



İLACI DIŞI ÜRÜNLERİN ECZANELERDEN TEMİNİNİNDE ECZANE
DÜZEYİNDE VE MESLEKİ DÜZEYDE STRATEJİ NE OLMALIDIR?

Türk Eczacıları Birliği
İlaç Dışı Ürünler Komisyonu Raporu

Bu rapor, eczane içinde gittikçe önemli bir yer kaplayan ve ürün çeşitliliğinin artmasıyla da gittikçe karmaşıklaşan ve hassaslaşan ilaç dışı ürünler ve dermokozmetiklerin alımında dikkat etmesi gereken konular ve bir bütün olarak eczanelerimizde ilaç dışı ürünlerle ilişkisi hakkında geliştirilmesi gereken stratejileri tanımlamak için Türk Eczacıları Birliği İlaç Dışı Ürünler Komisyonu tarafından hazırlanmıştır.

1- MEVCUT DURUM ANALİZİ

Topluma en yakın sağlık kurumu olan eczaneler ve en yakın sağlık danışmanı konumundaki eczacılar, son yıllarda çok önemli ve çok boyutlu mesleki ve ekonomik sorunlar ile karşı karşıya kalmıştır. İlaç temin ederken yaşanan sorunlar eczacılarımızı, medikal malzeme, mama, itriyat ürünleri, ağız bakım ürünleri, kişisel bakım ürünleri, veteriner ilaçları, optik, aşı vb gibi geçmişte sahip olduğu fakat kaybettiği pazara yeniden yöneltmiştir.

Toplumsal değişim, gelişim ve günümüz insanının değişen ihtiyaçları, eczaneler açısından farklı arayışlar ve çözümleri de gündeme getiren bir başka itkidir. Eczacılığın ve eczanelerin, gittikçe artan finansal sorunlar karşısında ayakta kalabilmeleri için, klasik eczane anlayışının geliştirilmesi ve eczaneler açısından sadece ilaç odaklı değil, parafarmasötik, dermokozmetik, nütrasötik gibi “ilaç dışı ürünleri de” odağına alan bir bakış açısı, bir strateji geliştirilmesi kaçınılmaz haline gelmiştir.

Bu bağlamda, “dermokozmetik” eczaneler için yeni bir açılım sunmaktadır. Dermokozmetik gerçekten olması gereken yerde, yani eczanelerimizde değerini bulmuş ve “sadece eczanelerde” slogan olmaktan çıkıp bir değer haline gelmiştir. Hatta birçok firma sadece eczanelerde olmak için ürün pazarlamalarında köklü değişikliklere gitmişlerdir. Bu sloganla eczanelerde satılan ürünler prestij, eczaneler de yeni bir kimlik ve işlev kazanmışlardır. Aynı zamanda eczacılar bu alanda danışmanlık hizmeti verme konusunda da çok önemli bir işlevi yerine getirmektedir.

Bugün önemli bir faaliyet konusu haline gelen bu alan, beraberinde bazı problemleri de getirmiştir. Avrupa Birliği uyum yasaları doğrultusunda "Kozmetik Kanunu" ve bağlı mevzuatta yapılan değişiklikler ürün satışını ve ithalatını artırmıştır. Sınırsız ve kontrolsüz olarak büyüyen pazarda devlet yalnızca ürünün tüketici yönünden denetimini üstlenmiş, fakat pazarlanmasında belirleyici olmamıştır. Bunun sonucunda, hiçbir kriter sınırlamasına tabi olmaksızın onlarca çeşit ürün eczanelerde satılmaya başlanmıştır. Ürün ve ürün satışını yapan firmalar bazında gerekli bilgiye sahip olmayan yalnızca fiyat/kazanç analizi yapan eczacılar bazı sorunlarla karşılaşmaya başlamışlardır.

24/03/2005 tarihinde yürürlüğe giren Kozmetik Kanunu'nun amacı; kozmetik ürünlerin topluma güvenli, etkili ve kaliteli şekilde ulaşmasını temin etmek üzere ürünlerin piyasaya arz edilmesinden önce bildirimde bulunulması, piyasa gözetim ve denetiminin yapılması ile bu ürünlerin üretim yerlerinin denetimi konularındaki esasları belirlemektir.

Yani bu Kanun öncesinde firmalar ürünleri için Sağlık Bakanlığı'ndan uzun ve detaylı araştırmalardan sonra ruhsat alırken, hâlihazırda ise yalnızca bildirimde bulunmaları yeterli olmaktadır. Sonuçta, eczanelerimize pazarlanmaya çalışılan ürün sayısı artmıştır.

Bu durum, firmaların ürünleriyle ilgili olarak, "Sağlık Bakanlığı'nca onaylanmıştır" ibaresinin kullanılması sonucunu doğurmuştur. Anılan ibare, hem eczacılarımızı hem de tüketicileri yanıltmaktadır. Sağlık Bakanlığı ürünün niteliği ve üretim koşulları ile firmanın yeterliliği hakkında onay vermemektedir. Bakanlıkça yapılan işlem yalnızca kayıt yapmaktan ibarettir.

Şu an piyasada var olan ürünler sadece Sağlık Bakanlığı'na bildirimde bulunmuş ürünlerdir. Bu nedendir ki eczanelerimize ürün alırken titiz davranılmalı ve çok seçici olunmalıdır.

Şunu hatırlatmak gerekir ki; bildirimle gelen bu ürünlerde eczanemize gelen tüketici ürünle ilgili sorun yaşarsa Sağlık Bakanlığı'na yönlendirildiği ve haklı görüldüğü takdirde firma ciddi maddi kayıplar yaşamaktadır.

1998 yılından bugüne çok hızlı bir gelişim grafiği çizen dermokozmetik pazarında, eczacılar bugün artık kendilerini ve önemli bir kazanım olan "sadece eczanelerde" kavramını korumak adına bir takım ön kriterleri getirmek ve uygulamak durumundadır.

Dermokozmetik ürünlerin eczanelerde ve eczacının bilgi ve kontrolünde tüketiciye ulaştırılması en doğru yöntemdir. Türk toplumunun en yakın sağlık danışmanı olan eczacıların, dermokozmetik ürünler yönünden de aynı konumda olması doğru olduğu kadar gereklidir de.

Bundan hareketle, dermokozmetik ürünlerin eczanelerde bulunmasının temel unsurlarının saptanması, eczane güvenilirliğinin sürdürülmesi, teknik olarak satışı, mevzuata uygun ürünlerin belirlenmesi, üretici veya ithalatçılarla eczacıların kurdukları ticari ilişkilerin hukuki alt yapısının hazırlanması gibi eczanelerde dermokozmetik ürün satışının sağlıklı bir temele oturtulması gerekmektedir.

Temel hareket noktası eczacılarımızı ve tüketicilerimizi korumak ve bilinçlendirmektir. Hedef ise en değerli kazanımımız olan "sadece eczanelerde" çizgisini korumak ve güçlendirmektir.

Yaşanan sorunlarla birlikte, ülkemizde dermokozmetik sektörü daha da genişleme yolunda emin adımlarla ilerlemektedir. Hiç şüphesiz eczanelerimiz bu süreçte istikrarlı ve katılımcı olmak durumundadır. Mesleğine saygı duyan ve mesleğinin hak ettiği konuma gelmesini isteyen eczacıların, kendilerini geliştirmeleri, gelişmeleri takip etmeleri ve her şeyden önemlisi önümüzdeki yıllarda yine bu mesleği icra edebilmek için çaba sarf etmeleri gerekmektedir.

Diğer yandan, son dönemlerde yoğun bir şekilde gıda desteklerinin piyasaya girdiği görülmektedir. Bu ürünler Tarım Bakanlığı tarafından verilen kontrol belgesi ile satışa sunulmaktadır. Gıda desteği olarak nitelenen ürünlerin; vücut fonksiyonları üzerinde koruyucu veya tedavi amacıyla kullanılması nedeniyle kontrolünün de Sağlık Bakanlığı'nda olması gerekmektedir. Bu gerekliliğin hukuki kaynağı, 3359 sayılı Sağlık Hizmetleri Temel

Kanunu'nun, temel esasları düzenleyen 3/k maddesidir (TEB'in bu konuyla ilgili çalışmaları devam etmektedir)¹

Gerek Tarım Bakanlığı'ndan kontrollü ürünlerde gerekse Sağlık Bakanlığı'na bildirimde bulunan ürünlerde en büyük sıkıntı piyasa denetimlerinin olmamasıdır. Bu hem halk sağlığı açısından ciddi tehditler oluşturmakta, hem de eczane raflarımızda ürün kirliliği yaratmaktadır.

Tarım Bakanlığı'nın izin verdiği bu ürünlerin ambalajı üzerinde tedavi endikasyonu belirtmesi yasak olmasına rağmen, bu firmalar dağıttıkları broşürlerde ve web sayfalarında tedaviye yönelik asılsız iddialar ile satış yapmaktadırlar.

Ürün reklâmlarında kullanılan "SADECE ECZANELERDE" bizler için önemlidir. Eczacı odalarımıza gelen hasta şikâyetlerinde ürünle ilgili sorun yaşanması durumunda ilk önce eczane suçlanmaktadır.

Bir Avrupa Birliği ülkesi olan Almanya'da halk bu tür ürünleri % 84 oranında eczaneden almayı tercih etmektedir. Halk eczaneden satın aldığı ürünlerin güvenilir olduğunu ve ürünle ilgili doğru bilgiyi eczacıdan alabileceğini bilmektedir. Bizim ülkemizde de böyledir. Bu nedenle sorun yaşayan tüketici eczacıyı muhatap almaktadır.

Güvenmediğimiz, etkisine inanmadığımız ürünü rafımıza koymak, eczacı kimliğimizi ve en büyük gücümüz olan güven olgumuzu zedelemektedir. Popüler kişilerin reklâm malzemesi olarak kullanılmasının mesleki güvenilirliğimizi yıpratmasına izin vermemeliyiz. Eczanelerimizde bu ürünlerle ilgili seçimlerimize özen göstermek zorundayız.

"Sadece Eczanelerde" kavramının, firmaların reklâm sloganı olmaktan çıkarıp, eczacıların yönlendirdiği, eczacı örgütlerinin koordine ettiği ve hukuki yapısını oluşturduğu kurumsal bir yapı haline getirilmesi hedeflenmelidir.

¹3/ k) Koruyucu, teşhis, tedavi ve rehabilite edici hizmetlerde kullanılan ilaç, aşı, serum ve benzeri biyolojik maddelerin üretiminin ve kalitesinin teşvik ve temini esas olup, her türlü müstahzar, terkip, madde, malzeme, farmakope mamulleri, kozmetikler ve bunların üretiminde kullanılan ham ve yardımcı maddelerin ithal, ihraç, üretim, dağıtım ve tüketiminin, amaç dışı kullanılmak suretiyle fizik ve psişik bağımlılık yapan veya yapma ihtimali bulunan madde, ilaç, aşı, serum ve benzeri biyolojik maddeler ile diğer terkiplerin kontrolüne, murakabesine ve bunların yurt içinde ve yurt dışında ücret karşılığı kalite kontrollerini yaptırmaya, özel mevzuata göre ruhsatlandırma, izin ve fiyat verme işlerini yürütmeye Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanlığı yetkilidir.

Eczacı odalarının da kurumsal (!) firmalarla, üyelerine yönelik bilgilendirme toplantıları yapması önerilmektedir. Eczacılık eğitimi sırasında alınan bilgilerin güncellenmesi için sürekli yenilenmesi, gelişmelerin izlenmesi gerekmektedir. Özellikle destek amaçlı önerilen bu ürün gruplarında ilaç etkileşimleri göz önünde bulundurularak tavsiye yapılmalıdır. Bu nedenle meslek içi eğitim programları önemlidir. Bu düzeyde Eczacılık Akademimizin eğitim programlarına katılmak, bu ürünlerde verdiğimiz danışmanlık hizmeti ile sunduğumuz artı değeri artıracaktır. Bunun yanı sıra gelen hasta ile iletişim kalitesini artırmak için, kişisel gelişim ve iletişim eğitimlerine de katılmakta fayda olacağı düşünülmektedir.

2- ÖNERİLER

Öncelikle eczacıların birçok konuda olduğu gibi ilaç dışı ürünlerde de meslek örgütleriyle birlikte hareket etmesi ve birlikte olmanın oluşturduğu güce inanması gerekmektedir.

Eczanelerimizi ürün çöplüğü haline getirmemek ve tüketicilerin ihtiyaçlarına uygun, güvenilir ürünlere eczane güvenilirliğinde ulaşmalarını sağlamak için önerilerimiz şunlardır:

A. Eczane Analizi

Eczanelerde, ilaç ve ilaç dışı ürünlere ayrılacak alan beklenen satış miktarına göre belirlenmelidir. Toplam ciro içerisinde ilaç satışı ağırlıklı olan bir eczanede, alanın %80'inin ilaç dışı ürünlere ayrılması doğru bir tercih olmayacaktır.

ilaç dışı ürünlerle ilgili bilgilendirme ve satış için, eczacı dışında konu hakkında eğitimli en az bir kişinin istihdam edilmesi yerinde olacaktır.

Ürün tercihinde, eczanenin konumu, eczaneye giren insan sayısı, bölgesindeki insanların alım gücü, potansiyel tüketici profili gibi unsurların önceden değerlendirilmesi ve sonuca göre karar verilmesi, gereksiz ürün alımından ve stok maliyetinden bizi koruyacaktır.

Ürünlerin stok maliyeti mutlaka değerlendirilmeli ve kar/zarar hesabında dikkate alınmalıdır. Stok maliyeti düşük ürünler tercih edilmelidir.

B. Firma Analizi

Üretici, ithalatçı veya distribütör firmanın kurumsal kimliğinin araştırılmalı ve şirket yapısı kurumsallaşmayan firmalar tercih edilmemelidir. Meslek birliğimizin ve odalarımızın, ilaç dışı ürünleri satan firmalarla ilgili çalışmaları ve önerileri dikkate alınmalıdır.

Bayilik sistemi ile ürün alınacak ise (tüketici ve eczacı aleyhine olacak hususlar içermeyen) mutlaka yazılı sözleşme yapılması gerekir.

Ürünün ithal olması durumunda, yurt dışı satış noktaları, şekli ve fiyatının araştırılması gerekir.

Şirketlerin, eczacı taleplerine karşı duyarlılığı ve iletişimin kolay sağlanıp sağlanmadığına dikkat edilmelidir.

Konsinye usulü çalışan firmaların ürünlerinin eczanelere alınmaması, kabul edilmesi halinde ise ileride karşılaşılabilecek hukuki sorunları bertaraf edecek tedbirlerin alınması gereklidir.

C. Ürün Değerlendirmesi

Yalnızca bildirim yapmak suretiyle ürün ithalatının gerçekleşmesi nedeniyle eczanelerimizde satılmak üzere pazarlanan ürünlerin, içerik bilgileri, literatür çalışmaları, üretim koşulları, üretim süreç bilgileri gibi önemli kriterlerin bilinmesi gerekmektedir. Ürünlerle ilgili bilgilerin yine meslek örgütlerimizde oluşturulacak komisyonlar marifetiyle derlenerek eczacıların bu yolla bilgilendirilmesi veya bu tür işlemlerin tek elden sağlanması önem arz etmektedir. Buna rağmen, eczacılarımızın bireysel olarak ta ürünlerle ilgili bazı hususlara dikkat etmesi yerinde olacaktır.

Eczanede bulundurulması düşünülen ürünlerin etkinlik test sonuçları, literatür çalışmaları ve içerik bilgilerinin incelenmesi ve değerlendirilmesi gerekir.

Ürünlerin, uluslararası geçerliliği olan kalite ve izin belgelerinin sorgulanması, gerekirse bu belgelerin doğruluğunun kontrol edilmesi önemlidir.

Ürünlerin ülke içerisinde uygulanacak fiyat listesi ve maliyetlerinin karşılaştırmalı analiz edilmesi, stok maliyetinin hesaplanması gereklidir.

Ülkemizde de uygulanan Avrupa Birliği normlarının test edilmesini teminen Birlik'e ait ülkelerde satıldığına dair araştırma yapılması, hatta bunun belgelendirilmesi talep edilmelidir.

Daha önce Türkiye'de satılmış veya satılan bir ürün ise tüketici memnuniyeti düzeyi ve eczacı görüşleri araştırılmalıdır.

Ürünlerin piyasa devamlılığının olmasına dikkat edilmelidir. Talep halinde ürüne ulaşma süresi değerlendirilmelidir.

D. Pazarlama Stratejilerinin Değerlendirilmesi

"Sadece eczanelerde" kavramının daha güçlü ve kurumsal olması için eczacılarımızın buna destek vermesi ve birlik içerisinde hareket edilmesi önemlidir. Bundan hareketle eczacılarımızın dikkat edeceği temel noktaları hatırlatalım.

Firmanın, ürünün sadece eczanelerde yer alması koşulunu yerine getirmesinde azami gayreti göstereceğinin değerlendirilmesi gerekir. Bu söylemle eczanede yer alan firmanın bunu koruması içinde gereken özeni göstermesi, kendi kontrolü dışında başka noktalarda satışı varsa kendi "marka güvenilirliğini koruması" için hukuki yollara başvurması gerekmektedir. Bu yönde gayret göstermeyen veya başka satış kanallarını açık veya gizli olarak tercih eden ürünlere itibar edilmemelidir.

Ürünlerin eczane rafında yer aldıktan sonra verilecek hizmetlerle ilgili bilgi ve taahhüt edilen unsurların mutlaka sözleşmede yer almasının sağlanmalı ve karşılaşılan sorunlara yönelik sözleşme hükümlerine mutlak uyum aranmalıdır (Örneğin, miadı dolmak üzere olan veya dolan ürünlerin değişimi, iade ve takas koşulları, verilecek animasyon hizmetleri vb).

Firma tarafından pazarlama sırasında beyan edilen veya taahhüt edilen tanıtım faaliyetlerine ilişkin görsel ve yazılı medya kuruluşları ile yapılmış reklâm sözleşmeleri görülmeli, sürekli ve uzun süreli tanıtım yapacak ürün ve firmalar tercih edilmelidir.

Ürünlerle ilgili eczacı ve eczane çalışanlarına yönelik eğitim programları olan ve meslek örgütlerimizle irtibata geçen ve onların öneri ve yönlendirmelerini kabul eden firma ve ürünler tercih edilmelidir. Eğer henüz meslek örgütünün konu ile ilgili bir önerisi yoksa, ürünü satın almış diğer eczacı meslektaşlarının olumlu görüşü olup olmadığına bakılmalıdır.

Ürünlere ilişkin ödeme koşul ve şekillerinin tartışmaya meydan vermeyecek şekilde önceden belirlenmelidir.

3- SONUÇ

Eczanelerimizin ekonomik açıdan var olması, güvenilirliğinin ve sağlık danışmanlığının devamı için eczacılarımızın, ilaç dışı ürünlerin temini, satışı ve sonrasındaki süreçleri iyi algılaması ve meslek odalarımızın çalışmalarına katılmaları ve desteklemeleri önemlidir.

Eczacılarımızın ilaç dışı ürünler ile ilgili yaşadıkları veya gelecekte karşılaşacakları problemleri çözmek için TEB bünyesinde "İlaç Dışı Ürünler Komisyonu" oluşturulmuştur.

Komisyonumuz, ürünler ve pazarlanmasıyla ilgili tüm süreçlerin hukuki, ekonomik ve mesleki değerlendirmelerini yapacaktır. "Sadece Eczanelerde" kavramının kurumsallaşması için gayret gösterilecektir.

Yürütülecek çalışmalarla, meslektaşlarımızın maddi açıdan zarar görmeleri engellenecek, eczanelerimizde yer verdiğimiz ürünlerin, insanımız için doğru ve güvenilir olması konusu teminat altına alınacak ve nihayetinde eczacı kimliğimizin güvenilirliğine katkı sağlanacaktır.

İLAÇ DIŞI ÜRÜNLER DEĞERLENDİRME TABLOSU		
FİRMA, ÜRÜN VE PAZARLAMA STRATEJİLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRME KRİTERLERİ	EVET	HAYIR
Firmanın kurumsal kimliği olumlu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ürünün, uluslararası geçerliliği olan kalite ve izin belgesi var	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ürünün piyasa devamlılığı var	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ürünün eczane dışında satışı gerçekleŐmiyor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
KIRMIZI İLE İŐARETLİ ALANLARDAN HERHANGİ BİRİNE YANITINIZ "HAYIRSA" SÖZ KONUSU ÜRÜNÜ ECZANENİZ ARACILIĞI İLE HALKA ULAŐTIRMAMANIZI ÖNERİRİZ. EĞER BÜTÜN YANITLARINIZ EVETSE, LÜTFEN AŐAĐIDAKİ KRİTERLERİ DE GÖZDEN GEÇİRİNİZ		
TEB'in veya Eczacı Odanızın firmayla ilgili çalıŐması veya önerisi, bu olmadığı durumda diğer eczacıların olumlu görüşü var	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Firmanın bayilik sözleşmesi var	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ürünün içerik bilgileri, literatür çalışmaları, üretim koşulları vs. hakkında bilgi veren doküman mevcut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ürünün Avrupa Birliği ölkelerinde satışı yapıyor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ürünün eczanede satışı sırasında verilecek hizmet ile ilgili firma beyanı sözleşmede yer alıyor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ürünün tanıtım faaliyetlerine ilişkin görsel ve yazılı medya kuruluşları ile yapılmış reklam sözleşmeleri var	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Firmanın, eczacı ve eczane çalışanlarına yönelik eğitim programı var	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BU SORULARDAN EN AZ 4 TANESİNE "HAYIR" YANITI VERDİYSENİZ, SÖZ KONUSU ÜRÜNÜN ECZANENİZDEN SATIŞININ YAPILMAMASI MADDİ AÇIDAN ZARAR GÖRMENİZİ ENGELLEYECEK, ECZANELERİMİZDE YER VERDİĞİMİZ ÜRÜNLERİN DOĞRU VE GÜVENİLİR OLMASINI TEMİNAT ALTINA ALACAK VE ECZACI KİMLİĞİMİZİN GÜVENİLİRLİĞİNE KATKI SAĞLANACAKTIR.		