

*Του Γιώργου Κουτέπα (από Φαρμακευτικό Κόσμο)*

Η τελευταία 5ετία είναι πια γνωστό σε όλους πως ήταν ιδιαίτερα σκληρή για το φαρμακείο και τον φαρμακοποιό. Με απώλειες που φτάνουν (ή πολλές φορές ξεπερνούν) τα 2/3 του εισοδήματος που είχε ένας φαρμακοποιός το 2009.

Η κατάσταση επιδεινώθηκε όχι μόνο από τη μείωση της φαρμακευτικής δαπάνης, την μείωση των περιθωρίων κέρδους, την απώλεια επαγγελματικής ύλης λόγω απελευθέρωσης διακίνησης πολλών ειδών που διακινούνταν μόνο από τα φαρμακεία.

Ένας βασικός παράγοντας απωλειών ήταν και είναι ο...

... πανικός των φαρμακοποιών για την κατάσταση που τους οδήγησε να αυξήσουν τον μεταξύ τους ανταγωνισμό με σημαντικές συνέπειες. Είτε οδηγώντας σε αύξηση του λειτουργικού τους κόστους (διεύρυνση ωραρίου ανεξέλεγκτα και χωρίς ανάλυση κόστους – οφέλους), είτε αυτοπεριορίζοντας την κερδοφορία τους σε εκπτώσεις και προσφορές προς τον καταναλωτή που δεν δικαιολογούνταν από τα πραγματικά δεδομένα του κόστους προμηθειών τους. Η εισοδος όμως του ηλεκτρονικού εμπορίου (εσωτερικός ανταγωνισμός) και η ύπαρξη εναλλακτικών καναλιών διανομής στο σύνολο σχεδόν (πλην φαρμάκου) της ύλης του φαρμακείου (εξωτερικός ανταγωνισμός) ήταν φυσικό να οδηγήσει στην μείωση των περιθωρίων κερδοφορίας.

Όλα αυτά περιορίζουν πολύ τις προοπτικές του φαρμακείου. Στο φάρμακο τα διοικητικά καθορισμένα περιθώρια κερδοφορίας, οι συνεχείς περικοπές τιμών των φαρμάκων και οι προσεχείς απώλειες της πατέντας πρωτότυπων φαρμάκων με υψηλή κυκλοφορία καθορίζουν ένα ασφυκτικό πλαίσιο στον κύκλο εργασιών που αποτελεί το 75% για τα περισσότερα φαρμακεία.

Όσον αφορά το μέλλον της φαρμακευτικής αγοράς αυτή τη στιγμή είτε φαίνονται πολύ αναμικρές προοπτικές συμμετοχής στην αύξηση του μεριδίου των καινοτόμων φαρμάκων (που διακινείται στην συντριπτική πλειοψηφία από τα φαρμακεία ΕΟΠΥΥ), είτε και εάν ακόμα τα φαρμακεία συμμετάσχουν σε ένα νέο περιβάλλον διακίνησης, θα γίνει με πολύ περιορισμένα ποσοστά κερδοφορίας.

Στα παραφαρμακευτικά προϊόντα η αγορά συγκεντρώνεται ταχύτατα σε αυτούς που μπορούν, είτε λόγω θέσης είτε λόγω παρουσίας στο ηλεκτρονικό εμπόριο, να εκμεταλλευτούν τις πολιτικές εκπτώσεων όγκου αγορών των εταιριών που αποτελούν τον κύριο λόγο διαφοροποίησης κόστους προμηθειών μεταξύ φαρμακείων. Άρα και το υπόλοιπο 25% του τζίρου για ένα μέσο φαρμακείο αναμένεται να συρρικνωθεί εάν δεν αλλάξει κάτι, και σε όγκο άλλα και σε κερδοφορία.

Για τα μεγαλύτερα φαρμακεία αυτό που θα κάνει την διαφορά είναι η άντληση αξιοπρεπούς κερδοφορίας από τους κύκλους εργασιών που όπως είπαμε μπορούν να επιτύχουν αλλά το ερώτημα της απόδοσης τους είναι κρίσιμο για την ύπαρξή τους. Εάν πέσουν σε έναν αέναο κύκλο αυτοπεριορισμού του κέρδους δεν αποκλείεται να διαπιστώσουν με έκπληξη πως δεν κερδίζουν παρά ελάχιστα σε σχέση με αυτά που

διακινούν.

Ανάσα σε αυτά τα αδιέξοδα θα μπορούσε να δώσει η συμμετοχή ενός μέσου φαρμακείου σε συνεταιριστικές ή άλλες συμμετοχικές μορφές συνεργασίας ή και συγχωνεύσεων από τη στιγμή που οι μορφές αυτές θα μπορέσουν να παρέχουν άξιες λόγου εξοικονομήσεις κόστους προμηθειών, αλλά και ποιοτικά επίπεδα εξυπηρέτησης του κοινού τα οποία να ακολουθούνται από όλα τα μέλη.

Κοινά στοιχεία λειτουργίας και μάρκετινγκ θα μπορούσαν να δημιουργήσουν μια ταυτότητα η οποία να μπορέσει να παράγει κερδοφορίες που να οδηγούν σε βιωσιμότητα.

Η βασικότερη προοπτική που δίνει τις περισσότερες ελπίδες για να υπάρξει μια δραστηριότητα η οποία να μπορεί να γίνει πηγή εσόδων για το φαρμακείο είναι η απόκτηση ρόλου στην πρωτοβάθμια υγεία. Στο υπό διαμόρφωση περιβάλλον οι ανάγκες και οι ρόλοι τους οποίους μπορεί το φαρμακείο να αναλάβει είναι πολλαπλοί.

Όλα αυτά τα χρόνια το φαρμακείο προσέφερε πάρα πολλά στην περίθαλψη και την δημόσια υγεία χωρίς όμως ποτέ κανείς να μπει στη διαδικασία να μετρήσει αυτές τις παροχές, να τις αξιολογήσει και να τις αποτιμήσει. Την στιγμή λοιπόν που χρειάζεται οι φαρμακοποιοί να διαπραγματευτούν με την πολιτεία για την καθιέρωση τυποποιημένης και πιστοποιημένης συμμετοχής τους δυστυχώς δεν υπάρχουν πολλά αξιολογήσιμα στοιχεία. Αυτή η έλλειψη θα πρέπει να αναπληρωθεί το συντομότερο δυνατόν εάν είναι να υπάρξει δυνατότητα κάποιας αποζημίωσης της προσφοράς αυτής που θα αποτελεί έναν πραγματικά νέο πρόσθετο κύκλο εργασιών στο φαρμακείο. Η προσπάθεια των φαρμακοποιών σε Η.Π.Α, Αυστραλία, Αγγλία, Γερμανία και σε άλλες χώρες να μπορέσουν να παρέχουν υπηρεσίες που να αφορούν το φάρμακο και την υγεία δείχνει και την μοναδική κατεύθυνση που είναι εφικτή. Σε διαφορετική περίπτωση ακόμα και η αδιαμφισβήτητη υπηρεσία των εφημεριών και διανυκτερεύσεων που στον υπόλοιπο κόσμο αποζημιώνεται θα αντικατασταθεί στην χώρα μας από την ιδιωτική πρωτοβουλία των σημείων που οικονομικά αντέχουν να λειτουργήσουν σε 24ωρη βάση.

Κλείνοντας την διερεύνηση των προοπτικών ανάπτυξης του κύκλου εργασιών στο φαρμακείο παρατηρούμε πως τα πράγματα είναι αρκετά περιορισμένα. Όποιος περιμένει πως μπορεί να βρεθεί κάποια μαγική λύση για να γεννήσει χρήματα πέφτει έξω. Το ίδιο έξω πέφτει όποιος επικεντρώνεται στο ύψος του κύκλου εργασιών και «ξεχνάει» να διερευνήσει πόσο αυτός αποδίδει.

Και είναι πολύ πιθανό το στοίχημα της βιωσιμότητας τελικά να μην κριθεί στο ποιος μπορεί να αυξήσει μερίδια και τζίρους αλλά στο ποιος θα μπορέσει να το κάνει με απόδοση των κεφαλαίων του. Πωλήσεις χωρίς κερδοφορία και κεφάλαια χωρίς απόδοση θα αποτελέσουν μόνο ευκαιριακές και βραχυχρόνιες τοποθετήσεις που θα είναι διάττοντες αστέρες της αγοράς. Για το λόγο αυτό ο καθένας θα πρέπει να βρει τον δρόμο και την μεθοδολογία που θα του εξασφαλίσει διάρκεια και αντοχή στην θέση του και το φαρμακείο του. Οι σειρήνες που τον καλούν να ξοδέψει και να σπαταλήσει βιαστικά το κεφάλαιο του είναι πολλές. Ας μην ξεχνάμε όμως πως ο... λόγος που το κάνουν είναι για να κερδίσουν από αυτή τη σπατάλη. Η ψυχραιμία, η σύνεση, ο ορθολογισμός και οι

στοιχειώδεις γνώσεις διαχείρισης θα είναι αναγκαίος οδηγός σε αυτή την πορεία.

*Ο Γιώργος Κουτέπας είναι φαρμακοποιός, πτυχιούχος Επιχειρησιακής Έρευνας και Marketing ΑΣΟΕΕ, αντιπρόσωπος του ΦΣ Αττικής στον ΠΦΣ koutepasg @ yahoo.gr*