

### Araştırma Bulguları

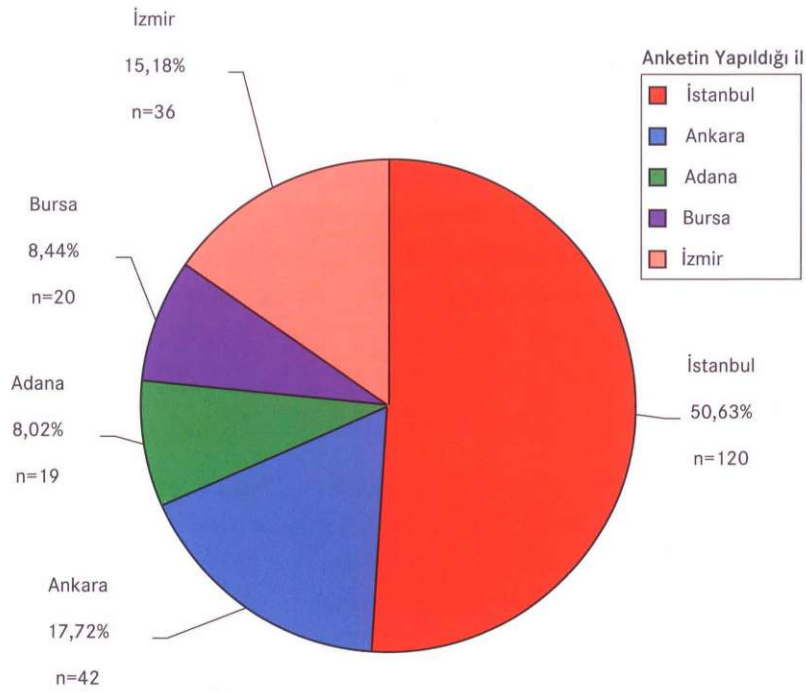
Bu çalışmada İstanbul, Ankara, Bursa, Adana ve İzmir'de örneklem kapsamına alınan eczacıların çeşitli sorunlarını araştırmaya yönelik anket taraması yapılmıştır. Çalışma çerçevesinde öncelikle Türkiye genelinde eczane sayısının en fazla olduğu 3 büyük şehir seçilmiştir. Bu çerçevede İstanbul, Ankara ve İzmir illerinin yanında eczane sayısı yoğunluğuna göre oluşturulan il havuzu içerisinde Bursa ve Adana illeri seçilmiştir. Araştırma kapsamında görüşülecek eczacı sayısı ise şu biçimde belirlenmiştir:

En güncel veriler ışığında Türkiye'de faaliyet gösteren ortalama 22.000 serbest eczane içerisinde yıllık cirosu 0-250.000 YTL olan eczanelerin sayısı 8.200'dür. Bu 8.200 eczanenin toplam pazar içerisinde oranı %9, 25'tir. Bu pazar payı eczane sayısına oranlandığında örneklem evreninin sayısı 2035 olarak tespit edilmektedir. Bu evrenin yüzde 10'u alınarak son örneklem evreni 203 olarak tespit edilmiştir. Buna düzeltme ve olası hata payları da eklenerek toplam 237 eczane ile görüşülmesi gerektiği tespit edilmiştir.

Buna göre iller içerisindeki toplam serbest eczane sayılarının oranı çerçevesinde İstanbul'dan 120, Ankara'dan 42, İzmir'den 36, Bursa'dan 20 ve Adana'dan 19 tane eczane ile görüşülmüştür. İller içerisinde görüşülecek eczaneler yine tesadüfi seçim yöntemi ile belirlenmiş olup, örneklem kapsamı yıllık cirosu 250 bin YTL ve altı olan eczaneler olduğu için toplamda 840 sayıda eczane telefonla aranmış ve kriterlere uygun 237 eczacıya anket çalışması uygulanmıştır. Araştırmanın temel amacı düşük cirolu eczanelerin ortak sorunlarını tespit edebilmektir. Ancak sorunların tek bir nedenden kaynaklanamayacağı, sorunları tespit edebilmenin ancak çok boyutlu bir yaklaşımla analiz edilebileceği yaklaşımından hareketle; eczacıların yıllık ciroları, mali tablo kullanımı, yatırım yapma ve tasarrufları değerlendirme biçimleri ile meslek içi eğitim programlarına bakış açıları gibi çeşitli değişkenlerin incelenmesi sağlanmıştır. Araştırma kapsamında odaklanılan beş ilde toplam 237 eczacıyla yapılan anket çalışması sonucunda elde edilen veriler, bilgisayar tabanlı istatistik değerlendirme programlarıyla analiz edilmiştir (SPSS 15.0). Aşağıdaki anket dahilinde sorulan soruların açıklaması; tesadüfi örnekleme yöntemiyle tespit edilen katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda gerçekleştirilecektir.

### Anket Yapılan İllerin Dağılımı

Şekil 1. Katılımcıların İllere Göre Dağılımı

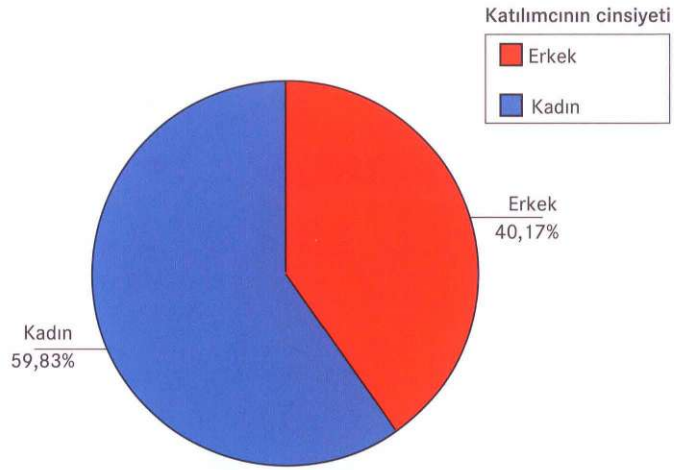


*n= katılımcı sayısı*

Araştırmanın yapıldığı illerin dağılımına bakıldığında İstanbul ilinin yüzde 50,63 ilk sırada, Ankara'nın yüzde 17,72 ile ikinci sırada, İzmir'in yüzde 15,19 oranıyla üçüncü sırada yer aldığı Şekil 1'de gösterilmektedir. Türkiye genelinde serbest eczane sayısının il nüfusuna göre dağılımı verileri ışığında araştırmanın yapıldığı illerin yoğunlukları tespit edilmiştir.

## Ankete Katılanların Cinsiyeti

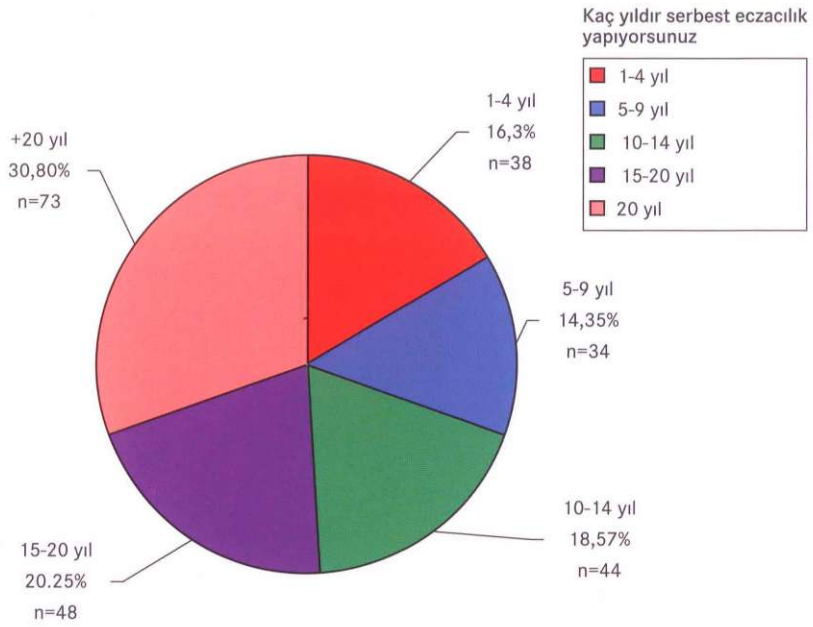
Şekil 2. Katılımcıların Cinsiyete Göre Dağılımı



Anket çalışmasına katılan eczacıların cinsiyet dağılımlarına bakıldığında, yüzde 59,83 kadın ve yüzde 40,17 oranında erkek katılımcı dağılımı sergilenmiştir. Araştırma kapsamında eczaneler tesadüfi olarak seçilmiştir. ancak diğer yandan katılımcı eczacıların cinsiyete göre dağılımına ilişkin veri, Türk Eczacıları Birliği'nin ilk olarak 1998 yılında gerçekleştirdiği ve 2007 yılında güncellenen "Eczacı Profili" çalışması ile uyum içerisindedir. Çalışmanın güncellenmiş formunda da eczacıların %52,7'sinin kadın olduğu görülmektedir.

### Mesleki Tecrübelerinin Tespiti

Şekil 3. Katılımcıların Hizmet Verdikleri Yıllara Göre Dağılımları



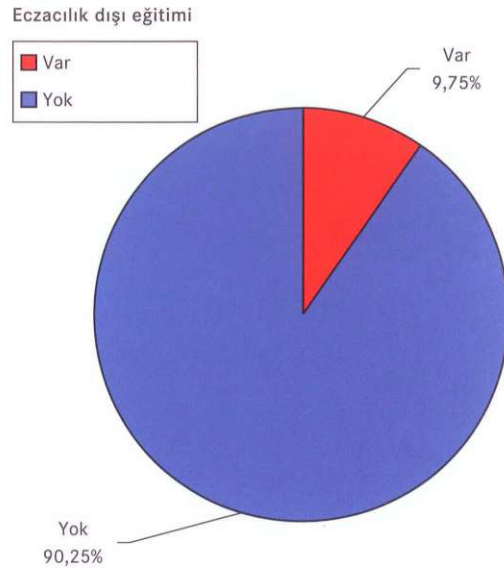
Araştırmaya katılan eczacıların yüzde 30,80'i yirmi yıldan uzun bir süredir hizmet vermektedir. 15 ile 20 yıl arası hizmet veren katılımcıların toplam içindeki oranı yüzde 20,25 olarak hesaplanmıştır. Eczacılık faaliyetlerini beş yıldan az sürdürenlerin ise toplam katılımcılar arasındaki payının yüzde 16,03 olduğu Şekil 3.'de gösterilmektedir. Görüldüğü gibi araştırma bulgularına göre yıllık cirosu 250 bin YTL ve altında olan düşük ciro lu eczanelerin yüzde 50'den fazlasını 15 yıl ve üstünde eczacılık yapan 'tecrübeli' eczacılar oluşturmaktadır. Bu nedenle mesleki tecrübe ve ekonomik sıkıntılar arasında doğrudan bir ilişki kurulamaz. Bu durumun nedeni olarak, mesleğin gerek işletmecilik gerekse hizmet sunumu konusunda günbegün daha fazla yeniliğe ihtiyaç duyması olduğu söylenebilir.



### Eğitim Durumu

Şekil 4. Katılımcıların Eczacılıktan Farklı Eğitime Sahip Olma Durumları

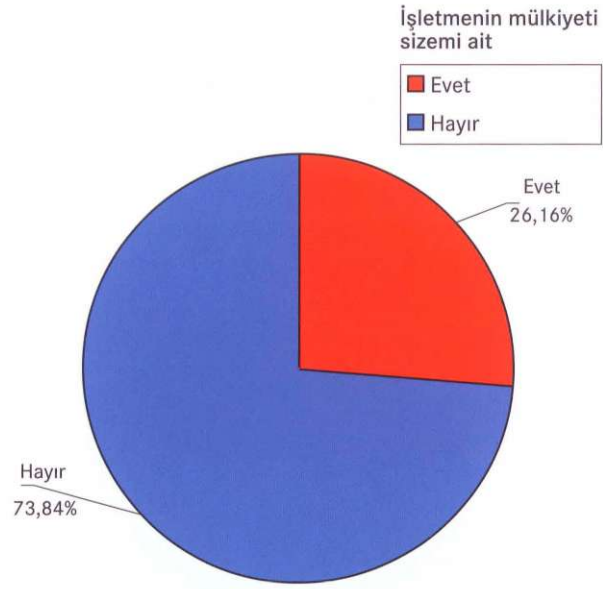
Anket kapsamında katılımcılara yönlendirilen diğer bir soru da eczacılık dışında eğitim alınıp alınmadığının sorgulanmasına yönelik değerlendirmeyi içermektedir.



Şekil 4.'te de görüldüğü gibi anket çalışmasına katılan eczacıların yüzde 90,25'inin eczacılık dışında bir eğitim derecesine sahip olmadıkları görülmektedir. Eczacılığın diğer mesleklerden önemli bir farkı lisans eğitiminin serbest eczacılık yapabilmek için yeterli olmasıdır. Bu durumun doğal bir sonucu olarak eczacılar ne eczacılık alanında uzmanlaşmaya ne de başka bir alanda eğitim almaya pek fazla ihtiyaç duymamaktadır.

### Eczane İşletmelerinin Mülkiyet Yapısı

Şekil 5. Eczanenin Mülkiyet Yapısının Katılımcılar Arasındaki Dağılımı

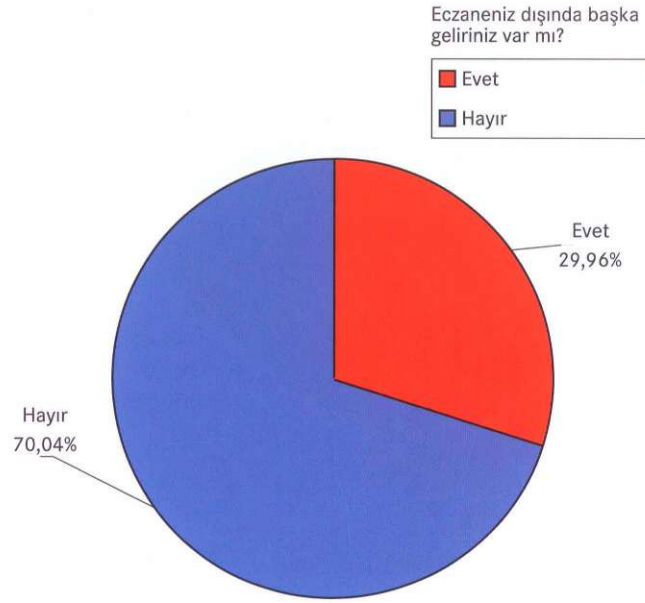


Faaliyet gösterilen eczanelerin mülkiyet bakımından sorgulanması sonucunda, katılımcıların yüzde 73,84 gibi büyük bir çoğunluğunun iş yerlerinde kiracı konumunda oldukları tespit edilmiştir.

### Eczacılık Dışı Gelir Kaynakları

Eczacılık dışında, katılımcıların başka bir gelir kaynağına sahip olup olmadıkları da Şekil 6.'da gösterilmektedir.

Şekil 6. Katılımcıların Eczane Dışında Gelir Kaynaklarının Olup Olmadığı



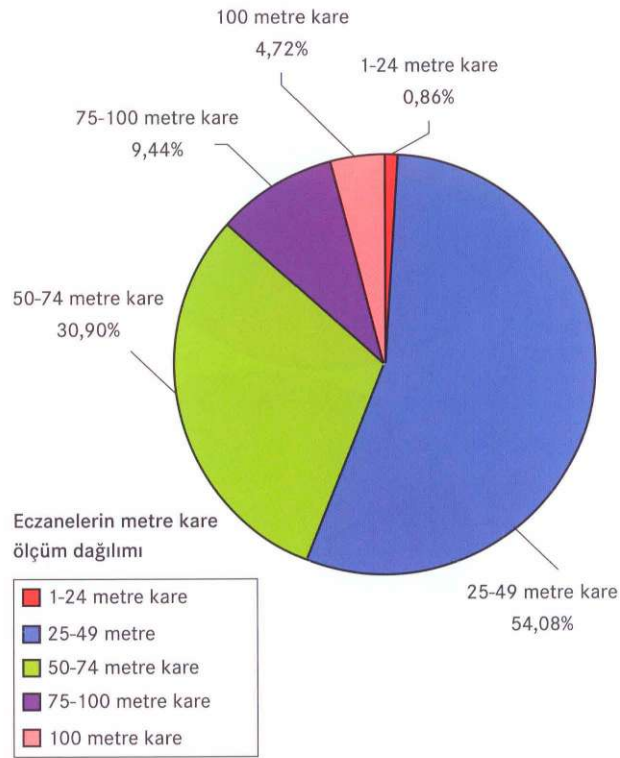
Eczacılık dışında farklı bir gelir kaynağına sahip olan katılımcıların toplam içindeki payı yüzde 30 civarındadır.





## Eczanelerin Fiziksel Koşulları

Şekil 8. Eczanelerin Fiziksel Büyüklüğü

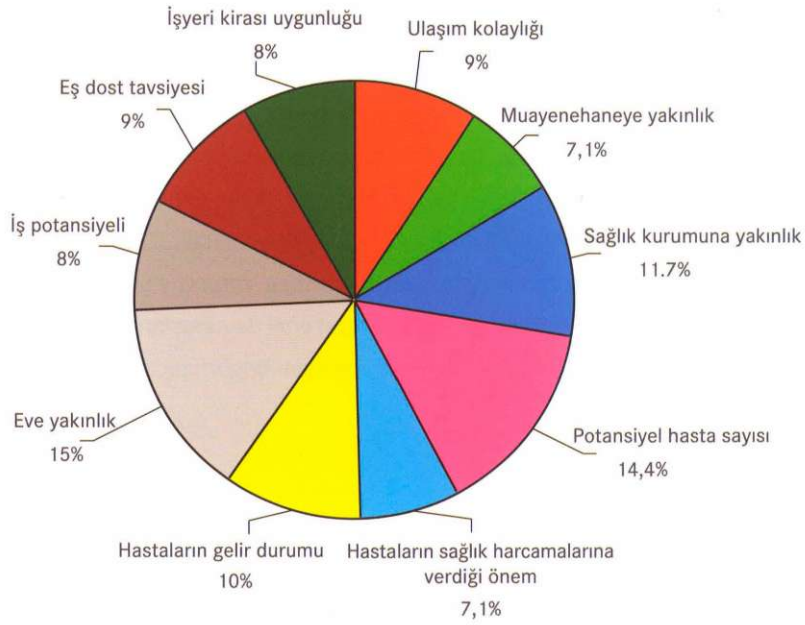


Şekil 8’de de görüldüğü gibi araştırma kapsamındaki eczanelerin yaklaşık yüzde 55’i 25-49 metrekare ile sınırlı alanlarda hizmet vermektedir. Eczacılığın danışmanlık rolünü de destekleyecek özel görüşme alanlarına izin veren büyük eczane seçimi halen düşük oranda gerçekleşmektedir.



Araştırma kapsamında eczacılara mevcut eczanelerini seçmede hangi kriterleri dikkate aldıkları sorulmuştur. Verilen yanıtlar herhangi bir kriterde yoğunlaşma olmadığını ortaya koymaktadır. Ancak yine de özellikle eczanenin ulaşım kolaylığı ve eve yakın olması gibi etkenler seçimde yaklaşık yüzde 25 oranda etken olmaktadır. Bu etkenlerin eczanenin işletilmesinde rasyonel olmadığı açıktır. Ancak potansiyel hasta/müşteri sayısı ve sağlık kurumlarına yakınlık gibi etmenler toplam içerisinde yaklaşık yüzde 50'lik bir paya sahiptir ki; bu da eczane yerinin seçiminde büyük oranda rasyonel karar alma süreçlerinin işlediğini göstermektedir.

Şekil 10. Eczane Yeri Belirlenmesindeki Kriterler



Tablo 15. Eczane Yerinin Nasıl Seçildiği

Eczaneyi Nasıl Seçtiniz?	Yüzde
Kurulu eczaneyi devir aldım	17,7
İşyeri kendime/aileme aitti	11,0
Yaptığım inceleme sonucu karar verdim	56,5
Yakınlarımla tavsiyesi ile karar verdim	6,8
Tesadüfi bir seçim	9,3
Diğer	2,1

n katlanmıştır.

Araştırma kapsamında, eczanelerinin yerini nasıl seçtikleri sorulan eczacıların yüzde 56,5'inin kendi incelemeleri sonucunda eczane yerini tespit ettikleri görülmektedir. Ancak diğer yandan eczane işletmeciliği açısından geçerli olmaması gereken bir takım kriterlerin toplamı da ciddi bir paya ulaşmaktadır. Bunlar arasında, işyerinin eczacıya ya da ailesine ait olması, yakınların tavsiyesi ve tesadüfi seçim gibi kriterler sayılabilir. Daha önce de belirtildiği gibi semt eczanelerinin dahi finansman sorunu yaşadığı günümüzde eczane yerinin seçilme şeklindeki irrasyonel davranışların eczane işletmeciliği üzerinde doğrudan etkide bulunacağını öngörmek mümkündür.

Tablo 16: Hastaların/Müşterilerin ya da Potansiyel Hastaların/Müşterilerin Ağırlıklı Olarak Hangi Meslek Grubundan Olduğu

Hastalarınız/Müşterileriniz	Yüzde
İş adamı, sanayici, tüccar	2,1
Öğretim üyesi, bürokrat, yönetici v.s.	0,4
Serbest meslek sahibi	12,2
Devlet memuru, özel sektör büro elemanı, işçi	60,3
Emekli, öğrenci	34,2
Diğer	11

n katlanmıştır.

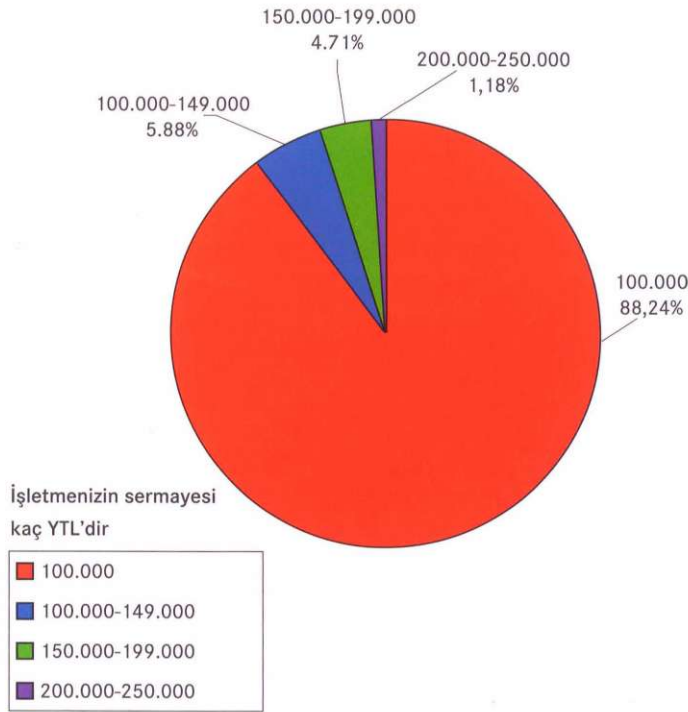
Araştırma kapsamındaki eczanelerin en önemli müşteri kitlesini devlet memuru, işçi, emekli ve öğrenci kitlesi oluşturmaktadır ki bu grupların toplam içerisindeki payı yüzde 90'ın üzerindedir. Üst gelir grubundan olan kişilerin ya da grupların araştırma kapsamındaki eczanelerin müşteri/hasta portföyünde yer almadıkları görülmektedir.



### Eczane Sermaye Büyüklüğü

Sermaye büyüklüğü özellikle ilacın dağıtımı sürecinde oluşacak avantajlardan faydalanabilmek açısından önemlidir. Sermayesini güçlendirmeyen eczaneler eşitsiz rekabet koşulları ile şekillenen piyasada, dezavantajlı bir pozisyon almaktadırlar. Bu açıdan eczanenin sermaye büyüklüğü sorunların tespiti açısından görünür kılınması gereken bir veridir.

Şekil 11. Eczanelerin İşletme Sermayesi Durumu

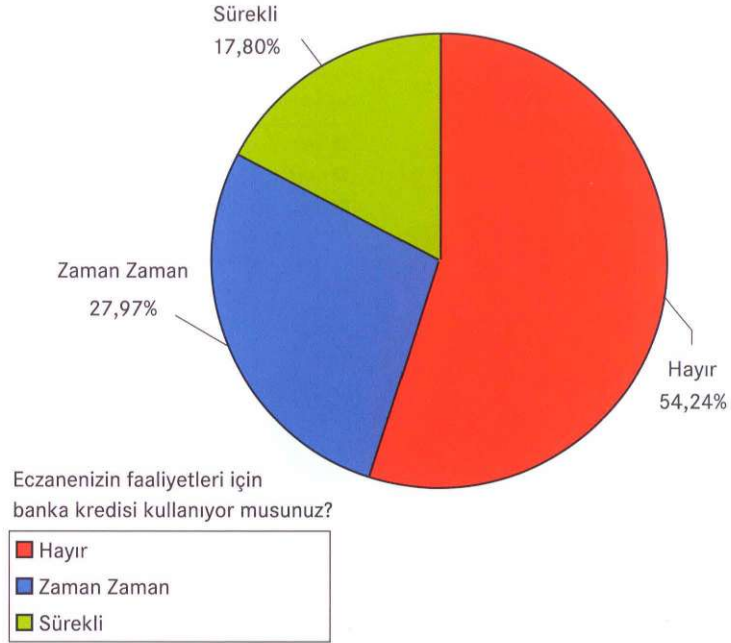


Araştırma daha önce belirtildiği gibi yıllık cirosu 250 bin YTL ve altında olan eczaneler arasında gerçekleştirilmiştir. Anket uygulanan eczaneler içerisinde bu bağımlı değişken ile uyumlu olarak eczane sermayesinin de oldukça düşük olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamındaki eczanelerin yaklaşık yüzde 99'unun yalnızca yıllık ciro bazında değil mevcut sermaye anlamında da 200 bin YTL altında kaldığı görülmektedir.

### Banka Kredisi Kullanımı

Eczanelerin faaliyetlerinin yürütülmesi ek bir mali kaynak yaratarak, yatırım yapma amacıyla olan katılımcıların banka kredisi kullanma eğilimleri ayrıca anket kapsamında değerlendirilmiştir.

Şekil 12. Eczane İçin İhtiyaç Amaçlı Banka Kredisi Kullanma Durumu

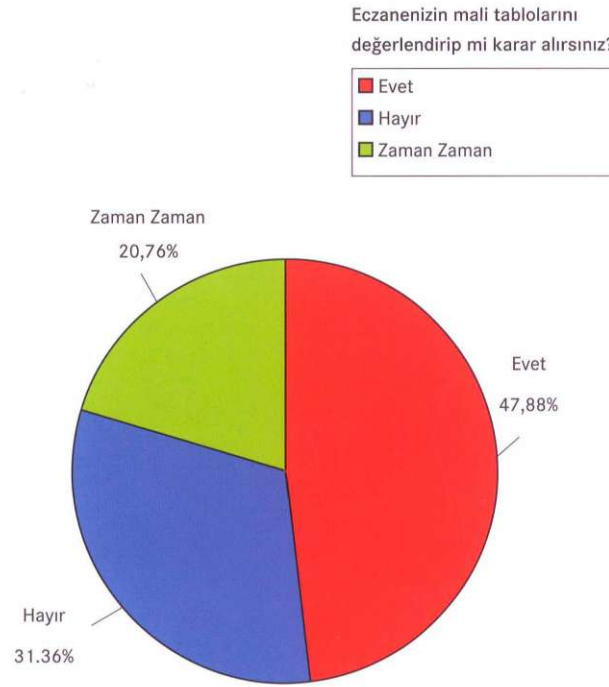


Katılımcıların yaklaşık yüzde 46'sı eczacılık faaliyetlerinde "ihtiyaç amaçlı" banka kredisi kullanmaktadır. Bu durum eczane işletmeciliğinden edinilen gelirlerin yeterli olmadığını ve eczacıların finansman sıkıntılarını ancak banka kredisi yolu ile aşabildiklerini göstermektedir.

### Mali Tablolar ve Karar alma Süreci

Eczane işlemlerinde mali tablolara göre kar ve zarar analizi yapma eğilimde olan katılımcıların tespiti anket dahilinde yapılmıştır. Bu bakımdan katılımcıların mali tablolara göre karar alıp almadıkları Şekil 13'de analiz edilmektedir.

Şekil 13. Eczane Faaliyetlerinde Mali Tablo Kullanarak Karar Alma Durumu



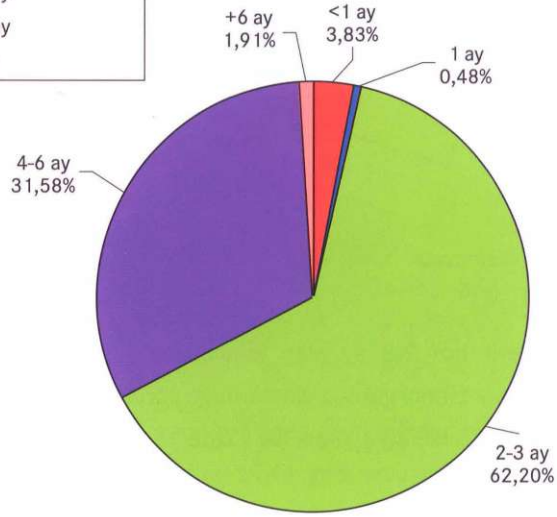
Katılımcıların yüzde 47,88'i mali tablo kullanımına sürekli olarak başvururken, yüzde 20,78'i ara sıra mali değerlendirme yapmaktadır. Ancak, ankete katılan eczacıların yüzde 31,38'i eczacılık faaliyetlerini yürütürken mali tabloları inceleme gereği görmemektedirler.

### Eczane İşletmelerinde Alacakların ve Borçların Devir Hızı

Katılımcıların alacak ve borç devir hızlarının sorgulanması Şekil 14 ve 15'te ayrıca görselleştirilmiştir.

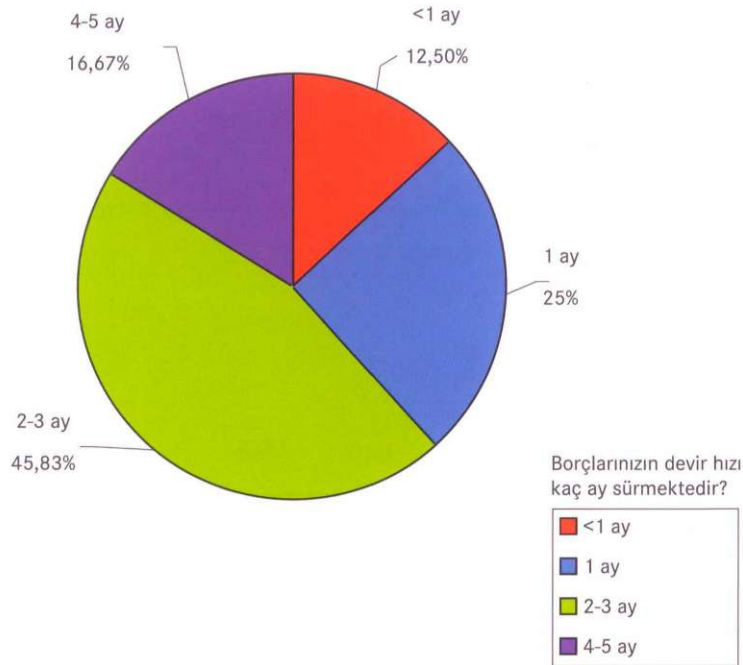
Şekil 14. Eczane Alacaklarının Devir Hızının Dağılımı

Alacaklarınızın devir hızı kaç ay sürmektedir?



Eczane alacaklarını 2-3 ay arası bir süre içinde tahsil edebilen katılımcıların toplam içinde yüzde 62,20'lik paya sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca yaklaşık yüzde 31,58 oranında katılımcı da alacaklarını 4-6 aylık bir sürede tahsil edebilmektedir.

Şekil 15. Eczane Borçlarının Devir Hızının Dağılımı



Borç devir hızı 2-3 ay olan katılımcıların toplam içerisinde yüzde 45,83'lük payla birinci gurubu oluşturduğu görülmektedir. 4 ile 6 ay arasında borç devir hızı olanların oranı ise yüzde 16.67'dir.

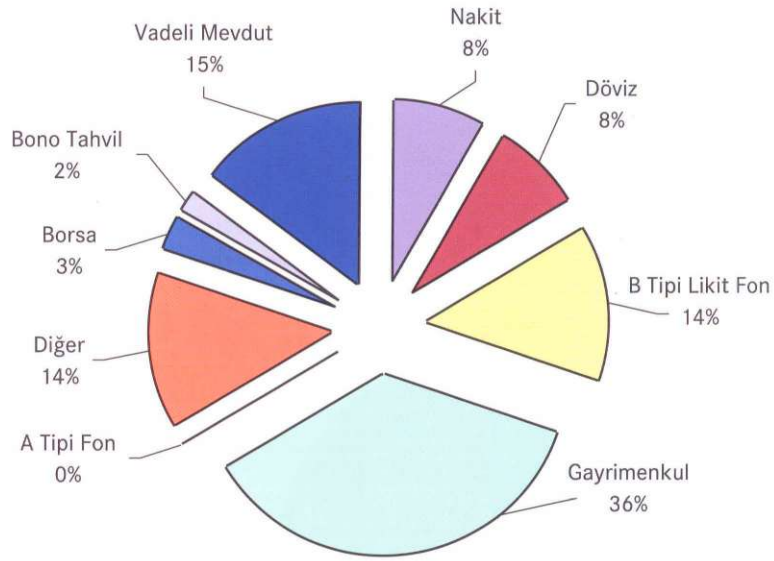
*Eczanelerin yaklaşık yüzde 62'si borçlarını iki ayın üzerinde öderken, alacaklarını tahsil etmeye geldiğinde yüzde 93'ü iki ayın üzerinde alacaklarını tahsil edebilmektedir. Doğal olarak eczane işletmeleri borç ile alacak arasındaki vade farkını büyük ölçüde kendi kaynaklarından bir bölümünü de sıklıkla veya zaman zaman banka kredilerinden sağlamaktadır. (Yukarıda banka kredi kullanımında ele alınmıştır.) Dolayısıyla eczane işletmelerinin en önemli sorunlarından birinin finansman sorunu olduğu görülmektedir.*



### Tasarruf ve/veya Likidite Fazlasını Değerlendirme Yöntemleri

Eczacıların sahip oldukları gelirleri yatırıma dönüştürmede başvurdukları yolların tespiti de araştırma vasıtasıyla gerçekleştirmiştir.

Şekil 16. Eczacıların Yatırım Tercihleri



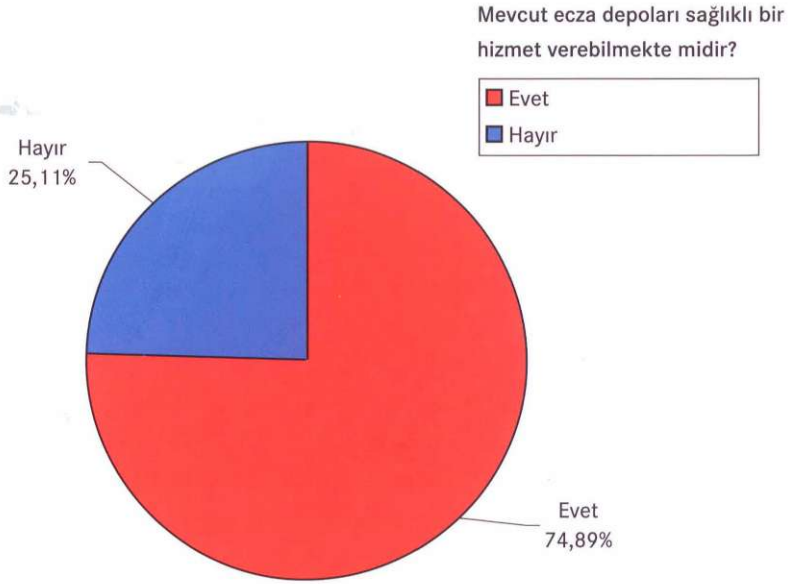
Araştırmaya katılan eczacıların arasında gayri menkul yatırımı yapanların toplam içerisinde yüzde 36 ile en büyük grubu oluşturduğu görülmektedir. Vadeli mevduat yatırımı olan kesimin toplam içinde yüzde 15 oranında, B tipi likit fona yatırım yapanların ise yüzde 14'lük pay dağılımında olduğu görülmektedir. Döviz ve nakit yatırımı yapanların yüzde 8 oranlarında bulunduğu ayrıca Şekil 16'dan takip edilebilir.

*Oldukça geniş dağılımlı bir yatırım tercihi bulunmaktadır. Ancak bu sorunun daha açık biçimde analizi gerekmektedir. Tasarrufları değerlendirmek ile işletmenin likidite fazlasını değerlendirmek arasında doğal olarak fark olmalıdır.*

### Eczane ve Ecza Depoları Arasındaki İlişkiler

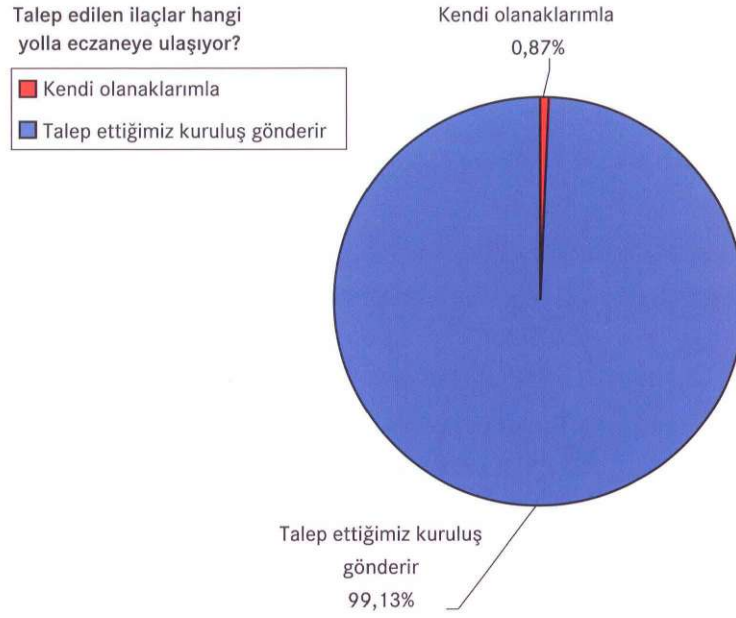
Bilindiği gibi eczacılık mesleğinde sunulan hizmeti ve eczanenin işlemini doğrudan etkileyen faktörlerin başında dağıtım mekanizması yer almaktadır. Alacakların ve borçların devir hızındaki orantısızlık doğrudan eczacıyı etkilemektedir. İlacı halka, ihtiyacı olana ulaştırma zincirinde önemli halkalardan biri olan ecza depoları ile eczacı arasındaki ilişkinin nasıl gerçekleştiği bu bölümde irdelenecektir.

Şekil 17: Mevcut Ecza Depolarının Hizmetinden Duyulan Memnuniyet



Araştırma kapsamındaki eczacıların yaklaşık yüzde 75 gibi büyük bir yüzdesi mevcut ecza depoları ile sorunsuz ilişki kurduklarını belirtmektedirler.

Şekil 18. İlaçların Ecza Depolarından Eczaneye Ulaştırılma Şekli



İlaçların eczaneye ulaştırılması sürecini neredeyse yüzde 100 oranında talep edilen kuruluş üstlenmektedir. Bu etmenin ecza depolarına duyulan yüksek memnuniyet için önemli bir etmen olduğu düşünülmektedir. Araştırma kapsamındaki eczacılara çalıştıkları ecza depoları ile yaşadıkları sorunlar sorulduğunda ise şöyle bir dağılım oluşmaktadır:

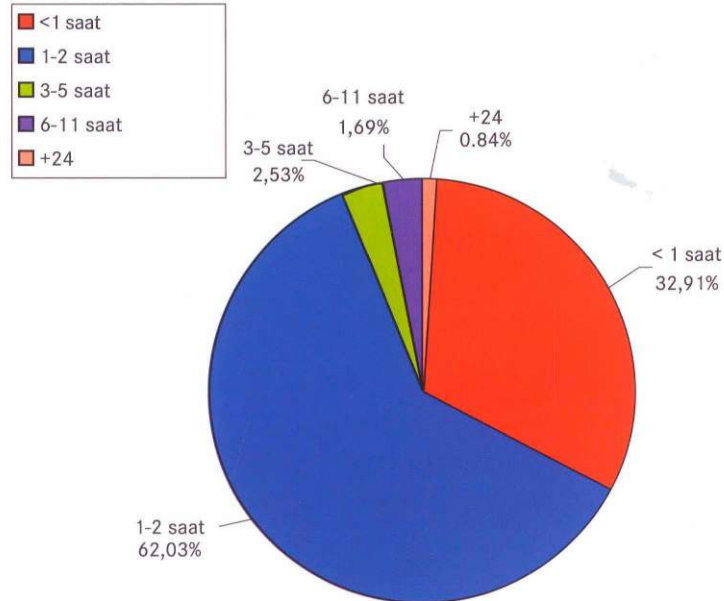
Tablo 17. Ecza Depolarının Verdiği Hizmetin Eksiklikleri

Ecza Depolarının Verdiği Hizmetin Eksiklikleri	Yüzde
Siparişlerimiz zamanında ulaşmıyor	9,4
Depoların sunduğu ürünler ve bunlarda meydana gelen değişikliklerden zamanında haberimiz olmuyor	26,2
Ödeme konusunda esnek davranmıyorlar	32,1
Depo personelinin bilgi düzeyi yetersiz	20,2
Ürün nakliyesine önem verilmemesi	14
Müşteri odaklı çalışmıyorlar	12,2
Depolarla eczaneler arasında etkili bir iletişim yok	10,5

n katlanmıştır.

Şekil 19. İlaçlar Ecza Depolarından Ne Kadar Sürede Eczaneye Ulaşıyor?

İlacın temin edilmesi talep anından itibaren ne kadar zaman alıyor?

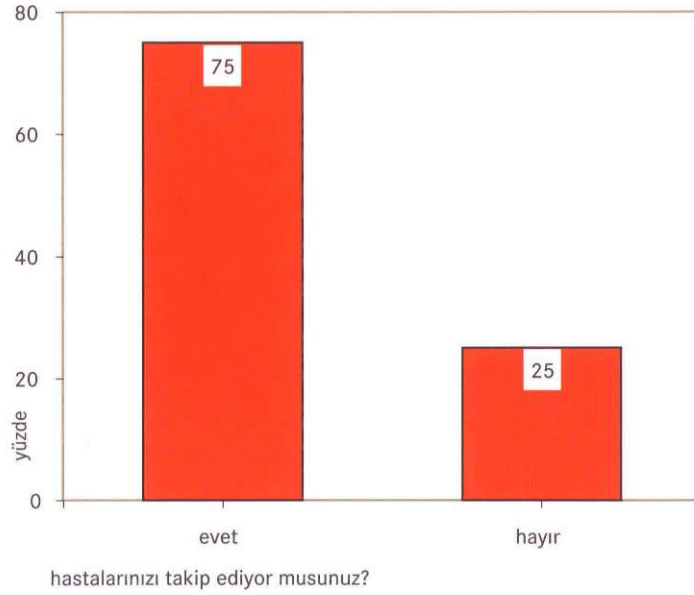


Tablo 17 ve Şekil 19 beraber değerlendirildiğinde görülmektedir ki; ecza depolarının ürün nakliyesi konusunda oldukça uzmanlaşmış olması bu konuda yaşanan sıkıntıları azaltmaktadır. Depolarla yaşanan sıkıntılar içerisinde yaklaşık yüzde 30'luk bir paya sahip olan ödeme sıkıntıları en önemli sorun olarak tanımlanmaktadır.

### Eczane ile Müşteri İlişkileri

Eczanelerden alışveriş yapan hastaları yada müşterileri takibe yönelik yöntemlerin sorgulanması sonucu elde edilen bulguların dağılımı Grafik 1 ve Şekil 20 yardımıyla aydınlatılmıştır.

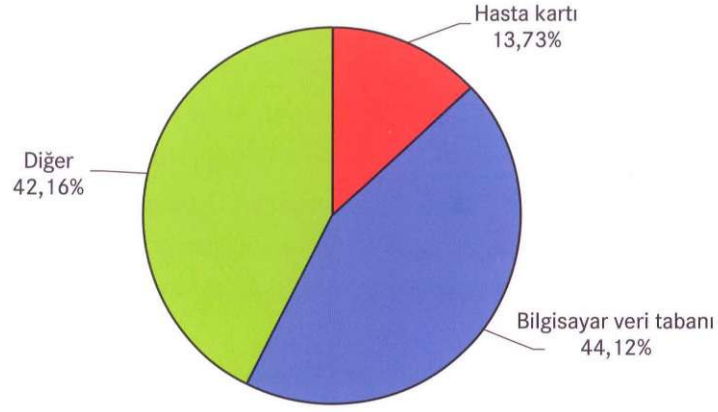
**Grafik 1. Hasta Takibi Yapan Katılımcıların Dağılımı**



Anket kapsamında hastalarını takip eden eczacıların toplam içinde yüzde 75 gibi yüksek bir orana sahip oldukları tespit edilmektedir.



Şekil 20. Hasta Takip Yöntemleri



Hastalarınızı nasıl takip ediyorsunuz?



Hastalarını bilgisayar veri tabanı yoluyla takip eden katılımcıların yüzde 44,12 oranında ilk sırada yer aldıkları görülmektedir. Ancak, hasta takibinde her hangi bir kayıt tutmadan kişisel çabalarla takip yapamaya çalışan katılımcıların toplam içinde yüzde 42,16 oranıyla yer aldıklarını belirtmek gerekir. Diğer yanda, hastalarını eczane içinde ayrıca dosyalama işlemi gerektiren ve yer işgal eden hasta kartı ile izleyen katılımcıların toplam içinde yüzde 13,78 oranıyla buldukları saptanmıştır.

*Son iki soru eczane işletmeleri ile müşterileri arasındaki ilişkinin “kurumsal bir tabana” dayanmadığını işaret etmektedir.*

### Reçete Dağıtım Mekanizmaları

Araştırma kapsamındaki eczacılara reçete dağıtım mekanizmalarından hangisinde sırada olduğu ve bu uygulamalar konusunda ne düşündüğü sorulmuştur. Alınan yanıtlar şu biçimdedir:

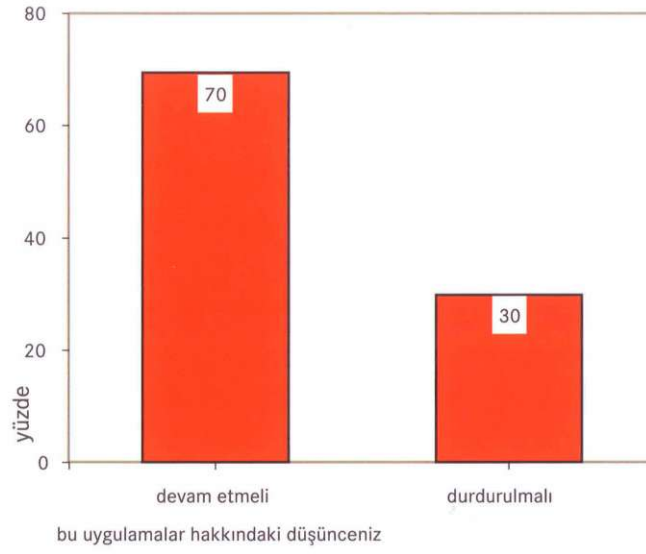
**Tablo 18. Reçete Dağıtım Mekanizmalarının Katılımcılar Arasında Dağılımı**

Reçete Dağıtım Mekanizmalarından Hangisinde Sırada Olduğu	Yüzde
Yatan Hasta	16,5
Kan ürünü	24,5
İşyeri hekimi	9,7
Hiçbiri	53,6

n katlanmıştır.

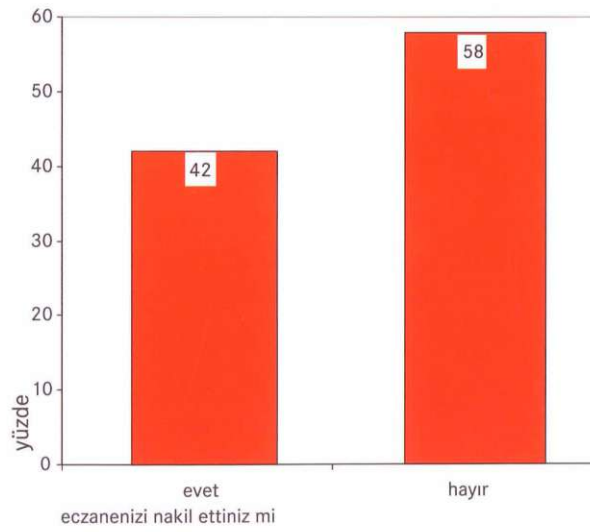
Araştırma kapsamındaki eczanelerin yarıdan fazlası herhangi bir reçete dağıtım mekanizmasında sırada bulunmamaktadır. Ancak diğer yandan eczacılara bu dağıtım mekanizması hakkında ne düşündüğü sorulduğunda yüzde 70'inin bu uygulamaların devam etmesini istediği görülmektedir. (Grafik 2)

Grafik 2. Reçete Dağıtım Mekanizmasının Devamına İlişkin Görüşler



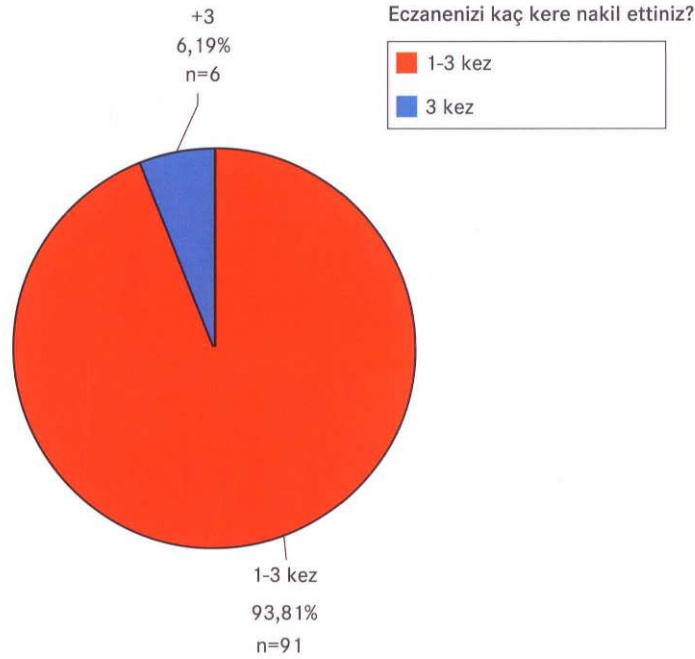
### Eczane-Nakil

Grafik 3. Eczanelerin Nakil Edilip Edilmediği



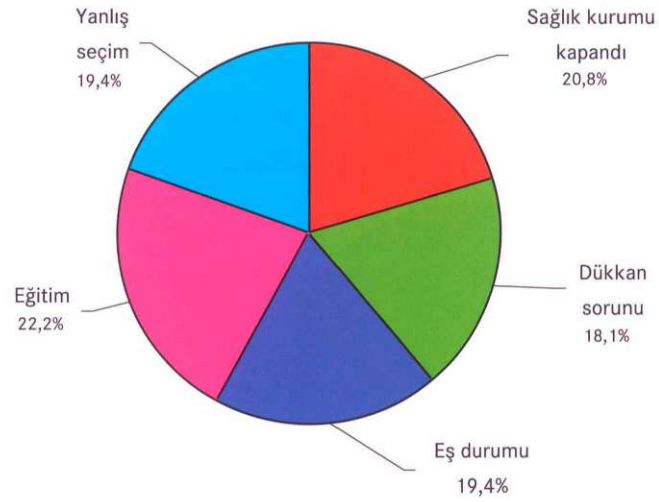
Araştırma kapsamındaki eczanelerden yüzde 58'i daha önce eczanesini hiç nakletmemiştir (Grafik 3). Eczanelerin nakli özellikle SSK'nın dışı açılmasından sonra eczane yerinin öneminin artması dolayısıyla önemli bir veri olarak değerlendirilebilir. Bu açıdan nakil etme isteği ya da çabası özellikle düşük ciroolu eczaneler açısından eczane işletmeciliği konusunda yaşanan sıkıntıları alt etme çabası olarak değerlendirilebilir. Ancak görüldüğü gibi araştırma kapsamındaki eczanelerin büyük çoğunluğu nakledilmemiştir. Bu veriyi daha sağlıklı değerlendirebilmek için nakil nedenlerinin araştırılması gerekmektedir. Nakil sıklığı ve nedenleri konusundaki veriler ise şu şekildedir:

Şekil 21. Eczane Nakil Sayısı



Eczanenin nakledilmesinin nedenleri incelendiğinde yüzde 22,2 ile eğitim faktörünün birinci sırada yer aldığı görülmektedir. Eczane naklinin doğrudan eczane işletmesi ile bağıntılı olmayan etmenleri arasında sayılabilecek eğitim faktörüne eş durumu ve dükkan sahibi ile yaşanan sorunlar eklendiğinde nakil nedenlerinin yaklaşık yüzde 60 oranında bu etmenlerle şekillendiği görülmektedir ki bu, eczane nakli açısından yeterince rasyonel davranışlar ortaya konmadığını göstermektedir.

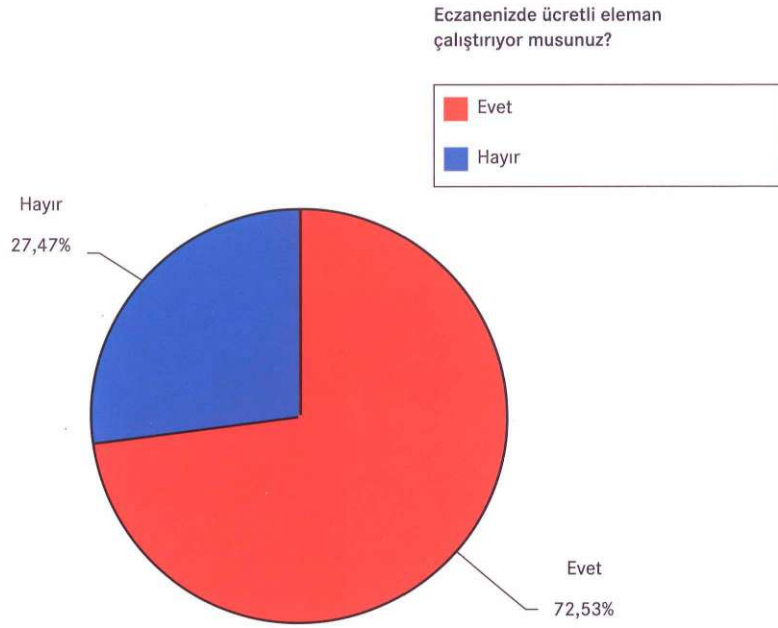
Şekil 22. Eczane Nakil Nedenlerinin Dağılımı





### Eczane Personeli

Şekil 23. Eczanelerde Personel İstihdamına İlişkin Veriler



Araştırma kapsamındaki eczanelerin yüzde 72,53'ünde ücretli eleman çalışmaktadır. Kurumlarla ilişkilerin karmaşıklığı göz önüne alındığında bu yüksek yüzdenin oldukça olağan olduğu söylenebilir. Bu oran içerisinde eczanede çalışan kişi sayısı incelendiğinde ise; eczanelerde genel olarak istihdam edilen kişi sayısını 1-3 kişi arasında değiştiği görülmektedir:

Şekil 24. Eczanelerde İstihdam Edilen Personel Sayısı



Tablo 19: Eczanede Görev Yapan Kişilerin Eğitim Durumu

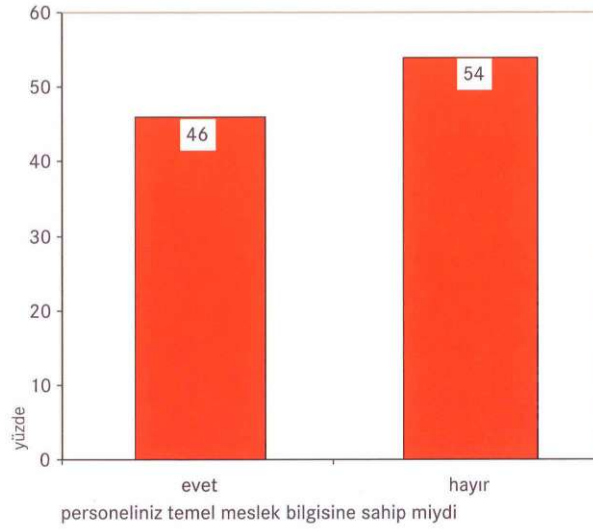
Eczane Çalışanlarının Eğitim Durumu	Yüzde
İlkokul mezunu	28,7
Lise mezunu	47,7
Meslek yüksek okulu	4,6
Üniversite mezunu	7,6
Yüksek lisans	0,4

n katlanmıştır.

Eczanede çalışanların eğitim durumlarına ilişkin veriler incelendiğinde görülmektedir ki; çalışanların yaklaşık yarısı lise mezunudur. Daha sonra yaklaşık yüzde 30 ile ilk okul mezunları gelmektedir. Lise üstü eğitim almış çalışan sayısı genel toplam içerisinde ancak yaklaşık yüzde 10'luk bir dilim oluşturmaktadır.

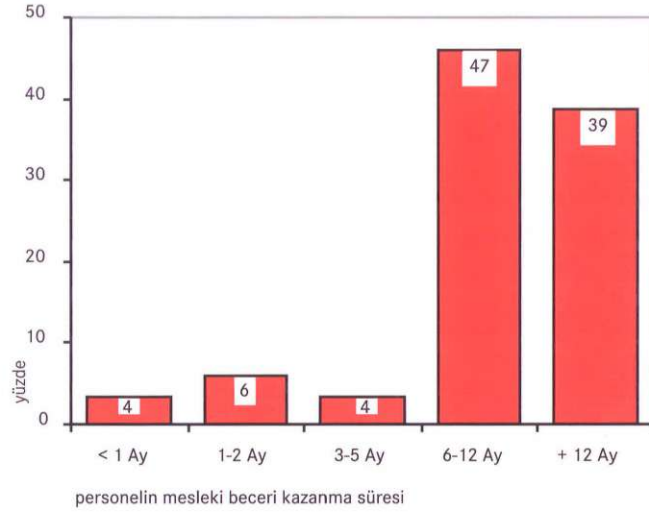
Diğer yandan eczanede çalışan personelin yüzde 54'ünün işe başlangıçta temel meslek bilgiye sahip olmadığı görülmektedir.

**Grafik 5. Eczane Personelinin Başlangıçtaki Temel Mesleki Bilgi Düzeyi**



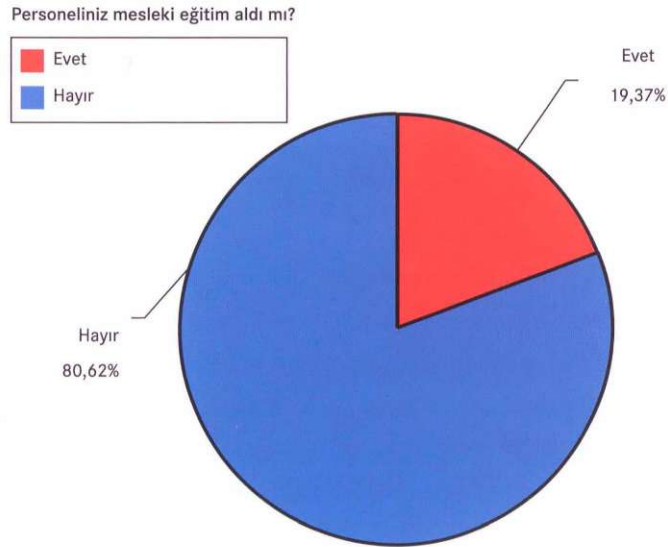
Eczane personelinin mesleki beceri kazanma süresi incelendiğinde görülmektedir ki; eczanede çalışan personelin yaklaşık yarısı 6 ay ila 1 yıl içerisinde gerekli mesleki bilgi ve beceriyi edinmektedir. Yaklaşık yüzde 40'nın ise bu becerileri kazanması 1 yıldan daha fazla zaman almaktadır. Mesleğin gerek teknik gerekse pratik oldukça fazla bilgi ve beceri gerektirdiği ve personelin genel eğitim düzeyi düşünüldüğünde bu sürenin makul olduğu düşünülebilir.

Grafik 5. Eczane Personelinin Mesleki Beceri Kazanma Süresi



### Eczane İşletmelerinin Eğitim Gereksinimi

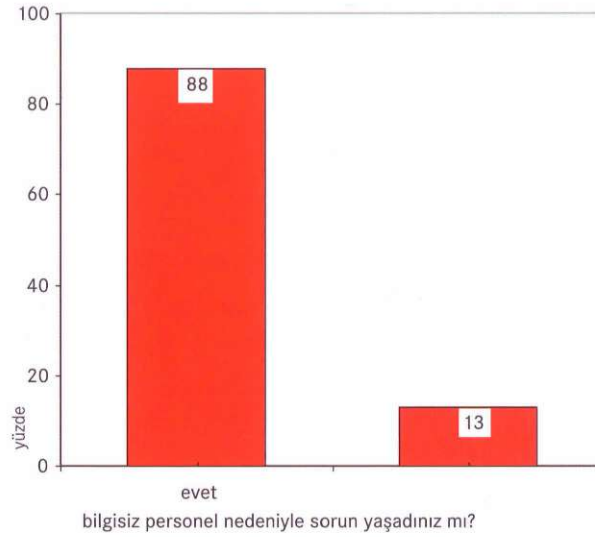
Şekil 25. Eczanede Çalışan Personelin Mesleki Eğitim Alma Durumları



Şekil 25.'ten de takip dileyebileceği gibi eczanede çalışan personelin yüzde 80,62'sinin mesleki eğitim almadıkları araştırma kapsamında tespit edilmiştir.

Mesleki eğitim almamış personel bir takım sıkıntılara neden olmaktadır. Bu durum Grafik 7'de gözlenebilmektedir. Araştırma kapsamındaki eczacıların yüzde 88'i eğitimsiz personel nedeniyle sorun yaşadığını belirtmektedir.

**Grafik 6. Bilgisiz Personel Nedeniyle Yaşanan Sıkıntılar**

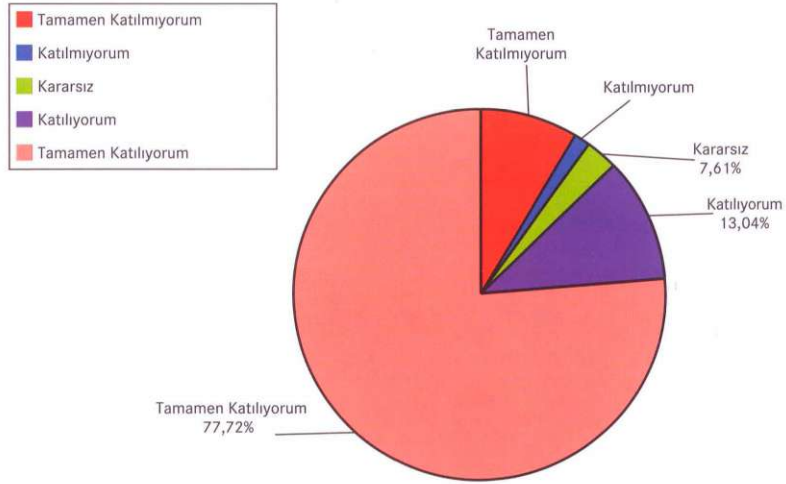


Eczanenin yönetimiyle ilgili çalışanların mesleki ve teknik eğitimlerin gerekliliği konusunda anket kapsamında yapılan sorgulama sonucunda çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Şekil 14'te mesleki açıdan gelişim sağlamaya yönelik tasarlanan eğitim faaliyetlerine yönelik katılımcı tutumlarının dağılımı analiz edilmiştir.



Şekil 26. Eczanede Çalışanı İçin Mesleki ve Teknik Eğitim Gerekli Midir?

Eczanede çalışan kesimlerin mesleki eğitim faaliyetlerine gereksinimi var mı?



Beşli Likert Ölçeği doğrultusunda eczanede çalışanların mesleki ve teknik eğitim becerilerini geliştirmeye yönelik faaliyetlere duyulan gereksinimin değerlendirilmiştir. Katılımcılar toplam içinde yüzde 76,39 oranıyla bu faaliyetlerin gerekliliğine tamamen katılmaktadır. Ayrıca, yüzde 10,73 oranıyla bu fikre katılmayanların olduğu gözlemlenmiştir. Eğitim faaliyetlerine duyulan gereksinimde olumlu görüş bildirenlerin toplam içindeki payı, yüzde 85'in üzerindedir.

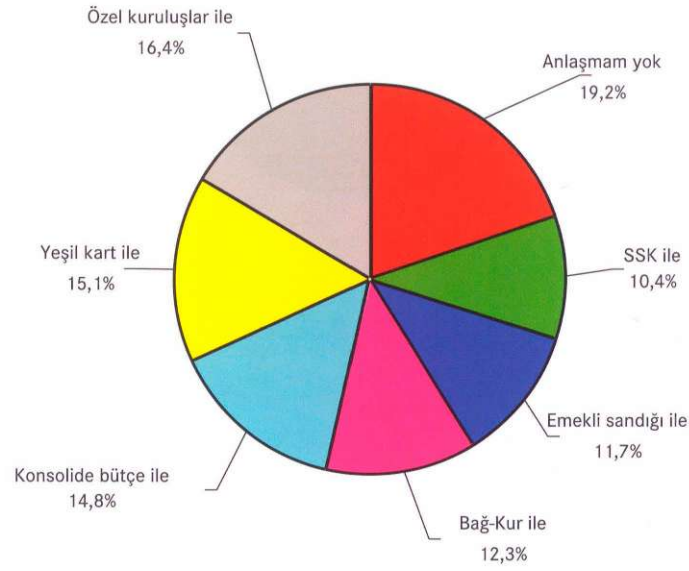
*Buna karşın eczanesinde eleman çalıştıran yalnızca 11 katılımcının çalışanlarını Türk Eczacılar Birliği Akademisi eğitim programına gönderdiği tespit edilmiştir.*

*Son iki sorudan görülebileceği gibi eczacılar mesleki eğitimin zorunluluğuna işaret ederken, bu türden eğitimlere katılımın oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir.*

### Resmi Kurumlar ile İlişkiler

Eczacılığın bugünkü yapısı içerisinde hiç kuşkusuz ki en önemli ilaç alıcısı devlettir. Bu nedenle her ne kadar bir çok sorunlu yanı olsa da bir çok eczane resmi ya da özel kuruluşlarla anlaşma yapmaktadır. Bu anlaşmalardan elde edilen gelirler eczane cirolarının önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bu nedenle araştırma kapsamında resmi ya da özel kurumlarla ilişkiler de sorgulanmıştır.

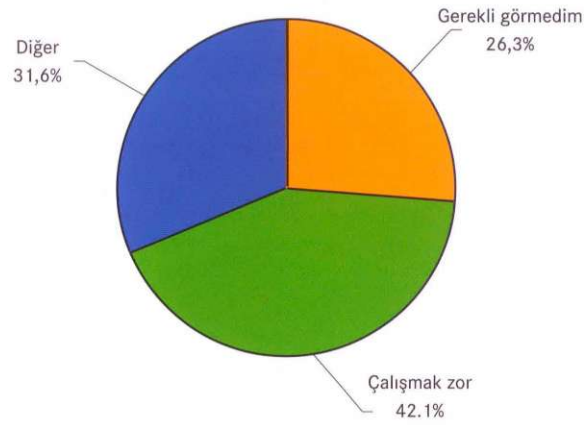
Şekil 27. Kurumsal Anlaşmaların Dağılımı



Araştırma kapsamındaki eczanelerin tek tek resmi ve özel kurumlar ile yaptıkları anlaşmalar neredeyse eşit bir biçimde dağılmıştır. Burada dikkat çeken bir nokta, eczanelerin yaklaşık yüzde 20'sinin herhangi bir resmi ya da özel kurum ile anlaşma yapmamış olmasıdır.

Herhangi bir kurum ile anlaşması olmayan eczacılara bunun nedeni sorulduğunda ise şöyle bir tablo ile karşılaşmaktadır:

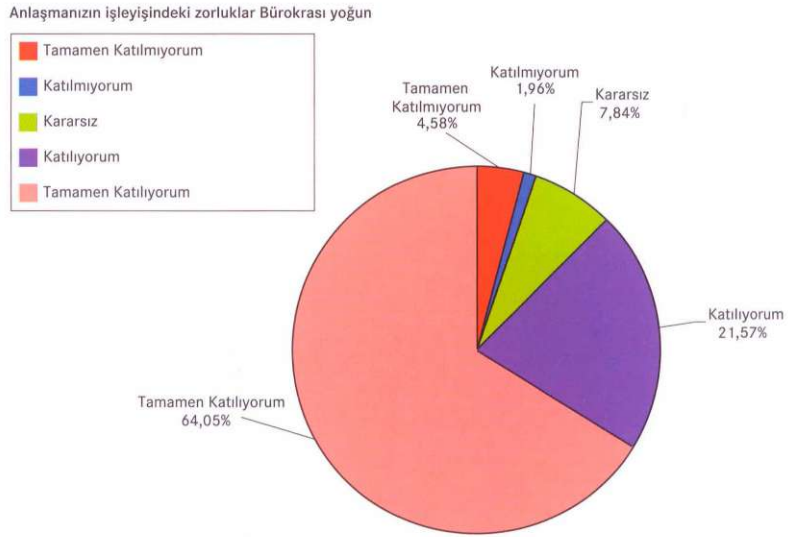
Şekil 28. Kurumsal Anlaşma Yapılmamış Olmasının Nedenleri



Bu kurumlarla çalışmanın yarattığı bürokratik sorunlar nedeniyle anlaşma yapmamayı tercih eden eczacıların oranı yüzde 42,1'dir. Gerekli görmediği için herhangi bir kurumla anlaşma yapmayan eczacı ise yüzde 26,3'lük bir dilimi oluşturmaktadır. Araştırmanın kapsamı düşünüldüğünde, mali tabloları itibariyle finansal sorunlar yaşadığı bilinen eczanelerin hangi nedenle kurumsal anlaşmayı gerekli görmediği ayrıca araştırmaya değer bir veri olarak görünmektedir.

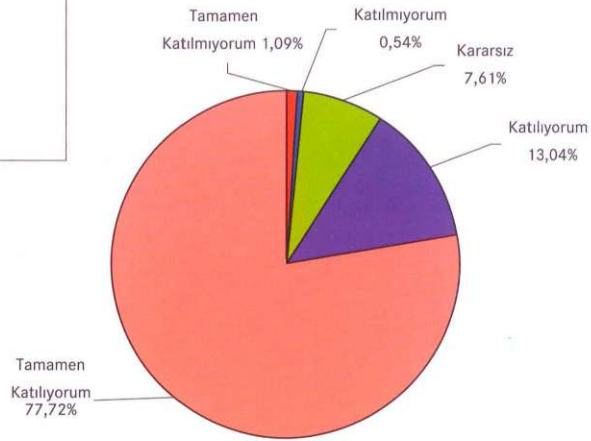
Sözü edilen kurumlarla çalışmanın sıkıntıları sorulduğunda eczacıların büyük oranda ortaklaştıkları ve sorunların çok boyutlu olduğu görülmektedir. Kurumlarla çalışmanın zorluklarının nedeni olarak sunulan 'bürokrasinin yoğunluğu', 'ödemelerin zamanında yapılmaması', 'sık sık değişen uygulamaların yarattığı güçlükler' seçeneklerinin dağılımı tek tek şu şekilde gerçekleşmiştir:

Şekil 29. Kurumlarla İlişkide Bürokrasi Yoğunluğunun Etkisi



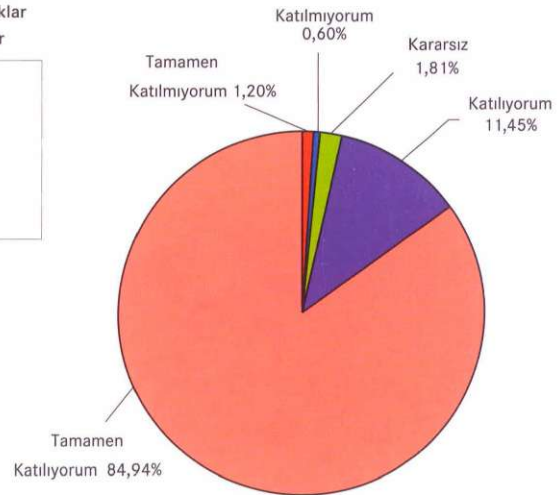
Şekil 30. Kurumlarla İlişkide Ödemelerin Zamanında Yapılmamasının Etkisi

Anlaşmanızın işleyişindeki zorluklar  
Ödemelerin zamanında yapılmayışı



Şekil 31. Kurumlarla İlişkide Uygulamaların Yarattığı Güçlüklerin Etkisi

Anlaşmanızın işleyişindeki zorluklar  
Uygulamaların yarattığı güçlükler

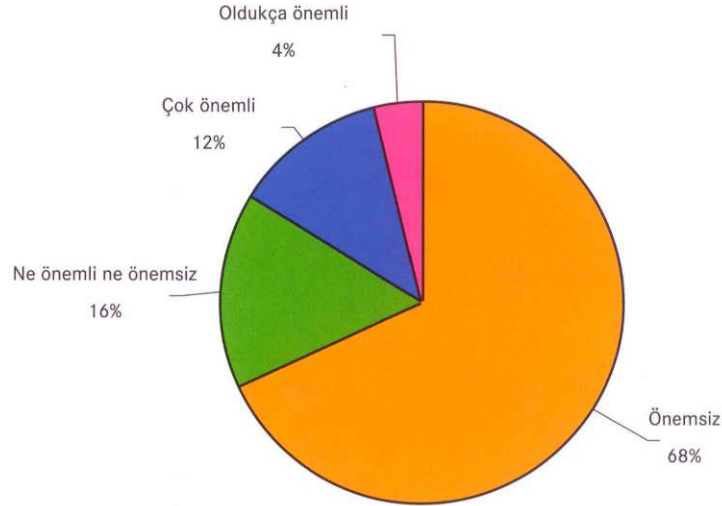




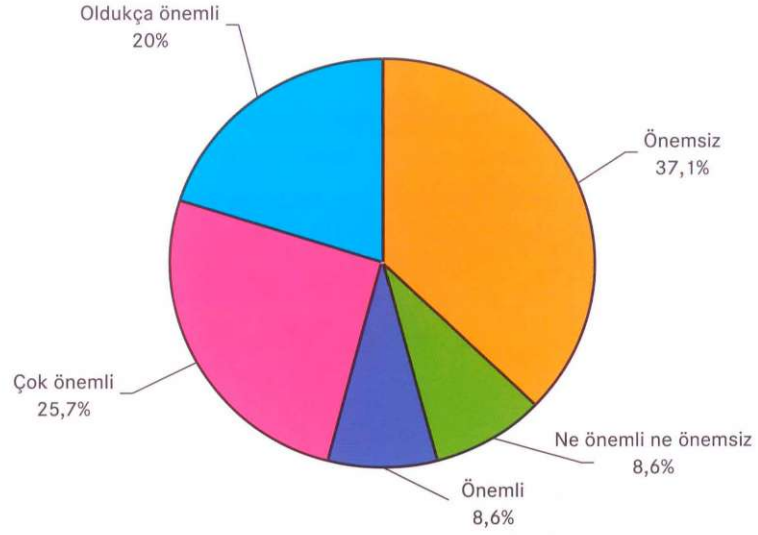
Kurumlarla çalışmanın sıkıntıları konusunda ortaya konan nedenlere katılımcıların en az yüzde 80 oranında katıldıkları görülmektedir. Bu demektir ki tanımlanan sorunların tamamı eczacıların pratikte kurumlarla yaşadıkları sıkıntılar ile büyük oranda özdeşleşmektedir.

Bu kurumlarla çalışmanın avantajlarının neler olduğu yine çalışma kapsamında eczacılara sorulmuş ve kendi kriterlerini önem sırasına göre numaralandırmaları istenmiştir. Ortaya çıkan veriler řu biçimdedir:

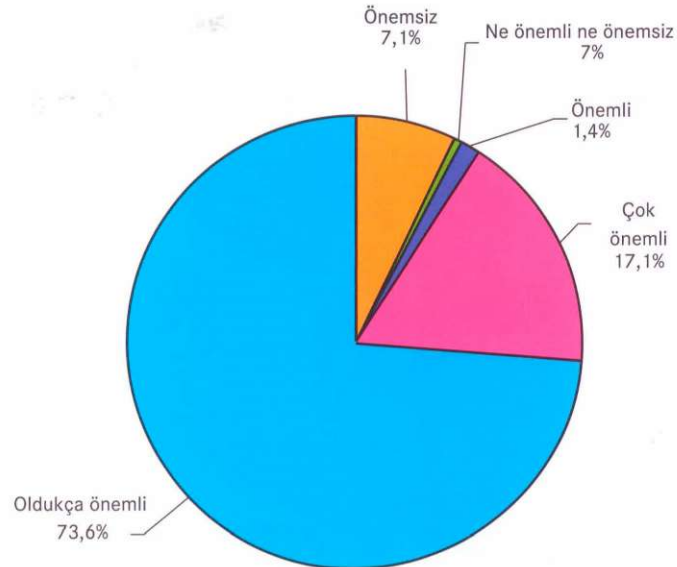
şekil 32. Kurumlarla alışmanın Avantajları: *Saygılık Etkeni*



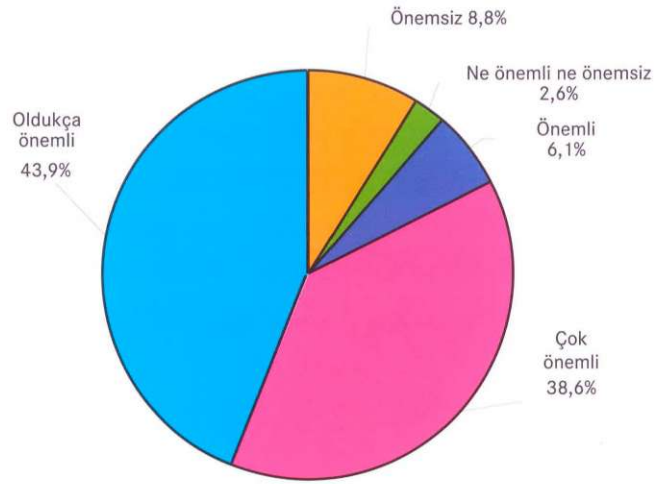
Şekil 33. Kurumlarla Çalışmanın Avantajları:  
Tüketicinin Güvenini Kazanma Etkeni



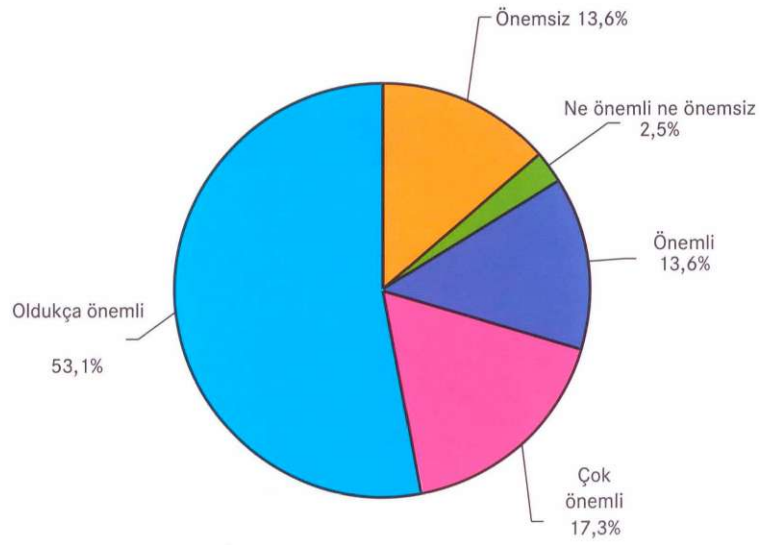
Şekil 34. Kurumlarla Çalışmanın Avantajları:  
Ciroya Önemli Katkı Yapması Etkeni



Şekil 35. Kurumlarla Çalışmanın Avantajları:  
Sirkülasyonu Arttırması Etkeni



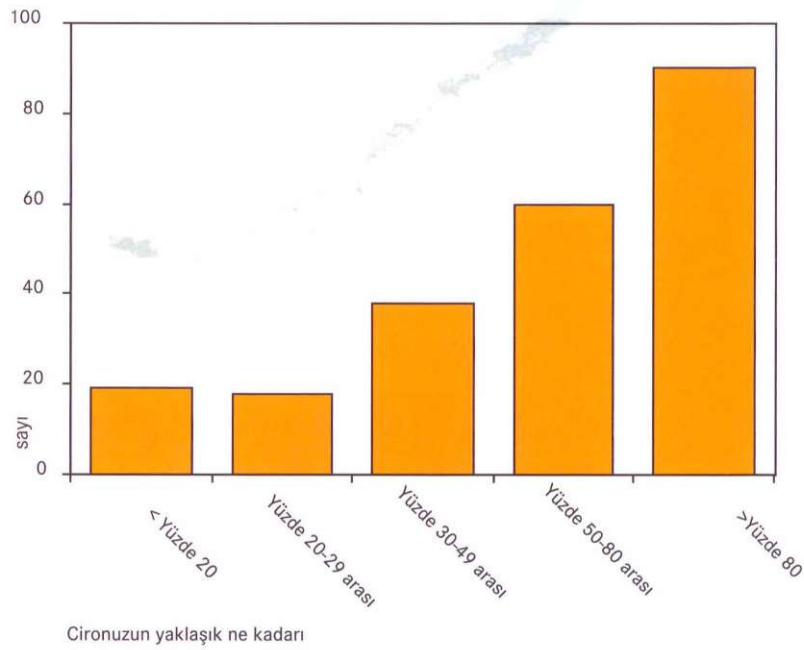
Şekil 36. Kurumlarla Çalışmanın Avantajları:  
Sosyal Güvenlik Kumru'nun Bu Alanda Hakim Olması Etkeni



Görüldüğü gibi bu kurumlarla çalışmanın sağladığı avantajlar arasında, SGK'nın bu alandaki hakimiyeti, sirkülasyonun artması ve kurumlarla yapılan anlaşmaların ciro üzerindeki büyük katkısı önemli görülmektedir.

Kurumlarla yapılan anlaşmaların ve sonucunda elde edilen gelirlerin cironun yaklaşık ne kadarını oluşturduğunu sordüğümüz eczacılarımızın vermiş olduğu yanıtlar göstermektedir ki: kurumlarla yapılan anlaşmalar eczacıların yaklaşık yüzde 70'i açısından toplam cironun yüzde 50 ve daha fazlasını oluşturmaktadır.

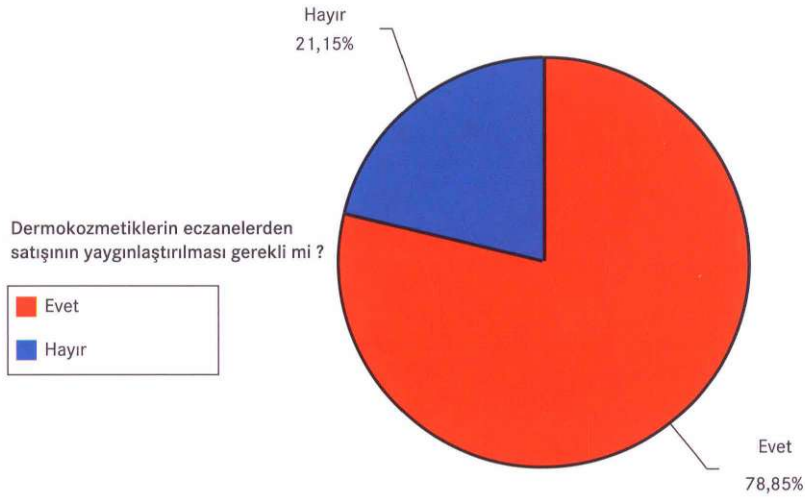
**Grafik 7. Kurumlardan Elde Edilen Gelirin Toplam Ciro Yüzdesine Oranı**



### Dermakozmetikler ve İlaç Dışı Ürünler

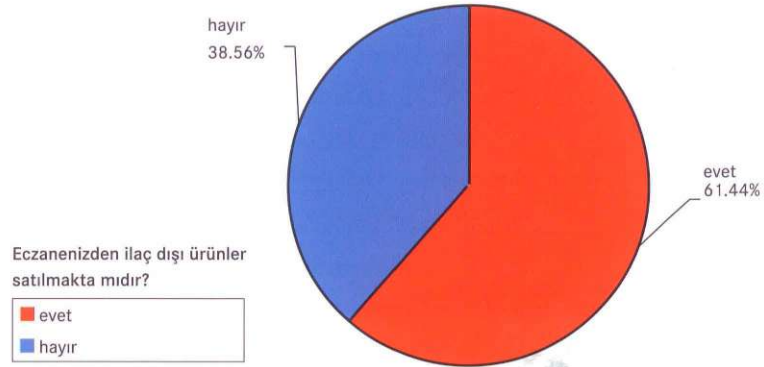
Bugün eczanelerin ilaç satışı yanında en önemli gelir kalemlerini dermakozmetikler ve ilaç dışı diğer ürünler oluşturmaktadır. Hemen hemen her eczane bu ürünlerin satışını yapmaktadır. Kaldı ki bu ürünlerin eczane dışına çıkması ciddi sorunlar da barındırmaktadır. Herhangi bir danışmanlık hizmeti olmadan satılan ürünler halk sağlığını tehdit etmekte ya da istenilen etkiyi gösterememektedir. Bu bölümde; sözü edilen önemli kalemlere ilişkin araştırma kapsamındaki eczanelerin ne tür yaklaşımlar geliştirdikleri ve bu kalemlerin eczane işletiminde ne düzeyde bir öneme sahip olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır.

Şekil 37. Dermakozmetiklerin Eczanelerden Satışına İlişkin Tutum

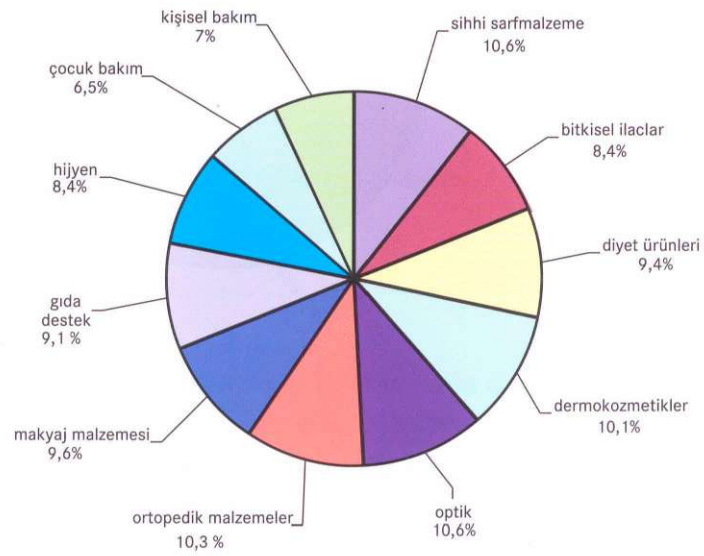


Araştırma sonuçları da göstermektedir ki; eczacılar dermakozmetiklerin eczanelerden satışının yaygınlaştırılmasını istemektedir. Bu veri ışığında eczacıların dermakozmetikleri kendi satış alanlarının doğal bir parçası saydıklarını söyleyebiliyoruz.



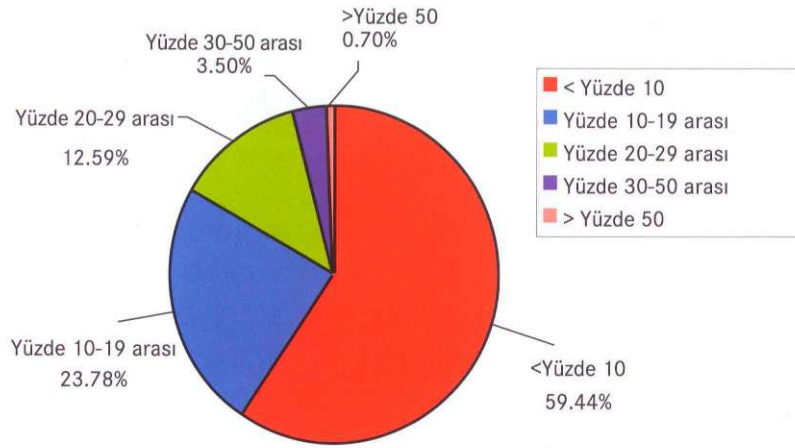
**Şekil 38. Eczanelerde İlaç Dışı Ürün Satılma Durumu**

Araştırmaya katılan eczanelerin yaklaşık yüzde 62'sinde ilaç dışı ürünler satılmaktadır. Bu ürünlerin neler olduğunu tespit etmeye yönelik sorunun yanıtları ise aşağıdaki veriyi ortaya çıkarmaktadır:

**Şekil 39. İlaç Dışı Ürünlerin Dağılımı**

Görüldüğü gibi ilaç dışı ürün grupları neredeyse eşit yüzdelerle dağılmıştır. Bu dağılım içerisinde en önemli payı dermakozmetiklere ve optik ürünlerin aldığı görülmektedir. Bu iki grup eczacılık mesleği teorik ve pratik gelişimine en uygun ürün gruplarıdır.

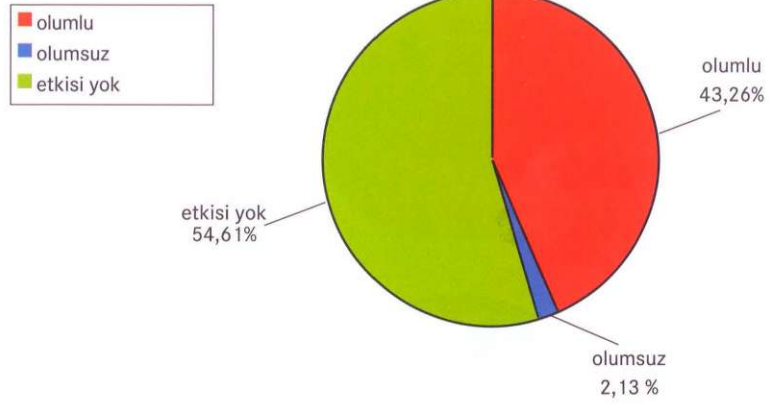
Şekil 40. İlaç Dışı Ürünlerin Toplam Satış İçerisindeki Payı



İlaç dışı ürünlerin araştırma kapsamındaki eczanelerde yıllık cironun ne kadarını oluşturduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Veriler göstermektedir ki; ilaç dışı ürünler bir çok eczane açısından önemli bir gelir kalemi olmamaktadır. Eczanelerin yaklaşık yüzde 60'ı için, bu veriler cironun yüzde 10'dan azını oluşturmaktadır. İlaç dışı ürünlerin eczane gelirlerinin yüzde 50'sinden fazlasını oluşturduğu eczanelerin payı ise yüzde 1'in dahi altındadır.

Şekil 41. İlaç Dışı Ürünlerin İlaç Satışına Etkisi

Eczanenizden satılan ilaç dışı ürünler  
ilaç satışlarınızı nasıl etkiliyor ?



İlaç dışı ürünlerin eczanelerden satışı eczacının ya da konusunda uzman kişilerin danışmanlık hizmetini içerdiği için özellikle bitkisel ürünler ve kozmesötikler söz konusu olduğunda daha da önem kazanmaktadır. Bu alanda eczanelerin baskın olma durumu güçlendirmek ancak eczacıların da bu ürünler konusunda eğitilmesi ile mümkün olabilecektir. Bu uzun dönemli ve karmaşık süreçte eczanelerin hem finanssal hem de danışmanlık rolünü gerçekleştirmek üzerinden güçleneceği öngörülmektedir. Bu yaklaşımdan hareketle, ilaç dışı ürün gruplarının eczanelerden satışının ilaç satışı üzerinde ne tür bir etki yarattığını ölçmek amaçlı sorunun verileri ışığında, eczacıların yaklaşık yüzde 45'nin bu satışları olumlu karşıladığını tespit etmek mümkündür. Bu ürünlerin satışı olumsuz etkilediğini düşünenlerin oranı ise yüzde 2,13 ile sınırlıdır. Yaklaşık yüzde 55'lik bir kesim ise ilaç dışı ürünlerin satışının olumlu ya da olumsuz herhangi bir etki yaratmadığı görüşündedir.

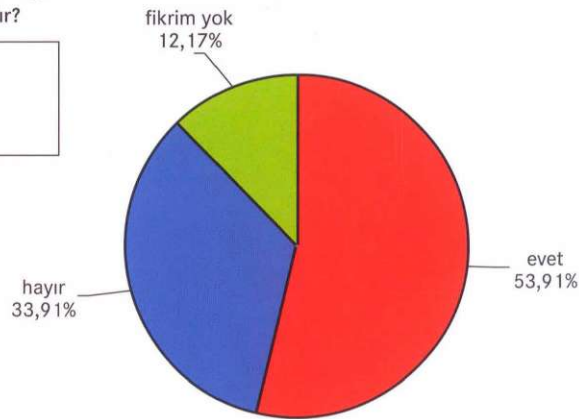
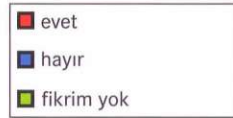
### Mesleki Gelişim Stratejileri

Eczacılık mesleği sürekli bilgilerin tazelenmesine ve yenilenmesine ihtiyaç duyulan bir meslektir. Sağlık alanındaki bilimsel gelişmeler hem hastalıklar hem de hastalıkların tedavisi yaklaşımlarının büyük bir hızla değişmesine neden olmaktadır. Eczacı halkla doğrudan ilişki kuran bir sağlık çalışanı olarak, mesleki ve bilimsel yenilikler konusunda sürekli kendini yenilemek durumundadır. Ancak mesleğin özellikle kurumsal ilişkileri dolayısıyla oldukça bürokrasi-yoğun bir hal aldığı herkes tarafından rahatlıkla tespit edilebilecek bir gerçekliktir. Eczacıların almış olduğu lisans eğitimi hem serbest eczane işletmeciliği bütünü ve serbest eczacılık rolünün sağlıklı bir biçimde gerçekleştirilmesi için yeterli olmamaktadır hem de eczacının yıllar süren mesleki yolculuğunda pratik ve teorik ihtiyaçlarına tatmin edici cevaplar üretmekten uzaktır. Eczacıların mesleki gelişimlerini güçlendirmek için ne tür stratejiler geliştirdikleri bu bölümde irdelenmeye çalışılacaktır.

Eczanelerin tam ve etkili danışmanlık hizmeti sunabilmesinin ve bu rolün daha da görünür kılınabilmesinin yollarından biri olarak eczanelerde sağlıkla ilgili kitapların satılması uygun bir yol olarak görülebilir. Bu konudaki yaklaşımları değerlendirilmek istenen eczacıların verdiği yanıtlar Şekil 42'de görülmektedir.

Şekil 42. Eczanelerde Sağlık Kitabı Satılmasına İlişkin Tutum

Eczanelerde sağlıkla ilgili kitap satılmalı mıdır?

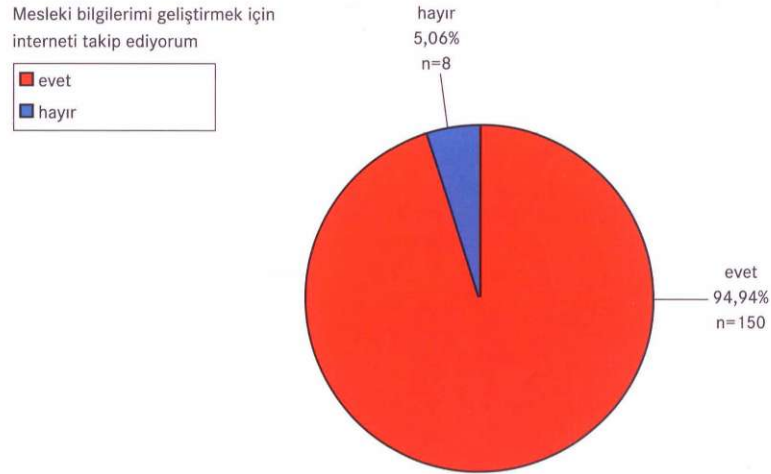




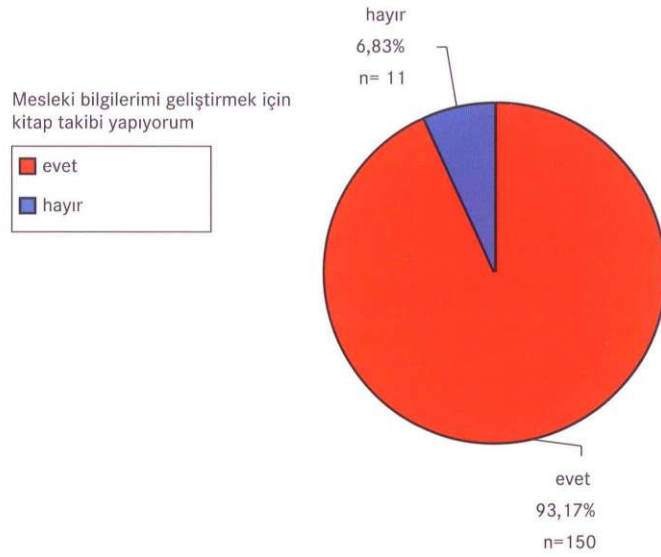
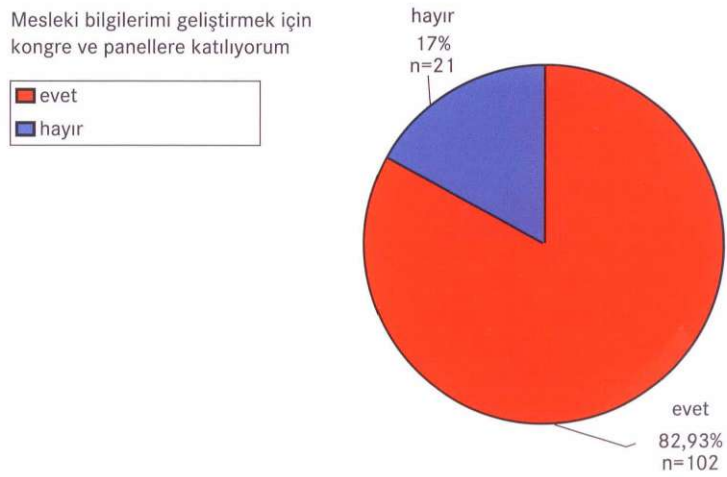
Pratikte uygulanmayan bu yöntemin araştırma kapsamında görüşülen eczacıların yaklaşık yüzde 55'i açısından olumlu bir yol olarak değerlendirildiği görülmektedir. Ancak diğer yandan katılımcıların yaklaşık yüzde 35'i açısından bu uygulamanın kabul edilebilir bulunmadığı görülmektedir. Uygulamanın nasıl sonuçları olabileceği eczacılık alanında daha etraflıca tartışılması gereken bir konu olduğu anlaşılmaktadır.

Mesleki açıdan kendilerini geliştirmek için ne tür stratejiler geliştirdikleri sorulan eczacıların büyük oranda internet ve kitap üzerinden kendilerini geliştirmeye çalıştıkları görülmektedir.

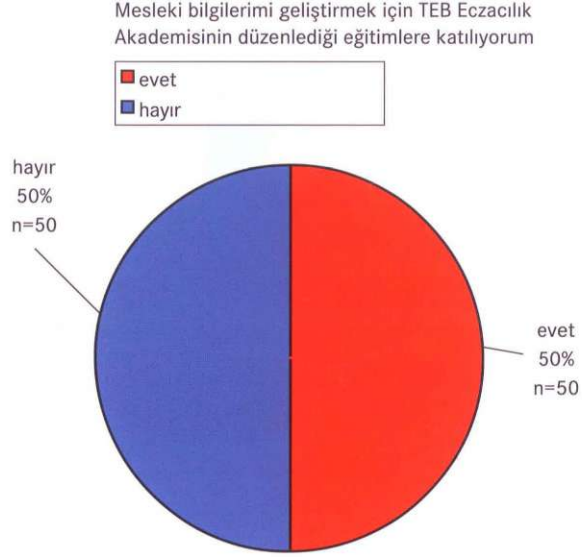
Şekil 43. Mesleki Gelişim Stratejisi: *İnternet*





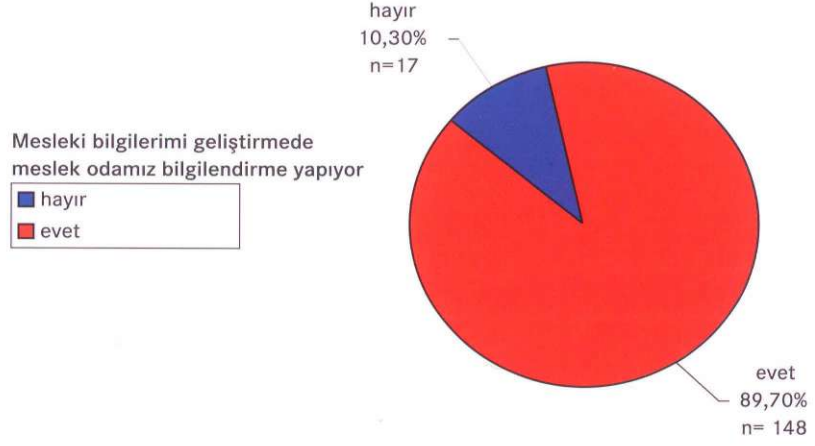
**Şekil 44. Mesleki Gelişim Stratejisi: *Kitap*****Şekil 45. Mesleki Gelişim Stratejisi: *Kongre ve Panel***

Şekil 46. Mesleki Gelişim Stratejisi: *TEB Eczacılık Akademisi Eğitimleri*



Uzman akademisyenlerin eğitimliliği ile gerçekleştirilen Türk Eczacıları Birliği Eczacılık Akademisi eğitimlerine katılım bilimsel kongre ile panellere katılım daha az tercih edilen bir stratejidir. Bu noktada iş yükü oldukça fazla olan eczacıların eczaneden ya da en azından kendi şehirlerinden uzaklaşarak bilgilenme yolunu çok fazla tercih etmedikleri/edemedikleri söylenebilir.

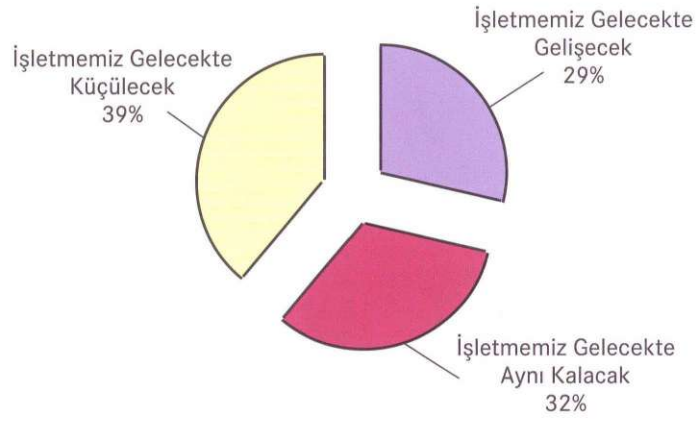
Şekil 47. Mesleki Gelişim Stratejisi: *Eczacı Odası Eğitimleri*



Bu yaklaşımı destekleyen diğer bir bulgu ise her odanın kendi yerelinde düzenlediği eğitimlerin eczacıların yaklaşık yüzde 90'ı açısından fark edilir olmasıdır. Bu bulgular ışığında merkezi, bilimsel eğitimlerin yerel düzeylerde yaygınlaştırılması gerektiği, bu yöntemin hem eczacılar hem de mesleğin gelişimi açısından daha faydalı sonuçlar yaratılmasını mümkün kılacağı düşünülebilir.

### Gelecekle İlgili Beklentiler

Şekil 48. İşletmelerin Geleceği Hakkındaki Görüşlerinin Dağılımı



İşletmesinin gelecekte küçüleceğini düşünenlerin toplam içinde yüzde 39 oranıyla en büyük grubu oluşturduğu Şekil 48'de gösterilmektedir. İşletmesinin gelecekte gelişeceğini düşünenlerin payı da toplam içerisinde yüzde 29 olarak hesaplanmıştır.

*Son soru işletmelerin gelecekle ilgili beklentilerinin "genelde" olumlu olmadığını göstermektedir. Bu konuda kıyaslama yapabilmek için diğer ülkelerde eczane işletmelerinin gelişimi analiz edilmeli ve market türü eczane sistemleri araştırmaları yapılmalıdır.*