

BİR KONU

ANLAMLI BİR OKUL :

ÇAĞDAŞ ECZACILAR LABORATUVARI

Ecz. Yalçın ULUKAYA(*)

(*) Çağdaş Eczacılar Laboratuvarı A.Ş.
Yönetim Kurulu Üyesi ve İşletme Müdürü

Türkiye İlaç Sanayisi bilinen dışa bağımlı ve tekelleşme eğilimindeki yapısını, bu özelliklerini artırarak yürütmekte. Gelişmekte olan bir ülke olan Türkiye' de ilaç üreticisi kesim; ilaç sektöründeki rantın aslan payını elinde tutarak, yüzeysel düzenlemelerle; sektörel gelişmede Dünya İvmesinin gerisinde, tek tek firma bazındaysa büyük sermayeli yüksek cirolu firmalar için hızlı, küçük sermayeli düşük cirolu firmalar içinse daha az hızlı bir gelişme ivmesi gösterme eğilimindedir.

Bir süreden beri Sağlık Bakanlığı' nın fiyat uygulaması firma karlılığını kontrole almış gibi görünse de, gerçekte kendi hesaplarına reklamve finans giderlerini katabilen firmalar için, zam almakta fazla zorlanmadan son yıllarda karlı sonuçlar elde edilebilmiştir. Kar amaçlı, uzun süreli hedefleri özellikle yatırımlı hızlı amorti etme düşüncesinde olan sektörel eğilim; toplum sağlığına yararlı olmaktan daha fazla kendi maddesel gelişmesine yarar sağlama çabukluğundadır. Bu eğilim, her zorluğu da kendi yöntemleriyle aşabilme yollarını bulabilmektedir. Yatay ve dikey destekler firmalar arasında oluşurken, pazar kapma ve daha çok kazanma olgusu ilginç yarışmaları da gündeme getirmektedir. Proforma oyunları, proforma gerçek fiyat farklılıkları, hammaddeye farklı fiyat uygulamaları, ilaç fiyatları konusunda ikna kolaylığı, denetlemeler de azlık; ilaç sektörü için yarışan düşman kardeşler görüntüsüne rağmen; handikapları azaltan ve kari kolaylaştıran, büyüğü daha büyük yapan ve daha büyük firmaları, karlı başka iş alanlarına da girmeye özendirilen yapısal özelliklerle dolu bu sektör, mesleğin gerçek sahibi eczacıyı ve becerisini kullanmayı pek gereksememektedir.

1978' lerden beri depoculuk alanında kooperatiflerle örgütlenen eczacılar, bu alanda önemli sayıda eczanenin kooperatif ortaklıklarına katılmasıyla sayıca genişlemişler ve dağıtım alanında başarılı olmuşlardır. Üretimi de amaçlayan bu oluşum, zaman içinde eczacıların ilaç üretimini "çok ortaklı denetimli topluma ve mesleğe yararlı eşit katılımlı" yapıda laboratuvar ya da fabrika ölçeğinde üretim yapma düşüncesini ortaya koymaya başlamıştır.

Bu düşüncenin ilk filizlediği kuruluş "ÇAĞDAŞ ECZACILAR LABORATUVARI SANAYİ ve TİCARET A.Ş." dir.

Kuruluşundan bu yana, Çağdaş Eczacılar Laboratuvarı, ilaç üretiminin özellikleriyle, üretilen ilacın depo ve eczaneye ulaştırılmasında var olan uygulama özelliklerini bizlere öğreten bir okul olmuş ve olmaktadır.

- İlaç hammaddesinin, katkı maddelerinin, ambalaj ve tanıma girdi ve giderlerinin, nasıl seçilip temin edileceğini,

- Üretim ve sanayi giderlerinin boyutlarını,

- Bu ölçekte (ve daha büyük ölçeğin sezilmesi dahil) rantın, yönetme ve çalışma biçimlerinin nasıl seçilmesi gerektiğini,

- Bürokrasiyi,

- Fiyat oluşumunu, fiyat artmalarında gerçeklikleri ve gerçek dışılıkları,

- Rekabeti ve ilginç seyrini,

- Ruhsatların nasıl alındığını, hangi ilaçların neden asıl önemliler olduğunu ve bazı ilaçların ruhsat dosyalarının kolay hazırlanamadığını,

- Finansmanın ve finansman kullanmada verimin önemini,

- Yetişmiş inançlı, istekli meslek elemanı azlığını ve eleman yetiştirmenin, ekip oluşturmanın ve insana sahip çıkmanın gereğini,

- Pratik esnekliğin, doğru zamanlama yeteneğinin önemini,

- Doğru ekipman, doğru üretim paleti seçiminin önemini ve bu doğruluğun toplumsal ve mesleksi açıdan, sürekli sorgulamanın gereğini, özellikle öğreten bu okul şu anda üretim paletinde :

Sedalmine 20 ve 500 tablet

(Methylmelubrine)

Analjezik - antipiretik

Pikalin tablet

(Parasetamol / Kafein)

Analjezik - antipiretik

Syrocol Sirop

(Sodyum benzoat, Kodein fosfat
Efedrin HCL, v.d.)

Sedatif - bronkodilatatör -

Antiseptik inhiban öksürük şurubu

Pektoral Sirop

(Sodyum benzoat, Efedrin HCL
Thiocol, v.d)

**Akut ve kronik bronşit,
nezle ve öksürük için şurup**

Sel Rehidrat

(İshal Tuzu)

İchtiole pommadde

Oksijenli su 100 ml

Tentürdiyot 20 ml / 50 ml

bulundurmaktadır.

Çok yakında kodeks preparatları üretimine geçilecek ve Gliserin, Hintyağı, Bademyağı, Karbonat, Aseton, Perhidrol, Amonyak, Deiyonize Su, Salisilik Asid, Vazelin üretilecektir.

Bu arada, çok kullanılan bazı sağlık emtiası eczane hizmetine sunulurak, Beden Derecesi, Plastik Steril Enjektör, Limon Kolonyası ve Prezervatif satışı da yapılmaktadır.

Uzun erimli çalışmalar yanında, bazı finansman rantı artırıcı ve hizmet anlamlı preperat ve emtia satışı da uygulamalar arasına alınmıştır.

Bir okul olarak değerlendirdiğimiz, "Çağdaş Eczacılar Laboratuvarı" çok ortaklı yapısıyla ve çalışmalarıyla meslektaşlarımızın değerli ilgisine hedef olmaktadır. Görülen odur ki, "Çağdaş" sahip çıkıldıkça ve yönetiminde sağlıklı seçim ve uygulamalarla, gelişmeye açık, daha fazla üretmeye aday ve daha iyiyi üretmek amacıyla bir kuruluşur.

BİR KONUK

"Hastaya Verilen Kasa Fişleri Arasında"

Yapılan Çekilişte Kazanan Numaraları Haftaya Yayınıyoruz.

Ecz. Olcay SELES (*)

İnsanın varoluşundan ve değişiminin başladığından bu yana inananlar, inandırılmışlar ya da inançları yeni inançlarla değiştirilecek kişiler de var olmaya başlamışlardır. Halkla ilişkiler ve propaganda gibi reklam da inandırma eyleminin bir parçasıdır. (İNCEOĞLU 1988)

Bugüne kadar verilen savaşımında Türk Eczacıları Birliği ve O'na bağlı meslek odalarının sürekli yinelediği konulardan birisi de ilaçta reklam olayının asla kabul edilemeyeceğidir.

İlaç firmaları arasında uzun yıllar süren kıyasıya tanıtım ve tüketim savaşımı girederek kendisine yeni ortaklar buluyor.

Üzülerek söylemeliyiz, muvazaalı eczaneler çirkefinden daha da beter, katılım paylarının alınmaması ve bu yolla haksız kazanç sağlamak günün modası oluyor.

Katılım payından da vazgeçtik, bu ortaklar şimdi yeni bir yöntem daha geliştirdiler, Tüpgaz vermek. Giderek geliyoruz.

"Bilindiği gibi kapitalizm gittikçe gelişen tekeli aşamasıyla birlikte bireyin güçsüzlük (ki burada hasta) ve yalnızlık duygusunu arttırmış. O'nu kendi dışındaki etkin güçlerin aracı haline getirmiştir.

Günümüz insanı daha çok, daha iyi, özellikle de daha yeni şeyler satın almak arzusuna kaptırmıştır kendini; tüketim açlığı içindedir; satın alma ve tüketme, zorlayıcı, akıl dışı bir amaç olup çıkmıştır...

Hipnotize edici yöntemler insanların ruhsal dengesini, özellikle açık ve eleştirel düşünce yetenekleriyle duygusal bağımsızlığına sarsıcı bir etki yapıyor. Akıl ve gerçeklik duygusunun bu biçimde sistemli olarak yok edilmesine her gün ve her an katlanmak zorunda (mı)yiz..."

Yukarıda tırnak içerisinde yaptığımız alıntı Doç. Dr. Metin İnCEOĞLU'nun "Reklamda Etique Sorununa Sosyo Psikolojik Bir Yaklaşım" adlı yayınından alınmıştır. Reklam olayı son derece güzel bir incelemeyle anlatılmıştır.

İNCEOĞLU incelemesine başlarken; "reklam, bireyi belli bir markanın satın alınması ile tüm bunları elde edebileceğine inandırır. Satın alanın kendisini daha iyi hissetmesini, kendisini

daha çok sevmesini ya da başkaları tarafından daha çok sevildiğini sanmasını sağlayabilir." diyor.

Bu küçük alıntılardan sonra konu ilaç olduğunda yıllardır aklımızdan hiç çıkarmadığımız şey tüketicinin korunması olgusudur. Çünkü ilaçta tüketicinin seçme olasılığı yoktur.

Ne var ki, "Katılım paylarının alınmaması, olgusu incelendiğinde katılım payını almayan kişi de tüketicinin ilaç seçme olasılığının olmadığını çok iyi biliyor. Ama buradaki amaç tüketicinin kendisini seçmesidir. Yani, yukarıda da değindiğimiz gibi mesaj tersten okunduğunda hastanın reklam ortakçısını sevmesini ya da başkaları tarafından daha çok sevildiğini sanmasını sağlamaktır.

Buradaki anlayış, reklam ortakçısının mesleki bilgisi ya da hastanın ilacı bilinçli kullanması değildir, bana gelsin ama nasıl gelirse gelsin, katılım payını almam, gerekirse üste para veririm anlayışıdır.

Hiçbir zaman meslek onurunu ya da onurlu bir mesleğin üyesi olduğunu aklına getirmez. Artık ok yaydan çıkmıştır. Walt Disney'in ünlü Ördek Amca'sına dönmüştür. Gözlerinde \$ işareti vardır.

Kendisi de katılım payı almadığı halde gözü komsusundadır. Bu arada damarında "Muhbir kanı" fokurdamağa başlar. Açar telefonu, ilgili meslek odasını arar, unuttuğu onuru aklına gelir ve komşusunun katılım payı almadığını, haksız rekabete uğradığını, bunun nereye varacağını sorar, ihbar eder.

Aslında kendisi de biliyordur giderek zorlandığını. Çünkü kendisi gibi komşusu da katılım payını almadığı halde komşusu daha yeni bir yöntem bulmuştur ve katılım payı almak dışında tüpgaz da vermektedir. Sadece katılım payını almayınca işin tıkr tıkr gideceğini düşünmüştür. Yanılmıştır. Komşusu daha güçlü çıkmıştır.

Komşusu da tüpgaz sonrası zorlanmaya başlamıştır, onun da kanı fokurdur, açar telefonu o da ötekini ihbar eder. "Önce o başlamasaydı ben de bu yolu seçmezdim". Bu ihbarlar sürer gider...

Meslek odası, "arif olan anlar" amacıyla protokol hükümlerine uygun katılım paylarıyla ilgili zorunlulukları hatırlatan kartlar bastırıp, eczanelere dağıtır, bir sürü masraf yapılır. Amaç onur kırıcı olmamaktır. Bu ihanetin bir an önce bitmesi istenir. Toplantılar, toplantılar gündemde sürekli bu vardır, ihbarlar bitmez, tükenmez.

Yapmayın, etmeyin, eylemeyin nafile. Ok yaydan çıkmıştır. Bu artık ok da değildir. "Bumerang"dir, atılıp geri dönmüş ve kendisine yönelmiştir. Ne var ki gerçek onur savaşımı veren diğer meslektaşlarına kan kusturan günler yaşatmıştır. Sadece katılım payını almamakla kalmamış, onurlu meslektaşlarının sofrasından, çocuğunun elinden ekmeğini kamağa uğraştırır.

Hay aksi, sizlerden çok çok özür diliyorum, ne oldu bana birden anlayamadım. Ne diyecektim, neler dedim.

Bakın şimdi de meslek andımızdan bir kısmı aklıma gelmeye başladı. - Hayatımı insanlık hizmetine vakfedeceğime, sanatımı hakkaniyet ve vakarla ifa edeceğime, bilgilerimi insanlık aleyhinde kullanmayacağıma,.... meslektaşlarıma saygı göstereceğime,.... din, milliyet, ırk, parti ve sosyal sınıf farklarının vazifemle vicdanım arasında girmesine müsaade etmeyeceğime,.... namusum ve vicdanım...

lyisi mi ben burada bırakayım. Yaşılandırılıyorum galiba!

(*) Ankara Eczacı Odası Yönetim Kurulu Üyesi

İZLENİMLER

BİR
"İLAÇ TANITIM KOKTEYLİ"NDEN

"MUCİZE İLAÇ"

Ecz. Taşkın ÇALLI (*)

Halk arasında artık güvenilir sağlık elemanlarından ziyade, elinde turuncu bir mühür acımasızca fiyat artıran, doymak bilmeyen bir tüccar olarak tanımlandığımız şu günlerde, bazı arkadaş canlısı, birbirlerini ancak bir takım vesilelerle görebilen meslektaşla-

(*) Serbest Eczacı

rımızı "HARİKA - MUCİZE" ilaçların tanıtım kokteyllerinde görebilmek insanı biraz rahatlatıyor...

Kıymetli bir firmamız ortaya çıkıyor ve Sayın Doktor ve Eczacıları "MUCİZE İLAÇ" için tanıtım kokteyline davet ediyor. Mucize ilacın adı "NUROFEN". Haberin çıktığı seviyeli gazetimizde de, haberin içeriğinde eskilere göre büyük bir fark var: "...Eczacı, Doktor ve Basın mensuplarına tanıttı..."

Neyse sevindirici bir yanı var olayın, artık bizler de "Mucizevi İlaçlar Tanıtım Kokteylleri'ne" katılıyoruz. Zaten Doktorların hiç ayağı eksik olmaz böyle yerlerden. Alışığız onları; tanesi 30-40 binlerden başlayan Avrupa artışı mucize ampullerin tanıtıldığı toplantılarda görmeye...

Ama artık biz de varız. Aslında çok merak ediyorum, -şu kokteyllerde ne veriyorlar- diye. Aslında mesele o değil, mühim olan hasret kaldığımız arkadaşlarımızı görmek ve bilimsellik...

Bir de şunu merak ediyorum; "Bu firmalar niçin bu kadar masrafa girip de lüks otellerin lobilerinde, salonlarında, içkili, kokteylli "Mucize" ilaçlarını tanıtıyorlar. Madem ilaç ve bilim; bir mütevazı salon kirala, iki - üç tane bilim adamı davet et, sonra da davet ettiğin doktor ve eczacılara mucize buluşunu anlat. Kimse gelmez mi? O da ne demek, bizler bilim aşığı, yenilik ve mucize takipçisi, bilim ya da sağlık elemanı değil miyiz?

Askerde iken Başhekim Tbp. Kıd. Alb.'ımızın bir sözü vardı; "Arkadaşlar doktorların iyi yaşamaya hakları vardır."...(Gerçi son anda biz 2-3 eczacıyı da görüp ilave etti ama...) "Eczacıların da"

Hadi doktorlar hakları olduğu için gidiyorlar. Biz niçin gidiyoruz ki?

Acaba bu gün hastalarımız gelip de bizden adet sancuları için, müzmin baş ağrıları için bu "mucize" ilaçtan isterse, "Hadi canım siz de, bu ilaçla şu senin yıllardır aldığın pembe haplar aynı şey. Böyle aldatmacaya kanmayın." mı diyeceğiz. Yoksa, "plasebo" maskesinin ardına gizlenip, şu fedakar ve kadirşinas firmanın da yüzü suyu hürmetine, "Memnuniyetle" deyip bir tane saracak mıyız?

İsterdim ki bu davet verildiği zaman firma tarafından, hiçbir doktor ve özellikle eczacı katılmasın. "Bu ilaç yıllardır Türkiye'de zaten satılıyor. Neyi tanıtacaksınız?" desinler. Ve maalesef sağlık konularını bir uzmana danışma gereğini duymadan sorumsuzca veren bu gazetenin paralı haberine malzeme olmasınlar.

Ve akşam TV başında bekleyeceğim. Belki "MUCİZE BİR AĞRI KESİCİ BULUNDU" derler.

Bizler böyle davrandıktan sonra, TRT'nin bunları yapması o kadar doğal ki...