

Z PGF

po przyszłość apteki

– Jestem przekonana, że czas aptek indywidualnych w Polsce jest bardzo dobry i mogą to być przedsiębiorstwa wyróżniające się na rynku – powiedziała prezes PGF S.A. Anna Socha, rozpoczynając obrady IV Kongresu Farmaceutyczno-Ekonomicznego PGF. Dodaje również: – Polska Grupa Farmaceutyczna każdego dnia służy Państwu pomocą. Żeby rozwijać swoje firmy, trzeba wykorzystywać nowe modele biznesowe, nowe usługi pojawiające się na rynku. Razem z Państwem te usługi rozwijamy, pomagamy poprawiać rentowność biznesu aptecznego.

Tekst **Tomasz Osadowski**
Zdjęcia str. 2-8 **Radosław Żydowicz**

IV Kongres PGF zgromadził w tym roku ponad 650 aptekarzy z całego kraju. W dorocznym spotkaniu właścicieli indywidualnych

apteki i lokalnych sieci aptecznych prowadzonych przez farmaceutów dyskutowano o współczesnych wyzwaniach kształtujących perspektywę rozwoju detalicznej sprzedaży leków.



Dla zaspokojenia zdrowotnych potrzeb pacjentów wyprzedzamy oczekiwania rynku, kreujemy innowacyjne rozwiązania biznesowe oraz wyznaczamy standardy współpracy z aptekarzami i producentami farmaceutycznymi – robimy wszystko, żeby pacjent mógł zawsze dostać niezbędny lek. To właśnie nasza misja.

Anna Socha, prezes PGF S.A.



Anna Socha, Prezes PGF S.A.

Ubiegły rok okazał się okresem stabilnego wzrostu sprzedaży leków w Polsce, również prognozy na 2015 napawają optymizmem. O trendach i zróżnicowanym tempie wzrostu sprzedaży w poszczególnych segmentach rynku mówił **dr Jarosław Frąckowiak**, prezes PharmaExpert (patrz str. 7). Postępuje proces starzenia się polskiego społeczeństwa. Istotnym czynnikiem oddziałującym na zachowania pacjentów staje się również pogarszająca się dostępność do lekarzy. W tej sytuacji Polacy coraz częściej kierują pierwsze kroki właśnie do farmaceutów, od których oczekują wysokiej jakości porady.

Z uwagi na nadal zwiększającą się liczbę aptek w Polsce, w tym rosnący udział aptek w przedsiębiorstwach sieciowych, sam wzrost popytu na leki nie oznacza jednak poprawy lub nawet stabilizacji sytuacji ekonomicznej aptek. Wymogiem czasów jest umiejętność szybkiego dostosowania się do zmieniających się oczekiwań pacjentów. Wygrywają ci, którzy najszybciej i najbardziej efektywnie wykorzystują nowe modele zarządzania aptekami.

Tempo zmian

Mówcy zaproszeni na IV Kongres podkreślali, że działamy w czasach nieustannie zmieniającej się rzeczywistości. Gość honorowy, były prezydent **Alek-**

sander Kwaśniewski w wykładzie otwierającym konferencję przedstawił wymiar geopolityczny przemian współczesnego świata.

Z kolei **dr Paula Wąsowska**, ekspertka ICAN Institute przy Harvard Business Review, skupiła się na wskazananiu konsekwencji postępu technologicznego w prowadzeniu działalności gospodarczej. Technologia, zwłaszcza informatyczna, jest katalizatorem zmian w zastosowaniu produktów do nowych potrzeb konsumentów, generuje nowe

kanały dystrybucji produktów, wspomaga nowe formy zarządzania biznesem. Zdaniem wybitnego ekonomisty i „guru” marketingu Filipa Kotlera „Innowacja jest dziś kluczem do strategii konkurencji i jej podstawą”. Jesteśmy świadkami fundamentalnej zmiany oczekiwań i postaw konsumentów – dotyczy to również pacjentów aptek. Pacjenci dysponują dziś o wiele większymi niż kiedyś zasobami informacji, pozyskiwanymi z różnorodnych źródeł, w dużej części z mediów cyfrowych. Oczekują zdecydowanie większej oferty, zanim dokonają wyboru. Coraz częściej korzystają z internetowych kanałów dystrybucji, porównywarek cenowych itp. Dzięki urządzeniom mobilnym mogą dokonywać zakupów w dowolnym momencie, wybierając spośród olbrzymiej liczby punktów sprzedaży. Reasumując, także przed aptekarzami staje wyzwanie nie tyle dotrzymania kroku zmianom zachowań konsumentów, co wyprzedzenia ich poprzez innowacje – efektywne zastosowanie nowych pomysłów w biznesie.

PGF dostarcza kompleksowych usług

O tym, w jaki sposób Polska Grupa Farmaceutyczna wspiera aptekarzy w wyprzedzaniu oczekiwań pacjentów, mówił **Marcin Majchrzak**, wiceprezes PGF. Polska Grupa Farmaceutyczna jest dziś nie tylko dystrybutorem leków, logi-



Prezydent Aleksander Kwaśniewski

Rynek farmaceutyczny – przed zmianami czy po zmianach?



Dr Paula Wąsowicz



Krzysztof Dudkiewicz

stykiem łączącym producentów z aptekarzami, ale przede wszystkim dostawcą innowacyjnych usług wzmacniających pozycję rynkową aptek. Efektywne wykorzystanie narzędzi składających się na model biznesowy Zdrowy Wybór pozwala zwiększyć wartość sprzedaży aptecznej, poprawić marżę oraz obniżyć koszty prowadzenia placówki aptecznej. (Więcej o usługach dla aptek na str. 6).

Optimalizacja magazynu kluczem do sukcesu

Współczesny pacjent oczekuje od aptekarza zagwarantowania szerokiej dostępności leków w konkurencyjnych cenach oraz szybkiej, nowoczesnej i kompleksowej obsługi. Jednym z kluczowych elementów zarządzania apteką staje się optymalne zarządzanie zapasami magazynowymi. Usługa optymalizacji jest jednym z kluczowych elementów programu Zdrowy Wybór – może z niej skorzystać każda apteka współpracująca z PGF. O efektach optymalizacji mówili **Maciej Kowalik** i **Mateusz Zawisza** z SAS Institute, czołowej firmy zajmującej się analityką biznesową (więcej na str. 4-5).

W finale części konferencyjnej IV Kongresu goście uczestniczyli w spotkaniu z **Krzysztofem Hołowczycem**, który mówił o swojej pasji sportowej i drodze, jaką doszedł do sukcesu w Rajdzie Dakar 2014.

Targi farmaceutyczne zorganizowane w ramach Kongresu zgromadziły

ponad 80 wystawców. Producenci farmaceutyczni oferowali specjalne promocje handlowe dedykowane aptekom uczestniczącym w spotkaniu.

Jak zawsze część gości wzięła udział w szkoleniu farmaceutycznym na punkty edukacyjne. Kurs poświęcony problemom otyłości poprowadziła prof. dr hab. **Barbara Filipek** z Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Po sobotnich obradach i zakończeniu targów aptekarze zwiedzali kulisy Teatru Wielkiej Opery Narodowej, jednej z największych scen teatralnych na świecie, oraz niedawno otwartego Muzeum Historii Żydów Polskich, uznawanego już za jedną z ważniejszych placówek muzealnych Europy.

Tradycyjnie wieczory kongresowe goście spędzili w interesujących miejscach eventowych. W piątkowy wieczór podczas uroczystej kolacji w Pałacu Kultury i Nauki mieli okazję oglądać panoramę Warszawy z tarasu widokowego na 30. piętrze. W sobotę bawili natomiast w niedostępnym na co dzień i oryginalnym wnętrzu Hali Wysokich Napięć Instytutu Energetyki. Hala o wysokości 12-piętrowego wieżowca z betonowymi wrotami tej samej wysokości służy na co dzień do eksperymentów z symulacją piorunów.

– *Kongres jak zwykle zorganizowany został profesjonalnie i z dbałością o szczegóły. Ciekawe wykłady, możliwość zdobycia punktów edukacyjnych oraz część związana ze zwiedzaniem kulis Teatru Wielkiego oraz odwiedzin w Muzeum Żydów Pol-*

skich jeszcze bardziej uatrakcyjniały pobyt – podsumowuje udział w Kongresie Krzysztof Dudkiewicz, aptekarz z Ciechanowa. I dodaje: – Całość pozytywnie zamykała uroczysta kolacja podczas pierwszego dnia kongresu oraz wieczór z muzyką i DJ w Instytucie Energii w Warszawie.

Głównym sponsorem IV Kongresu PGF była firma Bioton. Patronem imprezy jak co roku była Izba Gospodarcza „Farmacja Polska”. ■



W Hali Wysokich Napięć

Zdaniem dr. Jarosława Frąckowiaka, prezesa PharmaExpert i prelegenta na IV Kongresie PGF, rok 2014 był pierwszym rokiem stabilizacji na rynku sprzedaży leków od czasu wprowadzenia znowelizowanej ustawy refundacyjnej.

Opracowanie **Tomasz Osadowski** na podstawie danych PharmaExpert

Sprzedaż leków w cenach detalicznych wzrosła o 2,7% rok do roku. W porównaniu z rokiem 2011, najlepszym do tej pory w historii rynku farmaceutycznego w Polsce, była większa o 1,3%. Natomiast w pierwszych dwóch miesiącach 2015 r. zanotowano aż 10% wzrost. Oznacza to, że branża dystrybucji leków dostosowała się do zmian wprowadzonych przez wspomnianą nowelizację.

Zwraca jednak uwagę fakt, że dynamika sprzedaży statystycznej apteki w Polsce jest niższa od zanotowanego w ubiegłym roku wzrostu wartości rynku.

Zdaniem dr. Frąckowiaka nie można jednak uznać, że rynek nie będzie już podlegał dalszym zmianom. Omawiając aktualne trendy na rynku sprzedaży leków, zwrócił uwagę na szereg zagadnień.

- Utrzymuje się przewaga sprzedaży produktów OTC nad lekami Rx;
- Postępuje koncentracja rynku aptecznego – sukcesywnie zwiększa



Dr Jarosław Frąckowiak, Prezes PharmaExpert

1,34 mld opakowań

590 mln transakcji

20% największych aptek generuje 50% obrotów

Średnia transakcja apteczna 36 zł

się liczba aptek sieciowych, przy czym 20% największych aptek realizuje już blisko połowę sprzedaży w branży;

- Spada liczba pacjentów odwiedzających statystyczną aptekę. Jest ich zdecydowanie więcej – 4 500 pacjentów – w aptekach należących do sieci 5+ (o 6% więcej w stosunku do r. 2013). W pozostałych aptekach – indywidualnych i tzw. mikro sieciach – wynosi natomiast 3 200.
- Większa dynamika wzrostu liczby sprzedanych opakowań leków Rx w relacji do wartości sprzedaży (odpowiednio 4,5% do 3,5%).
- Zahamowanie wzrostu sprzedaży leków OTC (o 1,4% mniej w ujęciu wartościowym, zahamowanie wzrostu cen).
- Rośnie znaczenie segmentów suplementów diety i dermokosmetyków w sprzedaży aptecznej (jednakże ceny opakowań nieznacznie maleją).

W roku 2015 szacowany wzrost sprzedaży aptecznej wyniesie ok. 5%. Czynnikiem wzrostu sprzedaży leków Rx powinno być częstsze niż do tej pory przepisywanie przez lekarzy recept z uwzględnieniem wskazań „off label”. Nadal jednak sprzedaż odrębna będzie większa i to ona decydować ma o wynikach ekonomicznych aptek. Małe apteki będą w coraz większym zakresie korzystać z tzw. programów afiliacyjnych oferowanych przez dystrybutorów.

Pacjenci w jeszcze większym stopniu korzystać będą z internetowych narzędzi porównywania cen i zakupu leków, jak również poszukiwać poprzez urządzenia mobilne trudno dostępnych leków. Lojalność pacjenta w stosunku do jego najbliższej apteki będzie w tej sytuacji coraz mniejsza. – To dostępność produktu może być gwarantem lojalności pacjenta – przewiduje dr Frąckowiak.

Aptekarze powinni również w znacznym większym niż kiedyś zakresie analizować swoje dane o sprzedaży i wykorzystywać w bieżącym zarządzaniu raporty pozwalające na analizę swoich wyników na tle konkurencji. ■

Nowoczesne zarządzanie zapasami w aptece

Współczesny pacjent oczekuje od aptekarza zagwarantowania szerokiej dostępności leków w konkurencyjnych cenach oraz szybkiej, nowoczesnej i kompleksowej obsługi. Jednym z kluczowych elementów zarządzania apteką staje się optymalne zarządzanie zapasami magazynowymi.

Tymczasem od 2012 r. tzw. stany magazynowe w polskich aptekach wyraźnie zmalały z uwagi na obniżenie marż detalicznych związanych z niekorzystnym algorytmem naliczania marży na leki refundowane. Konsekwencją ustawy refundacyjnej stało się zdecydowane pogorszenie dostępności leków w aptekach.

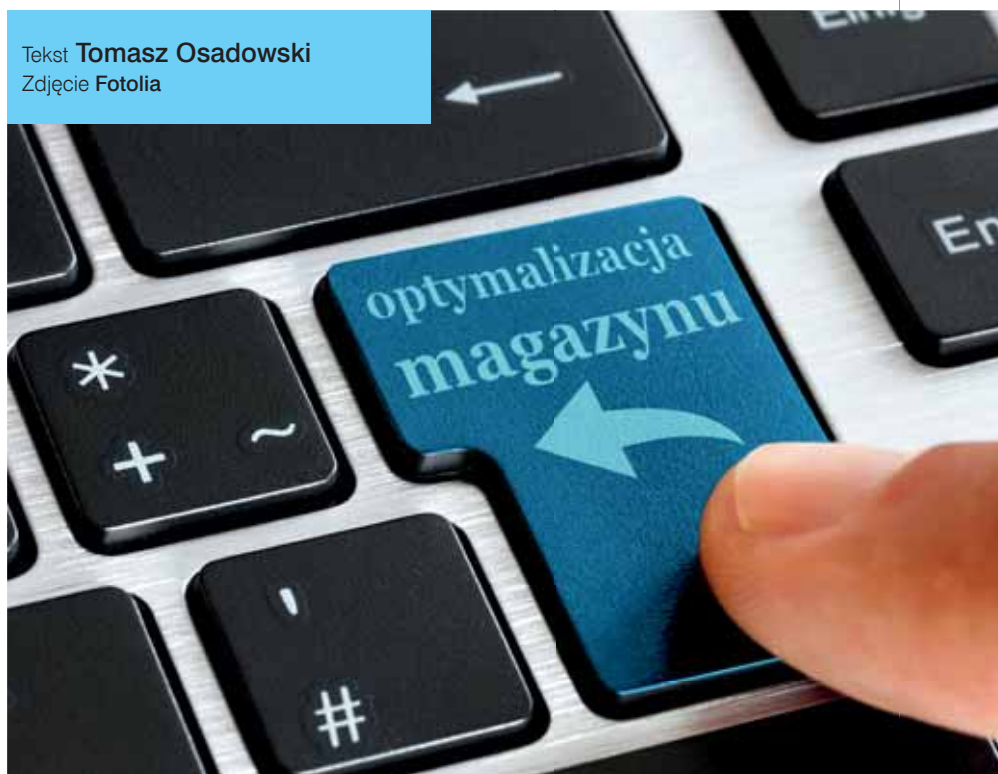
Czy analizujesz koszt magazynu?

Farmaceuci zarządzający swoimi rodzinnymi firmami dostrzegają już wagę optymalizacji magazynu i jej wpływ na wynik finansowy działalności aptecznej.

– *Coraz trudniej jest samodzielnie optymalizować zamówienia, a przecież zależy nam na tym, żeby pacjenci nie musieli dwukrotnie przychodzić do apteki, bo produktu nie ma w danej chwili na stanie. Zaczęliśmy się obawiać, że wkrótce tacy pacjenci przestaną wracać – mówią mgr Bożena i Ireneusz Kieczka prowadzący Aptekę „Ubera” w Warszawie. – PGF zaproponował nam narzędzie optymalizujące stan magazynu według naszych potrzeb. Teraz specjaliści będą dbać o zatowarowanie apteki, a my nie musimy się martwić, że stracimy pacjentów.*

Polska Grupa Farmaceutyczna świadczy aptekom współpracującym w ramach projektu Zdrowy Wybór nowoczesną usługę optymalizacji magazynu aptecznego, która w powiązaniu

Tekst **Tomasz Osadowski**
Zdjęcie **Fotolia**



z zarządzaniem kategoriami produktów pozwala znacznie zwiększyć efektywność ekonomiczną apteki.

– *Zaawansowane i kosztowne narzędzia stają się dostępne dla właściciela nawet pojedynczej apteki. W ten sposób każda z nich może być zarządzana nowoczesnie i efektywnie. Specjalnie przygotowane aplikacje wraz ze wsparciem zespołu*

specjalistów pozwolą na odpowiednie dostosowanie asortymentu do potrzeb pacjenta, a farmaceuta nie traci kontroli nad swoją apteką – podkreśla Marcin Majchrzak, wiceprezes PGF S.A.

Zdaniem Macieja Kowalika i Mateusza Zawiszy z SAS Institute, czołowej firmy zajmującej się analityką biznesową, w tym efektywnością modeli dys-



Maciej Kowalik



Mateusz Zawisza, SAS Institute

trybucji, przedsiębiorstwa korzystające z systemów optymalizacji stanów magazynowych osiągają istotny wzrost przychodów (10% w analizowanych przez SAS firmach) oraz wzrost marży o 5 do 7%. Firmy osiągające najlepsze rezultaty zwiększają poziom realizacji zamówień swoich klientów półtorakrotnie, mogą też poszczycić się nawet dwukrotnym zwiększeniem udziału w rynku i wzrostem zysku brutto o ponad 50%.

Pacjent może nie wrócić

Pacjenci reagują na brak dostępności leku na rozmaite sposoby. Najczęściej godzą się na zakup zamiennika (45%). Tylko 15% pacjentów oczekuje cierpliwie na sprowadzenie leku, co w polskich warunkach trwa od kilku godzin do następnego dnia i dłużej, zależnie od lokalizacji placówki. Dla pacjenta ta sytuacja zawsze oznacza konieczność powtórnej wizyty w aptecce. W 40% przypadków apteka, nie mogąc zaspokoić oczekiwań pacjenta, traci możliwość sprzedaży, czyli w konsekwencji uzyskania marży – z czego 9% pacjentów rezygnuje z zakupu, natomiast aż 31% poszukuje leku w innych placówkach.

Jak zoptymalizować koszty zapasu leków?

Aby uzyskać dodatni wynik finansowy w działalności apteki, należy

osiągać wysoki poziom sprzedaży, dbać o opłacalne marże oraz zachować niskie koszty funkcjonowania placówki. Generując zamówienia leków u dostawców, aptekarz musi umiejętnie przewidywać popyt ze strony swoich pacjentów. Popyt jest tymczasem zmienny – zależy od szeregu czynników, w tym sezonowości, fluktuacji poziomu zachorowań, zmian cen i promocji producentów leków, ich aktywności reklamowej, a nawet cyklu świąt i dłuższych weekendów.

Cały czas pojawiają się nowe produkty, a brak lojalności pacjentów – zarówno w stosunku do aptek, jak i leków – może istotnie zmienić strukturę popytu. Problem polega na tym, że aptekarz nie dysponuje wystarczającą ilością informacji niezbędnych do optymalnego oszacowania popytu. Efektem tego jest zazwyczaj zawyżanie zamówień części asortymentu przy jednoczesnym braku lub zbyt niskim zapasie magazynowym innych leków. To wszystko odbywa się w warunkach silnej konkurencji pomiędzy aptekami, dzięki której pacjent w swoim najbliższym otoczeniu ma do wyboru alternatywne punkty zaopatrzenia w leki.

Wygrywa ten, kto umie lepiej zoptymalizować swoje zapasy. Eksperti z SAS Institute dowodzą, że poprzez umiejętne zarządzanie magazynem można zaoszczędzić nawet połowę kosztów magazynowania w relacji do przychodów firmy.

Usługa optymalizacji magazynu aptecznego opracowana przez PGF rozwiązuje problemy, jakim nie jest w stanie podołać indywidualna placówka. Generuje projekt zamówienia dedykowany konkretnej aptece, uwzględniając pełny zasób informacji o czynnikach kształtujących popyt. Proces odbywa się – z punktu widzenia osoby zarządzającej apteką – automatycznie. Aptekarz ma jednak zagwarantowaną możliwość modyfikacji zamówienia.

Poznaj efekty

Wymiernymi efektami stosowania optymalizacji zaopatrzenia są zmniejszenie nadmiernych do tej pory zapasów magazynowych części leków przy równoczesnym zwiększeniu dostępności produktów, na które jest rzeczywisty popyt. Zdecydowanie mniej pacjentów narażonych jest wówczas na konieczność drugiej wizyty w aptecce, przez co wzrasta wiarygodność placówki jako świadczącej usługi na wysokim poziomie.

Reasumując, przy spadku kosztów magazynu apteka zapewnia większą dostępność leków, a przy tym oszczędzić może nawet do 70% czasu poświęconego dotychczas na obsługę procesu zatowarowania*.

*według studium SAS dla jednej z sieci aptecznych w Danii

Wyprzedźmy oczekiwania pacjentów

Polska Grupa Farmaceutyczna jest dziś dostawcą innowacyjnych usług wzmacniających pozycję rynkową aptek. Model biznesowy Zdrowy Wybór przedstawił na IV Kongresie PGF wiceprezes Marcin Majchrzak.



Marcin Majchrzak, Wiceprezes PGF S.A., prezentuje model biznesowy Zdrowy Wybór

Tekst Tomasz Osadowski

Współczesny pacjent oczekuje więcej niż kiedykolwiek. Do historii przeszły kolejki do okienek aptecznych. Jak wskazują badania, jeśli osoba wchodząca do apteki widzi pięciosobową kolejkę, zazwyczaj rezygnuje z czekania. Najczęściej odwiedzi wtedy inną pobliską aptekę. Coraz powszechniej pacjenci korzystają z urządzeń mobilnych, powiększa się udział zakupów dokonywanych za pośrednictwem Internetu. Innowacje technologiczne wywierają bowiem wpływ

na zmianę zachowań konsumenckich. W tych zmieniających się warunkach Polska Grupa Farmaceutyczna opracowała koncept biznesowy Zdrowy Wybór, który na zasadach partnerskich udostępniany jest indywidualnym aptekom i lokalnym rodzinnym mikrosieciom aptecznym. Jego celem jest wsparcie właścicieli indywidualnych aptek w prowadzeniu biznesu.

Zespół projektowy, w którym uczestniczyli również zaproszeni przez nas aptekarze, w pracach nad stworzeniem innowacyjnego modelu działania apteki przyjął, że w centrum uwagi jest właśnie pacjent. Model uwzględniał też główne czynniki kształtujące ekonomiczne podstawy działalności aptecznej, w tym system marż, ograniczenia ustawowe,

w tym zakaz reklamy aptek, rosnący udział aptek sieciowych w rynku. Zdrowy Wybór ma na celu poprawę wyników aptek w trzech zasadniczych obszarach istotnych dla osiągnięcia wysokiej rentowności w dystrybucji produktów. Po pierwsze, pozwala generować dodatkowy ruch pacjentów. Służy temu przede wszystkim nowy portal recepta.pl, który jest de facto internetowym systemem zamawiania leków z odbiorem w placówkach aptecznych.

Jako kolejny etap rozwoju narzędzi e-commerce przygotowujemy portal o zdrowiu, który będzie kontekstowo współpracować z recepta.pl. Nową wygodniejszą postacią otrzyma także pharmbook.pl – portal dla aptekarzy, zawierający narzędzia elektronicznej

sprzedaży leków do aptek, funkcje rozliczeń finansowych, szkolenia edukacyjne dla farmaceutów oraz funkcje społecznościowe. Po drugie, Zdrowy Wybór wspomaga apteki w efektywnym dokonaniu transakcji zakupu przez pacjentów. Kluczem do tego są nie tylko różnorodne narzędzia wykorzystujące zasady merchandisingu i marketingu oraz gwarantujące korzystne ceny, m.in. poprzez ofertę przygotowaną dla grupy zakupowej partnerów programu.

Niezwykle istotnymi dla osiągnięcia tego celu narzędziami są optymalizacja magazynu aptecznego (patrz str. 6-7) oraz zarządzanie kategoriami produktów. To dzięki nim apteka będzie mogła dostosować stan magazynowy i asortyment leków do faktycznych oczekiwań jej pacjentów. Uniknie zbędnych lub zbyt dużych zakupów, zmniejszając koszty magazynowania zapasów, a za oszczędzone środki będzie mogła m.in. zwiększyć zakres asortymentu w tych pozycjach, których do tej pory pacjenci nie mogli w niej otrzymać. Zyskując poprawę dostępności leków dla pacjentów apteka kształtuje swój unikatowy profil odróżniający ją od konkurentów.

Trzecim elementem poprawy efektywności apteki jest podnoszenie wartości koszyka zakupowego. Ten cel realizowany jest dzięki korzystnym cenom z oferty grupy zakupowej, działania merchandisingowe przygotowane przez PGF, a także szkolenia umiejętności sprzedażowych dla personelu aptecznego.

Innowacją wprowadzoną przez PGF do modelu Zdrowy Wybór jest powiązanie działalności apteki z usługami dla producentów farmaceutycznych. – *Stajemy się wspólnie z Państwem partnerami dla przemysłu farmaceutycznego* – mówił Marcin Majchrzak. Oprócz bardzo dobrych warunków zakupu, jakie uzyskuje aptekarz, dzięki platformie biznesowej, jaką staje się Zdrowy Wybór, realizuje dodatkową marżę za usługi związane z ekspozycją produktów oraz wprowadzaniem nowych marek do obrotu aptecznego.

Reasumując, Zdrowy Wybór jako model działania apteki pozwala efektywnie zaspokoić potrzeby współczesnego – trudnego – pacjenta i wypracować przy tym przez aptekę korzystne efekty finansowe. Jest czynnikiem sukcesu w trudnych i zmiennych czasach. ■



Koncepcja Zdrowego Wyboru zawiera 4 grupy narzędzi udostępnianych aptekarzom.

- Narzędzia merchandisingowe i marketingowe
- Nowe narzędzia w technologiach e-commerce
- Optymalizacja magazynu aptecznego i usługa zarządzania kategoriami produktów
- Dodatkowe narzędzia wspomagające działalność: Akademia Zdrowy Wybór, tj. system szkoleń dla właścicieli i personelu aptek, utylizacja leków.