

## **ВЛИЈАНИЕТО НА МАРКЕТИНГОТ ВО ДАВАЊЕТО НА ВЕТЕРИНАРНИТЕ УСЛУГИ**

Наташа Петровска, Билјана Петровска, Благица Трајаноска, Бојан Стамадциовски, Мартин Камчески, Елена Бунтевска

Ветеринарен факултет – Битола

### **Апстракт**

Со драматичната промена на концептот на маркетингот во текот на последните неколку децении, неодамна фокусот се пресели кон потребите на клиентите и видовите на услуги кои се даваат за да се задоволат истите, наспроти производите и продажбата. Сега кога традиционалниот пристап кон маркетингот почнува да ги покажува своите ограничувања кои се должат на зголемените барања на клиентите, хетерогени и фрагментирани пазари, брзите технолошки промени и интензивната конкуренција, потребни се нови стратегии за развој на пазарот. Потребно е да се одговори на развојот на економските, технолошките, политичките, правните и социјалните трендови. Покрај тоа е обновен акцентот на маркетингот во создавање и иновации на нови подобри производи и услуги, а не само натпревар со конкуренцијата.

Истражувањето е спроведено со помош на прашалник составен од осум прашања чија цел е да се добијат релевантни податоци за работата на ветеринарните амбуланти која се однесува токму кон давање на услуги и производи со кои се задоволуваат потребите на клиентите. Истражувањето е спроведено во пелагонискиот регион.

Предизвикот на ветеринарните амбуланти во голем дел се однесува на стекнување на поголем број на нови клиенти и задржување на постојаните клиенти. Ова може да се постигне со давање на поголем број на услуги, промовирање на истите, формирање на атрактивни цени како за услугите така и за производите кои ги нудат. Од голема важност е негата и внимателноста со домашните миленици и нивните сопственици, со цел максимално да се задоволат нивните потреби.

**Клучни зборови:** ветеринарни амбуланти, клиенти, производи, услуги, цени.

### **Вовед**

Не постои бизнис или организација кои се изолирани од надворешниот свет, односно сите постојат во маркетинг околина која е составена од добавувачи, дистрибутери и конкуренти. Во зависност од односите со овие организации и влијанието врз истите, различните бизниси ги користат за подобрување на нивното работење. Пошироката маркетинг околина е нешто што постојано се менува и врз која различните бизниси немаат контрола и имаат многу мало влијание врз истата. Затоа е потребен процес на следење на важните влијанија и проценка на маркетинг активностите што треба да се превземат за успешно работење во оваа околина. Испитувањето на маркетинг околината овозможува идентификување на можностите на пазарот, развивање на производите и услугите и воведување на иновации во работата на различните бизниси. Постојат повеќе влијанија врз

маркетинг околината кои треба да се земат во предвид за успешно работење, а тоа се следните:

- Социјални и културни – се однесуваат на вкусот на клиентите, начинот на живот и како истите влијаат врз врз процесот на донесување на одлуки за купување и користење на одредени услуги.
- Правни – кои влијаат врз работата на различните бизниси во два главни аспекти. Закони кои влијаат врз трговскиот однос со клиентите и кои се однесуваат на правата на потрошувачите, здравјето и безбедноста и закони кои влијаат врз поширокиот делокруг на работа, како што се различните сектори во кои работат различните бизниси.
- Економски – кои имаат очигледни влијанија врз трговските околности и влијаат врз куповната моќ на клиентите.

- Политички – кои имаат влијание на локално, национално и меѓународно ниво.
- Технолошки – кои овозможуваат развивање на нови производи или услуги и обезбедуваат нови начини на комуникација со клиентите.

Ветеринарните амбуланти се едни од бизнисите врз кои влијае маркетинг околината и кои мораат да преземат одредени маркетинг активност за да можат успешно да работат во истата.

Во Р. Македонија постојат одредени услови за формирање на ветеринарна амбуланта кои се дефинирани со Законот за ветеринарно здравство (Сл. Весник на Р. Македонија бр.113/07). Според член 37 од овој закон ветеринарна амбуланта може да биде одобрена за работа од надлежниот орган доколку има вработено најмалку еден доктор по ветеринарна медицина со лиценца за работа, има соодветни простории и неопходна опрема и инструменти за вршење на активности. Покрај условите потребни за работа на ветеринарната амбуланта, за да добие решение за овластување од министерот и склучи договор со директорот за вршење на дејност од јавен интерес, вработениот доктор по ветеринарна медицина кој има лиценца за работа треба да е овластен ветеринар согласно со членот 17 од овој закон. Министерот за земјоделство, шумарство и водостопанство поблиску ги пропишува условите за работа на ветеринарната амбуланта.

Маркетингот има голем удел во работата на ветеринарните амбуланти и користењето на неговите алатки претставува услов за успешно работење на истите.

### Материјал и методи

Со користење на прашалник кој се состои од осум прашања кои се однесуваат на производите и услугите кои ги даваат ветеринарните амбуланти на своите клиенти, начинот на нивно промовирање, начинот на формирање на цени за истите, активностите кои ги преземаат за задоволување на потребите на клиентите како и активностите кои ги преземаат за справување со конкуренцијата, истражувањето е спроведено во шест ветеринарни амбуланти и клиници во

пелагонискиот регион и тоа: “Пелагонија Вет”, “Филипов”, “Анима Вет” во Битола и “Дамески Ветерина”, “Ветериналек”, “Пет Ленд” во Прилеп. Врз основа на дадените одговори може да се согледа степенот на користење на алатките на маркетингот од страна на вработените и како истите влијаат врз работата на ветеринарните амбуланти во пелагонискиот регион.

### Резултати и дискусија

Со анализа на дадените одговори од вработените ветеринарни доктори во шесте амбуланти и клиници се добиени следните информации:

1. На прашањето: *Кои се услугите кои ги давате на вашите клиенти*, испитаниците од ветеринарните амбуланти и клиници одговорија дека услугите кои ги даваат се советодавни, превентивни, дијагностика и давање на терапија како и хируршки интервенции, додека ветеринарната клиника Пет Ленд одговори со детален опис на услугите кои ги нуди и ги даде следните одговори:

- Редовен преглед на здрави и болни животни кој се состои од задолжително мерење на телесната температура, преглед на состојбата на белите дробови, видливите слузници и кожата.
- Вонреден преглед на болни животни кој во зависност од локализацијата и сомнежот на локализацијата на болниот процес се состои од различни методи и тестови и тоа: Отоскопски преглед кој претставува прегледување и лекување на надворешниот слушен канал и на усното тапанче, преглед на ушката, земање на брис од ушниот канал и испитување на шуга. Земање на крв за анализа со што се испитува крвната слика и биохемиските параметри на крвниот серум. Микроскопски преглед на брис земен од различни делови од телото на животното. Паразитолошки преглед кој се состои од патохистолошки преглед, специјалистички прегледи, офталмолошки преглед,

- неуролошки преглед и кардиолошки преглед.
- Обезпаразитивање кое се врши врз внатрешни и надворешни паразити. Внатрешните паразити се наоѓаат во цревата на животното и му штетат со тоа што ги користат хранливите материи од храната која ја внесува. Покрај тоа, ја оштетуваат слузницата на цревата доведувајќи до појава на инфекција и проливи со последично лоша ресорпција на храната. Некои од овие паразити можат да се пренесат од животните на човекот и можат да предизвикаат сериозни нарушувања на здравјето на луѓето, а во некои случаи може да бодат смртоносни. Животните се заштитуваат од овој вид на паразити со редовно давање на антипаразитски таблети на секои два месеци. Надворешните паразити се крлежите и болвите. Тие се наоѓаат на кожата на животните и им нанесуваат штета со тоа што се хранат со нивната крв, но можат да пренесат и некои заразни болести. Најчеста болест која ја пренесуваат крлежите е пироплазмозата. Овде станува збор за крвен паразит кој ги уништува црвените крвни зрнца и доведува до хематурија, зголемување на телесната температура и летаргија кај животните. За заштита од овај вид на паразити се користат ампули Frontline® кои се аплицираат на кожата на вратот на животните (кучиња и мачки). Заштитата трае 90 дена за болви и 45 дена за крлежи.
  - Вакцинација која се користи за заштита од болести како што се: Чума, Паравироза, Инфективен хепатитис, Панлукопенија и Беснило кое е опасно по живот како кај кучињата и мачките така и кај луѓето. Вакцинацијата е различна кај кучињата и мачките. Кучињата првата вакцина ја примаат на 6 недели со ревакцина на секои 3 - 4 недели така да последната ревакцина ја добиваат во период од 16 - 20 недели старост. Од последната ревакцина задолжителна е вакцинација еднаш годишно во текот на целиот животен век на кучето. Мачките првата вакцина ја примаат на 9 - 12 недели старост со ревакцинација за 3 - 4 недели. Од последната ревакцина задолжителна е вакцинација еднаш годишно во текот на целиот животен век на мачката. Ваксината против беснило се аплицира 4 недели по последната ревакцина на редовната вакцинација, наведена погоре, и кај кучињата и кај мачките. Првата вакцина против беснило се спроведува еднократно (без ревакцина). Задолжителна е вакцинација еднаш годишно во текот на целиот животен век на животното.
  - Стоматологија која се состои од редовен преглед на забите и устата и е од битно значење, бидејќи болестите на устата се чест здравствен проблем кој се јавува кај 75% од кучињата и мачките на возраст над три години и може да доведе до лош здив, болка, трулење и губење на забите, метаболични болести (проблеми со бубрезите и црниот дроб) и оштетување на срцето и неговите структури.
  - Хируршки интервенции кои ги изведуваат тим на хирурзи кај кучиња, мачки, зајци, птици и рептили. Пред изведување на истите потребно е уверување дека животните се спремни за операција кое се добива со преглед на милениците од страна на вработените ветеринарни доктори кој вклучува ехо преглед на срцето и стомачните органи, ЕКГ, крвна анализа на црниот дроб и бубрезите и други испитувања кои се потпомогнати од други ветеринарни и медицински установи. За изведување на овие интервенции Пет Ленд е опремена со модерна опрема која овозможува изведување на напредни хируршки процедури, вклучувајќи спинална, градна и абдоминална хирургија, ортопедија и офталмолошки хируршки зафати. Хируршките услуги кои ги нуди се: оварохистерактомија (кастрација на

- женски животни), орхидектонија (кастрација на машки животни), офталмолошка хирургија, хирургија на меки ткива, ортопедија, неврохирургија и хирургија на граден кош.
2. На прашањето: *На кој начин ги формирате цените на вашите производи и услуги*, сите испитаници од ветеринарните амбуланти и клиници одговорија дека цените ги формираат врз основа на пазарните вредности и ценовникот зададен од ветеринарната комора на Р. Македонија.
  3. На прашањето: *Какви активности превземате за задржување на постојаните клиенти*, испитаниците од ветеринарните амбуланти и клиници одговорија дека за задржување на постојаните клиенти најважна е професионалната етика, доброто однесување, постојана комуникација и достапност за клиентите во секое време. Една од ветеринарните амбуланти на клиентите им овозможува годишни одговори со попусти, црвен печат за VIP клиенти, комплетен бесплатен преглед на секои шест месеци и давање на бесплатни совети. Додека друга ветеринарна амбуланта нуди бесплатни едукативни обуки за постојаните клиенти.
  4. На прашањето: *Какви активности превземате за привлекување на нови клиенти*, испитаниците од ветеринарните амбуланти и клиници одговорија дека за привлекување на нови клиенти го користат интернетот и социјалните мрежи за рекламирање, рекламирање на локалните телевизиски станици, делење на бесплатни совети и разни промотивни акции како што се акции за информирање за вакцинирање, набавка на храна, додека некои од ветеринарните амбуланти даваат иgratis таблети за дехелминтизација.
  5. На прашањето: *Какви активности превземате за справување со конкуренцијата*, сите испитаници од ветеринарните амбуланти и клиници потенцираат дека најдобар начин за справување со конкуренцијата е задоволување на потребите на своите клиенти, кои на тој начин се задоволни од услугите што ги добиваат и остануваат верни на амбулантата или клиниката која ја посетуваат. Од голема важност за справување со конкуренцијата е и набавка на апарати и инструменти за подобра дијагностика како и останување во чекор со најновите и иновативни техники со перманентна еукација на вработениот кадар.
  6. На прашањето: *Што користите за промовирање на вашите производи и услуги*, повеќето испитаници од ветеринарните амбуланти и клиници одговориле дека го користат интернетот и социјалните мрежи. Една од ветеринарните амбуланти промовирањето на услугите го врши и преку интервјуа кои се емитуваат на локалните медиуми и има своја едукативна емисија за домашните миленици, додека некои од останатите ветеринарни амбуланти користат златна книга и огласни табли.
  7. На прашањето: *Дали го користите интернетот и социјалните мрежи за промовирање на вашите производи и услуги*, сите испитаници од ветеринарните амбуланти и клиници одговорија потврдно што може да се види и од одговорите во некои од претходните прашања.
  8. На прашањето: *На кој начин ги задоволуваат потребите на вашите клиенти*, добиени се различни одговори и тоа:
    - Ветеринарната амбуланта Анима Вет: Со голема професионалност и етика во работата.
    - Ветеринарната амбуланта Филипов: Со навремено реагирање и употреба на нови методи и техники кои се користат за лекување на пациентите.
    - Ветеринарна клиника Пет Ленд: Со лесна и брза достапност, тимска работа, квалитети кои ги поседуваме како тим, достапни цени за клиентите и флексибилно работно време.
    - Ветеринарна амбуланта Пелагонија Вет: Со навремена интервенција, брза достапност и достапни цени на производите и услугите.

- Ветеринарна амбуланта Дамески ветерина: Со грижа за милениците на клиентите, давање на потребната нега, извршување на секакви хируршки интервенции и достапност за различни консултации.
- Ветеринарна амбуланта Ветериналек: Со врвна професионалност, разбирање на различните потреби на клиентите и брза и навремена интервенција.

Според добиените одговори може да се види дека алатките на маркетингот наоѓаат примена во работењето на ветеринарните амбуланти и клиници врз кои е спроведено истражувањето. Од големо значење е односот кој ветеринарните доктори го имаат со нивните клиенти и активностите кои ги превземаат за задоволување на нивните потреби. Тука алатките на маркетингот наоѓаат голема примена во работата на овие амбуланти и клиници.

Во денешно време кога производството и услугите се ориентирани кон задоволување на потребите на потрошувачите и развојот на технологијата и нејзината употреба во областа на промоцијата, маркетингот завзема висока позиција во ветерината и неговата употреба влијае на успешното работење на ветеринарните амбуланти и клиници. Затоа е потребно тие да се во тек со најновите случувања во областа на маркетингот и истите да ги искористат за унапредување на односите со клиентите.

### Заклучок

Од претходно направената анализа може да се заклучи дека маркетингот завзема важно место во работата на ветеринарните амбуланти и клиници во давањето на услуги како и процесот на донесување на одлуки. Според некои истражувања е констатирано дека ефективната маркетинг кампања резултира од јасната визија за посакуваниот исход, внимателно планирање и темелна примена на тој план. Треба да се разбере широкиот спектар на влијанија, внатрешни и надворешни и видовите на одлуки кои треба да се донесат во врска со овие

влијанија, за да можат овие амбуланти да се движат напред во согласност со плановите за управување. Едни од најважните фактори кои имаат големо влијание врз давањето на ветеринарните услуги се цената на истите како и активностите кои ги превземаат за задоволување на потребите на клиентите. Тие се доста важни за процесот на донесување на одлуки на клиентите за тоа каде тие би ги лекувале своите животни. Бидејќи цените на производите и услугите на ветеринарните амбуланти и клиници се фиксирани и исти за сите, тие најповеќе се фокусираат на активностите кои ги превземаат во давањето на услугите, професионалната етика и достапност за клиентите во секое време. Тие активности, како и останувањето во чекор со најновите и иновативни техники, им овозможуваат справување со конкуренцијата и задржување на пазарот како конкурентни и професионални во давањето на своите услуги. Од голема важност е и промоцијата која во денешно време е лесно остварлива со помош на интернетот и социјалните мрежи. Таа има големо влијание во работата на овие амбуланти и клиници и им овозможува информирање на клиентите за нивната работа, како и полесна комуникација со истите. Овие се едни од најважните фактори кои влијаат врз успешната реализација на работата со користење на алатките на маркетингот. Иако до одреден степен тие се во можност да одговорат на овие влијанија и да ги свртат во своја корист, сепак им престои уште долг пат за целосно разбирање на влијанието и важноста која ја има маркетингот во давањето на ветеринарните услуги.

### Литература

Јаковски Б., Ристевска-Јовановска С., 2006, *Маркетинг*, Европски Универзитет, Скопје.  
Amstrong G., Harker M., Kotler P., 2009, *Marketing: An introduction*.

*Marketing principles and society*, from web site:

[http://fds.oup.com/www.oup.com/pdf/13/9780199646500\\_chapter1.pdf](http://fds.oup.com/www.oup.com/pdf/13/9780199646500_chapter1.pdf)

*Marketing Decisions*, from web site:

<http://www.ccfplus.com/wp-content/uploads/unit-10-complete.pdf>

*The marketing environment: 5 environmental influences and how they affect your marketing*,

2005, from web site: <http://www.clarity-in-communication.com/getattachment/0965f9f2-d72e-4b29-8eef-d52be554e9d3/5-environmental-influences---.aspx>