP.

Η κατοχή άδειας παρασκευής περιλαμβάνει την άδεια διανομής των φαρμάκων που καλύπτονται από την άδεια. Συνεπώς, οι παρασκευαστές που εκτελούν δραστηριότητες διανομής με τα δικά τους προϊόντα πρέπει να συμμορφώνονται με το GDP.

Ο ορισμός της χονδρικής διανομής δεν εξαρτάται από το αν ο εν λόγω διανομέας είναι εγκατεστημένος ή δραστηριοποιείται σε συγκεκριμένες τελωνειακές περιοχές, όπως σε ελεύθερες ζώνες ή σε ελεύθερες αποθήκες. Όλες οι υποχρεώσεις που σχετίζονται με τις δραστηριότητες χονδρικής διανομής (όπως η εξαγωγή, η κατοχή ή η προμήθεια) ισχύουν και για τους εν λόγω διανομείς. Τα σχετικά τμήματα των παρουσών κατευθυντήριων γραμμών θα πρέπει να τηρούνται και από άλλους φορείς που εμπλέκονται στη διανομή φαρμάκων καθώς άλλοι φορείς, όπως οι μεσίτες, μπορεί επίσης να διαδραματίζουν ρόλο στο κανάλι διανομής φαρμάκων. Σύμφωνα με το

άρθρο 85β της οδηγίας 2001/83/EK, τα πρόσωπα που μεσολαβούν για τα φάρμακα πρέπει να υπόκεινται σε ορισμένες διατάξεις που ισχύουν για τους χονδρεμπόρους, καθώς και σε ειδικές διατάξεις για τη μεσιτεία.

Η τήρηση ορθών πρακτικών διανομής είναι σημαντική επειδή δύναται να επηρεάσει σημαντικά τη δημόσια υγεία. Ένα λάθος στη διανομή θα μπορούσε να προκαλέσει ελλείψεις, καθυστερήσεις, ακόμη και να επιτρέψει την εισαγωγή παραποιημένων φαρμάκων στην αγορά ενώ αντίθετα η τήρηση ορθών πρακτικών διανομής εξασφαλίζει τον έλεγχο της αλυσίδας διανομής και, κατά συνέπεια, τη διατήρηση της ποιότητας και της ακεραιότητας των φαρμάκων.

Στην Ευρώπη οι ορθές πρακτικές διανομής ορίζονται από τις Κατευθυντήριες γραμμές της 5ης Νοεμβρίου 2013 σχετικά με την ορθή πρακτική διανομής φαρμάκων για ανθρώπινη χρήση (2013/C 343/01). Οι εν λόγω κατευθυντήριες γραμμές βασίζονται στο άρθρο 84 και στο άρθρο 85β παράγραφος 3 της οδηγίας 2001/83/EK και δημοσιεύθηκαν για πρώτη φορά το 1994. Εκ τότε αναθεωρούνταν όποτε κρίνονταν απαραίτητο προκειμένου να ληφθούν υπόψη οι εκάστοτε εξελίξεις στις πρακτικές για την κατάλληλη αποθήκευση και διανομή φαρμάκων στην Ευρωπαϊκή Ένωση, καθώς και οι νέες απαιτήσεις που εισήχθησαν με την οδηγία 2011/62/ΕΕ.

Περιγραφή των αρχών του GDP η οποίες αναπτύσσονται σε 10 κεφάλαια θα επιχειρηθεί στις επόμενες σελίδες.

4.1. Διαχείριση ποιότητας

4.1.1. Βασική Αρχή

Οι χονδρέμποροι πρέπει να διατηρούν ένα σύστημα ποιότητας που να καθορίζει τις αρμοδιότητες, τις διαδικασίες και τις αρχές διαχείρισης κινδύνων σε σχέση με τις δραστηριότητές τους. Όλες οι δραστηριότητες διανομής πρέπει να ορίζονται σαφώς και να επανεξετάζονται συστηματικά. Όλα τα κρίσιμα στάδια των διαδικασιών διανομής και οι σημαντικές αλλαγές θα πρέπει να αιτιολογούνται και, κατά περίπτωση, να επικυρώνονται. Το σύστημα ποιότητας αποτελεί ευθύνη της διοίκησης του οργανισμού και απαιτεί την ενεργό συμμετοχή της αλλά και την υποστήριξη από το προσωπικό.

4.1.2. Σημεία εφαρμογής

Το σύστημα ποιότητας θα πρέπει να περιλαμβάνει την οργανωτική δομή, τις διαδικασίες, τις διεργασίες, τους πόρους καθώς και τις δραστηριότητες που είναι απαραίτητες για να διασφαλιστεί ότι το προϊόν που παραδίδεται διατηρεί την ποιότητα και την ακεραιότητά του και παραμένει εντός της νόμιμης αλυσίδας εφοδιασμού κατά τη διάρκεια της αποθήκευσης ή/και της μεταφοράς.

Το σύστημα ποιότητας πρέπει να τεκμηριώνεται πλήρως και να παρακολουθείται η αποτελεσματικότητά του. Όλες οι δραστηριότητες που σχετίζονται με το σύστημα ποιότητας θα πρέπει να ορίζονται και να τεκμηριώνονται. Θα πρέπει να συνταχθεί εγχειρίδιο ποιότητας ή ισοδύναμη προσέγγιση τεκμηρίωσης. Η διοίκηση θα πρέπει να ορίσει ένα υπεύθυνο πρόσωπο, το οποίο θα πρέπει να έχει σαφώς καθορισμένη αρμοδιότητα και ευθύνη για τη διασφάλιση της εφαρμογής και της διατήρησης του συστήματος ποιότητας. Η διοίκηση του χονδρέμπορου θα πρέπει να διασφαλίζει ότι όλα τα μέρη του συστήματος ποιότητας διαθέτουν επαρκείς πόρους με ικανό προσωπικό, κατάλληλους και επαρκείς χώρους, εξοπλισμό και εγκαταστάσεις.

Το μέγεθος, η δομή και η πολυπλοκότητα των δραστηριοτήτων του διανομέα θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά την ανάπτυξη ή την τροποποίηση του συστήματος ποιότητας το οποίο σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να διασφαλίζει ότι:

- τα φάρμακα προμηθεύονται, κατέχονται, παρέχονται ή εξάγονται κατά τρόπο που να συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις του GDP,
- οι αρμοδιότητες καθορίζονται με σαφήνεια,
- τα προϊόντα παραδίδονται στους σωστούς παραλήπτες εντός ικανοποιητικού χρονικού διαστήματος,
- τα αρχεία καταρτίζονται ταυτόχρονα,
- οι αποκλίσεις από τις καθιερωμένες διαδικασίες τεκμηριώνονται και διερευνώνται,
- λαμβάνονται οι κατάλληλες διορθωτικές και προληπτικές ενέργειες (κοινώς γνωστές ως "CAPA") για τη διόρθωση των αποκλίσεων και την πρόληψή τους σύμφωνα με τις αρχές της διαχείρισης κινδύνων ποιότητας.
- υπάρχει σύστημα ελέγχου των αλλαγών το οποίο ενσωματώνει τις αρχές της διαχείρισης κινδύνων ποιότητας.

Επιπλέον βασικό στοιχείο του συστήματος ποιότητας πρέπει να είναι ο έλεγχος κάθε δραστηριότητας που ανατίθεται σε τρίτους και που σχετίζεται με την προμήθεια, την κατοχή, την προμήθεια ή την εξαγωγή φαρμάκων (GxP activities/services). Η αξιολόγηση των εξωτερικών δραστηριοτήτων θα πρέπει να γίνεται βάση τεκμηριωμένων διαδικασιών λαμβάνοντας πραγματοποιώντας παράλληλα αξιολόγηση για τους ενδεχόμενους κινδύνους ποιότητας. Σκοπός της αξιολόγησης θα πρέπει να είναι:

- η αξιολόγηση της καταλληλότητας και της επάρκειας του συνεργάτη για την εκτέλεση της δραστηριότητας και ο έλεγχος των σχετικών αδειοδοτήσεων, εφόσον απαιτούνται
- ο καθορισμός των αρμοδιοτήτων και των διαδικασιών επικοινωνίας για τις δραστηριότητες των εμπλεκόμενων μερών που σχετίζονται με την ποιότητα,
- η παρακολούθηση και η επανεξέταση των επιδόσεων του Θα πρέπει να υπάρχει σύστημα ελέγχου των αλλαγών. Το σύστημα αυτό θα πρέπει να ενσωματώνει τις αρχές της διαχείρισης κινδύνων ποιότητας και να είναι αναλογικό και αποτελεσματικό., καθώς και τον εντοπισμό και την εφαρμογή τυχόν απαιτούμενων βελτιώσεων σε τακτική βάση.

Σε περιοδική βάση θα πρέπει να πραγματοποιείται ανασκόπηση του συστήματος ποιότητας από την διοίκηση και τα αποτελέσματα να τεκμηριώνονται και να κοινοποιούνται εσωτερικά. Η ανασκόπηση πρέπει να έχει ως σκοπό την παρακολούθηση:

- της επίτευξης των στόχων του συστήματος ποιότητας,
- των δεικτών απόδοσης που χρησιμοποιούνται για την παρακολούθηση της αποτελεσματικότητας των διαδικασιών (παράπονα, αποκλίσεις, CAPA, αλλαγές στο σύστημα, εξωτερικές δραστηριότητες, αξιολόγηση πελατών/προμηθευτών, εσωτερικοί/εξωτερικοί έλεγχοι)
- νέων κανονισμών, οδηγιών και θεμάτων που μπορούν να επηρεάσουν το σύστημα ποιότητας,
- καινοτομιών που δύνανται να βελτιώσουν το σύστημα ποιότητας,
- αλλαγών στο εσωτερικό/εξωτερικό περιβάλλον και τους στόχους.

Παράλληλα ή/και ξεχωριστά από την ανασκόπηση του συστήματος ποιότητας από την διοίκηση, θα πρέπει να πραγματοποιείται και διαχείριση κινδύνων ποιότητας με στόχο την αξιολόγηση, τον

έλεγχο, την επικοινωνία και την επανεξέταση των κινδύνων που ενδέχεται να επηρεάσουν την ποιότητα των φαρμάκων. Η διαχείριση κινδύνων θα πρέπει να βασίζεται σε επιστημονική γνώση, εμπειρία της διαδικασίας και να έχει ως τελικό στόχο την προστασία του ασθενούς. Η αξιολόγηση των κινδύνων μπορεί να εφαρμοστεί τόσο προληπτικά όσο και αναδρομικά και το επίπεδο της προσπάθειας, της τυπικότητας και της τεκμηρίωσης της διαδικασίας θα πρέπει να είναι ανάλογο με το επίπεδο του κινδύνου σε εφαρμογή της κατευθυντήριας γραμμής Q9 της Διεθνούς Διάσκεψης για την Εναρμόνιση ("ICH").

4.2. Προσωπικό

4.2.1. Βασική Αρχή

Η ορθή διανομή των φαρμάκων βασίζεται στους ανθρώπους. Για το λόγο αυτό, πρέπει να υπάρχει επαρκές ικανό προσωπικό για την εκτέλεση όλων των καθηκόντων για τα οποία είναι υπεύθυνος ο χονδρέμπορος. Οι επιμέρους αρμοδιότητες πρέπει να είναι σαφώς κατανοητές από το προσωπικό και να καταγράφονται.

4.2.2. Σημεία εφαρμογής

Ο χονδρέμπορος πρέπει να ορίσει ένα πρόσωπο ως υπεύθυνο πρόσωπο. Το υπεύθυνο πρόσωπο πρέπει να πληροί τα προσόντα και όλες τις προϋποθέσεις που προβλέπονται από τη νομοθεσία του οικείου κράτους μέλους. Είναι επιθυμητό να διαθέτει πτυχίο φαρμακευτικής και απαραίτητο να έχει την κατάλληλη ικανότητα, εμπειρία καθώς και γνώση των αρχών του GDP.

Το υπεύθυνο πρόσωπο πρέπει να εκπληρώνει τις ευθύνες του προσωπικά και να είναι διαθέσιμο, μπορεί να αναθέτει καθήκοντα αλλά όχι αρμοδιότητες. Ο χονδρέμπορος θα πρέπει να παρέχει στο υπεύθυνο πρόσωπο την καθορισμένη εξουσία και τους πόρους που απαιτούνται για την εκπλήρωση των καθηκόντων του, κάτι που πρέπει να αποτυπώνεται στην γραπτή περιγραφή της θέσης εργασίας του. Το υπεύθυνο πρόσωπο θα πρέπει να εκτελεί τα καθήκοντά του κατά τρόπο που να διασφαλίζει ότι ο χονδρέμπορος μπορεί να αποδείξει τη συμμόρφωση με το GDP.

Οι αρμοδιότητες του υπεύθυνου προσώπου περιλαμβάνουν:

- τη διασφάλιση της εφαρμογής και της διατήρησης ενός συστήματος διαχείρισης ποιότητας,
- εστίαση στη διαχείριση των επιτρεπόμενων δραστηριοτήτων και στην ακρίβεια και την ποιότητα των καταχωρίσεων,
- τη διασφάλιση ότι εφαρμόζονται και διατηρούνται προγράμματα αρχικής και συνεχούς κατάρτισης,
- τον συντονισμό και άμεση εκτέλεση ενεργειών σε περίπτωση ανάκλησης φαρμάκων,
- τη διασφάλιση της αποτελεσματικής αντιμετώπισης των σχετικών παραπόνων των πελατών,
- τη διασφάλιση της έγκρισης των προμηθευτών και των πελατών,
- την έγκριση τυχόν δραστηριοτήτων υπεργολαβίας που ενδέχεται να έχουν αντίκτυπο στο GDP,
- τη διασφάλιση ότι οι αυτοεπιθεωρήσεις διενεργούνται σε κατάλληλα τακτικά διαστήματα βάσει προκαθορισμένου προγράμματος και ότι εφαρμόζονται τα αναγκαία διορθωτικά μέτρα,
- την τήρηση κατάλληλων αρχείων σχετικά με τυχόν ανατιθέμενα καθήκοντα,
- τη λήψη αποφάσεων σχετικά με την τελική διάθεση των επιστρεφόμενων, απορριφθέντων, ανακληθέντων ή παραποιημένων προϊόντων,
- την έγκριση οποιασδήποτε επιστροφής σε εμπορεύσιμο απόθεμα,
- τη διασφάλιση της τήρησης τυχόν πρόσθετων απαιτήσεων που επιβάλλονται από την εθνική νομοθεσία

Πέραν όπως του υπεύθυνου προσώπου θα πρέπει να υπάρχει επαρκής αριθμός αρμόδιου προσωπικού που να συμμετέχει σε όλα τα στάδια των δραστηριοτήτων χονδρικής πώλησης φαρμάκων. Ο αριθμός του απαιτούμενου προσωπικού εξαρτάται από τον όγκο και το πεδίο εφαρμογής των δραστηριοτήτων. Ο ρόλος, οι αρμοδιότητες και οι σχέσεις μεταξύ του προσωπικού θα πρέπει να αναφέρονται σαφώς στο οργανόγραμμα που θα πρέπει να διατηρεί ο χονδρέμπορος ενώ οι ρόλοι και οι αρμοδιότητες των εργαζομένων που εργάζονται σε θέσεις κλειδιά θα πρέπει

να καθορίζονται σε γραπτές περιγραφές θέσεων εργασίας, όπου θα πρέπει να αποτυπώνεται και ο αναπληρωτής τους.

Επιπλέον θα πρέπει να υπάρχει μέριμνα για την εκπαίδευση όλου του προσωπικού που εμπλέκεται σε δραστηριότητες χονδρικής πώλησης το οποίο θα πρέπει να εκπαιδεύεται σχετικά με τις απαιτήσεις του GDP ώστε να διαθέτει την κατάλληλη επάρκεια και εμπειρία πριν από την ανάληψη των καθηκόντων.

Το προσωπικό θα πρέπει να λαμβάνει αρχική και συνεχή κατάρτιση σχετική με τον ρόλο του, βάσει γραπτών διαδικασιών και σύμφωνα με γραπτό πρόγραμμα κατάρτισης. Εκπαίδευση θα πρέπει να λαμβάνει τακτικά και το υπεύθυνο πρόσωπο αλλά και το προσωπικό που ασχολείται με προϊόντα που απαιτούν αυστηρότερες συνθήκες χειρισμού και το οποίο θα πρέπει να λαμβάνει ειδική εκπαίδευση. Για όλες τις εκπαιδεύσεις θα πρέπει να τηρείται αρχείο και η αποτελεσματικότητα της εκπαίδευσης θα πρέπει να αξιολογείται και να τεκμηριώνεται περιοδικά. Τελευταίο, μα εξίσου σημαντικό, αναφορικά με το προσωπικό είναι η εξασφάλιση των απαραίτητων συνθηκών υγιεινής για το προσωπικό μέσω διαδικασιών οι οποίες σχετίζονται με τις δραστηριότητες που εκτελούνται. Οι διαδικασίες αυτές θα πρέπει να καλύπτουν την υγεία, την υγιεινή και τον ρουχισμό.

4.3. Εγκαταστάσεις και Εξοπλισμός

4.3.1. Βασική Αρχή

Οι χονδρέμποροι πρέπει να διαθέτουν κατάλληλους και επαρκείς χώρους, εγκαταστάσεις και εξοπλισμό ώστε να εξασφαλίζεται η ορθή αποθήκευση και διανομή των φαρμάκων. Ειδικότερα, οι χώροι πρέπει να είναι καθαροί, ξηροί και να διατηρούνται εντός αποδεκτών ορίων θερμοκρασίας.

4.3.2. Σημεία εφαρμογής

Οι χώροι θα πρέπει να είναι σχεδιασμένοι ή προσαρμοσμένοι με τέτοιο τρόπο ώστε να εξασφαλίζεται η διατήρηση των απαιτούμενων συνθηκών αποθήκευσης. Θα πρέπει να είναι

κατάλληλα ασφαλείς, σταθεροί κατασκευαστικά και να διαθέτουν επαρκή χωρητικότητα ώστε να επιτρέπουν την ασφαλή αποθήκευση και χειρισμό των φαρμάκων και να διαθέτουν επαρκή φωτισμό ώστε να είναι δυνατή η ακριβής και ασφαλής εκτέλεση όλων των εργασιών. Θα πρέπει να αποτρέπεται η μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση σε όλους τους χώρους των εγκεκριμένων εγκαταστάσεων.

Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δίνεται σε περιπτώσεις που οι χώροι δεν λειτουργούν υπό την ευθύνη του χονδρέμπορου οπότε και απαιτείται πέραν την γραπτής σύμβασης και η κάλυψη των χώρων από ξεχωριστή άδεια χονδρικής πώλησης.

Τα φαρμακευτικά προϊόντα πρέπει να αποθηκεύονται σε διαχωρισμένους χώρους, σαφώς επισημασμένους και η πρόσβαση στους οποίους περιορίζεται στο εξουσιοδοτημένο προσωπικό.

Τα προϊόντα για τα οποία εκκρεμεί απόφαση σχετικά με την διάθεσή τους ή τα προϊόντα που έχουν αφαιρεθεί από το προς πώληση απόθεμα θα πρέπει να διαχωρίζονται είτε φυσικά είτε μέσω ισοδύναμου ηλεκτρονικού συστήματος (καραντίνα). Αυτή η περίπτωση αφορά κάθε προϊόν ύποπτο για παραποίηση, επιστρεφόμενα προϊόντα, φαρμακευτικά προϊόντα που λαμβάνονται από τρίτη χώρα αλλά δεν προορίζονται για την αγορά της Ένωσης, οποιαδήποτε παραποιημένα φάρμακα, ληγμένα προϊόντα, ανακληθέντα προϊόντα και απορριφθέντα προϊόντα που εντοπίζονται στην αλυσίδα εφοδιασμού και τα οποία θα πρέπει να διαχωρίζονται άμεσα και να αποθηκεύονται σε ειδικό χώρο μακριά από όλα τα άλλα φάρμακα. Στους χώρους αυτούς θα πρέπει να εφαρμόζονται μέτρα ασφαλείας, ώστε να διασφαλίζεται ότι τα εν λόγω είδη παραμένουν χωριστά από τα εμπορεύσιμα αποθέματα και οι χώροι αυτοί πρέπει να προσδιορίζονται σαφώς. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δίνεται στην αποθήκευση προϊόντων με ειδικές οδηγίες χειρισμού, όπως ορίζεται στην εθνική νομοθεσία. Σημειώνεται ότι στην περίπτωση ηλεκτρονικού συστήματος, αυτό θα πρέπει να παρέχει ισοδύναμη ασφάλεια και να επικυρώνεται.

Επιπλέον οι χώροι παραλαβής και αποστολής πρέπει να προστατεύουν τα προϊόντα από τις επικρατούσες καιρικές συνθήκες, να υπάρχει επαρκής διαχωρισμός μεταξύ των χώρων παραλαβής και αποστολής και των χώρων αποθήκευσης μέσω διαδικασιών για τη διατήρηση του ελέγχου των εισερχόμενων/εξερχόμενων προϊόντων και οι χώροι ελέγχου των προϊόντων μετά την παραλαβή πρέπει να ορίζονται και να είναι κατάλληλα εξοπλισμένοι.

Όλοι οι χώροι πρέπει να είναι καθαροί και απαλλαγμένοι από απορρίμματα και σκόνη. Θα πρέπει να υπάρχουν προγράμματα καθαρισμού, απεντόμωσης/μυοκτονίας και να διατηρούνται τα σχετικά αρχεία. Τέλος οι χώροι ανάπαυσης, υγιεινής και αναψυχής των εργαζομένων θα πρέπει να διαχωρίζονται επαρκώς από τους χώρους αποθήκευσης και η παρουσία τροφίμων, ποτών, υλικών για κάπνισμα ή φαρμάκων για προσωπική χρήση θα πρέπει να απαγορεύεται ρητά στους χώρους αποθήκευσης.

Θα πρέπει να υπάρχει κατάλληλος εξοπλισμός και διαδικασίες για τον έλεγχο του περιβάλλοντος στο οποίο αποθηκεύονται τα φάρμακα. Οι περιβαλλοντικοί παράγοντες που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη περιλαμβάνουν τη θερμοκρασία, το φως, την υγρασία και την καθαριότητα των χώρων. Πριν από τη χρήση θα πρέπει να πραγματοποιείται μια αρχική χαρτογράφηση της θερμοκρασίας (mapping) στον χώρο αποθήκευσης, υπό αντιπροσωπευτικές συνθήκες. Η άσκηση χαρτογράφησης θα πρέπει να επαναλαμβάνεται σύμφωνα με τα αποτελέσματα μιας άσκησης εκτίμησης κινδύνου ή κάθε φορά που γίνονται σημαντικές τροποποιήσεις στην εγκατάσταση ή στον εξοπλισμό ελέγχου της θερμοκρασίας.

Όλος ο εξοπλισμός που επηρεάζει την αποθήκευση και τη διανομή των φαρμάκων θα πρέπει να σχεδιάζεται, να τοποθετείται και να συντηρείται με προδιαγραφές που να ανταποκρίνονται στον επιδιωκόμενο σκοπό του. Θα πρέπει να υπάρχει προγραμματισμένη συντήρηση για τον εξοπλισμό κρίσιμης σημασίας και να πραγματοποιείται βαθμονόμηση σε καθορισμένα χρονικά διαστήματα με βάση την αξιολόγηση κινδύνου και αξιοπιστίας. Οι εργασίες επισκευής, συντήρησης και βαθμονόμησης του εξοπλισμού θα πρέπει να διεξάγονται κατά τρόπο που να μην διακυβεύεται η ακεραιότητα των φαρμάκων και να τηρούνται επαρκή αρχεία των δραστηριοτήτων επισκευής, συντήρησης και βαθμονόμησης για τον βασικό εξοπλισμό και των αποτελεσμάτων.

Στην περίπτωση χρήσης ηλεκτρονικού συστήματος, θα πρέπει να αποδεικνύεται, μέσω κατάλληλων μελετών επικύρωσης ή επαλήθευσης, ότι το σύστημα είναι ικανό να επιτύχει τα επιθυμητά αποτελέσματα με ακρίβεια, συνέπεια και δυνατότητα αναπαραγωγής. Θα πρέπει να υπάρχει γραπτή, λεπτομερή περιγραφή του συστήματος η οποία θα πρέπει να επικαιροποιείται. Τα δεδομένα θα πρέπει να εισάγονται στο μηχανογραφικό σύστημα ή να τροποποιούνται μόνο από εξουσιοδοτημένα προς τούτο πρόσωπα και να διασφαλίζονται με φυσικά ή ηλεκτρονικά μέσα ώστε να προστατεύονται από τυχαίες ή μη εξουσιοδοτημένες τροποποιήσεις. Θα πρέπει επίσης να

προστατεύονται με τη δημιουργία αντιγράφων ασφαλείας σε τακτά χρονικά διαστήματα και τα εφεδρικά δεδομένα θα πρέπει να διατηρούνται για το χρονικό διάστημα που ορίζει η εθνική νομοθεσία, αλλά τουλάχιστον για πέντε έτη, σε ξεχωριστή και ασφαλή τοποθεσία. Επιπλέον θα πρέπει να καθοριστούν οι διαδικασίες που πρέπει να ακολουθούνται σε περίπτωση αποτυχίας ή βλάβης του συστήματος με την χρήση συστημάτων για την αποκατάσταση των δεδομένων.

Όλος ο εξοπλισμός – συμπεριλαμβανομένων των ηλεκτρονικών συστημάτων- αλλά και οι διεργασίες θα πρέπει αντίστοιχα να αξιολογούνται ή/και να επικυρώνονται πριν από την έναρξη χρήσης και μετά από κάθε σημαντική αλλαγή (π.χ. επισκευή ή συντήρηση) και η συχνότητα της αξιολόγησης ή/και επικύρωσης (όπως η αποθήκευση, οι διαδικασίες συλλογής και συσκευασίας) θα πρέπει να καθορίζεται μέσω τεκμηριωμένης προσέγγισης εκτίμησης κινδύνου. Κάθε διεργασία επικύρωσης θα πρέπει να τεκμηριώνεται από σχετική έκθεση η οποία θα εγκρίνεται από το αρμόδιο προσωπικό και στην οποία θα συνοψίζονται τα αποτελέσματα και τυχόν παρατηρούμενες αποκλίσεις. Στην περίπτωση αποκλίσεων θα πρέπει να αποφασίζονται περαιτέρω ενέργειες για τη διόρθωση των αποκλίσεων και την αποφυγή της επανάληψής τους (διορθωτικές και προληπτικές ενέργειες, CAPAs).

4.4. Τεκμηρίωση

4.4.1. Βασική Αρχή

Η καλή τεκμηρίωση αποτελεί ουσιαστικό μέρος του συστήματος ποιότητας. Η γραπτή τεκμηρίωση πρέπει να αποτρέπει τα λάθη από την προφορική επικοινωνία και επιτρέπει την παρακολούθηση των σχετικών εργασιών κατά τη διανομή των φαρμάκων.

4.4.2. Σημεία εφαρμογής

Η τεκμηρίωση περιλαμβάνει όλες τις γραπτές διαδικασίες, οδηγίες, συμβάσεις, αρχεία και δεδομένα, σε έντυπη ή ηλεκτρονική μορφή. Η τεκμηρίωση θα πρέπει να είναι άμεσα διαθέσιμη/ανακτήσιμη.

Η τεκμηρίωση θα πρέπει να είναι πλήρης, να ανταποκρίνεται στο αντικείμενο των δραστηριοτήτων του χονδρεμπόρου και να είναι σε γλώσσα σαφή, μη διφορούμενη και χωρίς λάθη προκειμένου να είναι κατανοητή από το προσωπικό.

Η διαδικασία θα πρέπει να είναι εγκεκριμένη, υπογεγραμμένη και χρονολογημένη από το υπεύθυνο πρόσωπο και από τα κατάλληλα εξουσιοδοτημένα πρόσωπα, όπως απαιτείται. Οποιαδήποτε τροποποίηση γίνεται στην τεκμηρίωση πρέπει να υπογράφεται και να χρονολογείται- η τροποποίηση πρέπει να επιτρέπει την ανάγνωση των αρχικών πληροφοριών. Κατά περίπτωση, θα πρέπει να καταγράφεται ο λόγος της τροποποίησης. Τα έγγραφα θα πρέπει να διατηρούνται για την περίοδο που ορίζει η εθνική νομοθεσία, αλλά τουλάχιστον για πέντε έτη. Τα δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα θα πρέπει να διαγράφονται ή να ανωνυμοποιούνται μόλις η φύλαξή τους δεν υπερβαίνει το χρονικό διάστημα που είναι απαραίτητο για τους σκοπούς των δραστηριοτήτων διανομής. Κάθε εργαζόμενος θα πρέπει να έχει εύκολη πρόσβαση σε όλα τα απαραίτητα έγγραφα για τα καθήκοντα που εκτελεί.

Θα πρέπει να δίνεται προσοχή στη χρήση έγκυρων και εγκεκριμένων διαδικασιών. Τα έγγραφα θα πρέπει να έχουν σαφές περιεχόμενο- ο τίτλος, η φύση και ο σκοπός θα πρέπει να δηλώνονται σαφώς. Τα έγγραφα πρέπει να επανεξετάζονται τακτικά και να επικαιροποιούνται. Στις διαδικασίες πρέπει να εφαρμόζεται έλεγχος εκδόσεων. Μετά την αναθεώρηση ενός εγγράφου, θα πρέπει να υπάρχει ένα σύστημα που να αποτρέπει την ακούσια χρήση της αντικατεστημένης έκδοσης. Οι διαδικασίες που δεν είναι πλέον σε ισχύ πρέπει να αποσύρονται και να αρχειοθετούνται.

Η τεκμηρίωση που αφορά συναλλαγές με φάρμακα που αποτέλεσαν αντικείμενο παραλαβής, προμήθειας ή πρακτόρευσης (τιμολόγια αγοράς/πώλησης, δελτία παράδοσης κλπ.) θα πρέπει να φυλάσσεται και να περιλαμβάνει τουλάχιστον τις εξής πληροφορίες: ημερομηνία, ονομασία του φαρμάκου, ποσότητα που αποτέλεσε αντικείμενο παραλαβής, προμήθειας ή πρακτόρευσης, όνομα και διεύθυνση του προμηθευτή, του πελάτη, του πράκτορα ή του παραλήπτη, κατά περίπτωση, και τον αριθμό της παρτίδας τουλάχιστον του φαρμάκου.

4.5. Ενέργειες

4.5.1. Βασική Αρχή

Όλες οι ενέργειες στις οποίες προβαίνουν οι χονδρέμποροι θα πρέπει να διασφαλίζουν ότι δεν χάνεται η ταυτότητα του φαρμάκου και ότι η χονδρική πώληση των φαρμάκων πραγματοποιείται σύμφωνα με τις πληροφορίες που αναγράφονται στην εξωτερική συσκευασία. Ο χονδρέμπορος πρέπει να χρησιμοποιεί όλα τα διαθέσιμα μέσα για να ελαχιστοποιήσει τον κίνδυνο εισόδου παραποιημένων φαρμάκων στη νόμιμη αλυσίδα εφοδιασμού και όλα τα φάρμακα που διανέμονται στην ΕΕ από χονδρικό διανομέα πρέπει να καλύπτονται από άδεια κυκλοφορίας που έχει χορηγηθεί από την ΕΕ ή από κράτος μέλος.

Κάθε διανομέας, ο οποίος δεν είναι κάτοχος της άδειας κυκλοφορίας, που εισάγει φάρμακο από άλλο κράτος μέλος πρέπει να ενημερώνει τον κάτοχο της άδειας κυκλοφορίας και την αρμόδια αρχή του κράτους μέλους στο οποίο θα εισαχθεί το φάρμακο για την πρόθεσή του να εισάγει το εν λόγω προϊόν. Όλες οι βασικές εργασίες που περιγράφονται κατωτέρω πρέπει να περιγράφονται πλήρως στο σύστημα ποιότητας σε κατάλληλη τεκμηρίωση.

4.5.2. Σημεία εφαρμογής

Οι χονδρέμποροι πρέπει να προμηθεύονται φάρμακα μόνο από πρόσωπα που διαθέτουν άδεια χονδρικής πώλησης ή που διαθέτουν άδεια παρασκευής η οποία καλύπτει το εν λόγω προϊόν. Οι χονδρέμποροι που λαμβάνουν φάρμακα από τρίτες χώρες με σκοπό την εισαγωγή, δηλαδή με σκοπό τη διάθεση των προϊόντων αυτών στην αγορά της ΕΕ, πρέπει να κατέχουν άδεια παρασκευής. Όταν τα φάρμακα λαμβάνονται από άλλον χονδρέμπορο, ο παραλήπτης χονδρέμποροι πρέπει να επαληθεύει ότι ο προμηθευτής συμμορφώνεται με τις αρχές και τις κατευθυντήριες γραμμές των ορθών πρακτικών διανομής και ότι κατέχει τη σχετική άδεια.

Ενδελεχής επιλογή και έγκριση προμηθευτών θα πρέπει να προηγείται των προμηθειών των φαρμάκων μέσω τεκμηριωμένης διαδικασίας τα αποτελέσματα της οποίας πρέπει να τεκμηριώνονται και να επανελέγχονται περιοδικά.

Κατά τη σύναψη συμβάσεων με νέους προμηθευτές, ο χονδρέμπορος θα πρέπει να διενεργεί ελέγχους "δέουσας επιμέλειας" προκειμένου να αξιολογείται η καταλληλότητα, η επάρκεια και η αξιοπιστία με έμφαση:

- στη φήμη ή την αξιοπιστία του προμηθευτή,
- στις προσφορές φαρμάκων που είναι πιθανόν να είναι ψευδεπίγραφα,
- στις μεγάλες προσφορές φαρμάκων που είναι γενικά διαθέσιμα μόνο σε περιορισμένες ποσότητες- και
- στις τιμές εκτός του εύρους των τιμών.

Εκτός από τους προμηθευτές όμως οι χονδρέμποροι οφείλουν προβαίνουν και σε αξιολόγηση των πελατών τους διασφαλίζοντας ότι προμηθεύουν φάρμακα μόνο σε πρόσωπα που διαθέτουν άδεια χονδρικής πώλησης ή που έχουν άδεια ή είναι εξουσιοδοτημένα να προμηθεύουν φάρμακα στο κοινό. Αυτό θα πρέπει να εξασφαλίζεται μέσω ελέγχων των αδειών του πελάτη σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία ή της επαλήθευση της ιδιότητας σε δικτυακό τόπο της αρχής.

Ιδιαίτερη βαρύτητα πρέπει να δίνεται στην αποθήκευση των φαρμακευτικών προϊόντων τα οποία θα πρέπει να αποθηκεύονται χωριστά από άλλα προϊόντα που ενδέχεται να τα αλλοιώσουν και πρέπει να προστατεύονται από τις επιβλαβείς επιδράσεις του φωτός, της θερμοκρασίας, της υγρασίας και άλλων εξωτερικών παραγόντων, ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δίνεται στα προϊόντα που απαιτούν ειδικές συνθήκες αποθήκευσης.

Οι διαδικασίες αποθήκευσης πρέπει να εξασφαλίζουν τη διατήρηση των κατάλληλων συνθηκών αποθήκευσης και να διασφαλίζουν ότι τα αποθέματα είναι επαρκώς ασφαλή. Ειδικότερα τα φαρμακευτικά προϊόντα θα πρέπει να χειρίζονται και να αποθηκεύονται κατά τρόπο που να αποτρέπει τη διαρροή, τη θραύση, τη μόλυνση και την ανάμειξη. Τα αποθέματα πρέπει να εναλλάσσονται σύμφωνα με την αρχή "πρώτη λήξη, πρώτη έξοδος" (FEFO) με τυχόν εξαιρέσεις να πρέπει να τεκμηριώνονται ενώ τα προϊόντα που πλησιάζουν στην ημερομηνία λήξης/διάρκειας ζωής τους πρέπει να αποσύρονται αμέσως από το προς πώληση απόθεμα είτε με φυσικό τρόπο είτε με άλλο ισοδύναμο ηλεκτρονικό διαχωρισμό. Τέλος θα πρέπει να διενεργούνται τακτικά απογραφές αποθεμάτων και σε περίπτωση εντοπισμού παρατυπιών στα αποθέματα, αυτές θα πρέπει να διερευνώνται και να τεκμηριώνονται.

Αναφορικά με την καταστροφή των φαρμακευτικών προϊόντων, αυτά που προορίζονται για καταστροφή θα πρέπει να σημαίνονται κατάλληλα, να φυλάσσονται χωριστά και να διαχειρίζονται σύμφωνα με γραπτή διαδικασία. Η καταστροφή θα πρέπει να γίνεται σύμφωνα με τις εθνικές ή διεθνείς απαιτήσεις για το χειρισμό, τη μεταφορά και τη διάθεση των προϊόντων αυτών και τα αρχεία όλων των φαρμακευτικών προϊόντων που καταστρέφονται πρέπει να διατηρούνται για καθορισμένο από την εθνική νομοθεσία χρονικό διάστημα.

Μεγάλη προσοχή θα πρέπει να δίνεται επίσης κατά την συλλογή των προς πώληση προϊόντων. Θα πρέπει να υπάρχουν έλεγχοι που να διασφαλίζουν ότι συλλέγεται το σωστό προϊόν. Το προϊόν θα πρέπει να έχει την κατάλληλη εναπομένουσα διάρκεια ζωής όταν συλλέγεται. Αλλά και κατά την αποστολή των προϊόντων θα πρέπει να τηρείται η σχετική τεκμηρίωση με την επισύναψη του κατάλληλου συνοδευτικού εγγράφου (π.χ. δελτίο αποστολής) στο οποίο να αναγράφονται η ημερομηνία- ονομασία και φαρμακοτεχνική μορφή του προϊόντος, αριθμός παρτίδας τουλάχιστον για τα προϊόντα που φέρουν τα χαρακτηριστικά ασφαλείας- ποσότητα που αποστέλλεται- όνομα και διεύθυνση του προμηθευτή, όνομα και διεύθυνση παράδοσης του παραλήπτη και οι ισχύοντες όροι μεταφοράς και αποθήκευσης. Πρέπει να τηρούνται αρχεία ώστε να είναι γνωστή η πραγματική θέση του προϊόντος. Σε περίπτωση εξαγωγής σε τρίτες χώρες εφαρμόζονται στο σύνολό τους οι κανόνες για τη χονδρική πώληση και το πρόσωπο που εξάγει φάρμακα πρέπει να διαθέτει άδεια χονδρικής διανομής ή άδεια παρασκευής ακόμη και αν ο εξαγωγέας χονδρέμπορος δραστηριοποιείται από ελεύθερη ζώνη. Ωστόσο, όταν τα φάρμακα εξάγονται, δεν υπάρχει απαίτηση για κάλυψη από άδεια κυκλοφορίας της Ένωσης ή κράτους μέλους και για τον λόγο αυτό οι χονδρέμποροι θα πρέπει να λαμβάνουν τα κατάλληλα μέτρα για να αποτρέψουν την είσοδο των εν λόγω φαρμάκων στην αγορά της Ένωσης. Όταν οι χονδρέμποροι προμηθεύουν φάρμακα σε πρόσωπα σε τρίτες χώρες, πρέπει να διασφαλίζουν ότι οι προμήθειες αυτές πραγματοποιούνται μόνο σε πρόσωπα που έχουν άδεια ή δικαίωμα να παραλαμβάνουν φάρμακα για χονδρική διανομή ή προμήθεια στο κοινό σύμφωνα με τις ισχύουσες νομικές και διοικητικές διατάξεις της οικείας χώρας.

4.6. Παράπονα, Επιστροφές, Υπόνοιες για Ψευδεπίγραφα φάρμακα και Ανακλήσεις φαρμάκων

4.6.1. Βασική Αρχή

Όλα τα παράπονα, οι επιστροφές, οι υποψίες για πλαστά φάρμακα και οι ανακλήσεις πρέπει να καταγράφονται και να αντιμετωπίζονται προσεκτικά σύμφωνα με γραπτές διαδικασίες. Τα αρχεία πρέπει να τίθενται στη διάθεση των αρμόδιων αρχών. Θα πρέπει να γίνεται αξιολόγηση των επιστρεφόμενων φαρμάκων πριν από οποιαδήποτε έγκριση για μεταπώληση. Απαιτείται συνεπής προσέγγιση από όλους τους εταίρους της αλυσίδας εφοδιασμού για να είναι επιτυχής η καταπολέμηση των ψευδεπίγραφων φαρμάκων.

4.6.2. Σημεία εφαρμογής

Τα παράπονα θα πρέπει να καταγράφονται με κάθε λεπτομέρεια και να διαχωρίζονται σε αυτά που αφορούν την ποιότητα ενός φαρμάκου και σε εκείνα που σχετίζονται με τη διανομή ώστε να διαχειρίζονται αναλόγως. Σε περίπτωση ποιοτικού παραπόνου ή/και πιθανού ελαττώματος του προϊόντος, θα πρέπει να ενημερώνεται χωρίς καθυστέρηση ο παρασκευαστής ή/και ο κάτοχος της άδειας κυκλοφορίας ενώ σε περίπτωση παραπόνου σχετιζόμενου με την διανομή του προϊόντος θα πρέπει να διερευνάται διεξοδικά για να προσδιορίζεται η προέλευση ή ο λόγος της καταγγελίας. Η διαχείριση των παραπόνων θα πρέπει να γίνεται από ορισμένο γι' αυτόν το σκοπό άτομο και μετά την διερεύνηση και την αξιολόγηση του παραπόνου, εάν απαιτείται να ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα.

Τα επιστρεφόμενα προϊόντα πρέπει να διαχειρίζονται σύμφωνα με μια γραπτή, κατόπιν αξιολόγησης κινδύνου, διαδικασία, η οποία λαμβάνει υπόψη το σχετικό προϊόν, τυχόν ειδικές απαιτήσεις αποθήκευσης και τον χρόνο που έχει παρέλθει από την αρχική αποστολή του φαρμάκου. Οι επιστροφές πρέπει να διεξάγονται σύμφωνα με την εθνική νομοθεσία και τις συμβατικές ρυθμίσεις μεταξύ των μερών. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δίνεται ώστε τα φαρμακευτικά προϊόντα που έχουν εγκαταλείψει τις εγκαταστάσεις του χονδρέμπορου να επιστρέφονται στο εμπορεύσιμο απόθεμα **αν και μόνο αν** επιβεβαιώνονται **όλα** τα ακόλουθα:

- τα φαρμακευτικά προϊόντα βρίσκονται στη μη ανοιγμένη και άθικτη δευτερεύουσα συσκευασία τους και είναι σε καλή κατάσταση, δεν έχουν λήξει και δεν έχουν ανακληθεί,
- τα φάρμακα που επιστρέφονται από πελάτη που δεν διαθέτει άδεια χονδρικής διανομής ή από φαρμακεία που έχουν άδεια να προμηθεύουν φάρμακα στο κοινό θα πρέπει να επιστρέφονται σε εμπορεύσιμο απόθεμα μόνο εάν επιστρέφονται εντός αποδεκτής προθεσμίας, για παράδειγμα 10 ημερών,
- έχει αποδειχθεί από τον πελάτη ότι τα φάρμακα έχουν μεταφερθεί, αποθηκευτεί και αντιμετωπιστεί σύμφωνα με τις ειδικές απαιτήσεις αποθήκευσης,
- έχουν εξεταστεί και αξιολογηθεί από επαρκώς εκπαιδευμένο και αρμόδιο πρόσωπο που έχει εξουσιοδοτηθεί προς τούτο-
- ο διανομέας διαθέτει εύλογα αποδεικτικά στοιχεία ότι το προϊόν παραδόθηκε στον εν λόγω πελάτη (μέσω αντιγράφων του πρωτότυπου δελτίου αποστολής ή με αναφορά στους αριθμούς τιμολογίων κ.λπ.) και ότι ο αριθμός παρτίδας για τα προϊόντα που φέρουν τα χαρακτηριστικά ασφαλείας είναι γνωστός και ότι δεν υπάρχει λόγος να πιστεύεται ότι το προϊόν έχει παραποιηθεί.

Ειδικά για τα φάρμακα που απαιτούν ειδικές συνθήκες αποθήκευσης, όπως χαμηλή θερμοκρασία, η επιστροφή σε αποθέματα προς πώληση μπορεί να γίνει μόνο εάν υπάρχουν τεκμηριωμένα στοιχεία που αποδεικνύουν ότι το προϊόν έχει αποθηκευτεί υπό τις επιτρεπόμενες συνθήκες αποθήκευσης καθ' όλη το χρονικό διάστημα. Εάν έχει παρατηρηθεί οποιαδήποτε απόκλιση, πρέπει να διενεργηθεί εκτίμηση κινδύνου, βάσει της οποίας μπορεί να αποδειχθεί η ακεραιότητα του προϊόντος. Τα αποδεικτικά στοιχεία πρέπει να περιλαμβάνουν στοιχεία για:

- παράδοση στον πελάτη,
- εξέταση του προϊόντος,
- άνοιγμα της συσκευασίας μεταφοράς,
- επιστροφή του προϊόντος στη συσκευασία,
- παραλαβή και επιστροφή στον διανομέα,
- επιστροφή στο ψυγείο του χώρου διανομής.

Τα προϊόντα που επιστρέφονται στο εμπορεύσιμο απόθεμα πρέπει να τοποθετούνται έτσι ώστε να λειτουργεί αποτελεσματικά το FEFO ενώ τονίζεται πως κλεμμένα προϊόντα που έχουν ανακτηθεί δεν μπορούν σε καμία περίπτωση να επιστραφούν σε εμπορεύσιμο απόθεμα.

Οι χονδρέμποροι πρέπει να ενημερώνουν αμέσως την αρμόδια αρχή και τον κάτοχο της άδειας κυκλοφορίας για κάθε φάρμακο που εντοπίζουν ως ψευδεπίγραφο ή υποπτεύονται ότι μπορεί να είναι ψευδεπίγραφο. Η διαχείριση τέτοιων περιστατικών θα πρέπει να γίνεται με βάση τη σχετική διαδικασία σύμφωνα με την οποία κάθε παραποιημένο φάρμακο που εντοπίζεται στην αλυσίδα εφοδιασμού θα πρέπει να διαχωρίζεται αμέσως με φυσικό τρόπο και να αποθηκεύεται σε ειδικό χώρο μακριά από όλα τα άλλα φάρμακα ενώ κάθε τέτοιο περιστατικό θα πρέπει να καταγράφεται, να διερευνάται και όλη η σχετική τεκμηρίωση να διατηρείται.

Η αποτελεσματικότητα της διαδικασίας που τηρείται και εφαρμόζεται σε περιπτώσεις ανάκλησης προϊόντων θα πρέπει να αξιολογείται τακτικά και τουλάχιστον μια φορά ανά έτος ώστε να επιβεβαιώνεται ότι οι ο μηχανισμός ανάκλησης είναι αποτελεσματικός και σε ετοιμότητα αν πάσα στιγμή. Όλες οι ενέργειες που σχετίζονται με την ανάκληση θα πρέπει να καταγράφονται κατά τη στιγμή της πραγματοποίησής τους και τα σχετικά αρχεία πρέπει να είναι άμεσα διαθέσιμα στις αρμόδιες αρχές. Για να είναι αποτελεσματική η διαδικασία της ανάκλησης θα πρέπει όλα τα σχετικά με την διανομή αρχεία να είναι άμεσα προσβάσιμα από το(τα) πρόσωπο(α) που είναι υπεύθυνο(α) για την ανάκληση και να περιέχουν επαρκείς πληροφορίες σχετικά με τον διανομέα αλλά και τον πελάτη (διευθύνσεις, αριθμούς τηλεφώνου ή/και φαξ εντός και εκτός ωραρίου εργασίας, αριθμούς παρτίδων τουλάχιστον για τα φάρμακα που φέρουν τα απαιτούμενα από τη νομοθεσία χαρακτηριστικά ασφαλείας και τις παραδιδόμενες ποσότητες), συμπεριλαμβανομένων εκείνων για τα εξαγόμενα προϊόντα και τα δείγματα φαρμάκων.

4.7. Δραστηριότητες που ανατίθενται σε τρίτους

4.7.1. Βασική Αρχή

Κάθε δραστηριότητα που εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του GDP και ανατίθεται σε τρίτους πρέπει να ορίζεται, να συμφωνείται και να ελέγχεται σωστά, ώστε να αποφεύγονται ή/και να προλαμβάνονται καταστάσεις που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την ποιότητα και την

ακεραιότητα του προϊόντος. Πρέπει να υπάρχει γραπτή σύμβαση μεταξύ του αναθέτοντος και του αναδόχου της σύμβασης, η οποία να καθορίζει με σαφήνεια τα καθήκοντα αλλά και τις ευθύνες κάθε μέρους.

4.7.2. Σημεία εφαρμογής

Ο αναθέτων την σύμβαση είναι υπεύθυνος αφενός για τις δραστηριότητες που αναθέτει και αφετέρου για την αξιολόγηση της ικανότητας του αναδόχου να εκτελεί επιτυχώς τις απαιτούμενες εργασίες και για τη διασφάλιση ότι τηρούνται οι αρχές και οι κατευθυντήριες γραμμές του GDP. Ο έλεγχος του αναδόχου πρέπει να διενεργείται πριν από την έναρξη των δραστηριοτήτων που ανατίθενται, καθώς και κάθε φορά που υπάρχει αλλαγή σε αυτές. Γενικά οι έλεγχοι θα πρέπει να επιτρέπονται ανά πάσα στιγμή ωστόσο η συχνότητα θα πρέπει να καθορίζεται με βάση τον κίνδυνο και ανάλογα με τη φύση των δραστηριοτήτων που ανατίθενται. Ο αναθέτων την σύμβαση θα πρέπει να παρέχει στον ανάδοχο όλες τις πληροφορίες που είναι απαραίτητες για την εκτέλεση των συμβατικών του υποχρεώσεων σύμφωνα με τις ειδικές απαιτήσεις του προϊόντος ή/και κάθε άλλη νομοκανονιστική απαίτηση.

Ο ανάδοχος της σύμβασης θα πρέπει να διαθέτει επαρκείς εγκαταστάσεις και εξοπλισμό, διαδικασίες, γνώσεις και εμπειρία, καθώς και ικανό προσωπικό για την εκτέλεση των εργασιών που του έχουν ανατεθεί από τον ανάδοχο της σύμβασης. Ο ανάδοχος της σύμβασης δεν έχει τη δυνατότητα να μεταβιβάζει σε τρίτους τις εργασίες που του ανατίθενται βάσει της σύμβασης, χωρίς την προηγούμενη ενημέρωση, αξιολόγηση και έγκριση από τον αναθέτων την σύμβαση ενώ απαιτείται επιπλέον και η πραγματοποίηση ελέγχου του τρίτου από τον ανάδοχο της σύμβασης. Ο ανάδοχος της σύμβασης θα πρέπει να απέχει από κάθε δραστηριότητα που μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την ποιότητα των προϊόντων που διακινεί για λογαριασμό του αναθέτοντα και δεσμεύεται να διαβιβάζει κάθε πληροφορία που ενδέχεται να επηρεάσει την ποιότητα σύμφωνα με τις απαιτήσεις της σύμβασης.

4.8. Αυτοεπιθεώρηση

4.8.1. Βασική Αρχή

Οι αυτοεπιθεωρήσεις πρέπει να διενεργούνται έχοντας ως σκοπό αφενός την παρακολούθηση της εφαρμογής και της συμμόρφωσης με τις αρχές του GDP και αφετέρου την πρόταση των αναγκαίων διορθωτικών μέτρων, όπου η λήψη τέτοιων απαιτούνται.

4.8.2. Σημεία εφαρμογής

Το πρόγραμμα αυτοεπιθεώρησης που θα πρέπει να εφαρμόζεται εντός προκαθορισμένου χρονικού πλαισίου θα πρέπει να έχει ως στόχο την κάλυψη όλων των πτυχών του GDP και την επιβεβαίωση της συμμόρφωσης με τους κανονισμούς, τις κατευθυντήριες γραμμές και τις διαδικασίες. Οι αυτοεπιθεωρήσεις θα πρέπει να διεξάγονται με αμερόληπτο και λεπτομερή τρόπο από ορισμένο αρμόδιο προσωπικό της εταιρείας. Οι έλεγχοι από ανεξάρτητους εξωτερικούς εμπειρογνώμονες μπορεί επίσης να είναι χρήσιμοι, αλλά δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως υποκατάστατο της αυτοεπιθεώρησης. Όλες οι αυτοεπιθεωρήσεις πρέπει να καταγράφονται και οι εκθέσεις πρέπει να περιέχουν όλες τις παρατηρήσεις που έγιναν κατά την επιθεώρηση. Αντίγραφο της έκθεσης θα πρέπει να παρέχεται στη διοίκηση και σε άλλα αρμόδια πρόσωπα. Σε περίπτωση που παρατηρούνται αποκλίσεις ή/και ελλείψεις, θα πρέπει να προσδιορίζεται η αιτία τους και να καταγράφονται και να παρακολουθούνται οι διορθωτικές και προληπτικές ενέργειες (CAPAs).

4.9. Μεταφορά

4.9.1. Βασική Αρχή

Η προστασία των φαρμάκων από θραύση, νοθεία και κλοπή αλλά και η διασφάλιση της διατήρησης των συνθηκών θερμοκρασίας εντός αποδεκτών ορίων κατά τη διάρκεια της μεταφοράς είναι ευθύνη του χονδρέμπορου ο οποίος θα πρέπει να είναι σε θέση να αποδείξει ότι τα φάρμακα δεν έχουν εκτεθεί σε συνθήκες που ενδέχεται να θέσουν σε κίνδυνο την ποιότητα και

την ακεραιότητά τους, ανεξάρτητα από τον τρόπο που έχει επιλεγεί για τη μεταφορά τους. Επίσης ο σχεδιασμός της μεταφοράς θα πρέπει να πραγματοποιείται κατόπιν ανάλυσης/αξιολόγησης των πιθανών κινδύνων που ενδεχομένως προκύπτουν.

4.9.2. Σημεία εφαρμογής

Οι προβλεπόμενες συνθήκες αποθήκευσης των φαρμάκων – οι οποίες περιγράφονται από τους παρασκευαστές και συχνά αναγράφονται στην εξωτερική συσκευασία - θα πρέπει να διατηρούνται εντός των καθορισμένων ορίων καθ' όλη την διάρκεια της μεταφοράς και σε περίπτωση απόκλισης αυτή θα πρέπει να γνωστοποιείται στους αρμόδιους ώστε να διερευνηθεί και να διαχειριστεί σύμφωνα με την αντίστοιχη διαδικασία που εφαρμόζεται σε περιπτώσεις θερμοκρασιακών αποκλίσεων.

Η μεταφορά θα πρέπει να πραγματοποιείται με την χρήση οχημάτων κατάλληλων για αυτή την εργασία και να διαθέτουν κατάλληλο εξοπλισμό ώστε να αποτρέπεται η έκθεση των προϊόντων σε συνθήκες που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την ποιότητα και την ακεραιότητα της συσκευασίας τους. Η συντήρηση των οχημάτων και του εξοπλισμού που εμπλέκονται στη διαδικασία διανομής θα πρέπει να περιγράφεται σε γραπτές διαδικασίες όπου θα καθορίζονται ο τρόπος/συχνότητα καθαρισμού, οι προφυλάξεις ασφαλείας, αλλά και η βαθμονόμηση που θα πρέπει να πραγματοποιείται σε τακτά χρονικά διαστήματα και τουλάχιστον μία φορά το χρόνο.

Οι παραδόσεις θα πρέπει να γίνονται στη διεύθυνση που αναφέρεται στο δελτίο αποστολής και τα φαρμακευτικά προϊόντα δεν επιτρέπεται να αφήνονται σε εναλλακτικές εγκαταστάσεις. Σε περίπτωση επείγουσας παράδοσης εκτός του κανονικού ωραρίου λειτουργίας, θα πρέπει να ορίζονται άτομα και να υπάρχουν γραπτές διαδικασίες ενώ όταν η μεταφορά πραγματοποιείται από τρίτο μέρος, η ισχύουσα σύμβαση θα πρέπει να περιλαμβάνει τις αντίστοιχες απαιτήσεις όπως αυτές περιεγράφηκαν προηγουμένως.

Τα φαρμακευτικά προϊόντα θα πρέπει να μεταφέρονται σε περιέκτες που προσφέρουν επαρκή προστασία από εξωτερικές επιδράσεις και η επιλογή τους θα πρέπει να πραγματοποιείται λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως τις απαιτήσεις αποθήκευσης και μεταφοράς των προϊόντων, τις αναμενόμενες ακραίες εξωτερικές θερμοκρασίες, τον εκτιμώμενο μέγιστο χρόνο

μεταφοράς (συμπεριλαμβανομένης της ενδιάμεσης αποθήκευσης στο τελωνείο). Οι περιέκτες θα πρέπει επιπλέον να φέρουν ετικέτες που παρέχουν επαρκείς πληροφορίες σχετικά με τις απαιτήσεις χειρισμού και αποθήκευσης αλλά και τις προφυλάξεις, ώστε να διασφαλίζεται ότι τα προϊόντα χειρίζονται και ασφαρίζονται σωστά ανά πάσα στιγμή και να επιτρέπουν την ταυτοποίηση του περιεχομένου αλλά και της προέλευσης του.

Αναφορικά με τις παραδόσεις φαρμάκων που απαιτούν ειδικές συνθήκες, ο χονδρέμπορος διανομέας θα πρέπει να διατηρεί μια ασφαλή αλυσίδα εφοδιασμού σύμφωνα με τις απαιτήσεις που καθορίζονται από τα οικεία κράτη μέλη και παράλληλα να υπάρχουν πρόσθετα συστήματα ελέγχου, π.χ. πρωτόκολλο για την αντιμετώπιση τυχόν κλοπής. Οι ενέργειες που λαμβάνουν χώρα και σχετίζονται με την παράδοση ευαίσθητων προϊόντων αλλά και ο έλεγχος των εποχιακών διακυμάνσεων της θερμοκρασίας πρέπει να περιγράφονται σε γραπτές διαδικασίες.

Τα ευαίσθητα στη θερμοκρασία φαρμακευτικά προϊόντα, θα πρέπει να μεταφέρονται με ειδικό εξοπλισμό (π.χ. ισοθερμικά κιβώτια ή οχήματα με ελεγχόμενη θερμοκρασία) για να διασφαλίζεται η διατήρηση των σωστών συνθηκών κατά την διάρκεια της μεταφοράς. Στην περίπτωση οχημάτων με ελεγχόμενη θερμοκρασία, απαιτείται η πραγματοποίηση χαρτογράφησης της θερμοκρασίας σε αντιπροσωπευτικές συνθήκες, η συντήρηση και η βαθμονόμηση των οργάνων παρακολούθησης θερμοκρασίας λαμβάνοντας πάντοτε υπόψη τις θερμοκρασιακές μεταβολές ανάλογα με την εποχή.

Επίσης ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δίνεται στον χειρισμό των υλικών συσκευασίας που χρησιμοποιούνται στις περιπτώσεις φαρμάκων που απαιτούν ιδιαίτερες συνθήκες αποθήκευσης συνεπώς το αρμόδιο προσωπικό θα πρέπει να είναι άρτια εκπαιδευμένο στις σχετικές διαδικασίες (π.χ. εποχιακές διαμορφώσεις, διαχωρισμός μεταξύ κατεψυγμένων και παγωμένων παγοκυστών). Τέλος θα πρέπει να είναι διαθέσιμα στους πελάτες και σε οποιοδήποτε ενδιαφερόμενο μέρος εφόσον ζητηθούν στοιχεία που να επιβεβαιώνουν ότι τα προϊόντα βρίσκονταν κατά τη διάρκεια της μεταφοράς σε συνθήκες οι οποίες συμμορφώνονταν με τα προκαθορισμένα από τον παραγωγό όρια αποθήκευσης.

4.10. Ειδικές διατάξεις για τους μεσίτες/μεσολαβητές

4.10.1. Βασική Αρχή

Ο "μεσίτης" είναι το πρόσωπο που συμμετέχει σε δραστηριότητες σχετικά με την πώληση ή την αγορά φαρμάκων, εκτός από τη χονδρική πώληση, οι οποίες δεν περιλαμβάνουν φυσικό χειρισμό και συνίστανται σε διαπραγμάτευση ανεξάρτητα και για λογαριασμό άλλου νομικού ή φυσικού προσώπου.

Οι μεσίτες υπόκεινται σε υποχρέωση εγγραφής και υποχρεούνται να δηλώσουν στο κράτος στο οποίο είναι δηλωμένοι και δραστηριοποιούνται τα στοιχεία επικοινωνίας τους καθώς και κάθε ενδεχόμενη αλλαγή άμεσα και χωρίς καθυστέρηση. Εξ ορισμού, οι μεσίτες δεν προμηθεύονται, δεν προμηθεύουν ούτε διατηρούν φάρμακα στην κατοχή τους και ως εκ τούτου, δεν ισχύουν οι απαιτήσεις για τους χώρους, τις εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό που ορίζονται στην οδηγία 2001/83/EK. Ωστόσο, όλοι οι άλλοι κανόνες της οδηγίας 2001/83/EK που ισχύουν για τους χονδρεμπόρους ισχύουν και για τους μεσίτες.

4.10.2. Σημεία εφαρμογής

Οι μεσίτες υποχρεούνται να διαθέτουν τεκμηριωμένο σύστημα ποιότητας το οποίο εγκρίνεται, αναθεωρείται ως απαιτείται και καθορίζει τις αρμοδιότητες, τις διαδικασίες και τη διαχείριση κινδύνων σε σχέση με τις δραστηριότητές τους. Επιπλέον οφείλει να περιλαμβάνει σχέδιο έκτακτης ανάγκης το οποίο εξασφαλίζει την αποτελεσματική ανάκληση φαρμάκων σε περίπτωση που δοθεί σχετική εντολή από τον παραγωγό ή τις αρμόδιες αρχές ή πραγματοποιείται σε συνεργασία με έναν από τους δύο προαναφερόμενους φορείς. Οι αρμόδιες αρχές πρέπει να ενημερώνονται αμέσως για τυχόν υποψίες ψευδεπίγραφων φαρμάκων που εμφανίζονται στην εφοδιαστική αλυσίδα.

Αναφορικά με το προσωπικό κάθε μέλος του προσωπικού που εμπλέκεται στις δραστηριότητες διαμεσολάβησης θα πρέπει να είναι γνώστης της ισχύουσας ευρωπαϊκής και εθνική νομοθεσία και στα θέματα που αφορούν τα ψευδεπίγραφα φάρμακα.

Τέλος και οι μεσίτες οφείλουν να διατηρούν την απαιτούμενη τεκμηρίωση όπως αυτή περιεγράφηκε στο κεφάλαιο 4. Τα ελάχιστα προαπαιτούμενα για την ικανοποίηση της απαίτησης από τους μεσίτες είναι τα ακόλουθα:

- διαδικασία για τον χειρισμό των παραπόνων,
- διαδικασία ενημέρωσης των αρμόδιων αρχών και των κατόχων άδειας κυκλοφορίας για ύποπτα ψευδεπίγραφα φάρμακα,
- διαδικασία για την υποστήριξη των ανακλήσεων,
- διαδικασία για τη διασφάλιση ότι τα φάρμακα που διακινούνται με μεσιτεία διαθέτουν άδεια κυκλοφορίας,
- διαδικασία για την εξακρίβωση ότι οι προμηθεύοντες χονδρέμποροι τους διαθέτουν άδεια διανομής, οι προμηθεύοντες κατασκευαστές ή εισαγωγείς τους διαθέτουν άδεια παρασκευής και οι πελάτες τους έχουν άδεια προμήθειας φαρμάκων στο οικείο κράτος μέλος,
- τήρηση αρχείων είτε με τη μορφή τιμολογίων αγοράς/πώλησης είτε σε ηλεκτρονικό υπολογιστή, είτε με οποιαδήποτε άλλη μορφή για κάθε συναλλαγή φαρμάκων που διακινούνται με μεσιτεία, τα οποία θα πρέπει να περιέχουν τουλάχιστον τις ακόλουθες πληροφορίες: ημερομηνία- ονομασία του φαρμάκου- ποσότητα που διακινείται με μεσιτεία- όνομα και διεύθυνση του προμηθευτή και του πελάτη- και αριθμό παρτίδας τουλάχιστον για τα προϊόντα που φέρουν τα χαρακτηριστικά ασφαλείας.

Τα αρχεία πρέπει να τίθενται στη διάθεση των αρμόδιων αρχών, για σκοπούς επιθεώρησης, για το χρονικό διάστημα που ορίζει η εθνική νομοθεσία, αλλά τουλάχιστον για πέντε έτη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΕΡΕΥΝΑ

Σκοπός της έρευνας που αποτελεί αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής εργασίας ήταν η διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών αναφορικά με την διανομή φαρμακευτικών προϊόντων. Για την πραγματοποίηση της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων τα οποία απαντήθηκαν από τους συμμετέχοντες οι οποίοι ήταν εργαζόμενοι σε φαρμακεία νοσοκομείων, φαρμακεία ΕΟΠΥΥ και ιδιωτικά φαρμακεία. Τα ερωτηματολόγια δημιουργήθηκαν μέσω της εφαρμογής Google Forms και διανεμήθηκαν μέσω μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στα φαρμακεία των προαναφερόμενων οργανισμών κατά την περίοδο του Ιουνίου του 2023. Οι απαντήσεις των ερωτηματολογίων ήταν ανώνυμες και παρότι τα ερωτηματολόγια ζητούσαν από τους συμμετέχοντες να συμπληρώσουν την επωνυμία του οργανισμού στον οποίο εργάζονται/εκπροσωπούν, αυτό έγινε καθαρά και μόνο για λόγους ταυτοποίησης και διασφάλισης εγκυρότητας της έρευνας, γι' αυτό και δεν θα παρουσιαστούν. Για τον λόγο αυτό δεν θα παρουσιαστεί και η γεωγραφική περιοχή (νομός) καθώς στις περιπτώσεις των νοσοκομείων και των φαρμακείων ΕΟΠΥΥ θα μπορούσε να οδηγήσει σε ταυτοποίηση του οργανισμού. Η γεωγραφική κατανομή του δείγματος παρουσιάζεται σε όρους γεωγραφική περιφέρειας.

Προκειμένου να συμβάλουμε στην αποτελεσματικότητα της έρευνας, επιχειρήθηκε η έκταση του ερωτηματολογίου να είναι λογική ώστε να μην κουράζει τους συμμετέχοντες και οι ερωτήσεις να είναι κλειστού τύπου (πολλαπλής επιλογής, κλίμακα αξιολόγησης) με εξαίρεση την τελευταία η οποία καλούσε τους συμμετέχοντες να αναφέρουν άλλους παράγοντες που τυχόν επηρεάζουν το επίπεδο ικανοποίησης αναφορικά με την συνεργασία με τους προμηθευτές. Ωστόσο η τελευταία αυτή ερώτηση δεν απαιτούσε υποχρεωτική απάντηση και ο προαιρετικός αυτός χαρακτήρας δυστυχώς την άφησε αναπάντητη από την συντριπτική πλειοψηφία των συμμετεχόντων.

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε και το οποίο παρουσιάζεται στο Παράρτημα 1, αποτελείται από δύο μέρη. Το μέρος Α' αποτελείται από 8 Γενικές Ερωτήσεις που σκοπό έχουν να προσδιορίσουν το είδος του οργανισμού, την γεωγραφική περιοχή στην οποία υπάγεται αλλά και κάποια επιπλέον στοιχεία αναφορικά με τους προμηθευτές του. Το μέρος Β' περιλαμβάνει εικοσιδύο (22) ερωτήσεις κλειστού τύπου σε 5-βάθμια κλίμακα Likert (1-5) οι οποίες σχετίζονται

με την αξιολόγηση των προμηθευτών και έχουν ως στόχο τον προσδιορισμό των παραγόντων ικανοποίησης αναφορικά με την διανομή φαρμακευτικών προϊόντων. Η κλίμακα Likert (συνήθως) παρέχει πέντε πιθανές απαντήσεις σε μια δήλωση ή ερώτηση που επιτρέπει στους συμμετέχοντες στην έρευνα να δηλώσουν τη θετική προς αρνητική ένταση της συμφωνίας τους ή τη δύναμη του συναισθήματός τους σχετικά με την ερώτηση ή τη δήλωση (Likert, R. 1932).

Οι κλίμακες Likert έχουν το πλεονέκτημα ότι δεν αναμένουν μια απλή απάντηση ναι/όχι από τον ερωτώμενο, αλλά επιτρέπουν βαθμούς γνώμης ή ακόμη και καθόλου γνώμη. Ως εκ τούτου, παρέχουν τη δυνατότητα λήψης ποσοτικών δεδομένων, γεγονός που διευκολύνει την σχετικά εύκολη ανάλυση δεδομένων, ενώ το γεγονός πως τα ερωτηματολόγια είναι ανώνυμα συμβάλλει σημαντικά στην παροχή αντικειμενικών απαντήσεων έναντι αυτών που θεωρούνται «κοινωνικά αποδεκτές». Ο Paulhus (1984) διαπίστωσε ότι σε περιπτώσεις που ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες να αναφέρουν τα ονόματα, τις διευθύνσεις ή/και αριθμούς τηλεφώνου στο ερωτηματολόγιο, δόθηκαν περισσότερες «κοινωνικά αποδεκτές» απαντήσεις συγκριτικά με όταν δεν ζητήθηκαν από τους συμμετέχοντες πληροφορίες που θα μπορούσαν να τους ταυτοποιήσουν. Ωστόσο, όπως συμβαίνει σε όλες οι έρευνες, η εγκυρότητα της έρευνας που πραγματοποιείται με την χρήση της κλίμακας Likert θα μπορούσε να διακυβευθεί λόγω της παροχής «κοινωνικά αποδεκτών» απαντήσεων όπως αναφέρθηκε προηγουμένως.

5.1. Περιγραφή δείγματος

Στην διεξαγωγή της παρούσας έρευνας, το σημαντικότερο κομμάτι ήταν η επιλογή του δείγματος. Γενικά στις ερευνητικές μελέτες που βασίζονται σε ερωτηματολόγια, η επιλογή αντιπροσωπευτικού δείγματος είναι καθοριστικής σημασίας τόσο για τη διασφάλιση της εγκυρότητας όσο και για την εξαγωγή συμπερασμάτων μέσω της γενίκευσης των ευρημάτων. Ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα οφείλει να αναφέρεται σε ένα υποσύνολο του πληθυσμού-στόχου που αντικατοπτρίζει με ακρίβεια τα χαρακτηριστικά του.

Το πρώτο βήμα για την επιλογή αντιπροσωπευτικού δείγματος είναι ο σαφής ορισμός του πληθυσμού-στόχου. Ο πληθυσμός-στόχος αναφέρεται στην ομάδα ατόμων στην οποία ο

ερευνητής θέλει να γενικεύσει τα ευρήματα, υπό αυτό το πρίσμα είναι ιδιαίτερα σημαντικό να προσδιοριστούν επακριβώς τα χαρακτηριστικά, τα δημογραφικά στοιχεία και οι σχετικές παράμετροι του πληθυσμού-στόχου, ώστε να καθοδηγηθεί η διαδικασία δειγματοληψίας (Babbie, 2016). Στην περίπτωση μας ο πληθυσμός-στόχος ήταν τα φαρμακεία νοσοκομείων, τα φαρμακεία ΕΟΠΥΥ και τα ιδιωτικά φαρμακεία.

Αφού καθορίστηκε ο πληθυσμός-στόχος, το επόμενο βήμα ήταν ο καθορισμός ενός πλαισίου δειγματοληψίας. Το πλαίσιο δειγματοληψίας δεν είναι παρά ένας κατάλογος ή μια αναπαράσταση των ατόμων που είναι επιλέξιμα να συμμετάσχουν στη μελέτη. Θα μπορούσε να ληφθεί από διάφορες πηγές, όπως επίσημα αρχεία, καταλόγους μελών ή βάσεις δεδομένων (Bryman, 2016). Για τους σκοπούς της υπό μελέτης έρευνας το πλαίσιο δειγματοληψίας ήταν τα φαρμακεία νοσοκομείων και ΕΟΠΥΥ για τα οποία η ηλεκτρονική τους διεύθυνση (e-mail) ήταν διαθέσιμη στο διαδίκτυο. Για τα ιδιωτικά φαρμακεία, δεδομένου και του μεγάλου αριθμού τους, ήταν σχεδόν αδύνατη η αποστολή των ερωτηματολογίων μεμονωμένα και έτσι επιλέχθηκε η ανάρτηση του ερωτηματολογίου σε ομάδα φαρμακοποιών σε γνωστό μέσο κοινωνικής δικτύωσης ενώ σημαντική ήταν και η συμβολή του φαρμακείου «Ιωάννα Ανδρέου & ΣΙΑ Ε.Ε.» (η επωνυμία γνωστοποιείται κατόπιν συγκατάθεσης της υπεύθυνης φαρμακοποιού/ιδιοκτήτριας) στον διαμοιρασμό των ερωτηματολογίων στα ιδιωτικά φαρμακεία.

Αναφορικά με την τεχνική δειγματοληψίας, ενώ η επιλογή της κατάλληλης τεχνικής πραγματοποιείται αφού ληφθούν υπόψη παράγοντες όπως οι στόχοι της έρευνας, ο προϋπολογισμός, οι χρονικοί περιορισμοί και το απαιτούμενο επίπεδο αντιπροσωπευτικότητας (Bryman, 2016). Υπάρχουν τρεις ευρέως διαδεδομένες τεχνικές με την καθεμία να εμφανίζει τόσο πλεονεκτήματα όσο και περιορισμούς.

- Η απλή τυχαία δειγματοληψία κατά την οποία κάθε μέλος του πληθυσμού-στόχου έχει ίσες πιθανότητες να επιλεγεί. Πρόκειται για μια απλή μέθοδο η οποία ωστόσο μπορεί να μην εγγυάται ένα πλήρως αντιπροσωπευτικό δείγμα, ιδίως εάν ο πληθυσμός-στόχος είναι μεγάλος (Babbie, 2016).
- Η στρωματοποιημένη δειγματοληψία κατά την οποία πραγματοποιείται διαίρεση του πληθυσμού-στόχου σε υποομάδες με βάση συγκεκριμένα κριτήρια, όπως η ηλικία, το φύλο ή η γεωγραφική θέση. Στη συνέχεια, επιλέγονται τυχαία δείγματα από κάθε υποομάδα ανάλογα με την εκπροσώπησή τους στον πληθυσμό, εξασφαλίζοντας επαρκή εκπροσώπηση των διαφόρων ομάδων (Bryman, 2016). Η τεχνική αυτή χρησιμοποιήθηκε και στην υπό μελέτη έρευνα αφού ο πληθυσμός χωρίστηκε ανά είδος

οργανισμού (φαρμακεία νοσοκομείων, ΕΟΠΥΥ και ιδιωτικά) αλλά και ανά γεωγραφική περιφέρεια με σκοπό να υπάρχει αντιπροσώπευση όλων των γεωγραφικών περιφερειών της Ελληνικής Επικράτειας.

- Η δειγματοληψία κατά συστάδες η οποία περιλαμβάνει τη διαίρεση του πληθυσμού-στόχου σε συστάδες ή ομάδες, επιλέγονται τυχαία δείγματα συστάδων και όλα τα άτομα εντός των επιλεγμένων συστάδων περιλαμβάνονται στο δείγμα. Η τεχνική αποδεικνύεται χρήσιμη όταν δεν είναι εφικτό να ληφθεί πλήρης κατάλογος των ατόμων του πληθυσμού-στόχου (Bryman, 2016).

Συζητώντας για το δείγμα, δεν θα μπορούσαμε να μην αναφερθούμε στον καθοριστικό ρόλο που διαδραματίζει το μέγεθος του δείγματος στην διασφάλιση της στατιστικής αξιοπιστίας και ακρίβειας. Το μέγεθος του δείγματος εξαρτάται από παράγοντες όπως το επιθυμητό επίπεδο εμπιστοσύνης, η αναμενόμενη μεταβλητότητα εντός του πληθυσμού και το αποδεκτό περιθώριο σφάλματος (Bryman, 2016).

Τέλος ένας σημαντικός παράγοντας που πρέπει να ληφθεί υπόψη αναφορικά με το δείγμα είναι η πιθανή μεροληψία που εισάγεται όταν τα άτομα που επιλέγονται για το δείγμα δεν απαντούν στο ερωτηματολόγιο. Είναι σημαντικό να εξετάζονται οι πιθανοί λόγοι για τη μη ανταπόκριση, όπως η έλλειψη ενδιαφέροντος ή οι χρονικοί περιορισμοί, και να λαμβάνονται τα κατάλληλα μέτρα για την ελαχιστοποίηση των επιπτώσεών της (Babbie, 2016). Οι επακόλουθες υπενθυμίσεις, τα κίνητρα και η σαφής επικοινωνία σχετικά με τη σημασία της συμμετοχής μπορούν να συμβάλουν στον μετριασμό της μεροληψίας μη ανταπόκρισης. Στην περίπτωση μας η μη ανταπόκριση θεωρούμε πως σχετίζεται με την έλλειψη χρόνου ως αποτέλεσμα του φόρτου εργασίας ωστόσο πέραν από την αποστολή υπενθυμίσεων δεν μπορούσαμε να παρέχουμε κάποιο επιπλέον κίνητρο ώστε να αυξηθεί η συμμετοχή στην έρευνα.

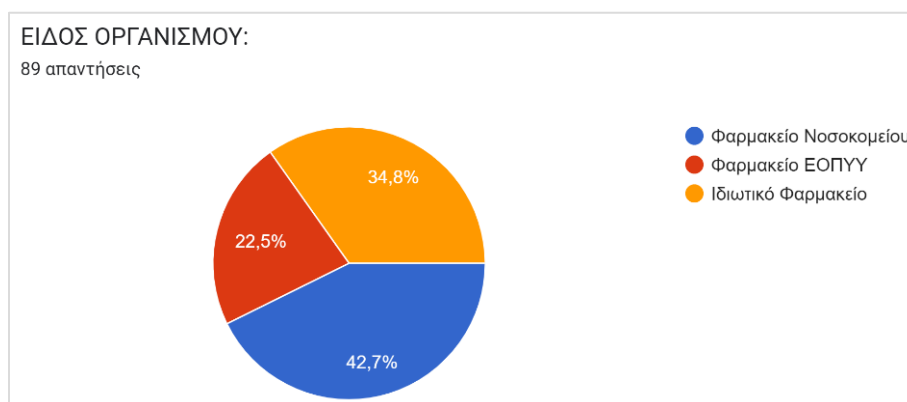
Εξετάζοντας το δείγμα της παρούσας έρευνας, όπως έχει ήδη αναφερθεί, το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε με τη βοήθεια του εργαλείου Google Forms και απεστάλη ηλεκτρονικά σε φαρμακεία δημόσιων και ιδιωτικών νοσοκομείων, φαρμακεία ΕΟΠΥΥ και ιδιωτικά φαρμακεία πανελλαδικά. Ο στόχος ήταν η ύπαρξη ενός δείγματος αντιπροσωπευτικού σε όρους είδους οργανισμού αλλά και γεωγραφικής κατανομής ώστε να είμαστε σε θέση να εξάγουμε ορθά συμπεράσματα σχετικά με το αντικείμενο της έρευνας. Οι αρχικοί παραλήπτες του ερωτηματολογίου ήταν αυτοί για τους οποίους η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του φαρμακείου ήταν διαθέσιμη στο διαδίκτυο, έτσι το ερωτηματολόγιο απεστάλη σε πενήντα (50)

νοσοκομειακά φαρμακεία και τριάντα (30) φαρμακεία ΕΟΠΥΥ. Για τα ιδιωτικά φαρμακεία ο τρόπος διανομής του ερωτηματολογίου, στο συγκεκριμένο είδος οργανισμού, που αναφέρθηκε προηγουμένως δεν μας δίνει τη δυνατότητα να γνωρίζουμε τον ακριβή αριθμό των παραληπτών. Οι απαντήσεις που ελήφθησαν συνολικά ήταν 89, αριθμός όχι μεγάλος αλλά ικανοποιητικός για τους σκοπούς της έρευνας.

Στον Πίνακα 1 αλλά και στο Γράφημα 1 παρακάτω αποτυπώνεται η σύνθεση του δείγματος. Παρατηρείται ότι το ποσοστό συμμετοχής ανήλθε σε 76% (38/50) για τα νοσοκομειακά φαρμακεία και σε 66,67% (20/30) για τα φαρμακεία του ΕΟΠΥΥ.

ΕΙΔΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ	n	%
Φαρμακείο Νοσοκομείου	38	42,7%
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	20	22,5%
Ιδιωτικό Φαρμακείο	31	34,8%

Πίνακας 1: Είδος Οργανισμού



Γράφημα 1: Είδος Οργανισμού

Παρατηρείται ότι στην έρευνα συμμετείχαν 38 φαρμακεία νοσοκομείων (δημοσίων και ιδιωτικών) ποσοστό 42,7% του δείγματος, 20 φαρμακεία ΕΟΠΥΥ δηλαδή ποσοστό 22,5% του δείγματος και 31 Ιδιωτικά Φαρμακεία δηλαδή ποσοστό 34,8% του δείγματος. Το δείγμα μπορεί να θεωρηθεί αντιπροσωπευτικό καθώς συμπεριλαμβάνει επαρκής απαντήσεις από κάθε είδος οργανισμού. Ο μειωμένος αριθμός των απαντήσεων από ΕΟΠΥΥ συγκριτικά με τα νοσοκομεία και τα ιδιωτικά

φαρμακεία, εύκολα εξηγείται από το γεγονός ότι αριθμητικά το πλήθος των φαρμακείων ΕΟΠΥΥ στην Ελλάδα είναι σημαντικά μικρότερο από τα φαρμακεία των νοσοκομείων και τα ιδιωτικά φαρμακεία.

Αναφορικά με την γεωγραφική κατανομή του δείγματος, η σχετική ερώτηση ζητούσε από τους συμμετέχοντες να συμπληρώσουν τον Νομό που δραστηριοποιείται ο οργανισμός που εκπροσωπούν (ο νομός δεν θα παρουσιαστεί προκειμένου να διατηρηθεί η ανωνυμία των συμμετεχόντων) και στη συνέχεια οι νομοί ομαδοποιήθηκαν ανά Περιφέρεια. Στόχος ήταν να υπάρχει αντιπροσώπευση κάθε γεωγραφικής περιφέρειας της Ελλάδας, κάτι που επιτεύχθηκε όπως αποτυπώνεται στον Πίνακα 2 αλλά και στο Γράφημα 2 παρακάτω:

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	n	%
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	4	4,5%
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	2	2,2%
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	30	33,7%
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	4	4,5%
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	4	4,5%
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	2	2,2%
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	4	4,5%
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ	3	3,4%
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	7	7,9%
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	12	13,5%
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	9	10,1%
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	4	4,5%
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	4	4,5%

Πίνακας 2: Περιφέρεια



Γράφημα 2: Περιφέρεια

5.2. Παρουσίαση αποτελεσμάτων

Η αξιοπιστία είναι μια κρίσιμη πτυχή κάθε ερευνητικού μέσου, ιδίως όταν πρόκειται για ερωτηματολόγια, παρέχοντας στους ερευνητές ένα στατιστικό μέτρο εσωτερικής συνέπειας καθώς αξιολογείται ο βαθμός στον οποίο τα στοιχεία του ερωτηματολογίου συσχετίζονται μεταξύ τους σύμφωνα με τον DeVellis, R. F. (2017). Ο δείκτης Cronbach's Alpha βοηθά τους ερευνητές να αξιολογήσουν την αξιοπιστία των εργαλείων τους. Ένα ευρέως χρησιμοποιούμενο στατιστικό μέτρο αξιοπιστίας είναι ο δείκτης Cronbach's Alpha, ένα στατιστικό μέτρο που αξιολογεί την εσωτερική συνοχή ή αξιοπιστία ενός ερωτηματολογίου. Μια υψηλή τιμή του δείκτη Cronbach's Alpha υποδηλώνει ότι τα στοιχεία του ερωτηματολογίου μετρούν με συνέπεια την κατασκευή που μας ενδιαφέρει. Μια χαμηλή τιμή του δείκτη Cronbach's Alpha μπορεί να υποδεικνύει ζητήματα όπως η κακή επιλογή στοιχείων, το ανεπαρκές μέγεθος δείγματος ή η εννοιολογική ασάφεια.

Παρακάτω απεικονίζεται η συσχέτιση της τιμής του δείκτη με τον χαρακτηρισμό της συνοχής:

Τιμή Cronbach's Alpha	Χαρακτηρισμός συνοχής
$\alpha \geq 0,9$	Εξαιρετική
$0,7 \leq \alpha < 0,9$	Καλή
$0,6 \leq \alpha < 0,7$	Δεκτή
$0,5 \leq \alpha < 0,6$	Μικρή
$\alpha < 0,5$	Μη αποδεκτή

Ειδικά για το ερωτηματολόγιο της παρούσας έρευνας τα αποτελέσματα υπολογισμού για το ερωτηματολόγιο αλλά και συνολικά παρουσιάζονται ακολούθως:

Cronbach's Alpha

Alpha

0,8858

Omitted Item Statistics

Omitted Variable	Adj.		Squared		Cronbach's Alpha
	Adj. Total Mean	Total StDev	Item-Adj. Total Corr	Multiple Corr	
1. ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΕΙΝΑΙ Η ΦΗΜΗ	80,955	8,301	0,4906	0,5764	0,8809
2. ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΧΡΟΝ	81,506	8,528	0,2039	0,4650	0,8908
3. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠ	80,843	8,450	0,5668	0,5502	0,8798
4. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ Α	81,079	8,460	0,5024	0,5311	0,8809
5. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠ	81,225	8,553	0,3932	0,5825	0,8834
6. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ	81,472	8,405	0,4262	0,4140	0,8826
7. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ Α	81,169	8,190	0,5691	0,6383	0,8783
8. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ	81,225	8,293	0,5442	0,6208	0,8790
9. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠ	81,169	8,269	0,6419	0,5608	0,8763
10. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ Α	80,820	8,444	0,5009	0,4996	0,8808
11. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ Α	80,820	8,469	0,5430	0,6212	0,8804
12. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ Α	80,787	8,456	0,5500	0,6488	0,8801
13. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ Α	81,090	8,350	0,6048	0,7139	0,8779
14. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ Α	81,169	8,291	0,6255	0,8131	0,8769
15. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ Α	81,146	8,266	0,6428	0,7960	0,8763
16. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ Α	80,978	8,372	0,4771	0,6025	0,8811
17. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ Α	82,146	8,424	0,3058	0,4742	0,8878
18. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ Α	82,371	8,230	0,5946	0,5855	0,8774
19. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ Α	81,326	8,384	0,4581	0,5700	0,8816
20. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ Α	81,697	8,285	0,4550	0,6852	0,8825
21. ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΕΙΝΑΙ Ο ΠΡΟΜ	80,719	8,495	0,3153	0,4195	0,8857
22. ΣΕ ΚΛΙΜΑΚΑ ΑΠΟ 1 ΕΩΣ ΤΟ 5 Π	80,944	8,471	0,5471	0,4911	0,8804

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι σε όλες τις ερωτήσεις, αλλά και στο σύνολο του ερωτηματολογίου η τιμή του δείκτη Cronbach's Alpha είναι κοντά στο 0,9 και έτσι μπορούμε να χαρακτηρίσουμε τη συνοχή του ερωτηματολογίου σχεδόν εξαιρετική.

Το πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου όπως ήδη έχει αναφερθεί αποτελείται από γενικές ερωτήσεις. Εκτός από το είδος του οργανισμού, την επωνυμία που χρησιμοποιήθηκε καθαρά για λόγους ταυτοποίησης και επιβεβαίωσης εγκυρότητας των απαντήσεων και δεν θα παρουσιαστεί για λόγους εμπιστευτικότητας και την γεωγραφική περιοχή που παρουσιάζεται σε όρους γεωγραφικής περιφέρειας, υπήρχαν ερωτήσεις όπως αυτές που παρουσιάζονται παρακάτω με τα αποτελέσματά τους.

- ΘΕΣΗ ΠΟΥ ΚΑΤΕΧΕΤΕ ΣΤΟΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ

Όπως φαίνεται στον Πίνακα 3 και το αντίστοιχο Γράφημα 3, η συντριπτική πλειοψηφία όσων απάντησαν δηλαδή 75 από τους 89 (84,3%) έχουν την θέση του Υπεύθυνου Φαρμακοποιού, 6 από τους 89 (6,7%) είναι ιδιοκτήτες φαρμακείων, χωρίς να αποκλείεται το ενδεχόμενο να είναι και φαρμακοποιοί, 4 (4,5%) είναι προϊστάμενοι φαρμακείου, 3 (3,4%) διευθυντές νοσοκομειακού φαρμακείου και 1 (1,1%) διοικητικός υπάλληλος. Από τα παραπάνω γίνεται εύκολα αντιληπτό το υψηλό επίπεδο των συμμετεχόντων, γεγονός που προσδίδει εγκυρότητα στις απαντήσεις και κατ' επέκταση στην έρευνα.

ΘΕΣΗ ΠΟΥ ΚΑΤΕΧΕΤΕ ΣΤΟΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ	n	%
ΔΕ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ	1	1,1%
ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΑΚΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	3	3,4%
ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	6	6,7%
ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	4	4,5%
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	75	84,3%

Πίνακας 3: Θέση που κατέχετε στον οργανισμό



Γράφημα 3: Θέση που κατέχετε στον οργανισμό

- ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΑΜΕΣΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;

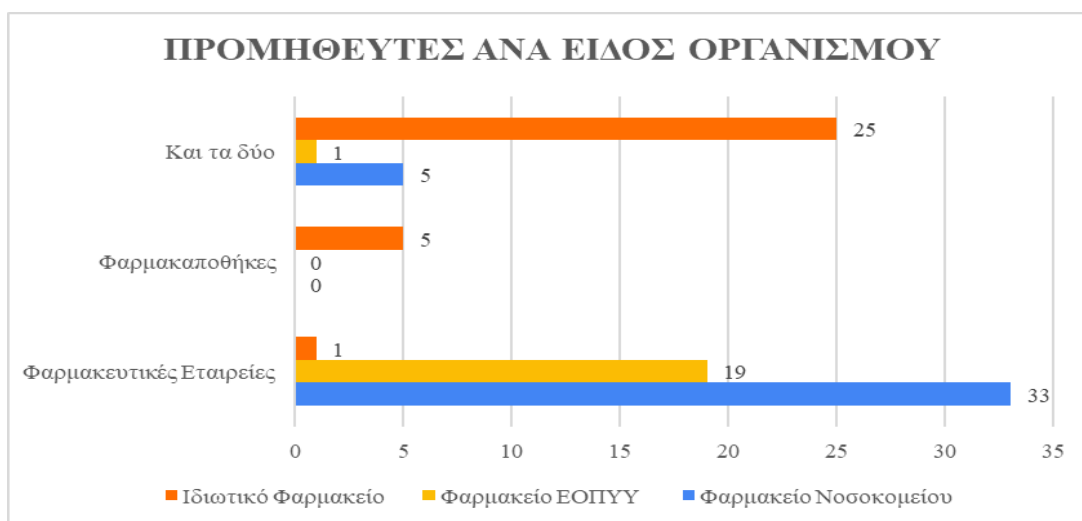
Στην ερώτηση αναφορικά με τους προμηθευτές φαρμακευτικών προϊόντων όπως φαίνεται στον Πίνακα 4 και το αντίστοιχο Γράφημα 4, το 59,6% (53/89) ανέφερε πως ο άμεσος προμηθευτής είναι οι φαρμακευτικές εταιρείες. Από αυτούς σύμφωνα με το Γράφημα 5 τα 33 είναι Φαρμακεία Νοσοκομείων, τα 19 Φαρμακεία ΕΟΠΥΥ και μόλις 1 Ιδιωτικό Φαρμακείο. Το 34,8% (31/89) ανέφερε πως ο άμεσος προμηθευτής είναι οι τόσο φαρμακευτικές εταιρείες όσο και φαρμακαποθήκες. Από αυτούς σύμφωνα με το Γράφημα 5 οι 25 είναι Ιδιωτικά Φαρμακεία, τα 5 Φαρμακεία Νοσοκομείων και 1 είναι Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ. Τέλος 5 Ιδιωτικά Φαρμακεία δήλωσαν πως προμηθεύονται προϊόντα μόνο από φαρμακαποθήκες.

ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΑΜΕΣΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;	n	%
Φαρμακευτικές Εταιρείες	53	59,6%
Φαρμακαποθήκες	5	5,6%
Και τα δύο	31	34,8%

Πίνακας 4: Ποιοι είναι οι άμεσοι προμηθευτές σας αναφορικά με τα φαρμακευτικά προϊόντα;



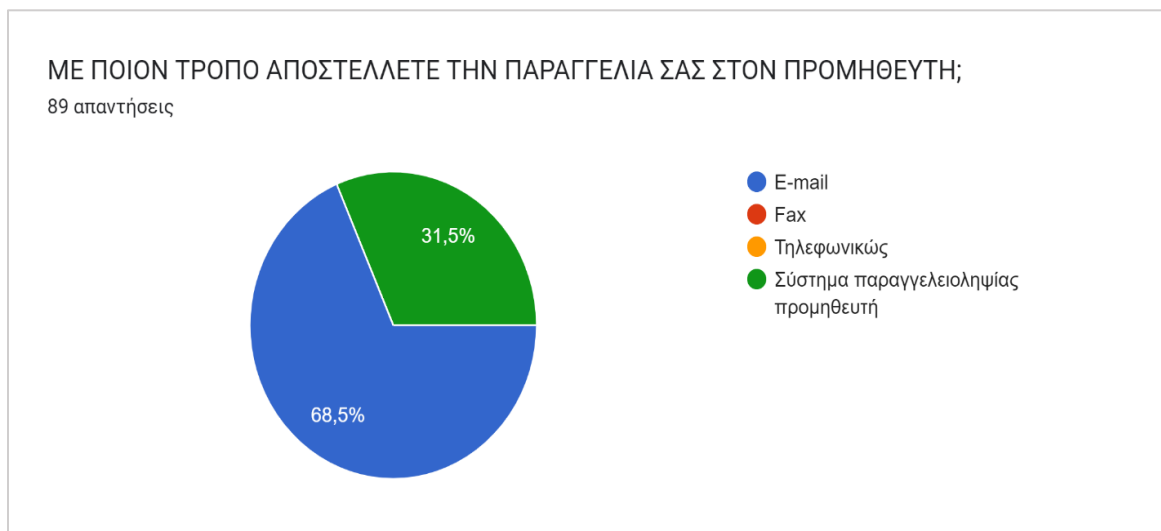
Γράφημα 4: Ποιοι είναι οι άμεσοι προμηθευτές σας αναφορικά με τα φαρμακευτικά προϊόντα;



Γράφημα 5: Προμηθευτές ανά είδος οργανισμού

• ΜΕ ΠΟΙΟΝ ΤΡΟΠΟ ΑΠΟΣΤΕΛΛΕΤΕ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΣΑΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;

Στην ερώτηση σχετικά με τον τρόπο αποστολής της παραγγελίας στον προμηθευτή εντύπωση προκαλεί πως το 68,5% χρησιμοποιεί το παραδοσιακό e-mail ενώ μόλις το 31,5%, όπως φαίνεται στο Γράφημα 6. Το παραπάνω αιτιολογείται από το γεγονός πως το υψηλό ποσοστό του 68,5% αφορά σε Φαρμακεία Νοσοκομείων και ΕΟΠΥΥ. Αφορά δηλαδή ως επι το πλείστον το δημόσιο τομέα που εξυπηρετείται απευθείας από φαρμακευτικές εταιρείες. Αντίθετα τα ιδιωτικά φαρμακεία που εξυπηρετούνται τόσο από φαρμακευτικές εταιρείες όσο και φαρμακαποθήκες χρησιμοποιούν το σύστημα παραγγελειοληψίας του προμηθευτή.



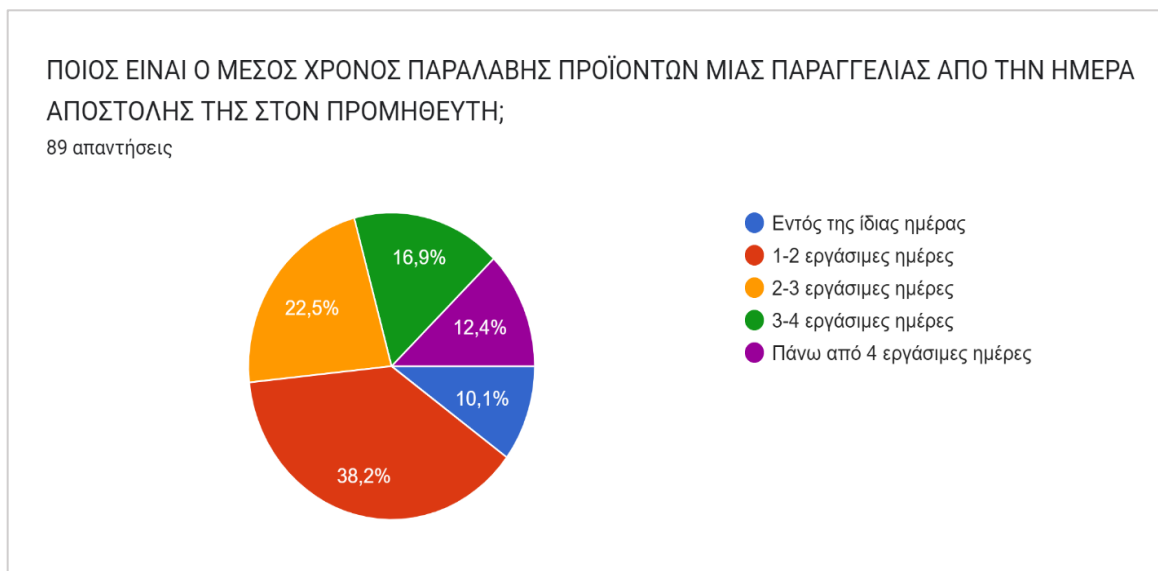
Γράφημα 6: Με ποιον τρόπο αποστέλλετε την παραγγελία σας στον προμηθευτή;

- ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΜΕΣΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΙΑΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΤΗΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;

Αναφορικά με τον χρόνο παραλαβής των προϊόντων, όπως φαίνεται στον Πίνακα 5 αλλά και το Γράφημα 7, αυτός ποικίλει από την ίδια ημέρα έως και πάνω από 4 εργάσιμες ημέρες και καθορίζεται από παράγοντες όπως η περιοχή αλλά και ο τρόπος αποστολής των προϊόντων από τον προμηθευτή προς τον πελάτη. Ενδεικτικό, και αναμενόμενο βέβαια, είναι ότι οι μεγαλύτεροι χρόνοι παράδοσης σημειώνονται σε περιπτώσεις αποστολής μέσω εταιρειών ταχυμεταφοράς αλλά και σε γεωγραφικές περιοχές της νησιωτικής Ελλάδας.

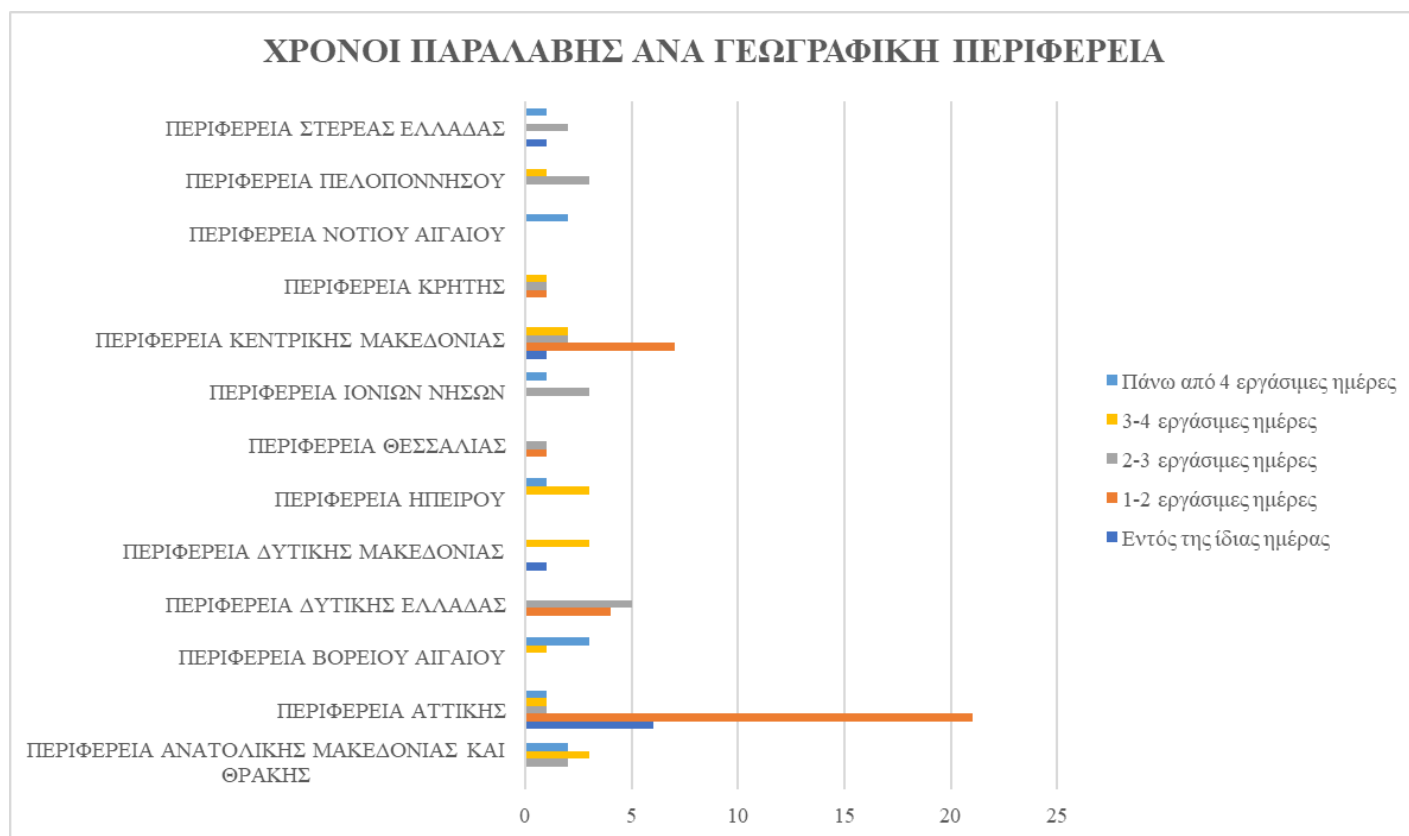
ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΜΕΣΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΙΑΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΤΗΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;	n	%
Εντός της ίδιας ημέρας	9	10,1%
1-2 εργάσιμες ημέρες	34	38,2%
2-3 εργάσιμες ημέρες	20	22,5%
3-4 εργάσιμες ημέρες	15	16,9%
Πάνω από 4 εργάσιμες ημέρες	11	12,4%

Πίνακας 5: Ποιος είναι ο μέσος χρόνος παραλαβής προϊόντων μιας παραγγελίας από την ημέρα αποστολής της στον προμηθευτή;



Γράφημα 7: Ποιος είναι ο μέσος χρόνος παραλαβής προϊόντων μιας παραγγελίας από την ημέρα αποστολής της στον προμηθευτή;

Όπως φαίνεται στο Γράφημα 8 το οποίο απεικονίζει τους χρόνους παραλαβής σε συνάρτηση με τη Γεωγραφική Περιφέρεια στην οποία βρίσκεται ο πελάτης, σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων, παρατηρείται ότι παραδόσεις εντός της ίδια ημέρας πραγματοποιούνται σε πελάτες οι οποίοι βρίσκονται στις Περιφέρειες Αττικής, Δυτικής Μακεδονίας, Κεντρικής Μακεδονίας και Στερεάς Ελλάδας. Η πλειοψηφία των παραδόσεων πραγματοποιείται εντός 1-2 εργάσιμων ημερών και αφορά πελάτες στις Περιφέρειες Αττικής, Δυτικής Ελλάδας, Θεσσαλίας, Κεντρικής Μακεδονίας και Κρήτης. Σε διάστημα 2-3 εργάσιμων ημερών παραλαμβάνουν τις παραγγελίες τους πελάτες στις Περιφέρειες Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Αττικής, Δυτικής Ελλάδας, Θεσσαλίας, Ιονίων Νήσων, Κεντρικής Μακεδονίας, Κρήτης, Πελοποννήσου και Στερεάς Ελλάδας. Παραδόσεις πραγματοποιούνται εντός 3-4 εργάσιμων ημερών σε πελάτες που βρίσκονται στις Περιφέρειες Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Αττικής, Βορείου Αιγαίου, Δυτικής Μακεδονίας, Ηπείρου, Κεντρικής Μακεδονίας, Κρήτης και Πελοποννήσου. Τέλος αυξημένοι χρόνοι παράδοσης άνω των 4 εργάσιμων ημερών καταγράφηκαν στις Περιφέρειες



Γράφημα 8: Χρόνοι παραλαβής ανά γεωγραφική περιφέρεια

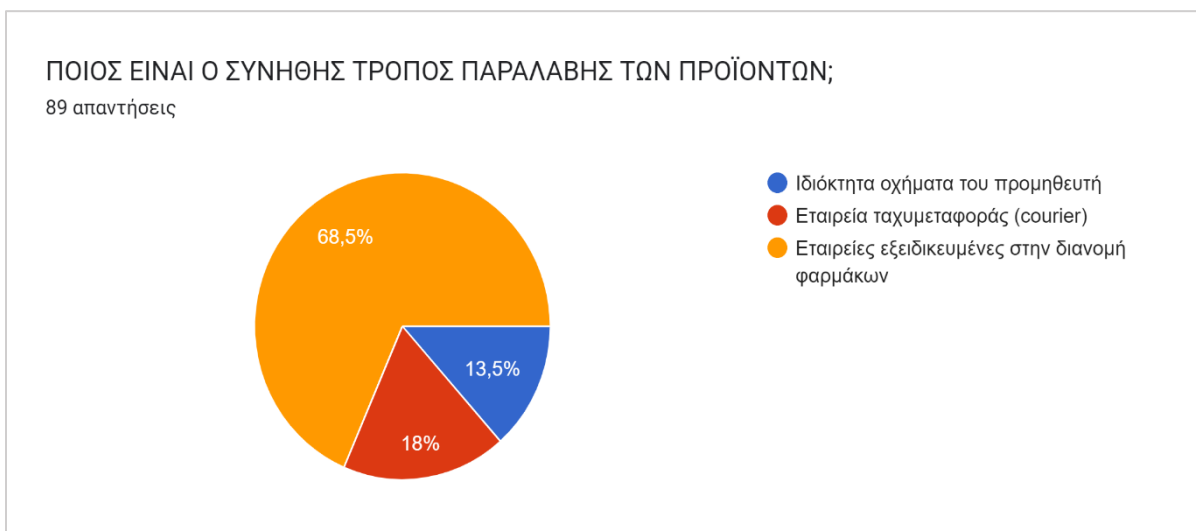
• ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΥΝΗΘΗΣ ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

Στην ερώτηση σχετικά με τον τρόπο παραλαβής της παραγγελίας από τον προμηθευτή εντύπωση προκαλεί πως το 68,5% παραλαμβάνει μέσω εταιρειών εξειδικευμένων στην διανομή φαρμάκων, έναντι του 18% που παραλαμβάνει μέσω εταιρειών ταχυμεταφοράς (courier). Αυτό είναι ενδεικτικό της αυξανόμενης σημασίας που δίνουν πλέον οι εταιρείες/φαρμακαποθήκες στην διατήρηση της ποιότητας των φαρμάκων καθ' όλη την διάρκεια της διανομής επενδύοντας σε συνεργασίες, με εξειδικευμένες εταιρείες. Παράλληλα το 13,5% ανέφερε πως προμηθεύεται μέσω ιδιόκτητων οχημάτων απευθείας από τον προμηθευτή, λύση που από άποψη ποιότητας είναι η απόλυτα ενδεδειγμένη καθώς δίνει στον προμηθευτή την δυνατότητα πλήρους ελέγχου της διακίνησης. Ωστόσο απαιτείται ακόμη αρκετή δουλειά προκειμένου αυτό το ποσοστό να αυξηθεί λόγω του μεγάλου κόστους. Παρ' όλα αυτά είναι σημαντικό ότι έχει μειωθεί το ποσοστό των εταιρειών που χρησιμοποιούν τις εταιρείες ταχυμεταφοράς παρότι αποτελούν την φθηνότερη

λύση. Όπως φαίνεται στο Παράρτημα με τα αποτελέσματα αυτές πλέον χρησιμοποιούνται σε περιοχές πιο απομακρυσμένες από τις μεγάλες πόλεις (ενδεικτικά Περιφέρειες Βορείου Αιγαίου, Ιονίων Νήσων, Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Ηπείρου, Δυτικής Μακεδονίας) οι οποίες πιθανότατα δεν εξυπηρετούνται από τις εξειδικευμένες εταιρείες και ιδιαίτερα σε νησιά.

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΥΝΗΘΗΣ ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	n	%
Ιδιόκτητα οχήματα του προμηθευτή	12	13,5%
Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	16	18%
Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	61	68,5%

Πίνακας 6: Ποιος είναι ο συνήθης τρόπος παραλαβής των προϊόντων;



Γράφημα 9: Ποιος είναι ο συνήθης τρόπος παραλαβής των προϊόντων;

Με την ολοκλήρωση των πρώτων γενικών ερωτήσεων, ακολουθούσε το Β' μέρος του ερωτηματολογίου στο οποίο οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να απαντήσουν σε εικοσιδύο (22) ερωτήσεις κλειστού τύπου σχετικά με το επίπεδο ικανοποίησης/σημαντικότητας διαφόρων παραγόντων επιλέγοντας μία από τις κάτωθι επιλογές:

1: καθόλου ικανοποιημένος/αδιάφορο

2: λίγο ικανοποιημένος/λίγο σημαντικό

3: μέτρια ικανοποιημένος/μέτρια σημαντικό

4: πολύ ικανοποιημένος/πολύ σημαντικό

5: απόλυτα ικανοποιημένος/εξαιρετικά σημαντικό

Ο Πίνακας 7 παρουσιάζει συνοπτικά τις συχνότητες και τα αντίστοιχα ποσοστά των απαντήσεων που καταγράφηκαν και ακολουθούν τα σχετικά διαγράμματα προκειμένου να γίνει ευκολότερα αντιληπτό το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών αναφορικά με την διανομή φαρμακευτικών προϊόντων αλλά και οι παράγοντες που το καθορίζουν

	1 καθόλου ικανοποιημένος/ αδιάφορο		2 λίγο ικανοποιημένος/ λίγο σημαντικό		3 μέτρια ικανοποιημένος/ μέτρια σημαντικό		4 πολύ ικανοποιημένος/ πολύ σημαντικό		5 απόλυτα ικανοποιημένος/ εξαιρετικά σημαντικό	
	■	%	■	%	■	%	■	%	■	%
1. ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΕΙΝΑΙ Η ΦΗΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;	0	0,0%	7	7,9%	7	7,9%	43	48,3%	32	36,0%
2. ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΤΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ ΣΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ;	2	2,2%	9	10,1%	24	27,0%	44	49,4%	10	11,2%
3. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ;	0	0,0%	0	0,0%	4	4,5%	60	67,4%	25	28,1%
4. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ;	0	0,0%	1	1,1%	11	12,4%	66	74,2%	13	14,6%
5. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ;	0	0,0%	0	0,0%	18	20,2%	66	74,2%	5	5,6%
6. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΕΚΤΑΚΤΩΝ/ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ;	1	1,1%	6	6,7%	26	29,2%	50	56,2%	6	6,7%
7. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ (ΧΡΟΝΟΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΔΙΑΝΟΜΗ);	0	0,0%	8	9,0%	19	21,3%	35	39,3%	27	30,3%
8. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ;	0	0,0%	5	5,6%	21	23,6%	45	50,6%	18	20,2%
9. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΑΠ);	0	0,0%	1	1,1%	25	28,1%	44	49,4%	19	21,3%
10. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ <u>ΦΕΡΜΟΒΑΙΟΣΦΗΤΩΝ</u> ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΑΠ);	0	0,0%	1	1,1%	4	4,5%	55	61,8%	29	32,6%
11. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΓΡΑΦΩΝ (ΤΙΜΟΛΟΓΙΑ/ΔΕΛΤΙΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΚΑΠ);	0	0,0%	0	0,0%	3	3,4%	60	67,4%	26	29,2%
12. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ (ΣΩΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΚΑΠ);	0	0,0%	0	0,0%	3	3,4%	57	64,0%	29	32,6%
13. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΣΠΑΣΜΕΝΩΝ/ΚΑΤΕΣΤΡΑΜΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	0	0,0%	2	2,2%	13	14,6%	58	65,2%	16	18,0%
14. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΜΜΑΤΙΚΗΣ/ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΔΑΒΗΣ;	0	0,0%	4	4,5%	15	16,9%	55	61,8%	15	16,9%
15. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΣΕ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ;	0	0,0%	3	3,4%	18	20,2%	50	56,2%	18	20,2%
16. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΡΟΦΩΝ ΔΕΙΠΡΟΘΕΣΜΩΝ/ΑΝΓΙΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ Η ΟΥ ΕΦΑΡΜΟΖΟΥΝ ΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ;	0	0,0%	2	2,2%	15	16,9%	44	49,4%	28	31,5%
17. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΒΗΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΕΜΦΑΝΙΣΗ/ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΚΑΠ);	5	5,6%	25	28,1%	32	36,0%	25	28,1%	2	2,2%
18. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΨΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	8	9,0%	24	27,0%	43	48,3%	14	15,7%	0	0,0%
19. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΝΑΚΛΗΣΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	1	1,1%	4	4,5%	21	23,6%	53	59,6%	10	11,2%
20. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΒΗΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	4	4,5%	13	14,6%	21	23,6%	47	52,8%	4	4,5%
21. ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΕΙΝΑΙ Ο ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ ΝΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΤΕΚΜΗΡΙΩΜΕΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ;	0	0,0%	1	1,1%	11	12,4%	32	36,0%	45	50,6%
22. ΣΕ ΚΑΙΜΑ ΚΑ ΑΠΟ 1 ΕΩΣ ΤΟ 5 ΠΩΣ ΘΑ ΑΞΙΟΛΟΓΟΥΣΑΤΕ ΤΗΝ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΑΝΟΝΕΣ ΟΡΘΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΓΙΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΧΡΗΣΗ (GOOD DISTRIBUTION PRACTICE);	0	0,0%	0	0,0%	6	6,7%	65	73,0%	18	20,2%

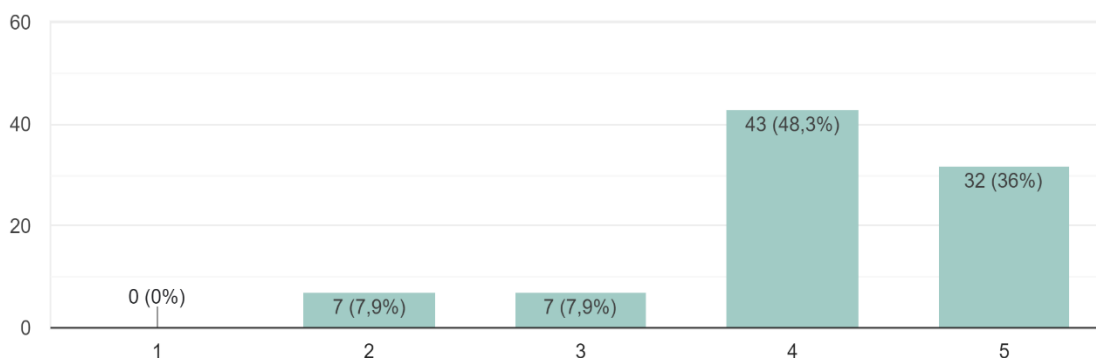
Πίνακας 7: Συχνότητες και ποσοστά από τις απαντήσεις που καταγράφηκαν.

• ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΕΙΝΑΙ Η ΦΗΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ:

Στην ερώτηση σχετικά με το πόσο σημαντικό ρόλο παίζει η φήμη του προμηθευτή το 84% περίπου των συμμετεχόντων θεωρεί τη φήμη του προμηθευτή πολύ σημαντική (43 απαντήσεις) ή εξαιρετικά σημαντική (32 απαντήσεις) έναντι του περίπου 16% των συμμετεχόντων που θεωρεί τη φήμη του προμηθευτή μέτρια σημαντική ή λίγο σημαντική (7 και 7 απαντήσεις αντίστοιχα).

1. ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΕΙΝΑΙ Η ΦΗΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;

89 απαντήσεις



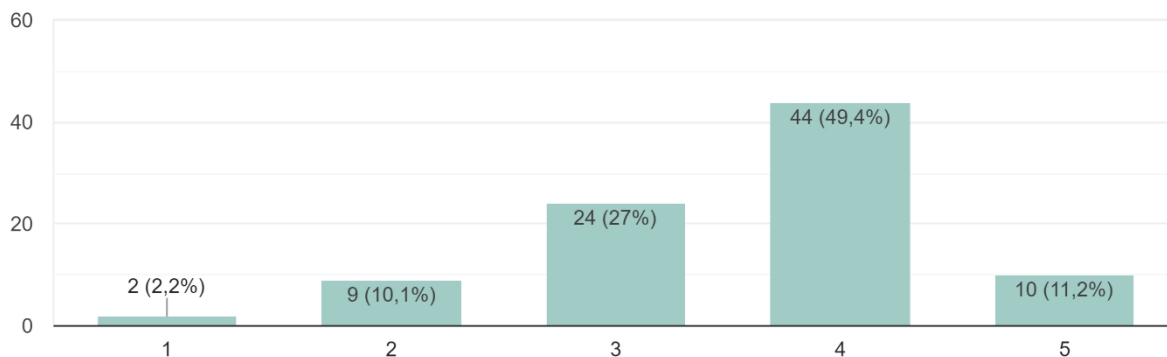
Γράφημα 10: Πόσο σημαντική είναι η φήμη του προμηθευτή;

• ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΤΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ ΣΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ:

Στην ερώτηση σχετικά με το πόσο σημαντικό ρόλο παίζει το χρονικό διάστημα παρουσίας του προμηθευτή στην εγχώρια αγορά, οι απαντήσεις που ελήφθησαν υποδηλώνουν ότι πρόκειται για ένα σημαντικό κριτήριο επιλογής αφού το σχεδόν 60% του δείγματος το θεώρησε πολύ σημαντικό (44 απαντήσεις, 49,4%) ή εξαιρετικά σημαντικό (10 απαντήσεις, 11,2%). Το 27% του δείγματος (24 απαντήσεις) θεωρεί τον παράγοντα αυτό ουδέτερης σημαντικότητας, το 10,1% (9 απαντήσεις) το θεωρεί λίγο σημαντικό ενώ για το 2,2% (2 απαντήσεις) είναι αδιάφορο. Εδώ να σημειωθεί ότι οι δύο απαντήσεις που χαρακτήριζαν την παρουσία του προμηθευτή στην εγχώρια αγορά αδιάφορο προέρχονταν από ιδιωτικά φαρμακεία.

2. ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΤΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ ΣΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ;

89 απαντήσεις



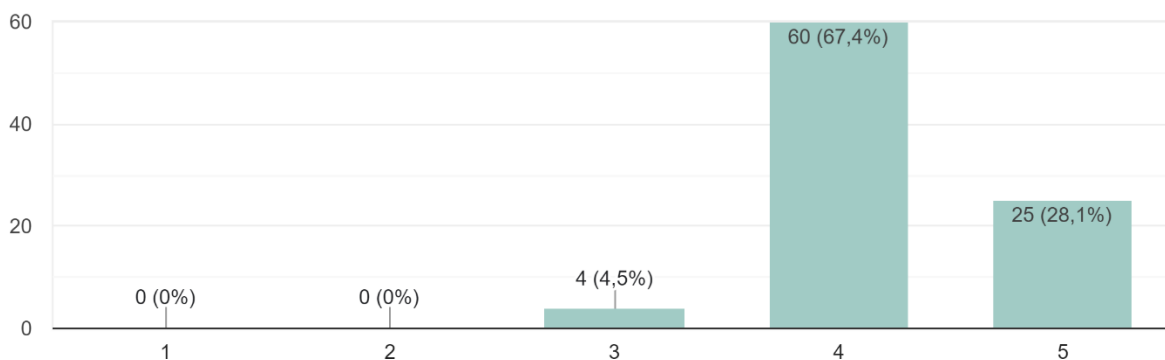
Γράφημα 11: Πόσο σημαντικό είναι το χρονικό διάστημα παρουσίας του προμηθευτή στην εγχώρια αγορά;

• ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ:

Από τις απαντήσεις που ελήφθησαν στην ερώτηση σχετικά με το επίπεδο ικανοποίησης από την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών παρατηρείται πως οι προμηθευτές φαρμακευτικών προϊόντων διατηρούν ένα υψηλό επίπεδο ποιότητας στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρουν αφού το 95,5% των ερωτηθέντων απάντησαν πως είναι πολύ ικανοποιημένοι (67,4%, 60 απαντήσεις) και εξαιρετικά ικανοποιημένοι (28,1%, 25 απαντήσεις) ενώ μόλις 4,5% (4 απαντήσεις) απάντησε πως είναι μέτρια ικανοποιημένοι. Το γεγονός πως δόθηκαν υψηλές βαθμολογίες στην συγκεκριμένη ερώτηση είναι φυσικά πολύ ευχάριστο, ωστόσο αφήνει μικρά μεν, υπαρκτά δε περιθώρια βελτίωσης τα οποία θα αποσαφηνιστούν στις παρακάτω ερωτήσεις.

3. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ;

89 απαντήσεις

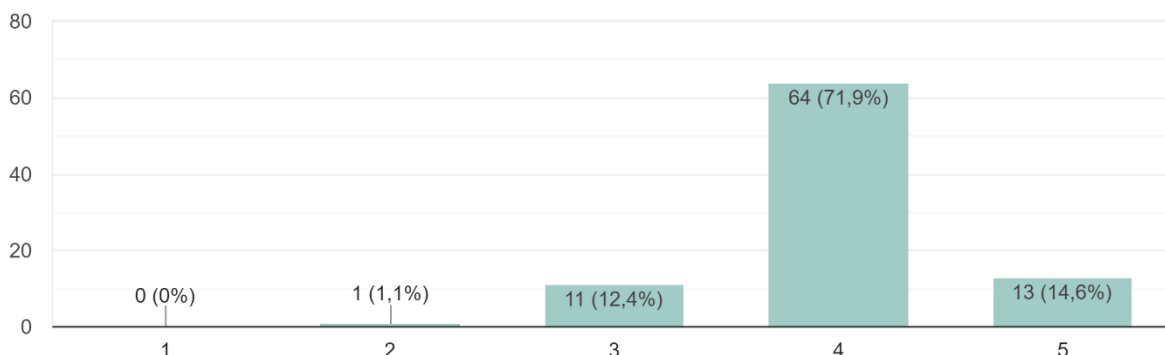


Γράφημα 12: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών;

• ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ:

Σχετικά με το επίπεδο ικανοποίησης από τη γενικότερη συνεργασία με τους προμηθευτές, οι απαντήσεις που ελήφθησαν υποδηλώνουν υψηλό επίπεδο ικανοποίησης καθώς το 86,5% των ερωτηθέντων απάντησαν πως είναι πολύ ικανοποιημένοι (71,9%, 64 απαντήσεις) και εξαιρετικά ικανοποιημένοι (14,6%, 13 απαντήσεις), το 12,4% (11 απαντήσεις) απάντησε πως είναι μέτρια ικανοποιημένοι ενώ μόλις ένας συμμετέχοντας (1,1%) απάντησε πως είναι λίγο ικανοποιημένος. Εντύπωση δε προκαλεί ότι η απάντηση αυτή προέρχεται από ιδιωτικό φαρμακείο το οποίο βρίσκεται στην περιφέρεια Αττικής, συνεπώς δεν σχετίζεται με γεωγραφικούς παράγοντες.

4. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ;
89 απαντήσεις



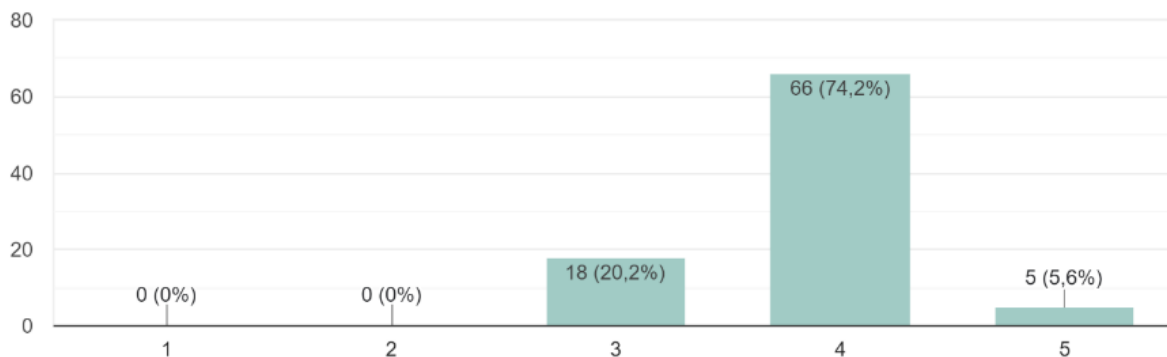
Γράφημα 13: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την γενικότερη συνεργασία με τους προμηθευτές;

• ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ;

Στην ερώτηση σχετικά με το επίπεδο ικανοποίησης από την συνεργασία με τα τμήματα εξυπηρέτησης πελατών των προμηθευτών το 74,2% (66 απαντήσεις) απάντησε πως είναι πολύ ικανοποιημένοι και το 5,6% (5 απαντήσεις) απάντησε ότι είναι εξαιρετικά ικανοποιημένοι. Παρόλα αυτά δεν θα μπορούσε να περάσει απαρατήρητο το 20,2% (18 απαντήσεις) που απάντησε πως είναι μέτρια ικανοποιημένοι. Πρόκειται για ένα σημαντικό ποσοστό το οποίο όπως θα δούμε και στις ερωτήσεις που ακολουθούν οφείλεται στο γεγονός πως οι συμμετέχοντες δεν δήλωσαν ιδιαίτερα ικανοποιημένοι σε ερωτήσεις που σχετίζονται με την επικοινωνία μεταξύ πελάτη και προμηθευτή (ενημέρωση σε περίπτωση αλλαγών στη συσκευασία, ενημέρωση σε περίπτωση έλλειψης αποθεμάτων, ενημέρωση σε περίπτωση διακοπής κυκλοφορίας) και αυτό είναι σίγουρα κάτι που θα πρέπει να αξιολογηθεί από την πλευρά των προμηθευτών.

5. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ;

89 απαντήσεις



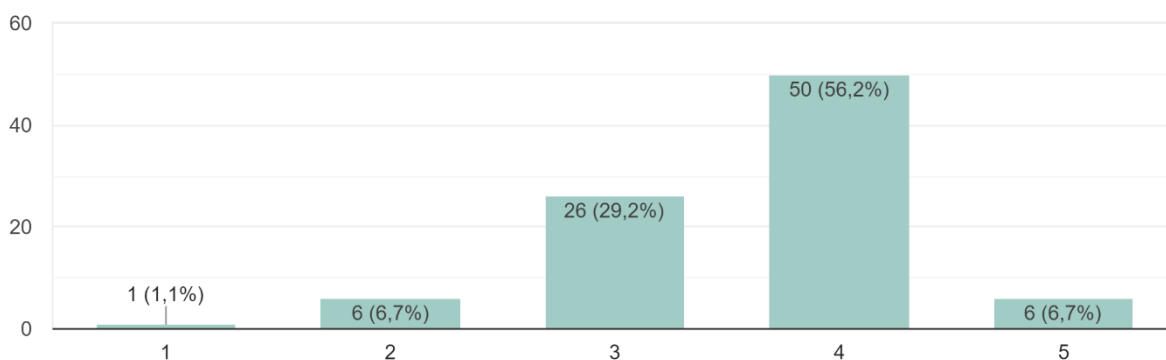
Γράφημα 14: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την συνεργασία με τα τμήματα εξυπηρέτησης πελατών των προμηθευτών;

- ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΕΚΤΑΚΤΩΝ/ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ;

Το επίπεδο ικανοποίησης από την ανταπόκριση των προμηθευτών σε περιπτώσεις εκτάκτων/επιπροσθέτων παραγγελιών είναι σίγουρα ένας τομέας που επιδέχεται βελτίωσης όπως φαίνεται και αποτελέσματα που παρουσιάζονται στο Γράφημα 14. Το 63% σχεδόν δήλωσε πολύ ή εξαιρετικά ικανοποιημένοι (50 και 6 απαντήσεις αντίστοιχα) ωστόσο το υπόλοιπο 37% των συμμετεχόντων δήλωσε μέτρια, λίγο ή και καθόλου ικανοποιημένοι (26, 6 και 1 απαντήσεις αντίστοιχα), ποσοστό διόλου ευκαταφρόνητο.

6. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΕΚΤΑΚΤΩΝ/ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ;

89 απαντήσεις



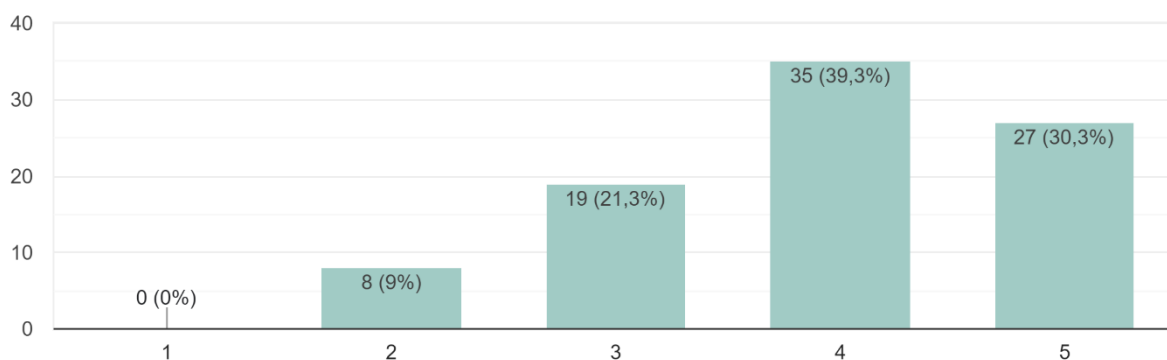
Γράφημα 15: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ανταπόκριση των προμηθευτών σε περιπτώσεις εκτάκτων/επιπροσθέτων παραγγελιών;

• ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ (ΧΡΟΝΟΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΔΙΑΝΟΜΗ):

Όπως φαίνεται από τα αποτελέσματα που αποτυπώνονται στο Γράφημα 15 αναφορικά με το επίπεδο ικανοποίησης από την ταχύτητα εξυπηρέτησης και τους χρόνους παράδοσης κατά την μεταφορά/διανομή το 70% σχεδόν των ερωτηθέντων απάντησαν πως είναι πολύ ικανοποιημένοι (35 απαντήσεις) και εξαιρετικά ικανοποιημένοι (27 απαντήσεις), το 21% (19 απαντήσεις) απάντησε πως είναι μέτρια ικανοποιημένοι ενώ 8 συμμετέχοντες (9%) απάντησαν πως είναι λίγο ικανοποιημένοι από την ταχύτητα εξυπηρέτησης. Όπως θα δούμε παρακάτω οι χρόνοι παράδοσης επηρεάζονται από διάφορους παράγοντες όπως η γεωγραφική περιοχή, το μέσο που χρησιμοποιείται κλπ.

7. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ (ΧΡΟΝΟΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΔΙΑΝΟΜΗ);

89 απαντήσεις



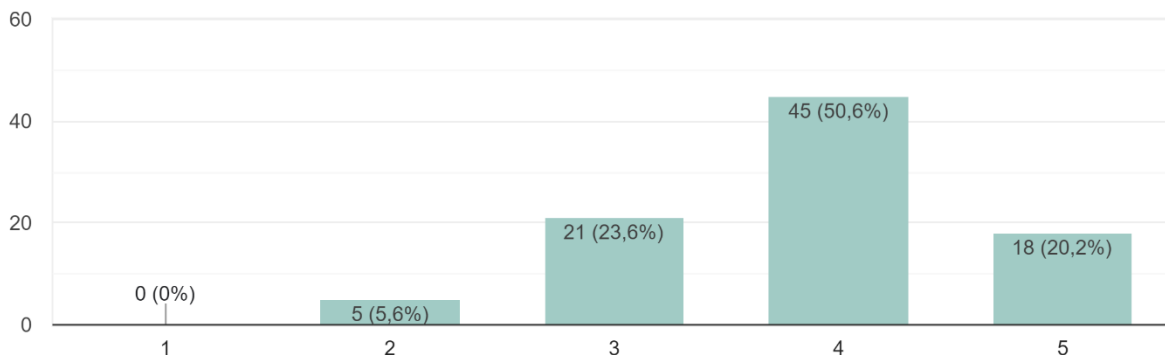
Γράφημα 16: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ταχύτητα εξυπηρέτησης (χρόνοι παράδοσης κατά την μεταφορά/διανομή);

• ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ;

Αναφορικά με τη συνεργασία με τους μεταφορείς, όπως φαίνεται στο Γράφημα 16, το 71% σχεδόν των ερωτηθέντων απάντησαν πως είναι πολύ ικανοποιημένοι (45 απαντήσεις) και εξαιρετικά ικανοποιημένοι (18 απαντήσεις), το 23,6% (21 απαντήσεις) απάντησε πως είναι μέτρια ικανοποιημένοι ενώ 5 συμμετέχοντες (5,6%) απάντησαν πως είναι λίγο ικανοποιημένοι από την συνεργασία με τους μεταφορείς.

8. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ;

89 απαντήσεις



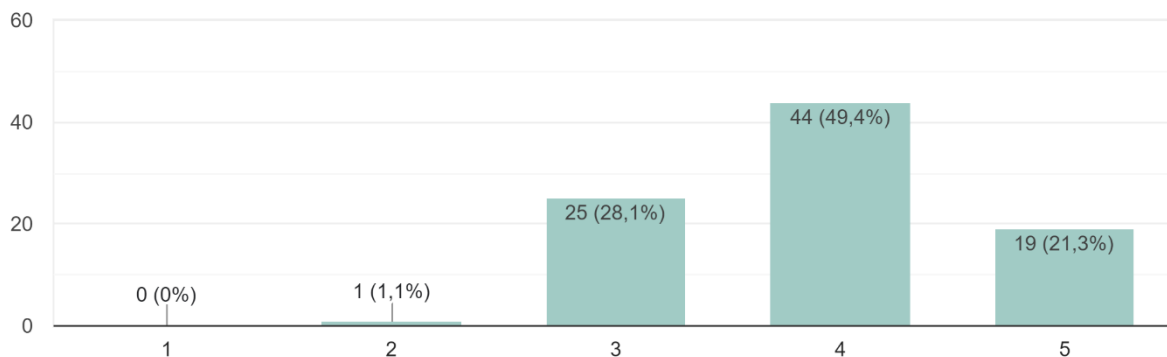
Γράφημα 17: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την συνεργασία με τους μεταφορείς;

- ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΛΠ):

Στην ερώτηση που καλούσε τους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν το επίπεδο ικανοποίησης τους από την συσκευασία των προϊόντων (κατάσταση συσκευασίας/σήμανση κλπ.), όπως φαίνεται από τα αποτελέσματα που αποτυπώνονται στο Γράφημα 17, το 71% σχεδόν των ερωτηθέντων απάντησαν πως είναι πολύ ικανοποιημένοι (44 απαντήσεις) και εξαιρετικά ικανοποιημένοι (19 απαντήσεις), το 28% (25 απαντήσεις) απάντησε πως είναι μέτρια ικανοποιημένοι ενώ 1 συμμετέχοντας, νοσοκομειακό φαρμακείο στην περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας, απάντησε πως είναι λίγο ικανοποιημένος από την συσκευασία.

9. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΛΠ);

89 απαντήσεις



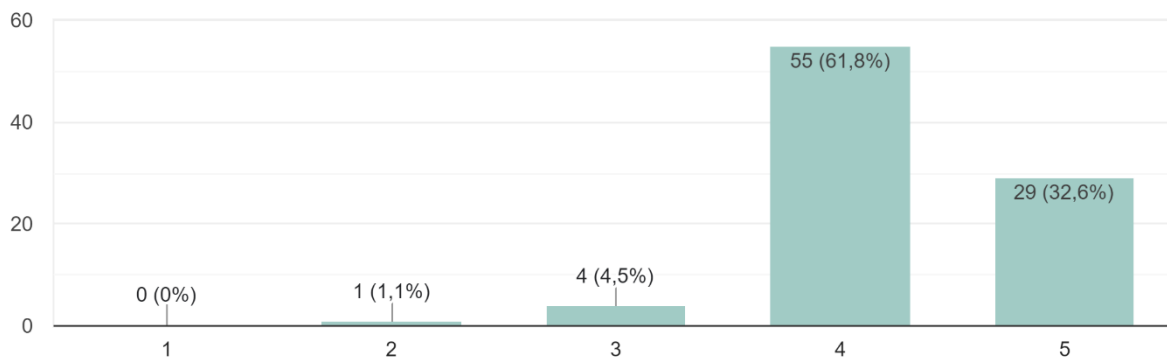
Γράφημα 18: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την συσκευασία των προϊόντων (κατάσταση συσκευασίας/σήμανση κλπ.);

- ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΘΕΡΜΟΕΥΑΙΣΘΗΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΛΠ);

Όπως γίνεται εύκολα αντιληπτό, τα θερμοευαίσθητα προϊόντα απαιτούν ιδιαίτερο χειρισμό προκειμένου να διασφαλιστούν οι ορθές συνθήκες αποθήκευσης καθ' όλη την διάρκεια της διανομής. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα κλήθηκαν να αξιολογήσουν το πόσο ικανοποιημένοι είναι από την συσκευασία των θερμοευαίσθητων προϊόντων (κατάσταση συσκευασίας/σήμανση κλπ.). Όπως φαίνεται στο Γράφημα 18, το 94,4% των ερωτηθέντων απάντησαν πως είναι πολύ ικανοποιημένοι (61,8%, 55 απαντήσεις) και εξαιρετικά ικανοποιημένοι (32,6%, 29 απαντήσεις), το 4,5% (4 απαντήσεις) απάντησε πως είναι μέτρια ικανοποιημένοι ενώ 1 συμμετέχοντας απάντησε πως είναι λίγο ικανοποιημένος από την συσκευασία των θερμοευαίσθητων προϊόντων.

10. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΘΕΡΜΟΕΥΑΙΣΘΗΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΛΠ);

89 απαντήσεις



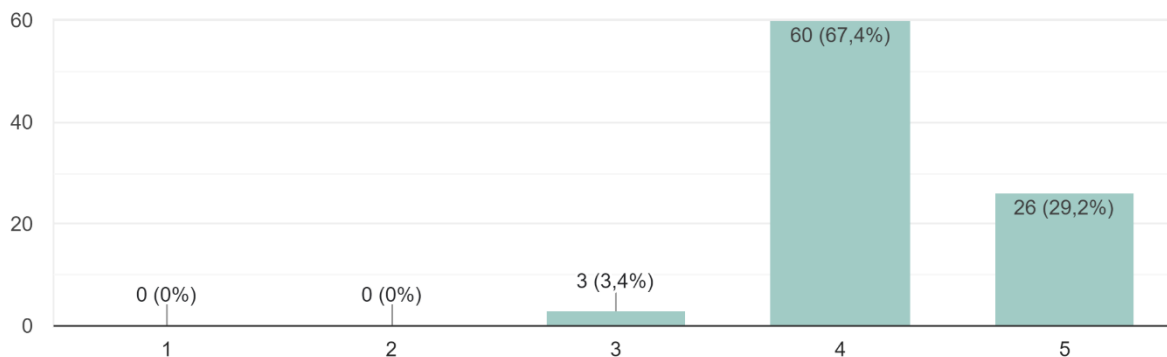
Γράφημα 19: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την συσκευασία των θερμοευαίσθητων προϊόντων (κατάσταση συσκευασίας/σήμανση κλπ.);

• ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΓΡΑΦΩΝ (ΤΙΜΟΛΟΓΙΑ/ΔΕΛΤΙΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΚΛΠ):

Κάθε παραγγελία οφείλει να συνοδεύεται από τα απαραίτητα έγγραφα, τιμολόγια/δελτία αποστολής κλπ. και οι πληροφορίες που αναφέρονται σε αυτά πρέπει να είναι ορθές προκειμένου να μπορεί να ολοκληρωθεί η παραλαβή ομαλά. Στο Γράφημα 19 παρουσιάζονται οι απαντήσεις αναφορικά με το επίπεδο ικανοποίησης από την ορθότητα των συνοδευτικών εγγράφων. Παρατηρείται πως το 96,6% των ερωτηθέντων απάντησαν πως είναι πολύ ικανοποιημένοι (67,4%, 60 απαντήσεις) και εξαιρετικά ικανοποιημένοι (29,2%, 26 απαντήσεις), ενώ μόλις το 3,4% (3 απαντήσεις) απάντησε πως είναι μέτρια ικανοποιημένοι.

11. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΓΡΑΦΩΝ (ΤΙΜΟΛΟΓΙΑ/ΔΕΛΤΙΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΚΛΠ);

89 απαντήσεις



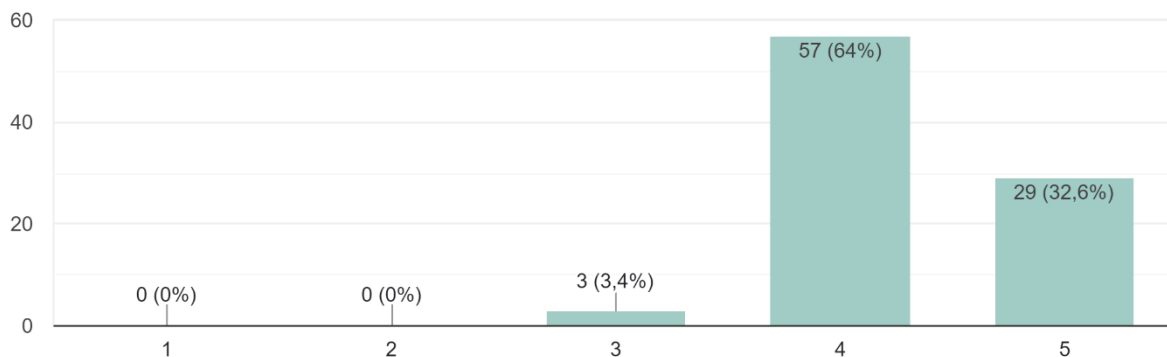
Γράφημα 20: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ορθότητα των συνοδευτικών εγγράφων (τιμολόγια/δελτία αποστολής κλπ.);

• ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ (ΣΩΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΚΛΠ);

Εκτός από τα συνοδευτικά έγγραφα, επιβάλλεται να είναι ορθές και οι παραγγελίες όσον αφορά τα σωστά προϊόντα, τις σωστές ποσότητες κλπ. καθώς οι λανθασμένες παραγγελίες εκτός από μείωση της ικανοποίησης των πελατών δημιουργούν δυσλειτουργία στα φαρμακεία και λειτουργούν ανασταλτικά στην εξυπηρέτηση των ασθενών. Από τους 89 συμμετέχοντες στην έρευνα, όπως φαίνεται στο Γράφημα 20, το 96,6% απάντησε πως είναι πολύ ικανοποιημένοι (64%, 57 απαντήσεις) και εξαιρετικά ικανοποιημένοι (32,6%, 29 απαντήσεις), ενώ μόλις το 3,4% (3 απαντήσεις) απάντησε πως είναι μέτρια ικανοποιημένοι.

12. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ (ΣΩΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΚΛΠ);

89 απαντήσεις



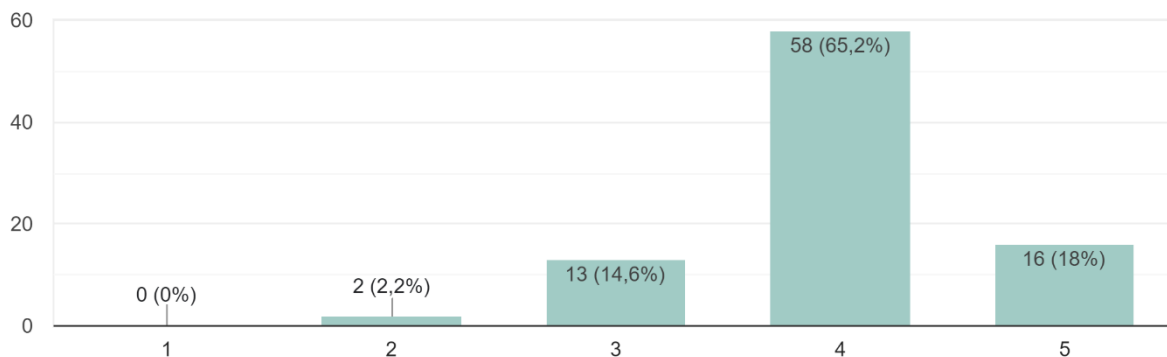
Γράφημα 21: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την ορθότητα των παραγγελιών (σωστά προϊόντα/ ποσότητες κλπ.);

- ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΣΠΑΣΜΕΝΩΝ/ΚΑΤΕΣΤΡΑΜΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

Παρά τα μέτρα που λαμβάνονται τόσο από τις φαρμακευτικές εταιρείες όσο και από τους μεταφορείς συχνά συμβαίνουν ατυχήματα με αποτέλεσμα τα προϊόντα να παραλαμβάνονται από τους πελάτες σπασμένα/κατεστραμμένα. Και παρ' ότι τα ατυχήματα δεν μπορούν πάντοτε να αποφευχθούν με αποτέλεσμα να επηρεάζεται το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών, η αποτελεσματική διαχείριση εκ μέρους των προμηθευτών μπορεί να βελτιώσει το επίπεδο ικανοποίησης. Όπως φαίνεται στο Γράφημα 21, το 83,2% των ερωτηθέντων απάντησαν πως είναι πολύ ικανοποιημένοι (65,2%, 58 απαντήσεις) και εξαιρετικά ικανοποιημένοι (18%, 16 απαντήσεις), το 14,6% (13 απαντήσεις) απάντησε πως είναι μέτρια ικανοποιημένοι ενώ 2 συμμετέχοντες, 2,2%, απάντησαν πως είναι λίγο ικανοποιημένοι από την διαχείριση εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση σπασμένων/κατεστραμμένων κατά την μεταφορά/παραλαβή προϊόντων.

13. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΣΠΑΣΜΕΝΩΝ/ΚΑΤΕΣΤΡΑΜΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

89 απαντήσεις



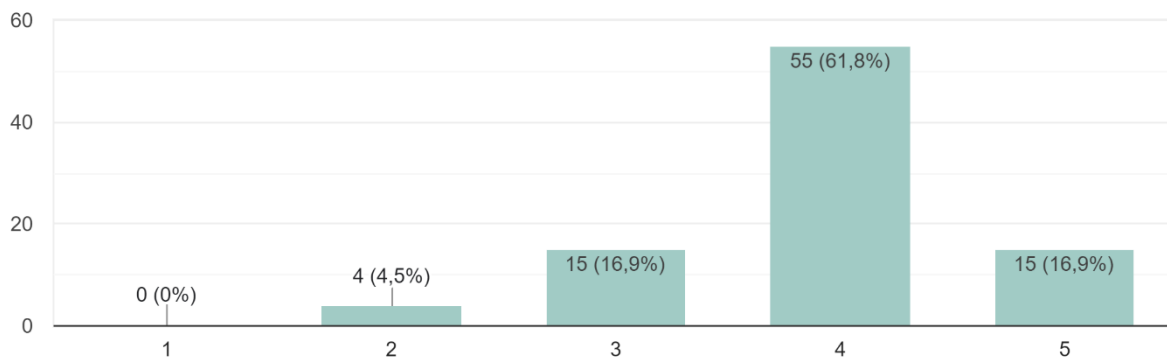
Γράφημα 22: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την διαχείριση εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση σπασμένων/κατεστραμμένων κατά την μεταφορά/παραλαβή προϊόντων;

• ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΜΜΑΤΙΚΗΣ/ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ:

Στην ερώτηση που καλούσε τους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν το επίπεδο ικανοποίησης τους από την διαχείριση εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση ελλειμματικής/προβληματικής παραλαβής, όπως φαίνεται από τα αποτελέσματα που αποτυπώνονται στο Γράφημα 22, το 79% σχεδόν των ερωτηθέντων απάντησαν πως είναι πολύ ικανοποιημένοι (55 απαντήσεις) και εξαιρετικά ικανοποιημένοι (15 απαντήσεις), το 17% (15 απαντήσεις) απάντησε πως είναι μέτρια ικανοποιημένοι ενώ 4 συμμετέχοντες απάντησαν πως είναι λίγο ικανοποιημένοι από την διαχείριση εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση ελλειμματικής/προβληματικής παραλαβής.

14. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΜΜΑΤΙΚΗΣ/ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ;

89 απαντήσεις



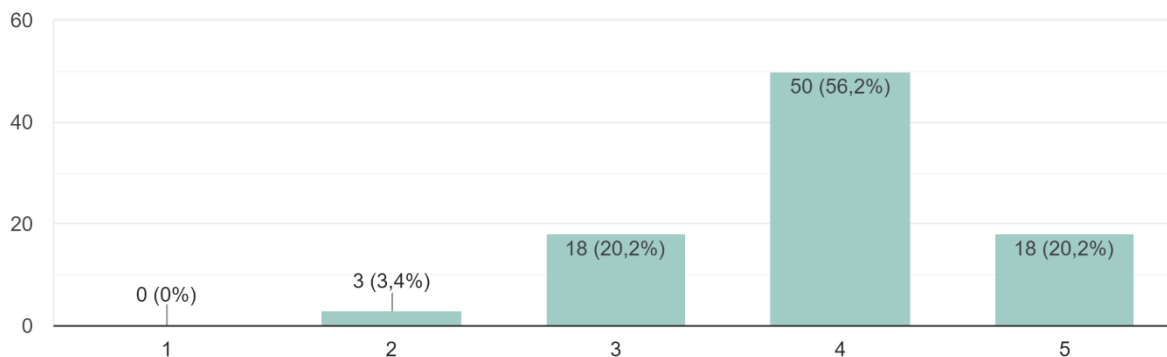
Γράφημα 23: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την διαχείριση εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση ελλειμματικής/προβληματικής παραλαβής;

- ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΣΑΣ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ:

Ιδιαίτερα σημαντικό παράγοντας ικανοποίησης των πελατών αποτελεί η αποτελεσματική διαχείριση των παραπόνων τους από τους προμηθευτές. Στην αντίστοιχη ερώτηση, όπως φαίνεται και στο Γράφημα 23 το 76,4% των ερωτηθέντων απάντησαν πως είναι πολύ ικανοποιημένοι (56,2%, 50 απαντήσεις) και εξαιρετικά ικανοποιημένοι (20,2%, 18 απαντήσεις), το 20,2% (18 απαντήσεις) απάντησε πως είναι μέτρια ικανοποιημένοι ενώ 3 συμμετέχοντες, 3,4%, απάντησαν πως είναι λίγο ικανοποιημένοι από τον τρόπο διαχείρισης των παραπόνων τους γενικότερα από τους προμηθευτές. Εδώ αξίζει να παρατηρήσουμε ότι το ποσοστό των εξαιρετικά ικανοποιημένων ταυτίζεται με το ποσοστό των μέτρια ικανοποιημένων και αυτό είναι κάτι που σίγουρα απαιτεί δουλειά εκ μέρους των προμηθευτών.

15. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΣΑΣ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ;

89 απαντήσεις



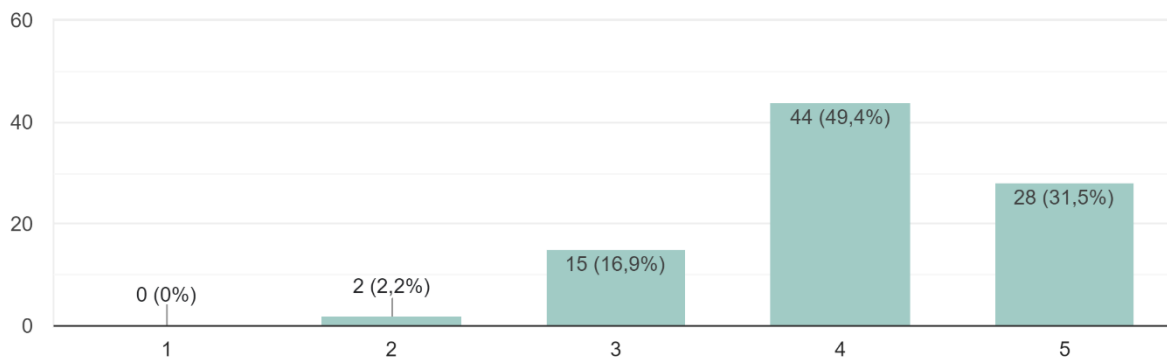
Γράφημα 24: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τον τρόπο διαχείρισης των παράπονων σας γενικότερα από τους προμηθευτές;

• ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΡΟΦΩΝ ΛΗΞΙΠΡΟΘΕΣΜΩΝ/ΛΗΓΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΕΦΑΡΜΟΖΟΥΝ ΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ;

Στην ερώτηση αναφορικά με το επίπεδο ικανοποίησης πελατών σχετικά με τις πολιτικές επιστροφών ληξιπρόθεσμων/ληγμένων προϊόντων που εφαρμόζουν οι προμηθευτές, όπως φαίνεται και στο Γράφημα 24 το 80,9% των ερωτηθέντων απάντησαν πως είναι πολύ ικανοποιημένοι (49,4%, 44 απαντήσεις) και εξαιρετικά ικανοποιημένοι (31,5%, 28 απαντήσεις), το 16,9% (15 απαντήσεις) απάντησε πως είναι μέτρια ικανοποιημένοι ενώ 2 συμμετέχοντες, 2,2%, απάντησαν πως είναι λίγο ικανοποιημένοι από τις πολιτικές επιστροφών ληξιπρόθεσμων/ληγμένων προϊόντων που εφαρμόζουν οι προμηθευτές.

16. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΡΟΦΩΝ ΛΗΞΙΠΡΟΘΕΣΜΩΝ/ΛΗΓΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΕΦΑΡΜΟΖΟΥΝ ΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ;

89 απαντήσεις



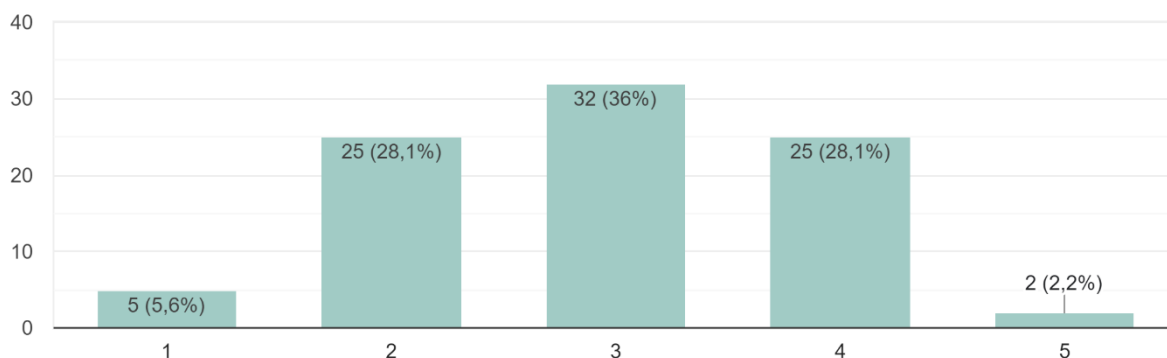
Γράφημα 25: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τις πολιτικές επιστροφών ληξιπρόθεσμων/ληγμένων προϊόντων που εφαρμόζουν οι προμηθευτές;

- ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΕΜΦΑΝΙΣΗ/ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΚΛΠ):

Η παραγωγική διαδικασία των φαρμάκων είναι μια διαδικασία δυναμική η οποία δύναται να αλλάζει διαρκώς. Ιδιαίτερα συχνές είναι οι αλλαγές που σχετίζονται με την συσκευασία των φαρμακευτικών προϊόντων συμπεριλαμβανομένων αλλαγών στην ποσότητα ή την εμφάνιση του προϊόντος και οι προμηθευτές οφείλουν να ενημερώνουν τους πελάτες τους για τις πιθανές αυτές αλλαγές. Ωστόσο τα αποτελέσματα που αποτυπώνονται στο Γράφημα 25, αποδεικνύουν πως οι προμηθευτές μάλλον δεν τα πάνε και πολύ καλά σε αυτόν τον τομέα αφού το 69,7% των συμμετεχόντων απάντησε πως είναι μέτρια ικανοποιημένοι (36%, 32 απαντήσεις), λίγο ικανοποιημένοι (28,1%, 25 απαντήσεις) και καθόλου ικανοποιημένοι (5,6%, 5 απαντήσεις). Αντίθετα το 28,1% (25 απαντήσεις) δήλωσαν πολύ ικανοποιημένοι ενώ μόλις 2 συμμετέχοντες, 2,2%, απάντησαν πως είναι εξαιρετικά ικανοποιημένοι από τον τρόπο ενημέρωσης εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση αλλαγών σχετιζόμενων με την συσκευασία των προϊόντων (εμφάνιση/ποσότητα κλπ.). Το χαμηλό ποσοστό ικανοποίησης πελατών υποδεικνύει μια

ανεπάρκεια εκ μέρους των προμηθευτών σε αυτό τον τομέα και αυτό είναι κάτι που χρήζει άμεσης βελτίωσης καθώς οδηγεί σε ελλιπή πληροφόρηση των πελατών και αυξάνει τον κίνδυνο μη έγκαιρου εντοπισμού ψευδεπίγραφων φαρμάκων μετά την είσοδό τους στην αγορά.

17. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ ΣΧΕΤΙΖ...ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΕΜΦΑΝΙΣΗ/ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΚΛΠ);
89 απαντήσεις



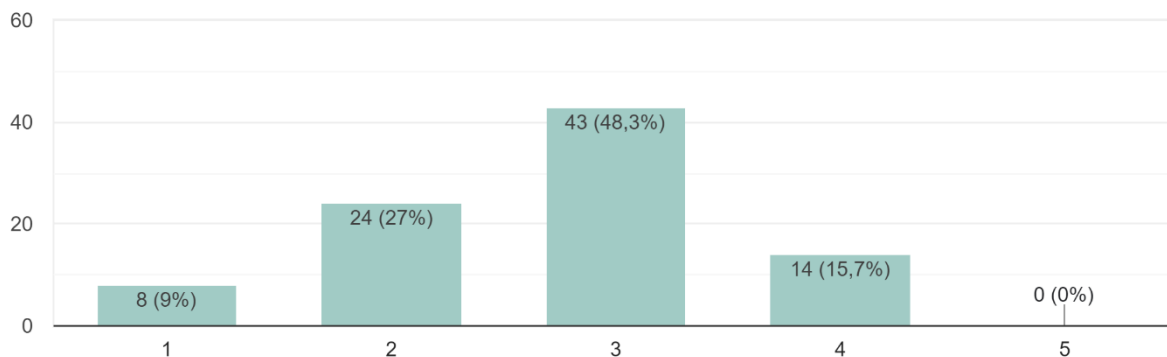
Γράφημα 26: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τον τρόπο ενημέρωσης εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση αλλαγών σχετιζόμενων με την συσκευασία των προϊόντων (εμφάνιση/ποσότητα κλπ.);

• ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΨΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

Στην ερώτηση αναφορικά με το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών από την διαχείριση εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση έλλειψης αποθεμάτων φαρμακευτικών προϊόντων μόνο το 15,7% των συμμετεχόντων (14 απαντήσεις) δήλωσαν πολύ ικανοποιημένοι. Το 48,3% (43 απαντήσεις) δήλωσαν μέτρια ικανοποιημένοι, το 27% (24 απαντήσεις) λίγο ικανοποιημένοι ενώ το 9% (8 απαντήσεις) καθόλου ικανοποιημένοι. Τα αποτελέσματα αυτά, τα οποία αποτυπώνονται και στο Γράφημα 26, υποδηλώνουν κακή ενημέρωση των πελατών από τους προμηθευτές σε περίπτωση ελλείψεων, γεγονός που εκτός από τη μείωση του επιπέδου ικανοποίησης ενδεχομένως να έχει επίδραση και στην απρόσκοπτη πρόσβαση των ασθενών στις θεραπείες τους.

18. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΨΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

89 απαντήσεις



Γράφημα 27: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την διαχείριση εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση έλλειψης αποθεμάτων φαρμακευτικών προϊόντων;

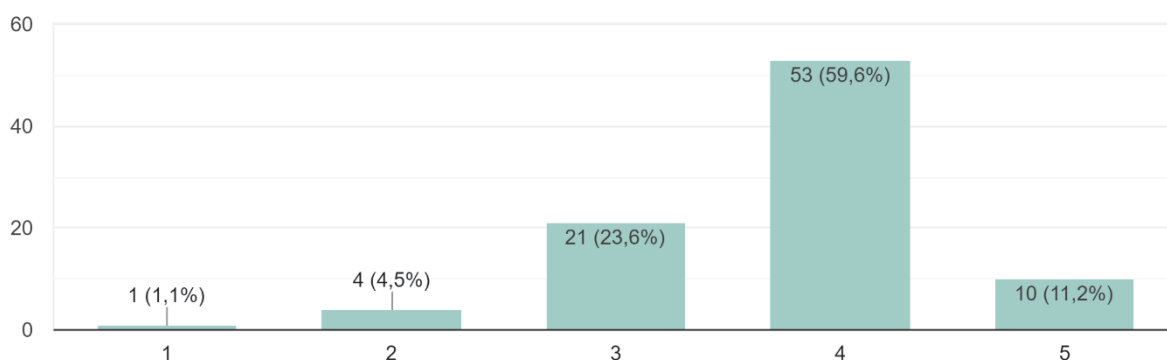
• ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΝΑΚΛΗΣΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

Η διαχείριση εκ μέρους του προμηθευτή σε περίπτωση ανάκλησης φαρμακευτικών προϊόντων είναι μια διαδικασία ιδιαίτερα κρίσιμη και σημαντική καθώς πηγάζει συνήθως από την ύπαρξη ζητημάτων σχετιζόμενων με την ποιότητα των σκευασμάτων και δύναται να επηρεάσει την ασφάλεια των ασθενών. Οι υποχρεώσεις των προμηθευτών αναφορικά με την ανάκληση περιγράφονται στο Κεφάλαιο 6 της Οδηγίας σχετικά με τις Ορθές Πρακτικές Διανομής Φαρμάκων (GDP) και στο υποκεφάλαιο 4.6.2 της παρούσας εργασίας. Για τον λόγο αυτό δεν θα μπορούσε να μην ζητηθεί η γνώμη των συμμετεχόντων στην έρευνα αναφορικά με το επίπεδο ικανοποίησης από την διαχείριση εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση ανάκλησης φαρμακευτικών προϊόντων. Τα αποτελέσματα, όπως φαίνεται και στο Γράφημα 27, ήταν ιδιαίτερος ενθαρρυντικός καθώς το 70,8% των ερωτηθέντων απάντησαν πως είναι πολύ ικανοποιημένοι (59,6%, 53 απαντήσεις) και εξαιρετικά ικανοποιημένοι (11,2%, 1 απαντήσεις), το 23,6% (21 απαντήσεις) απάντησε πως είναι μέτρια ικανοποιημένοι, 4 συμμετέχοντες, που αντιστοιχούν σε ποσοστό 4,5%, απάντησαν πως είναι λίγο ικανοποιημένοι και μόλις 1 απάντησε πως δεν είναι καθόλου

ικανοποιημένος από τον τρόπο διαχείρισης εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση ανάκλησης φαρμακευτικών προϊόντων, πρόκειται για ένα νοσοκομειακό φαρμακείο στην περιφέρεια Βορείου Αιγαίου.

19. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΝΑΚΛΗΣΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

89 απαντήσεις



Γράφημα 28: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από την διαχείριση εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση ανάκλησης φαρμακευτικών προϊόντων;

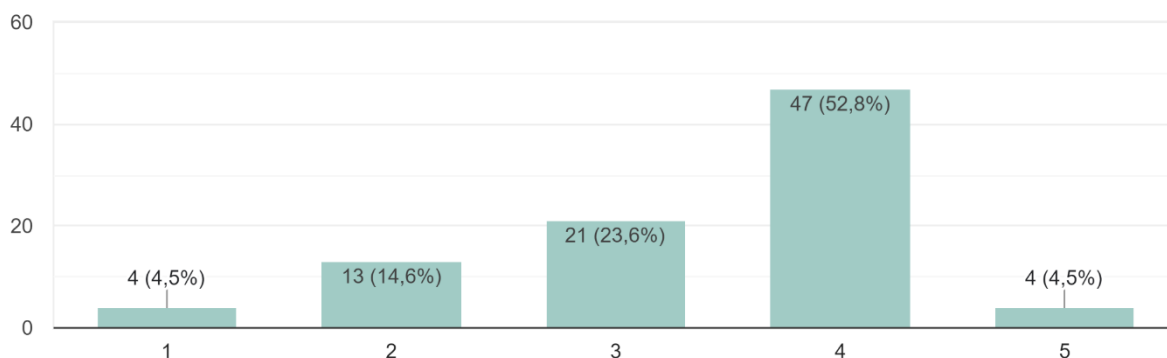
- ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ:

Στην ερώτηση σχετικά με το πόσο ικανοποιημένοι είναι οι πελάτες από τον τρόπο ενημέρωσης εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση διακοπής κυκλοφορίας φαρμακευτικών προϊόντων, το 57,3% των ερωτηθέντων απάντησαν πως είναι πολύ ικανοποιημένοι (52,8%, 47 απαντήσεις) και εξαιρετικά ικανοποιημένοι (4,5%, 4 απαντήσεις), το 23,6% (21 απαντήσεις) απάντησε πως είναι μέτρια ικανοποιημένοι, το 14,6% (13 απαντήσεις) απάντησαν πως είναι λίγο ικανοποιημένοι ενώ 4 συμμετέχοντες, που αντιστοιχούν σε ποσοστό 4,5%, απάντησαν πως δεν είναι καθόλου ικανοποιημένοι από τον τρόπο ενημέρωσης εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση διακοπής κυκλοφορίας φαρμακευτικών προϊόντων. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται και στο Γράφημα 28.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός πως και οι 4 απαντήσεις που δηλώνουν έλλειψη ικανοποίησης, προέρχονται από νοσοκομεία με τα δύο μάλιστα να βρίσκονται στην Περιφέρεια Αττικής.

20. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;

89 απαντήσεις



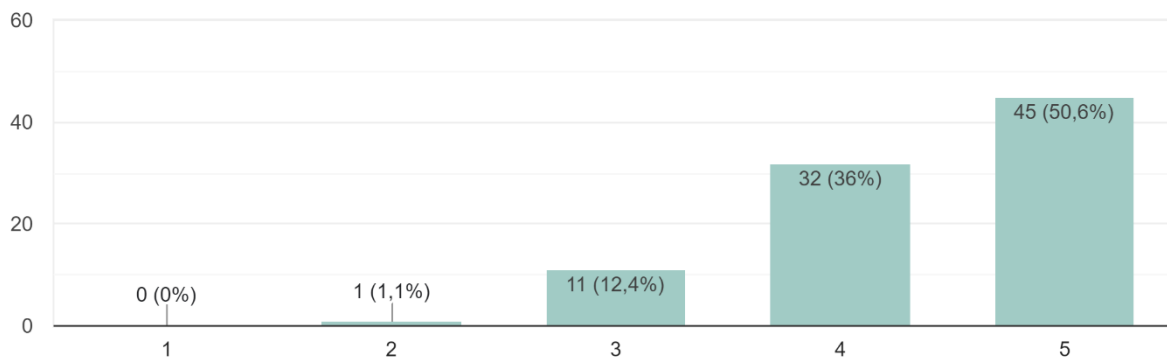
Γράφημα 29: Πόσο ικανοποιημένοι είστε από τον τρόπο ενημέρωσης εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση διακοπής κυκλοφορίας φαρμακευτικών προϊόντων;

- ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΕΙΝΑΙ Ο ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ ΝΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΤΕΚΜΗΡΙΩΜΕΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ:

Η ύπαρξη τεκμηριωμένου συστήματος ποιότητας αποτελεί βασική προϋπόθεση σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Οδηγία για τις Ορθές Πρακτικές Διανομής Φαρμάκων (GDP) και περιγράφεται στο Κεφάλαιο 1 της προαναφερθείσας Οδηγίας και στο υποκεφάλαιο 4.1.2 της παρούσας εργασίας. Η ύπαρξη τεκμηριωμένου συστήματος ποιότητας από τον προμηθευτή κρίνεται ως ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας από τους πελάτες, όπως φαίνεται από τις απαντήσεις που συνοψίζονται στο Γράφημα 29. Σύμφωνα με αυτές το 50,6% των συμμετεχόντων (45 απαντήσεις) θεωρεί την ύπαρξη τεκμηριωμένου συστήματος ποιότητας εξαιρετικά σημαντική, το 36% (32 απαντήσεις) πολύ σημαντική, το 12,4% (11 απαντήσεις) μέτρια σημαντική και μόλις το 1,1% (1 απάντηση από Ιδιωτικό Φαρμακείο) απάντησε πως θεωρεί λίγο σημαντική την ύπαρξη τεκμηριωμένου συστήματος διαχείρισης ποιότητας.

21. ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΕΙΝΑΙ Ο ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ ΝΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΤΕΚΜΗΡΙΩΜΕΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ;

89 απαντήσεις



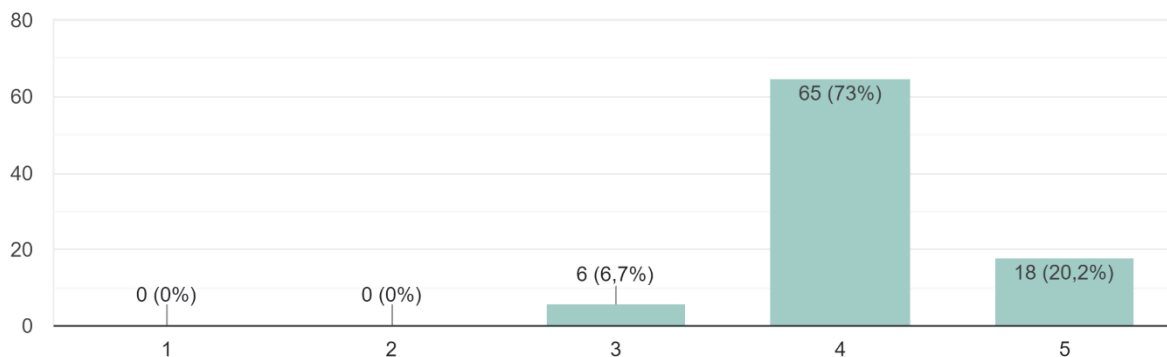
Γράφημα 30: Πόσο σημαντικό είναι ο προμηθευτής να διαθέτει τεκμηριωμένο σύστημα διαχείρισης ποιότητας;

- ΣΕ ΚΑΙΜΑΚΑ ΑΠΟ 1 ΕΩΣ ΤΟ 5 ΠΩΣ ΘΑ ΑΞΙΟΛΟΓΟΥΣΑΤΕ ΤΗΝ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΑΝΟΝΕΣ ΟΡΘΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΓΙΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΧΡΗΣΗ (GOOD DISTRIBUTION PRACTICE);

Φτάνοντας στο τέλος της έρευνας και με δεδομένο πως οι Ορθές Πρακτικές Διανομής Φαρμάκων (GDP) αποτελούν το «Ευαγγέλιο» για την διασφάλιση της ποιότητας κατά την διανομή των φαρμακευτικών προϊόντων, που αποτελεί και αντικείμενο της παρούσας εργασίας, δεν θα μπορούσε να μην ζητηθεί από τους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν την συμμόρφωση των προμηθευτών τους με τους κανόνες ορθής διανομής φαρμακευτικών προϊόντων για ανθρώπινη χρήση. Όπως φαίνεται στο Γράφημα 30, το 93% σχεδόν των συμμετεχόντων αξιολόγησαν την συμμόρφωση των προμηθευτών τους ως πολύ ικανοποιητική (65 απαντήσεις) και εξαιρετικά ικανοποιητική (18 απαντήσεις), ενώ το 7% περίπου (6 απαντήσεις) αξιολόγησαν την συμμόρφωση των προμηθευτών τους με το GDP ως μέτρια. Εδώ αξίζει να σημειωθεί πως από τις 6 αυτές απαντήσεις, μόνο 1 προέρχεται από Ιδιωτικό Φαρμακείο στην Αττική, ενώ οι υπόλοιπες 5 προέρχονται από 4 φαρμακεία νοσοκομείων και 1 φαρμακείο ΕΟΠΥΥ τα οποία βρίσκονται σε περιφέρειες εκτός Αττικής και παρουσιάζουν αυξημένους χρόνους παραλαβής.

22. ΣΕ ΚΛΙΜΑΚΑ ΑΠΟ 1 ΕΩΣ ΤΟ 5 ΠΩΣ ΘΑ ΑΞΙΟΛΟΓΟΥΣΑΤΕ ΤΗΝ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΑΝΟΝΕΣ ΟΡΘΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ (GOOD DISTRIBUTION PRACTICE);

89 απαντήσεις



Γράφημα 31: Σε κλίμακα από 1 έως το 5 πως θα αξιολογούσατε την συμμόρφωση των προμηθευτών με τους κανόνες ορθής διανομής φαρμακευτικών προϊόντων για ανθρώπινη χρήση (Good Distribution Practices);

- ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΑΝΑΦΕΡΕΤΕ ΑΛΛΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΤΥΧΟΝ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ.

Η τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου καλούσε τους συμμετέχοντες να αναφέρουν άλλους παράγοντες που τυχόν επηρεάζουν το επίπεδο ικανοποίησης αναφορικά με την συνεργασία με τους προμηθευτές. Η ερώτηση αυτή δεν ήταν κλειστού τύπου όπως οι προηγούμενες και επιπλέον δεν απαιτούσε υποχρεωτική απάντηση. Ο προαιρετικός αυτός χαρακτήρας δυστυχώς την άφησε αναπάντητη από την συντριπτική πλειοψηφία των συμμετεχόντων καθώς λάβαμε μόνο τρεις απαντήσεις από ιδιωτικά φαρμακεία. Οι απαντήσεις που ελήφθησαν ήταν οι κάτωθι:

- «Επάρκεια φαρμάκων και έγκυρη πληροφόρηση για την αποκατάσταση τυχόν ελλειπτικών φαρμάκων»
- «Επάρκεια αποθεμάτων»
- «Διαχείριση ελλείψεων»

Το γεγονός ότι όσοι απάντησαν την συγκεκριμένη ερώτηση έθιξαν το θέμα της επάρκειας των αποθεμάτων είναι ενδεικτικό του προβλήματος που αντιμετωπίζουν οι πελάτες αναφορικά με τις ελλείψεις των φαρμακευτικών προϊόντων και αυτό είναι κάτι το οποίο αποτυπώνεται και στις απαντήσεις στην ερώτηση 18 όπου σχεδόν το 85% των συμμετεχόντων δήλωσαν μέτρια, λίγο ή και καθόλου ικανοποιημένοι.

- ΕΛΕΓΧΟΣ ΜΕΣΩΝ ΟΡΩΝ

Παρακάτω θα επιχειρηθεί η διερεύνηση της σημαντικότητας των παραγόντων που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών με τη χρήση του μέσου όρου των απαντήσεων που δόθηκαν στις εικοσιδύο (22) ερωτήσεις κλειστού τύπου σε 5-βάθμια κλίμακα Likert (1-5). Στον Πίνακα 8 παρουσιάζονται οι μέσοι όροι των απαντήσεων που δόθηκαν σε κάθε ερώτηση.

ΕΡΩΤΗΣΗ	Μ.Ο. ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ
1. ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΕΙΝΑΙ Η ΦΗΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;	4,124
2. ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΤΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ ΣΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ;	3,573
3. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ;	4,236
4. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ;	4,000
5. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ;	3,854
6. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΕΚΤΑΚΤΩΝ/ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ;	3,607
7. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ (ΧΡΟΝΟΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΔΙΑΝΟΜΗ);	3,910
8. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ;	3,854
9. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΛΠ);	3,910
10. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΘΕΡΜΟΕΥΑΙΣΘΗΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΛΠ);	4,258
11. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΓΡΑΦΩΝ (ΤΙΜΟΛΟΓΙΑ/ΔΕΛΤΙΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΚΛΠ);	4,258
12. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ (ΣΩΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΚΛΠ);	4,292

13. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΣΠΑΣΜΕΝΩΝ/ΚΑΤΕΣΤΡΑΜΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	3,989
14. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΜΜΑΤΙΚΗΣ/ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ;	3,910
15. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΣΑΣ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ;	3,933
16. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΡΟΦΩΝ ΛΗΞΙΠΡΟΘΕΣΜΩΝ/ΛΗΓΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΕΦΑΡΜΟΖΟΥΝ ΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ;	4,101
17. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΕΜΦΑΝΙΣΗ/ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΚΛΠ);	2,933
18. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΨΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	2,708
19. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΝΑΚΛΗΣΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	3,753
20. ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	3,382
21. ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΕΙΝΑΙ Ο ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ ΝΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΤΕΚΜΗΡΙΩΜΕΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ;	4,360
22. ΣΕ ΚΛΙΜΑΚΑ ΑΠΟ 1 ΕΩΣ ΤΟ 5 ΠΩΣ ΘΑ ΑΞΙΟΛΟΓΟΥΣΑΤΕ ΤΗΝ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΑΝΟΝΕΣ ΟΡΘΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΓΙΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΧΡΗΣΗ (GOOD DISTRIBUTION PRACTICE);	4,135

Πίνακας 8: Μ.Ο. απαντήσεων ανά ερώτηση αναφορικά με το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών

Από τις εικοσιδύο (22) ερωτήσεις κλειστού τύπου σε 5-βάθμια κλίμακα Likert οι τρεις (3) ζητούσαν από τους συμμετέχοντες να αξιολογήσουν πόσο σημαντικούς θεωρούν κάποιους παράγοντες σε σχέση με τους προμηθευτές τους (φήμη, χρόνια παρουσίας στην εγχώρια αγορά και ύπαρξη τεκμηριωμένου συστήματος ποιότητας). Στον Πίνακα 9 παρουσιάζονται οι μέσοι όροι των απαντήσεων αυτών ανά είδος οργανισμού.

	ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΕΙΝΑΙ Η ΦΗΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;	ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΤΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ ΣΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ;	ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΕΙΝΑΙ Ο ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ ΝΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΤΕΚΜΗΡΙΩΜΕΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ;
ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟΥ	3,974	3,816	4,342
ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ ΕΟΠΥΥ	4,350	3,800	4,450
ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ	4,161	3,129	4,129

Πίνακας 9: Μ.Ο απαντήσεων αξιολόγησης σημαντικότητας ανά είδος οργανισμού

Παρατηρείται ότι για όλους τους συμμετέχοντες, ανεξαρτήτως είδους οργανισμού, η ύπαρξη τεκμηριωμένου συστήματος διαχείρισης ποιότητας είναι πολύ σημαντική. Η φήμη του προμηθευτή διαδραματίζει πολύ σημαντικό ρόλο κυρίως για τα φαρμακεία του ΕΟΠΥΥ και τα ιδιωτικά φαρμακεία αλλά και για τα φαρμακεία των νοσοκομείων που την αξιολόγησαν επίσης ως ένα πολύ σημαντικό παράγοντα. Τέλος το χρονικό διάστημα παρουσίας του προμηθευτή στην εγχώρια αγορά αξιολογήθηκε ως πολύ σημαντικός παράγοντας από τα φαρμακεία νοσοκομείων και ΕΟΠΥΥ όχι όμως και από τα ιδιωτικά φαρμακεία που τον έκριναν ως μέτρια σημαντικό.

Ιδιαίτερα ενθαρρυντικές είναι οι απαντήσεις που δόθηκαν στην ερώτηση αναφορικά με την αξιολόγηση της συμμόρφωσης των προμηθευτών με τους κανόνες ορθής διανομής φαρμακευτικών προϊόντων για ανθρώπινη χρήση (Πίνακας 10) καθώς όλοι οι συμμετέχοντες αξιολόγησαν ως πολύ καλή τη συμμόρφωση των προμηθευτών με τις οδηγίες GDP γεγονός που αποδεικνύει πως οι προμηθευτές επενδύοντας στην τήρηση των κανόνων, που βέβαια αποτελεί και νομοκανονιστική τους υποχρέωση, συμβάλλουν παράλληλα και στην αύξηση της ικανοποίησης των πελατών τους.

	ΣΕ ΚΛΙΜΑΚΑ ΑΠΟ 1 ΕΩΣ ΤΟ 5 ΠΩΣ ΘΑ ΑΞΙΟΛΟΓΟΥΣΑΤΕ ΤΗΝ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΑΝΟΝΕΣ ΟΡΘΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΓΙΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΧΡΗΣΗ (GOOD DISTRIBUTION PRACTICE);
ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟΥ	4,105
ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ ΕΟΠΥΥ	4,200
ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ	4,129

Πίνακας 10: Μ.Ο απαντήσεων αξιολόγησης συμμόρφωσης προμηθευτών με το GDP ανά είδος οργανισμού

Οι υπόλοιπες δεκαοχτώ (18) ερωτήσεις σκοπό είχαν την αξιολόγηση του επιπέδου ικανοποίησης των πελατών αναφορικά με διάφορους παράγοντες που αφορούν τη διανομή των φαρμακευτικών προϊόντων και τη γενικότερη συνεργασία τους με τους προμηθευτές. Ο Πίνακας 11 περιέχει τους μέσους όρους των απαντήσεων που δόθηκαν σε αυτές τις ερωτήσεις έχοντας σημάνει με πράσινο χρώμα τις υψηλότερες και με κόκκινο τις χαμηλότερες τιμές ανά είδος οργανισμού οι οποίες αποτελούν αποτύπωση των παραγόντων που προσφέρουν το υψηλότερο και το χαμηλότερο επίπεδο ικανοποίησης αντίστοιχα.

ΕΡΩΤΗΣΗ	Μ.Ο. ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ		
	ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟΥ	ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ ΕΟΠΥΥ	ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ;	4,289	4,350	4,097
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ;	4,026	4,350	3,742
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ;	3,868	3,950	3,774
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΕΚΤΑΚΤΩΝ/ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ;	3,658	3,900	3,355
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ (ΧΡΟΝΟΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΔΙΑΝΟΜΗ);	4,132	3,600	3,839
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ;	3,789	3,800	3,968
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΛΠ);	3,842	4,200	3,806
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΘΕΡΜΟΕΥΔΙΣΘΗΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΛΠ);	4,342	4,400	4,065
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΓΡΑΦΩΝ (ΤΙΜΟΛΟΓΙΑ/ΔΕΛΤΙΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΚΛΠ);	4,211	4,400	4,226
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ (ΣΩΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΚΛΠ);	4,237	4,450	4,258
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΣΠΑΣΜΕΝΩΝ/ΚΑΤΕΣΤΡΑΜΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	3,895	4,050	4,065
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΜΜΑΤΙΚΗΣ/ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ;	3,789	4,000	4,000
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΣΑΣ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ;	3,737	4,150	4,032
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΡΟΦΩΝ ΛΗΞΙΠΡΟΘΕΣΜΩΝ/ΛΗΓΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΕΦΑΡΜΟΖΟΥΝ ΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ;	4,263	4,400	3,710
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΕΜΦΑΝΙΣΗ/ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΚΛΠ);	2,658	2,500	3,548
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΨΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	2,526	2,800	2,871

ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΝΑΚΛΗΣΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	3,684	3,850	3,774
ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	3,158	3,450	3,613

Πίνακας 11: Μ.Ο απαντήσεων αξιολόγησης επιπέδου ικανοποίησης των πελατών ανά είδος οργανισμού

Παρατηρείται πως στην περίπτωση των νοσοκομειακών φαρμακείων, το υψηλότερο επίπεδο ικανοποίησης σημειώνεται για την συσκευασία των θερμοευαίσθητων προϊόντων ενώ το χαμηλότερο για την διαχείριση εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση έλλειψης αποθεμάτων φαρμακευτικών προϊόντων. Οι απαντήσεις θεωρούνται απολύτως λογικές καθώς η ορθή συσκευασία των θερμοευαίσθητων προϊόντων αποτελεί βασικό – αν όχι το βασικότερο – παράγοντα διασφάλισης της ποιότητας τους, γεγονός που ανάγεται σε ιδιαίτερα σημαντικό αν ληφθεί υπόψη τόσο η φύση όσο και το κόστος της πλειοψηφίας των νοσοκομειακών φαρμάκων καθώς και οι παθήσεις για τις οποίες προορίζονται. Αναφορικά με την διαχείριση σε περίπτωση έλλειψης αποθεμάτων, αυτή έχει αναφερθεί ήδη και φαίνεται πως αποτελεί σημαντικό πρόβλημα και για τα τρία είδη οργανισμών καθώς δυσχεραίνει την εξυπηρέτηση των τελικών αποδεκτών των φαρμακευτικών προϊόντων, δηλαδή των ασθενών, ο αριθμός των οποίων στην περίπτωση των νοσοκομείων είναι ιδιαίτερα αυξημένος. Στην περίπτωση των φαρμακείων ΕΟΠΥΥ το υψηλότερο επίπεδο ικανοποίησης σημειώνεται για την ορθότητα των παραγγελιών (σωστά προϊόντα/ ποσότητες κλπ) αφού έτσι διασφαλίζεται η εύρυθμη λειτουργία του οργανισμού και αποφεύγονται οι καθυστερήσεις στην εξυπηρέτηση των ασθενών ενώ το χαμηλότερο για τον τρόπο ενημέρωσης εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση αλλαγών σχετιζόμενων με την συσκευασία των προϊόντων (εμφάνιση/ποσότητα κλπ) που όπως αναφέρθηκε και στην παρουσίαση των αποτελεσμάτων της ερώτησης 17 δημιουργεί τον κίνδυνο μη έγκαιρου εντοπισμού τυχόν ψευδεπίγραφων φαρμάκων μετά την είσοδό τους στην αγορά. Τέλος όσον αφορά τα ιδιωτικά φαρμακεία, όπως και στην περίπτωση των φαρμακείων ΕΟΠΥΥ, το υψηλότερο επίπεδο ικανοποίησης σημειώνεται για την ορθότητα των παραγγελιών ενώ το χαμηλότερο όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα για την διαχείριση εκ μέρους των προμηθευτών σε περίπτωση έλλειψης αποθεμάτων φαρμακευτικών προϊόντων.

Στον Πίνακα 12 παρουσιάζονται συνοπτικά οι παράγοντες ικανοποίησης των πελατών ανά είδος οργανισμού ταξινομημένοι από αυτόν που δίνει το χαμηλότερο σε αυτόν που δίνει το υψηλότερο επίπεδο ικανοποίησης.

ΑΥΞΗΣΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ

ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟΥ	ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ ΕΟΠΥΥ	ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΨΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΤΡΟΠΟΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΕΜΦΑΝΙΣΗ/ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΚΛΠ)	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΨΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
ΤΡΟΠΟΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΕΜΦΑΝΙΣΗ/ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΚΛΠ)	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΨΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΕΚΤΑΚΤΩΝ/ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ
ΤΡΟΠΟΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΤΡΟΠΟΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΤΡΟΠΟΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΕΜΦΑΝΙΣΗ/ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΚΛΠ)
ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΕΚΤΑΚΤΩΝ/ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ	ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ (ΧΡΟΝΟΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΔΙΑΝΟΜΗ)	ΤΡΟΠΟΣ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΝΑΚΛΗΣΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ	ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΡΟΦΩΝ ΛΗΙΠΡΟΘΕΣΜΩΝ/ΛΗΓΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΕΦΑΡΜΟΖΟΥΝ ΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ
ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΣΑΣ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΝΑΚΛΗΣΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ	ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΕΚΤΑΚΤΩΝ/ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ	ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΜΜΑΤΙΚΗΣ/ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ	ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΝΑΚΛΗΣΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΛΠ)	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΜΜΑΤΙΚΗΣ/ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ	ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΛΠ)
ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΣΠΑΣΜΕΝΩΝ/ΚΑΤΕΣΤΡΑΜΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ (ΧΡΟΝΟΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΔΙΑΝΟΜΗ)
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΣΠΑΣΜΕΝΩΝ/ΚΑΤΕΣΤΡΑΜΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΣΑΣ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ	ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ
ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ	ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΛΠ)	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΜΜΑΤΙΚΗΣ/ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ
ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ (ΧΡΟΝΟΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΔΙΑΝΟΜΗ)	ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	ΤΡΟΠΟΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΣΑΣ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ
ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΤΡΑΦΩΝ (ΤΙΜΟΛΟΓΙΑ/ΔΕΛΤΙΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΚΛΠ)	ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ	ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΘΕΡΜΟΕΥΑΙΣΘΗΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΛΠ)
ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ (ΣΩΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΚΛΠ)	ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΘΕΡΜΟΕΥΑΙΣΘΗΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΛΠ)	ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΣΠΑΣΜΕΝΩΝ/ΚΑΤΕΣΤΡΑΜΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΡΟΦΩΝ ΛΗΙΠΡΟΘΕΣΜΩΝ/ΛΗΓΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΕΦΑΡΜΟΖΟΥΝ ΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ	ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΤΡΑΦΩΝ (ΤΙΜΟΛΟΓΙΑ/ΔΕΛΤΙΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΚΛΠ)	ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΡΟΦΩΝ ΛΗΙΠΡΟΘΕΣΜΩΝ/ΛΗΓΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΕΦΑΡΜΟΖΟΥΝ ΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ	ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΤΡΑΦΩΝ (ΤΙΜΟΛΟΓΙΑ/ΔΕΛΤΙΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΚΛΠ)
ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΘΕΡΜΟΕΥΑΙΣΘΗΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΛΠ)	ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ (ΣΩΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΚΛΠ)	ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ (ΣΩΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΚΛΠ)

ΑΥΞΗΣΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ

Πίνακας 12: Παράγοντες ικανοποίησης ανά είδος οργανισμού (ταξινομημένοι από το χαμηλότερο προς το υψηλότερο επίπεδο ικανοποίησης)

Η γεωγραφική περιοχή είναι ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει το επίπεδο εξυπηρέτησης και κατ' επέκταση το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών. Στον Πίνακα 13 παρουσιάζονται οι συνολικοί μέσοι όροι των απαντήσεων αναφορικά με το επίπεδο ικανοποίησης

των πελατών ανά γεωγραφική περιφέρεια. Για λόγους παρουσίας έχει πραγματοποιηθεί ταξινόμηση με βάση το επίπεδο ικανοποίησης σε φθίνουσα σειρά.

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	Μ.Ο. ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	4,181
ΗΠΕΙΡΟΥ	4,014
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	4,006
ΑΤΤΙΚΗΣ	3,893
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	3,736
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	3,714
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	3,708
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	3,667
ΚΡΗΤΗΣ	3,574
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	3,542
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	3,472
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	3,347
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	3,139

Πίνακας 13: Μ.Ο. απαντήσεων αναφορικά με το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών ανά γεωγραφική περιφέρεια

Παρατηρείται ότι τα υψηλότερα επίπεδα ικανοποίησης παρατηρούνται στις περιφέρειες της ηπειρωτικής Ελλάδας όπου, όπως γίνεται εύκολα αντιληπτό, η εξυπηρέτηση είναι ευκολότερη και κυλάει πιο ομαλά. Εντύπωση βέβαια προκαλεί το ότι η περιφέρεια Αττικής βρίσκεται στην τέταρτη θέση, και όχι υψηλότερα παρά το γεγονός ότι ο μεγαλύτερος αριθμός των προμηθευτών βρίσκεται εκεί και θα περίμενε κανείς να υπάρχει πιο άμεση εξυπηρέτηση. Η κατάταξη αυτή ωστόσο εξηγείται από την πληθώρα των πελατών καθώς στην Αττική βρίσκονται τα περισσότερα νοσοκομεία, ΕΟΠΥΥ και ιδιωτικά φαρμακεία λόγω του αυξημένου πληθυσμού.

Αντίθετα τα χαμηλότερα επίπεδα ικανοποίησης παρατηρούνται στην νησιωτική Ελλάδα και στην περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας καθώς οι συμμετέχοντες από αυτές τις περιοχές εκτός του αυξημένου χρόνου παραλαβής που ανέφεραν, και ο οποίος ως ένα βαθμό είναι κατανοητός, δεν δήλωσαν ιδιαίτερα ικανοποιημένοι σε ερωτήσεις που σχετίζονται με την επικοινωνία μεταξύ πελάτη και προμηθευτή (ενημέρωση σε περίπτωση αλλαγών στη συσκευασία, ενημέρωση σε

περίπτωση έλλειψης αποθεμάτων, ενημέρωση σε περίπτωση διακοπής κυκλοφορίας) και αυτό είναι σίγουρα κάτι που θα πρέπει να αξιολογηθεί από την πλευρά των προμηθευτών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σκοπός της έρευνας που πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της παρούσας διπλωματικής εργασίας ήταν η διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών αναφορικά με την διανομή φαρμακευτικών προϊόντων. Για την πραγματοποίηση της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος των ηλεκτρονικών ερωτηματολογίων τα οποία διανεμήθηκαν μέσω μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε φαρμακεία νοσοκομείων, φαρμακεία ΕΟΠΥΥ και ιδιωτικά φαρμακεία. Το ερωτηματολόγιο αποτελούταν από δύο διακριτά μέρη, το μέρος Α' το οποίο περιείχε 8 Γενικές Ερωτήσεις με σκοπό τον προσδιορισμό του είδους του οργανισμού, την γεωγραφική περιοχή στην οποία υπάγεται αλλά και κάποια επιπλέον στοιχεία αναφορικά με τους προμηθευτές του και το μέρος Β' το οποίο περιείχε δεικοσιδύο (22) ερωτήσεις κλειστού τύπου σε 5-βάθμια κλίμακα Likert (1-5) οι οποίες σχετίζονταν με την αξιολόγηση των προμηθευτών και έχουν ως στόχο τον προσδιορισμό των παραγόντων ικανοποίησης αναφορικά με την διανομή φαρμακευτικών προϊόντων. Στην έρευνα συμμετείχαν 38 φαρμακεία νοσοκομείων (δημοσίων και ιδιωτικών) ποσοστό 42,7% του δείγματος, 20 φαρμακεία ΕΟΠΥΥ δηλαδή ποσοστό 22,5% του δείγματος και 31 Ιδιωτικά Φαρμακεία δηλαδή ποσοστό 34,8% του δείγματος από όλες τις Γεωγραφικές περιφέρειες της Ελλάδας.

Από την έρευνα προέκυψε πως για όλους τους συμμετέχοντες, ανεξαρτήτως είδους οργανισμού, η ύπαρξη τεκμηριωμένου συστήματος διαχείρισης ποιότητας είναι πολύ σημαντική. Επιπλέον η φήμη και το χρονικό διάστημα παρουσίας του προμηθευτή στην εγχώρια αγορά διαδραματίζουν επίσης πολύ σημαντικό ρόλο, κυρίως για τους πελάτες που ανήκουν στις κατηγορίες των νοσοκομειακών φαρμακείων και των φαρμακείων ΕΟΠΥΥ, ενώ όσον αφορά τη συμμόρφωση των προμηθευτών με τους κανόνες ορθής διανομής φαρμακευτικών προϊόντων για ανθρώπινη χρήση αυτή αξιολογήθηκε ως πολύ καλή και αυτό είναι κάτι ιδιαίτερα σημαντικό αφού αποτελεί, πέρα από νομοκανονιστική υποχρέωση των προμηθευτών, το βασικό μέσο διαχείρισης της ποιότητας των φαρμακευτικών προϊόντων. Οι ερωτήσεις που σκοπό είχαν την αξιολόγηση του επιπέδου ικανοποίησης των πελατών αναφορικά με διάφορους παράγοντες που αφορούν τη διανομή των φαρμακευτικών προϊόντων και τη γενικότερη συνεργασία τους με τους προμηθευτές ανέδειξαν ένα υψηλό επίπεδο ικανοποίησης των πελατών αναφορικά με τη συνεργασία με τους προμηθευτές.

Το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών διαφοροποιήθηκε ανάλογα με το είδος του οργανισμού, γεγονός απόλυτα λογικό αν αναλογιστούμε πως τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν σε οργανισμούς διαφορετικού μεγέθους με διαφορετικό όγκο παραλαβών, καθώς είναι διαφορετικές οι ποσότητες που παραλαμβάνει ένα κεντρικό δημόσιο νοσοκομείο συγκριτικά με ένα συνοικιακό ιδιωτικό φαρμακείο. Γενικά όμως παρατηρήθηκε ότι οι πελάτες ανεξαρτήτως οργανισμού είχαν κοινή άποψη αναφορικά με τα τους τομείς που χρήζουν βελτίωσης (χαμηλότερα επίπεδα ικανοποίησης).

Οι πελάτες δήλωσαν πολύ ικανοποιημένοι από την ορθότητα των παραγγελιών και των συνοδευτικών εγγράφων, από τη συσκευασία των προϊόντων και τη γενικότερη διαχείριση των παραπόνων τους. Ωστόσο παρατηρήθηκαν χαμηλότερα επίπεδα ικανοποίησης σε θέματα που άπτονται της επικοινωνίας μεταξύ πελάτη και προμηθευτή (ενημέρωση σε περίπτωση αλλαγών στη συσκευασία, ενημέρωση σε περίπτωση έλλειψης αποθεμάτων, ενημέρωση σε περίπτωση διακοπής κυκλοφορίας) και αυτό είναι σίγουρα κάτι που θα πρέπει να αξιολογηθεί από την πλευρά των προμηθευτών. Ειδικά το θέμα την διαχείρισης της έλλειψης αποθεμάτων φαρμακευτικών προϊόντων αναδείχθηκε από όλους σχεδόν τους συμμετέχοντες ως τομέας που χρήζει βελτίωσης καθώς μπορεί να δημιουργήσει σημαντικά προβλήματα στην εύρυθμη λειτουργία των φαρμακείων, την εξυπηρέτηση των ασθενών ή ακόμη και να αποτελέσει τροχοπέδη για την άμεση πρόσβαση των ασθενών στις θεραπείες τους. Από τις απαντήσεις αναδείχθηκε ένας ακόμη τομέας που χρήζει βελτίωσης και αποτελεί αυτός της ενημέρωσης των πελατών αναφορικά με αλλαγές που πραγματοποιούνται στα φαρμακευτικά προϊόντα και σχετίζονται με τη συσκευασία το μέγεθος κλπ. καθώς οδηγεί σε ελλιπή πληροφόρηση των πελατών και αυξάνει τον κίνδυνο μη έγκαιρου εντοπισμού ψευδεπίγραφων φαρμάκων μετά την είσοδό τους στην αγορά. Οι παράγοντες αυτοί, που επηρεάζουν άμεσα την ικανοποίηση των πελατών, μπορούν να βελτιωθούν αν οι φαρμακευτικές εταιρείες επενδύσουν στα τμήματα εξυπηρέτησης πελατών τους τα οποία αποτελούν ουσιαστικά την «βιτρίνα» τους και κρατάνε στα χέρια τους την εύρυθμη συνεργασία με τους πελάτες.

Αντίστοιχη διαφοροποίηση στα επίπεδα ικανοποίησης πελατών παρατηρήθηκε και μεταξύ των γεωγραφικών περιφερειών. Υψηλότερα επίπεδα ικανοποίησης παρατηρούνται στις περιφέρειες της ηπειρωτικής Ελλάδας όπου, όπως γίνεται εύκολα αντιληπτό, η εξυπηρέτηση είναι ευκολότερη

και κυλάει πιο ομαλά, ωστόσο η περιφέρεια Αττικής δεν βρισκόταν στην πρώτη θέση όπως θα περίμενε κανείς αναλογιζόμενος το γεγονός ότι ο μεγαλύτερος αριθμός των προμηθευτών βρίσκεται εκεί και θα περίμενε κανείς να υπάρχει πιο άμεση εξυπηρέτηση. Η κατάταξη αυτή ωστόσο εξηγείται από την πληθώρα των πελατών καθώς στην Αττική βρίσκονται τα περισσότερα νοσοκομεία, ΕΟΠΥΥ και ιδιωτικά φαρμακεία λόγω του αυξημένου πληθυσμού. Αντίθετα τα χαμηλότερα επίπεδα ικανοποίησης παρατηρούνται στην νησιωτική Ελλάδα και στην περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας με βασικά θέματα τον αυξημένο χρόνο παραλαβής και την επικοινωνία μεταξύ πελάτη και προμηθευτή, η οποία αναφέρθηκε προηγουμένως.

Τα αποτελέσματα της έρευνας επιβεβαιώνουν τα γραφόμενα της βιβλιογραφίας αναφορικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών και τα οποία παρουσιάστηκαν στο αντίστοιχο Κεφάλαιο 2 της παρούσας διπλωματικής εργασίας και οδηγούν στο συμπέρασμα της γενικά αυξημένης ικανοποίησης των πελατών αναφορικά με τη συνεργασία με τους προμηθευτές και την διανομή των φαρμακευτικών προϊόντων, ωστόσο υπάρχουν σημαντικά περιθώρια βελτίωσης σε κάποιους τομείς και σε αυτούς πρέπει να επενδύσουν οι φαρμακευτικές εταιρείες προκειμένου να αυξήσουν την ικανοποίηση των πελατών τους και να ισχυροποιήσουν την παρουσία τους στην αγορά, έχοντας πάντοτε ως γνώμονα την διασφάλιση της ποιότητας καθόλη την διάρκεια την εφοδιαστικής αλυσίδας των φαρμακευτικών προϊόντων.

6.1 Περιορισμοί της έρευνας, Πρακτικές εφαρμογές και Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Οι περιορισμοί που προέκυψαν κατά την συγκεκριμένη έρευνα έγκειται στην ανταπόκριση στην συμπλήρωση των ερωτηματολογίων. Παρά το γεγονός ότι τα ερωτηματολόγια απεστάλησαν σε μεγάλο αριθμό οργανισμών σε όλη την Ελληνική Επικράτεια, η ανταπόκριση δεν ήταν ιδιαίτερα αυξημένη. Ελήφθησαν 89 απαντήσεις, ωστόσο το δείγμα θεωρείται αντιπροσωπευτικό καθώς υπήρχε αντιπροσώπευση και των τριών ειδών οργανισμών (νοσοκομειακά φαρμακεία, φαρμακεία ΕΟΠΥΥ και ιδιωτικά φαρμακεία) αλλά και όλων των γεωγραφικών περιοχών της Ελλάδας, σε επίπεδο περιφέρειας, γεγονός που μας επέτρεψε να πραγματοποιήσουμε την ανάλυση και να προβούμε σε συμπεράσματα. Θα ήταν ωστόσο ενδιαφέρον μια αντίστοιχη έρευνα να πραγματοποιηθεί σε Πανελλαδικά και να συντονίζεται από κάποια εποπτεύουσα αρχή η οποία θα είναι σε θέση να προωθήσει και να εφαρμόσει τις βελτιώσεις που θα προκύψουν από τις

απαντήσεις των συμμετεχόντων. Αναφορικά με τις πρακτικές εφαρμογές τα αποτελέσματα της παρούσας εργασίας θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν από οποιαδήποτε εταιρεία δραστηριοποιείται στην διανομή φαρμακευτικών προϊόντων, είτε πρόκειται για την ίδια την φαρμακευτική, είτε για εταιρεία που παρέχει υπηρεσίες διανομής (Third Party Logistics Provider) αφενός προκειμένου να κατανοήσουν τα σημεία εκείνα που παίζουν κομβικό ρόλο στην ικανοποίηση των πελατών τους και αφετέρου ως εργαλείο βελτίωσης των υπηρεσιών τους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- A note on Quality; The views of Deming, Juran, and Crosby, Summary DOI: 10.13140/RG.2.2.28698.13766
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S. and Kotler, P., Principles of Marketing, Sydney, Australia, Pearson, 2014, pp 297-394
- Babbie, E. (2016). The Practice of Social Research. Cengage Learning.
- Berman, B. R., & Evans, J. R. (2018). Retail management: A strategic approach. Pearson.
- Bhattacharya, S. (2015). An empirical analysis of customer satisfaction in the pharmaceutical sector. Journal of Business and Retail Management Research, 9(2), 1-8.
- Bhattacharya, S., & Saini, D. (2015). Customer satisfaction in the pharmaceutical retail sector: An empirical study. Journal of Business and Retail Management Research, 9(1), 1-10.
- Bryman, A. (2016). Social Research Methods. Oxford University Press.
- Deming WE (1986) Out of Crisis, institute of Technology Center of Advanced Engineering Study, Cambridge, MA.
- Dent, J., Distribution Channels: Understanding and Managing Channels to Market, Kogan Page, 2011, Chapter 1
- Desai, A., Bhattacharya, A., & Saini, R. (2019). A review on pharmaceutical supply chain optimization. Journal of Pharmaceutical Innovation, 14(2), 101-111.
- DeVellis, R. F. (2017). Scale development: Theory and applications (4th ed.). Sage Publications.
- European Commission (2015). Eudralex Volume 4. EU Guidelines for Good Manufacturing Practice for Medicinal Products for Human and Veterinary Use.
- Farris, Paul W.; Neil T. Bendle; Phillip E. Pfeifer; David J. Reibstein (2010). Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.

- Garvin, D. (1990). Managing Quality: The Strategic and Competitive Edge. New York: The Free
- Garvin, D.A. 1984. What does product quality really mean? The Sloan Management Review, Fall 1984, 25-43.
- Howard J. A and Sheth, J. N. (1969), The Theory of Buyer Behavior, New York, John Wiley & Sons
- Hunt, H. Keith (1977), “CS/D – Overview and Future Directions,” in Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction, H. Keith Hunt, ed., Cambridge, Mass.: Marketing Science Institute.
- Ishikawa, Kaoru (1990); (Translator: J. H. Loftus); Introduction to Quality Control; 448 p; ISBN 4-906224-61-X OCLC 61341428
- ISO 1994 Quality Management and Quality Assurance - a Vocabulary. International Organization for Standardization, Geneva.
- Kumar, A., & Gautam, V. (2014). An empirical study of customer satisfaction in pharmaceutical industry. Global Journal of Finance and Management, 6(2), 149-156.
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. Archives of Psychology, 140, 1–55.
- Lin C, et al. (2017). Customer Satisfaction in the Pharmaceutical Industry: A Systematic Review of the Literature. Health Marketing Quarterly, 34(2), 183-204.
- Mahajan, N., & Sharma, D. (2016). Pharmaceutical supply chain: A review. International Journal of Research in Pharmacy and Pharmaceutical Sciences, 1(3), 8-13.
- Oliver, R. L. (1997). Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer. New York: McGraw-Hill Press.
- Paulhus, D. L. (1984). Two-component models of socially desirable responding. Journal of personality and social psychology, 46(3), 598.
- Prajapati, V., Patel, B., & Patel, D. (2016). A study on customer satisfaction towards pharmaceutical industry. International Journal of Research in Pharmacy and Chemistry, 6(2), 340-347.

- Reeves, C. A., & Bednar, D. A. (1994). Defining quality: Alternatives and implications. *The Academy of Management Review*, 19(3), 419–445. <https://doi.org/10.2307/258934>
- Reichheld, F. & Markey, R. (2011). *The Ultimate Question 2.0: How Net Promoter Companies Thrive in a Customer-driven World*. Boston, Mass, London: Harvard Business, McGraw-Hill.
- Reichheld, F. & Markey, R. (2011). *The Ultimate Question 2.0: How Net Promoter Companies Thrive in a Customer-driven World*. Boston, Mass, London: Harvard Business, McGraw-Hill.
- Rodrigues H, et al. (2018). Measuring Customer Satisfaction in the Pharmaceutical Industry: A Review of Empirical Research. *Total Quality Management & Business Excellence*, 29(9-10), 1096-1115.
- Saini, N., & Saini, V. (2012). Customer satisfaction in the pharmaceutical retail sector: A study of Indian customers. *Journal of Business and Retail Management Research*, 7(2), 1-12.
- Saini, R., & Garg, A. (2017). Customer satisfaction in the pharmaceutical industry: An empirical study. *International Journal of Research in Management, Economics, and Commerce*, 7(5), 1-9.
- Storey, A. & Briggs, R. & Jones, H. & Russell, Ronald. (2011). Chapter 4*: QUALITY ASSURANCE.
- Sugandhi, R.K., 2003. *Customer Relationship Management*. New Age International Ltd., New Dehli, India.
- Sullivan E. & Decker P. (2016). *Αποτελεσματική ηγεσία και διοίκηση στις υπηρεσίες υγείας*. Εκδότης Γκιούρδας.
- Tague, Nancy R. (2005) [1995]. “Plan–Do–Study–Act cycle”. *The quality toolbox* (2nd ed.). Milwaukee: ASQ Quality Press. pp. 390–392. ISBN 978-0873896399. OCLC 57251077.

- Westbrook R. A. And Michael D. Reilly (1983), “Value-Percept Disparity: An Alternative to the Disconfirmation of Expectations Theory of Consumer Satisfaction,” *Advances in Consumer Research*, 10, 256-261.
- WHO/UNEP/VKI 1997 Analytical Quality Assurance and Control. World Health Organization, Geneva.
- Yi, Youjae (1990), “A Critical Review of Consumer Satisfaction,” In Valarie A. Zeithaml (ed.), *Review of Marketing*, American Marketing Association, Chicago, 68-123
- Zailani, S., Iranmanesh, M., & Shahrudin, M. R. (2015). Supply chain integration, supply chain collaboration, and customer satisfaction: Evidence from the pharmaceutical industry. *Supply Chain Management: An International Journal*, 20(6), 675-692.
- Zailani, S., Iranmanesh, M., & Shahrudin, M. R. (2015). Supply chain integration, supply chain collaboration, and customer satisfaction: Evidence from the pharmaceutical industry. *Supply Chain Management: An International Journal*, 20(6), 675-692.
- Zeithaml, A.V. (1988), “Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-end Model and Synthesis of Evidence,” *Journal of Marketing*, 52(7), 2-22
- <https://asq.org/quality-resources/history-of-quality>
- <https://www.nvtquality.com/white-papers/jurans-steps-for-quality-improvement/>
- <https://www.siteware.co/methodologies/what-is-the-pdca-cycle/>
- Δερβιτσιώτης Κ. (1993). Διοίκηση Ολικής Ποιότητας, Αθήνα.
- Κατευθυντήριες γραμμές της 5ης Νοεμβρίου 2013 σχετικά με την ορθή πρακτική διανομής φαρμάκων για ανθρώπινη χρήση (Κείμενο που παρουσιάζει ενδιαφέρον για τον ΕΟΧ) (2013/C 343/01)
- ΟΔΗΓΙΑ 2001/83/ΕΚ ΤΟΥ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ της 6ης Νοεμβρίου 2001 περί κοινοτικού κώδικος για τα φάρμακα που προορίζονται για ανθρώπινη χρήση

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

(<https://forms.gle/JnmpqPGRvdHR4cXg8>)



«Η ποιότητα στην διανομή των φαρμακευτικών προϊόντων και οι παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών»

Το παρόν ερωτηματολόγιο αποτελεί μέρος της Διπλωματικής Εργασίας με τίτλο: **«Η ποιότητα στην διανομή των φαρμακευτικών προϊόντων και οι παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών»** η οποία εκπονείται στα πλαίσια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών Διαχείριση & Τεχνολογία Ποιότητας του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου.

Σκοπός της έρευνας είναι η διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών αναφορικά με την διανομή φαρμακευτικών προϊόντων και για τον λόγο αυτό η συμβολή σας μέσω της συμμετοχής στην έρευνα είναι πολύτιμη. Το ερωτηματολόγιο απευθύνεται σε **εργαζόμενους φαρμακείων νοσοκομείων, φαρμακείων ΕΟΠΥΥ και ιδιωτικών φαρμακείων** και για τη συμπλήρωσή του απαιτούνται περίπου 5 λεπτά. Επισημαίνεται ότι τα δεδομένα είναι εμπιστευτικά και θα υποβληθούν σε στατιστική επεξεργασία.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για την συμμετοχή σας!

Με εκτίμηση,
Παναγιώτα Κοτταρά
giotakot@gmail.com
ΜΠΣ Διαχείριση & Τεχνολογία Ποιότητας
Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο



«Η ποιότητα στην διανομή των φαρμακευτικών προϊόντων και οι παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών»

* Υποδεικνύει απαιτούμενη ερώτηση

ΜΕΡΟΣ Α: ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Οι ερωτήσεις του Μέρους Α είναι γενικές και σκοπό έχουν την κατανόηση του οργανισμού και τον τρόπο λειτουργίας του.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Η "Επωνυμία" του οργανισμού ζητείται μόνο για λόγους ταυτοποίησης και δεν θα χρησιμοποιηθεί με κανέναν τρόπο.

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ: *

Η απάντησή σας

ΕΙΔΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ: *

- ☐ Φαρμακείο Νοσοκομείου
- ☐ Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ
- ☐ Ιδιωτικό Φαρμακείο

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ (ΝΟΜΟΣ): *

Η απάντησή σας

ΘΕΣΗ ΠΟΥ ΚΑΤΕΧΕΤΕ ΣΤΟΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ: *

Η απάντησή σας

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΜΕΣΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΙΑΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΤΗΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ; *

- ☐ Εντός της ίδιας ημέρας
- ☐ 1-2 εργάσιμες ημέρες
- ☐ 2-3 εργάσιμες ημέρες
- ☐ 3-4 εργάσιμες ημέρες
- ☐ Πάνω από 4 εργάσιμες ημέρες

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΥΝΗΘΗΣ ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ; *

- ☐ Ιδιόκτητα οχήματα του προμηθευτή
- ☐ Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)
- ☐ Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων



«Η ποιότητα στην διανομή των φαρμακευτικών προϊόντων και οι παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών»

* Υποδεικνύει απαιτούμενη ερώτηση

ΜΕΡΟΣ Β: ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ

Συμπληρώστε επιλέγοντας από την παρακάτω κλίμακα (1-5) αναφορικά με το επίπεδο ικανοποίησης/σημαντικότητας

(Σημείωση:

1: καθόλου ικανοποιημένος/αδιάφορο , 5: απόλυτα ικανοποιημένος/εξαιρετικά σημαντικό)

1.ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΕΙΝΑΙ Η ΦΗΜΗ ΤΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ; *

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1	2	3	4	5

2.ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΤΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ ΣΤΗΝ ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ; *

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1	2	3	4	5

3.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ; *

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1	2	3	4	5

4.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ; *

<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1	2	3	4	5

5.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ; *

Ο
1

Ο
2

Ο
3

Ο
4

Ο
5

6.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΕΚΤΑΚΤΩΝ/ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ; *

Ο
1

Ο
2

Ο
3

Ο
4

Ο
5

7.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ (ΧΡΟΝΟΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΔΙΑΝΟΜΗ); *

Ο
1

Ο
2

Ο
3

Ο
4

Ο
5

8.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ; *

Ο
1

Ο
2

Ο
3

Ο
4

Ο
5

9.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΛΠ); *

Ο
1

Ο
2

Ο
3

Ο
4

Ο
5

10.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΘΕΡΜΟΕΥΑΙΣΘΗΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ/ΣΗΜΑΝΣΗ ΚΛΠ); *

Ο
1

Ο
2

Ο
3

Ο
4

Ο
5

11.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΩΝ ΕΓΓΡΑΦΩΝ (ΤΙΜΟΛΟΓΙΑ/ΔΕΛΤΙΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΚΛΠ); *

Ο
1

Ο
2

Ο
3

Ο
4

Ο
5

12.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΡΘΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ (ΣΩΣΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ/ ΠΟΣΟΤΗΤΕΣ ΚΛΠ); *

Ο 1 Ο 2 Ο 3 Ο 4 Ο 5

13.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΣΠΑΣΜΕΝΩΝ/ΚΑΤΕΣΤΡΑΜΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑ/ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ; *

Ο 1 Ο 2 Ο 3 Ο 4 Ο 5

14.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΜΜΑΤΙΚΗΣ/ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ; *

Ο 1 Ο 2 Ο 3 Ο 4 Ο 5

15.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ ΣΑΣ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ; *

Ο 1 Ο 2 Ο 3 Ο 4 Ο 5

16.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΡΟΦΩΝ ΛΗΪΠΡΟΘΕΣΜΩΝ/ΛΗΓΜΕΝΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΕΦΑΡΜΟΖΟΥΝ ΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ; *

Ο 1 Ο 2 Ο 3 Ο 4 Ο 5

17.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΛΛΑΓΩΝ ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΩΝ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (ΕΜΦΑΝΙΣΗ/ΠΟΣΟΤΗΤΑ ΚΛΠ); *

Ο 1 Ο 2 Ο 3 Ο 4 Ο 5

18.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΕΛΛΕΙΨΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ; *

Ο
1

Ο
2

Ο
3

Ο
4

Ο
5

19.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΑΝΑΚΛΗΣΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ; *

Ο
1

Ο
2

Ο
3

Ο
4

Ο
5

20.ΠΟΣΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΕΙΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΡΟΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΔΙΑΚΟΠΗΣ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ; *

Ο
1

Ο
2

Ο
3

Ο
4

Ο
5

21.ΠΟΣΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΕΙΝΑΙ Ο ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ ΝΑ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΤΕΚΜΗΡΙΩΜΕΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ; *

Ο
1

Ο
2

Ο
3

Ο
4

Ο
5

22.ΣΕ ΚΛΙΜΑΚΑ ΑΠΟ 1 ΕΩΣ ΤΟ 5 ΠΩΣ ΘΑ ΑΞΙΟΛΟΓΟΥΣΑΤΕ ΤΗΝ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΑΝΟΝΕΣ ΟΡΘΗΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΓΙΑ ΑΝΘΡΩΠΙΝΗ ΧΡΗΣΗ (GOOD DISTRIBUTION PRACTICE); *

Ο
1

Ο
2

Ο
3

Ο
4

Ο
5

ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΑΝΑΦΕΡΕΤΕ ΑΛΛΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΤΥΧΟΝ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ.

Η απάντησή σας

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ

ΕΙΔΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ:	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΘΕΣΗ ΠΟΥ ΚΑΤΕΧΕΤΕ ΣΤΟΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ:	ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΑΜΕΣΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;	ΜΕ ΠΟΙΟΝ ΤΡΟΠΟ ΑΠΟΣΤΕΛΛΕΤΕ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΣΑΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;	ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΜΕΣΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΙΑΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΤΗΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;	ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΥΝΗΘΗΣ ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	ΕΡ. 1	ΕΡ. 2	ΕΡ. 3	ΕΡ. 4	ΕΡ. 5	ΕΡ. 6	ΕΡ. 7	ΕΡ. 8	ΕΡ. 9	ΕΡ. 10	ΕΡ. 11	ΕΡ. 12	ΕΡ. 13	ΕΡ. 14	ΕΡ. 15	ΕΡ. 16	ΕΡ. 17	ΕΡ. 18	ΕΡ. 19	ΕΡ. 20	ΕΡ. 21	ΕΡ. 22	ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΑΝΑΦΕΡΕΤΕ ΑΛΛΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΤΥΧΟΝ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ.
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακαποθήκες	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	Εντός της ίδιας ημέρας	Ιδιότητα οχήματα του προμηθευτή	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	5	5	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	Πάνω από 4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	Και τα δύο	E-mail	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	3-4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	3-4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	3	4	2	3	1	4	4	4	4	5	5	3	4	2	3	3	1	3	2	4	4	Επάρκεια φαρμάκων και έγκυρη πληροφόρηση για την αποκατάσταση τυχόν ελλειπτικών φαρμάκων.
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακαποθήκες	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	Εντός της ίδιας ημέρας	Ιδιότητα οχήματα του προμηθευτή	4	1	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	1	3	3	5	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	Εντός της ίδιας ημέρας	Ιδιότητα οχήματα του προμηθευτή	4	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	4		
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	1-2 εργάσιμες ημέρες	Ιδιότητα οχήματα του προμηθευτή	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	4	4	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	Και τα δύο	E-mail	2-3 εργάσιμες ημέρες	Ιδιότητα οχήματα του προμηθευτή	3	3	4	4	4	2	3	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	5	4	4	3	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	Εντός της ίδιας ημέρας	Ιδιότητα οχήματα του προμηθευτή	4	2	5	3	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακαποθήκες	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	Εντός της ίδιας ημέρας	Ιδιότητα οχήματα του προμηθευτή	5	4	4	4	3	3	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	5	5	5	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	Εντός της ίδιας ημέρας	Ιδιότητα οχήματα του προμηθευτή	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	5	5	5	4	

ΕΙΔΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ:	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΘΕΣΗ ΠΟΥ ΚΑΤΕΧΕΤΕ ΣΤΟΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ:	ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΑΜΕΣΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;	ΜΕ ΠΟΙΟΝ ΤΡΟΠΟ ΑΠΟΣΤΕΛΑΤΕ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΣΑΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;	ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΜΕΣΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΙΑΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΤΗΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;	ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΥΝΘΗΣ ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	ΕΡ. 1	ΕΡ. 2	ΕΡ. 3	ΕΡ. 4	ΕΡ. 5	ΕΡ. 6	ΕΡ. 7	ΕΡ. 8	ΕΡ. 9	ΕΡ. 10	ΕΡ. 11	ΕΡ. 12	ΕΡ. 13	ΕΡ. 14	ΕΡ. 15	ΕΡ. 16	ΕΡ. 17	ΕΡ. 18	ΕΡ. 19	ΕΡ. 20	ΕΡ. 21	ΕΡ. 22	ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΑΝΑΦΕΡΕΤΕ ΑΛΛΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΤΥΧΟΝ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ.
						στην διανομή φαρμάκων																							
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΔΕ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ	Και τα δύο	E-mail	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	3-4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	2	4	4	4	5	3	3	5	3	5	4	3	4	4	3	3	2	1	1	1	5	3	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	E-mail	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	2	2	4	2	3	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΑΚΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	Πάνω από 4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	4	4	4	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	5	3	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	2	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	2	3	3	4	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακαποθήκες	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	Εντός της ίδιας ημέρας	Ιδιότητα οχήματα του προμηθευτή	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	3	3	3	2	3	2	4	2	5	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	1	2	3	1	5	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ	ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΑΚΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	3-4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	1	3	1	5	5	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΑΚΟΥ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	Πάνω από 4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	2	4	4	3	4	3	2	2	3	5	4	4	4	2	3	3	3	2	5	4	3	3	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	1	1	3	1	5	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	2	3	3	4	2	2	2	2	4	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	2	2	3	2	2	2	2	5	4	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	5	

ΕΙΔΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ:	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΘΕΣΗ ΠΟΥ ΚΑΤΕΧΕΤΕ ΣΤΟΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ:	ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΑΜΕΣΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;	ΜΕ ΠΟΙΟΝ ΤΡΟΠΟ ΑΠΟΣΤΕΛΑΤΕ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΣΑΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;	ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΜΕΣΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΙΑΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΤΗΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;	ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΥΝΗΘΗΣ ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	ΕΡ. 1	ΕΡ. 2	ΕΡ. 3	ΕΡ. 4	ΕΡ. 5	ΕΡ. 6	ΕΡ. 7	ΕΡ. 8	ΕΡ. 9	ΕΡ. 10	ΕΡ. 11	ΕΡ. 12	ΕΡ. 13	ΕΡ. 14	ΕΡ. 15	ΕΡ. 16	ΕΡ. 17	ΕΡ. 18	ΕΡ. 19	ΕΡ. 20	ΕΡ. 21	ΕΡ. 22	ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΑΝΑΦΕΡΕΤΕ ΑΛΛΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΤΥΧΟΝ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ.
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	2	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	Πάνω από 4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	3	3	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	3-4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	2	2	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	3	2	3	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	5	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	3-4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	3-4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	4	5	5	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	5	2	1	3	2	3	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	5	5	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	Εντός της ίδιας ημέρας	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	Εντός της ίδιας ημέρας	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	3	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	4	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	3	3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	2	2	4	3	3	4	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	Πάνω από 4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	4	3	3	4	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	4	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΕΙΟΥ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	3	5	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	5	3	5	5	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	5	3	3	4	

ΕΙΔΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ:	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΘΕΣΗ ΠΟΥ ΚΑΤΕΧΕΤΕ ΣΤΟΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ:	ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΑΜΕΣΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;	ΜΕ ΠΟΙΟΝ ΤΡΟΠΟ ΑΠΟΣΤΕΛΑΤΕ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΣΑΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;	ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΜΕΣΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΙΑΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΤΗΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;	ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΥΝΗΘΗΣ ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	ΕΡ. 1	ΕΡ. 2	ΕΡ. 3	ΕΡ. 4	ΕΡ. 5	ΕΡ. 6	ΕΡ. 7	ΕΡ. 8	ΕΡ. 9	ΕΡ. 10	ΕΡ. 11	ΕΡ. 12	ΕΡ. 13	ΕΡ. 14	ΕΡ. 15	ΕΡ. 16	ΕΡ. 17	ΕΡ. 18	ΕΡ. 19	ΕΡ. 20	ΕΡ. 21	ΕΡ. 22	ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΑΝΑΦΕΡΕΤΕ ΑΛΛΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΤΥΧΟΝ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ.
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	4	4	3	3	2	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	5	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	3	3	3	3	5	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	3	3	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	5	5	4	4	1	3	5	4	4	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	3	2	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	2	1	4	4	5	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	5	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	4	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	2	3	4	4	5	4	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	

ΕΙΔΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ:	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΘΕΣΗ ΠΟΥ ΚΑΤΕΧΕΤΕ ΣΤΟΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ:	ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΑΜΕΣΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;	ΜΕ ΠΟΙΟΝ ΤΡΟΠΟ ΑΠΟΣΤΕΛΑΤΕ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΣΑΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;	ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΜΕΣΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΙΑΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΤΗΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;	ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΥΝΗΘΗΣ ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	ΕΡ. 1	ΕΡ. 2	ΕΡ. 3	ΕΡ. 4	ΕΡ. 5	ΕΡ. 6	ΕΡ. 7	ΕΡ. 8	ΕΡ. 9	ΕΡ. 10	ΕΡ. 11	ΕΡ. 12	ΕΡ. 13	ΕΡ. 14	ΕΡ. 15	ΕΡ. 16	ΕΡ. 17	ΕΡ. 18	ΕΡ. 19	ΕΡ. 20	ΕΡ. 21	ΕΡ. 22	ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΑΝΑΦΕΡΕΤΕ ΑΛΛΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΤΥΧΟΝ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ.
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	2	3	4	4	5	4	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	Πάνω από 4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	5	3	5	5	4	5	3	3	4	5	5	5	4	4	4	5	2	3	4	4	4	4	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	Πάνω από 4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	5	5	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	1	2	4	3	4	4	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	3-4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	4	5	5	4	5	3	3	5	4	4	4	4	3	4	5	2	3	4	4	5	4	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	3-4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	
Φαρμακείο ΕΟΠΥΥ	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	3-4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελιοληψίας προμηθευτή	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελιοληψίας προμηθευτή	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελιοληψίας προμηθευτή	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελιοληψίας προμηθευτή	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	Επάρκεια αποθεμάτων
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακαποθήκες	Σύστημα παραγγελιοληψίας προμηθευτή	3-4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	5	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελιοληψίας προμηθευτή	Πάνω από 4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελιοληψίας προμηθευτή	Πάνω από 4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	4	4	4	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	

ΕΙΔΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ:	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΘΕΣΗ ΠΟΥ ΚΑΤΕΧΕΤΕ ΣΤΟΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ:	ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΑΜΕΣΟΙ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;	ΜΕ ΠΟΙΟΝ ΤΡΟΠΟ ΑΠΟΣΤΕΛΛΕΤΕ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΣΑΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;	ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΜΕΣΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΜΙΑΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ ΤΗΣ ΣΤΟΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ;	ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΣΥΝΗΘΗΣ ΤΡΟΠΟΣ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ;	ΕΡ. 1	ΕΡ. 2	ΕΡ. 3	ΕΡ. 4	ΕΡ. 5	ΕΡ. 6	ΕΡ. 7	ΕΡ. 8	ΕΡ. 9	ΕΡ. 10	ΕΡ. 11	ΕΡ. 12	ΕΡ. 13	ΕΡ. 14	ΕΡ. 15	ΕΡ. 16	ΕΡ. 17	ΕΡ. 18	ΕΡ. 19	ΕΡ. 20	ΕΡ. 21	ΕΡ. 22	ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΑΝΑΦΕΡΕΤΕ ΑΛΛΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΤΥΧΟΝ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ.
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	Πάνω από 4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	4	3	4	4	3	2	2	4	3	4	4	5	3	3	4	4	3	2	4	3	3	4	Διαχείριση ελλειψεων
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	3-4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	5	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	E-mail	3-4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	5	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	1-2 εργάσιμες ημέρες	Ιδιόκτητα οχήματα του προμηθευτή	5	3	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	1-2 εργάσιμες ημέρες	Ιδιόκτητα οχήματα του προμηθευτή	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	3	5	5	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	1-2 εργάσιμες ημέρες	Ιδιόκτητα οχήματα του προμηθευτή	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	5	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	5	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	1-2 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	3-4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	4	1	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	
Ιδιωτικό Φαρμακείο	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Και τα δύο	Σύστημα παραγγελειοληψίας προμηθευτή	3-4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	Πάνω από 4 εργάσιμες ημέρες	Εταιρεία ταχυμεταφοράς (courier)	2	4	4	3	4	3	2	2	3	5	4	4	4	2	3	3	3	2	5	4	3	3	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	5	2	1	3	2	3	4	
Φαρμακείο Νοσοκομείου	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΦΑΡΜΑΚΟΠΟΙΟΣ	Φαρμακευτικές Εταιρείες	E-mail	2-3 εργάσιμες ημέρες	Εταιρείες εξειδικευμένες στην διανομή φαρμάκων	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	5	5	