



PREFERENCJE LOGISTYCZNE KLIENTÓW NA SZCZECIŃSKIM RYNKU FARMACEUTYCZNYM

Mariusz Jedliński

Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, Polska

STRESZCZENIE. Specyfika funkcjonowania rynku farmaceutycznego, a zwłaszcza obrotu handlowego wymaga zastosowania "dedykowanych" rozwiązań logistycznych przez dostawców wobec aptek. Potwierdzają to badania, prowadzone wśród aptek zlokalizowanych w Szczecinie i okolicach. W artykule przedstawiono specyfikę tych wymagań i możliwości ich sprostania przez hurtownie farmaceutyczne funkcjonujące na terenie Pomorza Zachodniego.

Słowa kluczowe: farmacja, zaopatrzenie aptek, hurtownie farmaceutyczne, preferencje logistyczne.

Przewaga konkurencyjna, którą może uzyskać przedsiębiorstwo hurtu farmaceutycznego jest przede wszystkim następstwem właściwej organizacji oraz realizacji wszystkich zaplanowanych, a przy tym racjonalnych działań w obrębie tworzonego przez powiązane podmioty łańcucha wartości. Są to zatem działania podstawowe (logistyka dostaw, działania operacyjne, marketing i sprzedaż, serwis itd.), jak też działania wspierające (infrastruktura, zarządzanie zasobami ludzkimi, zaplecze technologiczne, zaopatrzenie itd.).

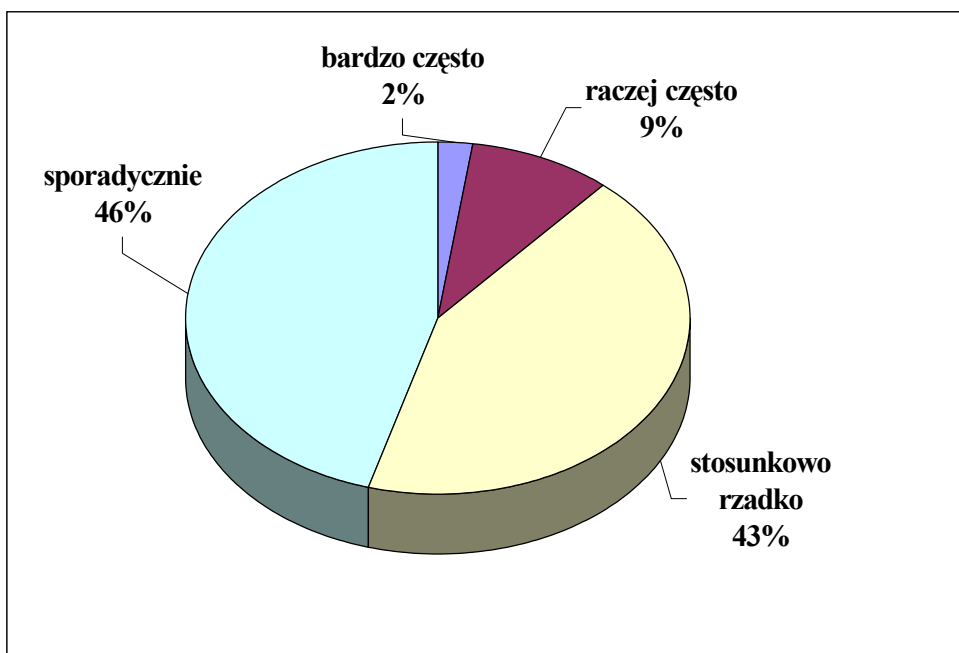
Przedstawione poniżej rozważania są pewnym usystematyzowaniem strony ilościowo-strukturalnej niektórych z zarejestrowanych zjawisk na bazie przeprowadzonych badań ankietowych w grudniu 2003 r. na ostatecznej próbie 44 aptek z ogólnej liczby około 135 funkcjonujących na rynku szczecińskim. Obsługę klienta potraktowano przy tym jako pewien przyjęty do stosowania system rozwiązań, który powinien zapewnić aptece jak najbardziej satysfakcjonujące relacje z jego dostawcą (hurtownią farmaceutyczną), a zwłaszcza niezawodne zapewnienie mu odpowiedniego produktu, o odpowiedniej jakości, w odpowiednim czasie i w odpowiednim miejscu. Jednym z pierwszych pytań, które zostało skierowane do środowiska aptekarskiego było takie, by na podstawie swoich własnych doświadczeń podjęli próbę wystawienia ocen w skali od 2-5 (gdzie 2 oznaczało ocenę niedostateczną, a 5 oznaczało ocenę bardzo dobrą) swoim dostawcom biorąc przy tym pod uwagę wybrane przez siebie kryteria obsługi. Dzięki analizie zgłoszonych oczekiwań, bardzo wyraźnie uwidoczniły się te obszary, w których wydaje się, że tkwią potencjalne możliwości jeszcze skutecznego oddziaływania hurtowni farmaceutycznych na swoich odbiorców (uzyskane rezultaty prezentuje tabela nr 1). Rozpatrując zatem udzielone odpowiedzi, należy z nieukrywaniem zadowoleniem stwierdzić, że w powszechnym odczuciu ankietowanych, na rynku nie ma dostawców, którzy niezależnie od przyjętego kryterium oceny zasługiwaliby na ocenę niedostateczną (2). W odniesieniu jednak do poziomu obsługi, tylko 4 osoby wystawiły notę bardzo dobrą (5), natomiast

najwięcej tych ocen uzyskali dostawcy przede wszystkim za kompletność dostaw i kulturę obsługi. Wobec troski o doskonalenie obsługi i ogólną jakość działania odpowiedzi koncentrowały się głównie wokół oceny dobrej (4), która także przeważała przy ocenie ogólnej jakości dostaw, z kolei najwięcej ocen dostatecznych zebrano za kryterium oferowanego poziomu cen, co z oczywistych względów nie powinno dziwić.

Tabela 1. Ocena dostawców według niektórych kryteriów obsługi klienta
Table 1. Evaluation of suppliers according to selected criteria of client's service

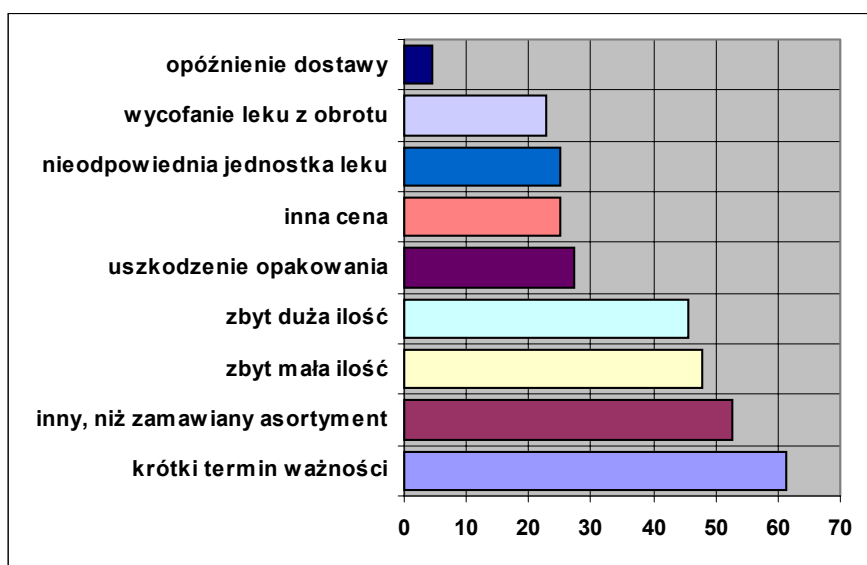
Cechy	Ocena			
	5	4	3	2
Poziom oferowanych cen	4	25	14	0
Terminowość dostaw	16	22	5	0
Kompletność dostaw	19	20	4	0
Szerokość wyboru asortymentu	15	23	5	0
Szybkość wprowadzania nowości	10	23	10	0
Szybkość dostaw	14	18	11	0
Kultura obsługi	19	21	3	0
Ogólna jakość	6	35	2	0
Troska o doskonalenie obsługi	5	27	11	0

W ocenie ankietowanych równie dobrze wypadła jakość realizowanych przez hurtownie farmaceutyczne dostaw, ponieważ częstość reklamacji (co przedstawia rysunek nr 1) można uznać za jeszcze prawidłowo zorganizowany i funkcjonujący system dostaw. W dodatku można jeszcze przyjąć, iż jest ona efektem na przykład braku należytej koncentracji pracowników magazynowych, złego przekazu komunikacyjnego pomiędzy hurtownią a apteką lub też nieprecyzyjnego przyjęcia zlecenia. Należy jednak zdać sobie sprawę z faktu, iż reklamacje są w swojej istocie, tak naprawdę drugą stroną tego samego medalu, to jest doskonałości jakości obsługi klienta. Dlatego niezwykle istotne jest, by starać się możliwie precyzyjnie zidentyfikować zwłaszcza te przyczyny reklamacji, które mają charakter systemowy, nie zapominając przy tym o tych, które mają z kolei charakter losowy.



Rys. 1. Częstość reklamacji dostaw
Fig. 1. Frequency of supplies' claims

Dlatego, aby poznać bliżej strukturę tych reklamacji zostało sformułowane kolejne pytanie, które w założeniu miało dać odpowiedź na temat najczęstszych ich przyczyn zgłaszanych przez apteki. I tak, w opinii ankietowanych (stosownie do rysunku nr 2), najczęstszymi powodami reklamacji był przede wszystkim zbyt krótki termin ważności dostarczanych leków, inny niż pierwotnie zamawiano asortyment, a także występujące różnice ilościowe w dostarczonym towarze w stosunku do specyfikacji zamówienia. Z kolei oceniając najbardziej uciążliwe przyczyny reklamacji ankietowani uznali te same, z powodu których występowało najwięcej zwrotów (to znaczy przede wszystkim inny, niż zamawiany asortyment oraz zbyt krótki termin ważności leku). Natomiast 30 procent z nich podało, iż wszystkie przyczyny reklamacji są dla nich w równym stopniu uciążliwe.



Rys. 2. Najczęstsze przyczyny reklamacji (w % odpowiedzi)
Fig. 2. Most popular reasons of claims (in percentage of responses)

Jedno z ostatnich pytań ankiety dotyczyło określenia najważniejszych kierunków działań, które w pierwszej kolejności powinny podjąć hurtownie farmaceutyczne, by jeszcze lepiej spełniać oczekiwania swoich odbiorców. Zgłaszane przez środowisko aptekarskie w tym względzie postulaty prezentuje tabela nr 2. Jak można w niej zaobserwować, za najważniejszy z nich respondenci uznali poszerzenie oferowanego asortymentu, wskazali jednak też na konieczność utrzymywania na odpowiednim poziomie stanów magazynowych (gwarantującym im ich dostępność), tak by nie było konieczności dodatkowego uzupełniania zamówienia w innych hurtowniach. Nie bez znaczenia jest także dla aptekarzy szybkość dostawy, postulowano przy tym zatrudnienie większej liczby kierowców (ale raczej chodziło o pojazdy) oraz by było więcej codziennych dostaw realizowanych na bazie formuły CITO (to jednak wydaje się raczej nie przemyślanym postulatem, biorąc pod uwagę fakt, iż dotyczy ona dowozu leku w formule "na ratunek"). Z perspektywy ankietowanych ważnym jest także postulat dalszej obniżki cen przy jednoczesnym zaoferowaniu wyższych rabatów, niż ma to miejsce obecnie. Obiektywnie jednak rzecz biorąc, szczególnie te ostatnie postulaty wydają się być trudne do zrealizowania, zważywszy na i tak niezbyt wysoką marżę hurtownika (na niektóre towary nawet kilkoprocentową, a także relatywnie dobre warunki handlowe, jakie aptekarze uzyskują od hurtowników). Dalsze, bowiem wydłużenie terminów płatności może postawić pod znakiem zapytania płynność finansową niektórych hurtowników. Ankietowani postulując skrócenie czasu składania zamówienia wyrażali także opinię, iż należy ciągle doskonalić kwalifikacje i kompetencje pracowników działów telemarketingu. Ich zdaniem, powinny być to osoby o dobrym poziomie wiedzy farmaceutycznej, swobodnie poruszające się w fachowym nazewnictwie oraz biegle posługujące się kartoteką systemu informatycznego tak, aby szybko i sprawnie docierać do odpowiednich adresów kartotekowych. Podobnie prezentowała się sytuacja w stosunku do oczekiwań w zakresie posiadania bezpośredniej łączności modemowej, bowiem odbiorcy czują uzasadnioną potrzebę uzyskania możliwości bezpośredniego konfigurowania swojego zamówienia wykorzystując udostępnione stany magazynowe swoich dostawców. Tu jednak pojawił się dosyć istotny problem bezpieczeństwa informacji rezydujących w systemie informatycznym, a dodatkowo większość hurtowników, przy obecnych uwarunkowaniach nie ma możliwości odseparowania na przykład swojej ceny zakupu od ceny sprzedaży (odbiorca miałby wówczas raczej nieuprawniony wgląd w poziom realizowanych marż). Nie zabrakło też w odpowiedziach postulatów o organizowanie na szerszą skalę szkoleń dotyczących nowowprowadzanych leków i preparatów (w odczuciu aptekarzy taki szybki transfer wiedzy zwiększyłby ich konkurencyjność w oczach pacjentów). Nasuwa się jednak wątpliwość, co do przełożenia wydatków poniesionych przez dystrybutorów na szkolenia, czy przyczynią się do wzrostu ich sprzedaży (zwiększenia liczby lub wolumenu zakupów) generowanej przez uczestniczących w takim szkoleniu aptekarzy.

Tabela 2 Zestawienie głównych postulatów w zakresie doskonalenia obsługi w sferze dystrybucji leków (w proc. odpowiedzi)
Table 2. The main demands for service improvement in area of pharmaceuticals' distribution (in percentage of responses)

Postulat	Ważność
Podwyższenie jakości obsługi	90,1
Poszerzenie oferty handlowej	86,4
Stosowanie atrakcyjnych cen	84,1
Uporządkowanie przepisów regulujących działalność	84,1
Skrócenie czasu obsługi	81,8
Intensyfikacja działań reklamowych	72,7

I wreszcie ostatnia badana kwestia - co sądzą sami aptekarze o swojej skłonności do zakupu u nowego dostawcy? Interesująco bowiem prezentuje się wskazania tych czynników, które w opinii ankietowanych wpłynęłyby na ich ewentualną decyzję podjęcia zakupów w nowej hurtowni farmaceutycznej, gdyby taka pojawiła się na rynku szczecińskim. Stopień ich ważności (1 to najważniejszy, natomiast 10 - to najmniej istotny czynnik) prezentuje tabela nr 3. W udzielonych odpowiedziach uwidaczniał się niewątpliwie fakt, że najważniejszym czynnikiem decydującym o zakupach w innych hurtowniach jest "cena jednostkowa leku", natomiast na kolejnych miejscach znalazły się takie kryteria wyboru jak "szerokość oferowanego asortymentu", czy też "szybkość dostaw". Odnotować też należy fakt, iż dotychczasowy system upustów i rabatów stosowany przez hurtownie farmaceutyczne na szczecińskim rynku nie ma większych możliwości dywersyfikacji, czego niestety są już świadomi sami aptekarze. Natomiast za najmniej istotny czynnik uznano "oferowanie pomocy sprzętowo-wyposażeniowej i szkoleniowej", ale też nie podnoszono potrzeby zaproponowania przez hurtowników bogatszych materiałów promocyjnych i informacyjnych, które w takim wypadku można uznać za wystarczające.

Tabela 3. Stopień ważności czynników decydujących o skłonności do zakupów
Table 3. The level of importance of reasons for purchasing

Czynniki	Stopień ważności									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Cena jednostkowa	19	7	6	2	3	1	1	0	2	1
Szerokość asortymentu	13	10	7	4	3	2	1	1	1	0
Dogodne warunki zakupu	11	9	4	2	3	3	2	3	1	4
Szybkość dostawy	12	9	9	2	5	0	3	2	0	0
Kompletność dostawy	10	6	10	6	2	3	1	2	1	1
Kultura i profesjonalizm	8	7	2	4	6	5	3	4	2	1
System upustów i rabatów	4	6	6	6	5	7	2	2	2	2
Nowoczesność oferty	6	6	11	3	1	6	5	2	1	1
Materiały promocyjne i informacyjne	1	5	8	5	4	2	4	7	3	3
Pomoc wyposaż. i szkoleniowa	3	2	6	5	1	6	5	1	5	8

Przeprowadzone badania uwypukliły wyraźnie rolę relacji logistycznych między hurtowniami farmaceutycznymi a aptekarzami. Z jednej bowiem strony mamy do czynienia z typową działalnością komercyjną, a z drugiej strony tak wyraźnie podnoszona jest kwestia etyki zawodu aptekarza i misji samej farmakologii. Wszak chodzi o dobro najważniejsze - zdrowie i życie ludzkie. Dlatego podmioty tworzące ten układ wydają się szczególnie podatne na budowanie stabilnych i niezawodnych łańcuchów dostaw, które będą integrowały interesy całego "tria logistycznego" w układzie podmiotowym tj. hurtowni farmaceutycznej, apteki i pacjenta. Proces ten niewątpliwie już się rozpoczął, zwłaszcza jeśli chodzi o konsolidację poziomu hurtu farmaceutycznego (liderzy na rynku bez wątpienia chcą uzyskać przywództwo kosztowo-cenowe), ale również ze strony aptek występuje silna tendencja do tworzenia w miarę stałych, lojalnych i partnerskich związków z dostawcami. Mają one bowiem w założeniu samych aptekarzy, zagwarantować wyższą jakość, krótszy czas i niższe koszty, a bezsprzecznym beneficjentem takiego podejścia do logistycznej organizacji procesu przepływu będzie w ostateczności pacjent (klient), który otrzyma pożądaną lek, w pożądaną ilość (zgodnie z wolą kupującego lub z ordynacją lekarza wypisującego receptę),

o oczekiwanej jakości (skuteczności działania opisanej w ulotce), w danej aptece (której położenie jest z punktu widzenia pacjenta najdogodniejsze), w danym czasie (za każdym razem gdy wystąpi potrzeba zakupu, bez konieczności nadmiernego czekania, poza granicę wyznaczaną granicą tolerancji) i po cenie, która będzie ekwiwalentna do rodzaju specyfiku i sposobu jego dystrybucji (reżim kosztowy wszystkich uczestników łańcucha dostaw) oraz możliwości nabywczych klienta.

PODSUMOWANIE

Podsumowując rozważania podjęte w niniejszym artykule, należy wskazać, iż uzyskane wyniki w ramach badań statutowych pod tytułem: Logistyka w sferze dystrybucji farmaceutycznej, pozwalają na sformułowanie uwag o ogólniejszym charakterze. I tak po pierwsze, przytoczone opinie środowiska aptekarskiego cechują się pewnym poziomem subiektywizmu w dokonywaniu ocen sytuacji rynkowej. Po drugie, dla uzyskania pełnego obrazu funkcjonowania farmaceutycznych łańcuchów dostaw na rynku szczecińskim, należałoby zestawić je z przyjętymi wewnętrznymi standardami obsługi klienta przez obecne na nim hurtownie farmaceutyczne. Tylko bowiem w takim wypadku uzyska się realną możliwość zidentyfikowania tych obszarów, w których występuje niedostosowanie pomiędzy stwierdzonymi oczekiwaniami rynkowymi, a przyjętą przez poszczególne hurtownie polityką organizacji dystrybucji. Wreszcie po trzecie, rynek hurtu farmaceutycznego bez wątpienia jest niezwykle specyficznym rynkiem, ponieważ występuje na nim zjawisko przenikania tak sfery służebności farmakologicznej, jak i wymóg ekonomicznej racjonalności działań.

Mimo jednak tych uwag, należy pozostawać z nadzieją, iż przeprowadzone badania przyczyniają się w pewnym stopniu do wskazania na występującą złożoność relacji między oczekiwaniami, wymaganiami i rzeczywiście zrealizowanymi działaniami w sektorze dystrybucji leków. Można jednak stanąć na stanowisku, bez popełniania istotnego błędu, iż zaobserwowane zjawiska stosunkowo dobrze oddają ogólne prawidłowości występujące w tej branży oraz że wzmacniające się partnerskie relacje w ramach współpracy będą w równym stopniu przyczyniały się do wzrostu efektywności finansowej funkcjonowania zarówno hurtowni farmaceutycznych, jak i aptekarzy działających na szczecińskim rynku farmaceutycznym.

LITERATURA

Jedliński M. 2003, *Logistyka w sferze dystrybucji farmaceutycznej*, KBN, Szczecin.

LOGISTIC PREFERENCES OF CLIENTS OF PHARMACEUTICAL MARKET IN SZCZECIN

ABSTRACT. Specific features of pharmaceutical market, especially of goods flow on it, require precise, "made for specific purposes" logistic solutions for pharmacy supply channels. The search among pharmacies located in Szczecin and around this city confirmed this conclusion. Specific requirements and possibilities of their fulfilment by pharmaceutical wholesalers in West Pomorze region were presented in this paper.

Key words: pharmacy, pharmacy supply channels, pharmaceutical wholesalers, logistic preferences.

LOGISTIK-VORLIEBEN DER KUNDEN DES PHARMAZEUTISCHEN MARKTES IN SZCZECIN

ZUSAMMENFASSUNG. Die speziellen Eigenschaften des pharmazeutischen Marktes, besonders die des Warenflusses brauchen präzise, "für spezielle Anforderungen" erstellte Logistik-Lösungen für die pharmazeutische Versorgung. Die Untersuchung unter den in Szczecin und Umgebung beheimateten Pharmazeutikern bekräftigt diesen Schluss. Diese speziellen Anforderungen und die Möglichkeiten zur Erfüllung dieser Anforderungen durch pharmazeutische Großhändler in West Pomorze werden in diesem Artikel dargelegt.

Codewörter: Pharmazie, pharmazeutische Versorgungs-Kanäle, pharmazeutische Großhändler, Logistik-Vorlieben.

dr hab. prof. US Mariusz Jedliński
Katedra Logistyki
Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług
Uniwersytet Szczeciński, Szczecin
e-mail: mariusz.jedlinski@wzieu.pl