

Gündem

İLAÇ SEKTÖRÜ

Yeşil Reçete

Liberalleşmeye yelken açan ilaç sektöründe eczanelerin büyük bir kısmı batma tehlikesiyle karşı karşıya. Eczacılar kendilerine şu soruyu sormak zorunda: "Bordrolu hayata hazır mıyım?" | Denet C. Tezel

DÖRT YIL ECZACILIK EĞİTİMİ alan Zeki Taşçı'nın beyaz önlüğünü çıkarıp takım elbiseye sarılmasının üzerinden tam 15 yıl geçti. 1993'te Antalya'da işlettiği eczanesini kapattı ve Dilek Ecza Deposu'nu kurdu. Şirket özellikle 2002'den sonra cirosunu üçe katlayarak 2007'yi 230 milyon YTL gelir ve 420 personelle tamamladı. Başarılı girişimci 1990'larda uyularını bölmeye başlayan kabusun bugün adım adım gerçeğe dönüşmesini izliyor.

Etkilerini 1990'ların başında hissettirmeye başlayan küreselleşme rüzgarı ve eczaneler arasında giderek artan rekabet, Türk ilaç sektörünün DNA'sını baştan aşağı değiştirmeye başladı. Hükümetin, sağlık ve ilaç harcamalarında kamunun payını azaltmak için tüm sektörü liberalleştirmeyi hedefleyen değişim planının merkezinde ise ilaç perakendecisinde 80 yıllık yasal bir monopolü temsil eden eczaneler yer alıyor. Sağlık Bakanlığı'nın 2005 başında Sosyal Sigortalar Kurumu (SSK) eczanelerini kapatması (önceleri olumlu bir gelişme gibi algılanan bu uygulama bakanlık ilaç geri ödemelerini aylarca geciktirince eczacılar için yüke dönüşmüştü) ardından bu yılın başında yürürlüğe giren, yatarak tedavi gören hastaların ilaç gereksinimlerinin tümünün hastaneler tarafından karşılanması zorunluluğu ve yakında yürürlüğe girmesi beklenen reçetesiz ilaç düzenlemesi... Son

düzenlemelerle zaten büyük oranda kırılan bir yapıya sahip ilaç perakendeciliği kanalından toplam 4 milyar doları çekmesi beklenen hamleler, eczanelerin kabaca dörtte üçlük bölümünü (rakamsal ifadeyle 25 bin eczanelerin yaklaşık 19 binini) iflasla karşı karşıya bırakıyor.

Hükümetin ilaç sektörünü Dünya Bankası ve IMF reçetelerinin öngörülerine uygun olarak liberalleştirme planı, kimine göre uluslararası ilaç tröstlerinin dayatması, kimine göre küreselleşmenin gereği. Ama her durumda işin ucunda bir "yabancı" parmağı olduğu açık: 2006'da küresel pazarın yüzde 7'lik performansına karşılık yüzde 10 büyümeye gösteren ve perakende fiyatlarla 13 milyar YTL'lik büyüklüğe ulaşan Türk ilaç sektörü -2007 resmi rakamları henüz açıklanmasa da pazarın yüzde 10 daha büyüyüp 14,3 milyar YTL'ye ulaştığı tahmin ediliyor- küresel oyuncuların iştahını kabartıyor. OECD ülkelerinde kişi başına ilaç tüketimi ortalama yüzde 413 dolarken, Türkiye'de bu rakam 134 dolarda kalıyor. Pazarın bir başka çarpıcı özelliği daha var: İlaç harcamalarında kamunun payı yüzde 95. Yani ilacın gerçek müşterisi devlet. Oysa OECD ülkelerinde kamunun payı ortalama yüzde 60, liberalizmin beşiği ABD'deyse yüzde 25.

İstatistikler de Türkiye'de yabancı ilaç firmaların sektöründeki ağırlıklarını yıldan yıla daha da artırdıklarını ortaya ko-

yuyor. 2001'de satılan toplam ilacın kutu bazında ithal oranı yüzde 9'ken, bu oran 2007'de yüzde 18'e yükseldi. İthal ilaçların parasal olarak pazar payı yüzde 29'dan yüzde 48'e fırladı. Son iki yılda yabancılar beş Türk şirketinin çoğunluk hissesini aldı. Yerli ilaç sanayiinin en büyük firması Eczacıbaşı İlaç, 2007'de hissesinin yüzde 75'ini Çek Cumhuriyeti menşeli Zentiva'ya sattı. Reçetesiz ilaçların (OTC) ilaç segmentinde güçlü olan Zentiva'nın en büyük ortağı ise Avrupa'nın bir numaralı ilaç şirketi Sanofi-Aventis Grubu.

Novartis, Pfizer, Eli Lilly ve Merck gibi dünya ilaç devleri dahil yaklaşık 70 üyenin biraraya gelerek oluşturduğu ABD Araştırmacı ve Üretici İlaç Şirketleri Birliği'nin (PhRMA) yayınladığı "Uluslararası Ticaret Engelleri -2006" adlı raporda da Türkiye'nin insan kaynakları, büyük pazarlara yakınlığı ve hızla gelişen iç pazarıyla ilaç sektöründe küresel bir oyuncu olabileceği belirtiliyor. Nitekim Türkiye'de 2003 yılında kurulan Araştırmacı İlaç Firmaları Derneği (AİFD) çatısı altında örgütlenen PhRMA üyeleri ve Avrupa'da üreticiler son yıllarda Türk ilaç sektörüne 300 milyon dolar yeni yatırım yaptı. Dernek 2007'de yayınladığı "Türkiye'de İlaç Harcamaları Değerlendirmesi" adlı raporda sektörün liberalleştirilmesi girişimine destek veriyor. Raporda kamu harcamalarının düşmesi için reçesiz ilaçların

belirlenerek geri ödeme kapsamından çıkarılması gerektiği, daha etkin ilaç erişimine imkan verilmesi yönünde bir dizi öneri sunuluyor ve "OTC kategorisinde sektöre fiyat belirleme ve tanıtım yapma serbestisi sağlanması da ekonomiye katkı sağlayacak yepyeni bir sektörün oluşumunun" teşvik edilmesi gerektiği vurgulanıyor.

AİFD'nin işaret ettiği yepyeni sektör reklamcılık. İlaç reklamının tamamen yasak olduğu Türkiye'de reçetesiz oldukları için OTC'lere reklam yapmanın önü açılsa 3 milyar dolarlık reklam pastasının 300 milyon dolar büyüyeceği tahmin ediliyor. Reklamcılar Derneği Genel Müdürü Ayşegül Molu, yüzlerce ajansa yeni gelir kapısı açacak bu durumu değerlendirirken "OTC yasının çıkması için iki yıldır çaba sarf ediyoruz" diyor. Reçetesiz ilaçlar hakkında AB üyesi ülkelerde bile tek tip bir uygulama olmadığını hatırlatan Molu, her ülkenin kendi etik-toplumsal uzlaşısıyla reklam-tanıtım çerçevesini belirleyebildiğinin altını çiziyor.

Peki eczaneler bu olası yeni denklemin neresinde yer alıyor? 50 yaşındaki Zeki Taşçı kara kara hesap-kitap yapıyor,

25 bin eczanenin yaklaşık 19 bini iflasın eşiğinde.

"İlaç artık sadece bir finansman işi" derken. İlaç dağıtımında yüzde 70'ine Hedef Alliance ile Selçuk Ecza Deposu'nun hakim olduğu bir pazarın geri kalan yüzde 30'unu irili ufaklı yüzlerce bağımsız ecza deposuyla paylaşan işadama, velinimetini olarak gördüğü eczanelerin büyük bölümünün finansman baskısına dayanamayıp kapanacağından endişe ediyor. Şirketini rekabet karşısında güçlendirmek için ortaklık görüşmeleri yapıyor.

Taşçı'nın hesabına göre bir eczanenin kapanmaması için yılda en az 300 bin YTL ciro yapması gerekiyor. 2007 ciro beklentisinin -14,3 milyar YTL- yüzde 90'ının, sayıları 24 bin 600'ü bulan eczanelerden geldiği dikkate alındığında kaba bir hesaplama eczane başına düşen 520 bin liralık ciro rakamı Zeki Taşçı'nın endişelerini boşa çıkarıyormuş gibi görünebilir. Ancak sektörün kırılğan ya da amorf ya-

pısı Türk Eczacılar Birliği (TEB) eski başkanı ve AKP yeni milletvekili Mehmet Domaç'ın sözleriyle ortaya çıkıyor: "Eczanelerin yüzde 20'si, toplam pazarın yüzde 70'ini alıyor."

İstanbul Eczacılar Odası Başkanı Semih Güngör de, "Eczacının satış hacmini ve karlılığını mesleği değil, eczanenin bulunduğu konum, üretici ve dağıtım kanallarıyla olan ilişkileri belirliyor" diye itirafta bulunuyor. Eczacı odalarının bu adaletsizliğin önünü alacak çalışmalar yapmaya çalıştığını belirtse de sonucun değişmediği bir gerçek. Örneğin 12 milyon nüfuslu İstanbul'da 4 bin 900 eczane var. Önemli bir kısmı hastanelerin etrafında öbelenmiş durumda. İstanbul Gaziosmanpaşa'da eczanesi bulunan Can Yetişen'in, hastanelerin etrafındaki yığılmayla ilgili yaptığı analize göre İstanbul'daki eczanelerin 2 bin 900'ü kamu reçetesi üreten sağlık kuruluşları etrafında faaliyet gösteriyor. Yetişen, bunlardan 900'ünün "çok yüksek" cirolara ulaştığını belirtiyor.

Mersinli Eczacı Turgut Tol'a göre 300 bin YTL eşiği gerçekçi ama aynı zamanda "tokluk sınırı." 38 yıldır eczane işleten Tol

Gündem

bu ciroyla araba ve ev sahibi olunup, çocuk okutulamayacağını savunuyor. Yüzde 20-70 denklemine göre 19 bin eczane ortalama 225 bin YTL'lik ciro rakamıyla iflasa doğru sürükleniyor. Veriler bu eczane sahiplerine gelir vergisi sonrasında ayda ortalama 1,500 YTL kaldığını gösteriyor. Kalan 5 bin eczane ise yılda ortalama 2 milyon YTL ciro elde ediyor.

Ödemeleri devlet tarafından yapıldığı için eczanelerin vergi kaçırmaları da söz konusu değil. Hazine Bakanlığı verilerine göre Türkiye'nin en çok vergi veren meslek gruplarının başında yer alan eczacılar hemen her ilde vergi rekortmenleri listesinde boy gösteriyor. Mevcut fiyat-kar denklemine ve devlete ilan ettikleri toplam vergi matrahına göre toplam cirolarının yüzde 11 ila 13 arası vergi öncesi kar elde ediyor. Vergi oranıysa yaklaşık yüzde 30'u buluyor.

Tüm Eczacı İşverenler Sendikası (TEİS) tarafından, SSK'nın serbest eczanelere açılmasıyla ilgili olarak yaptığı anket, eczacıların yüzde 76'sını borçlarını dahi ödeyemez duruma geldiğini ortaya koydu. Böylesi bir ortamda kırmızı çizgi üzerinde duran eczanelerin, ülkenin ilaç yükünü ve 50 binin üstündeki istihdamı daha ne kadar sürdürebileceği belli değil. Açıklarını ilaç dışı ürün satışları ve banka kredileriyle kapatmaya çalışıyorlar. Ancak kredi kullanımının maliyeti, kar marjlarını daha da düşürüyor. Eczanelerde ilaç dışı ürün satışları da hiç iyi değil. Çünkü



Eczacı Zeki Taşçı, 2007'yi çeyrek milyar YTL ciroyla kapattı.

yıllar önce sadece eczanelerde bulunabilen yüzlerce ürün şimdi zincir marketlerin raflarını süslüyor. Nielsen Türkiye verilerine göre 2007'de Türk eczane ağı, hızlı tüketim ürünleri perakende pazarının sadece binde 4'ünü alabilirdi.

Sağlık Bakanlığı'nın sektörün liberalleştirilmesi çerçevesinde bu yılbaşında uygulamaya koyduğu yeni tebliğin eczacıları daha da köşeye sıkıştırdığı söylenebilir. Semih Güngör hastanelere getirilen, hizmet verdikleri yatan hastaların tedavisinde kullandıkları "tüm ilaçların stokunu da hazır bulundurmaları zorunluluğunu"

hastalar açısından doğru bulsa da zamanlama ve uygulamaya yönelik yetersizlikleri açısından eleştiriyor.

Kaosla başlayan yeni dönemin kısa sürede düzene gireceğinden şüphe yok. Ancak madalyonun bir yüzü daha var: Uzman tahminlerine göre bu uygulamayla birlikte pazarın yüzde 20'si yani yaklaşık 3 milyar YTL eczanelerin elinden alınmış durumda.

Eczacılar bir yandan da "Zapsu Yasası" (bkz. kutu) kışkırtıcılığı. Yıllardır yapılabileceği konuşulan bir yasal düzenlemeyle OTC (over-the-counter) olarak da anılan öksürük şurupları, ağrı kesiciler, pastil ve vitamin katkıları gibi reçetesiz ilaçları kapsayan ilaçların gelişmiş pazarlarda olduğu gibi eczane dışı perakendecilerde de satılabilmesini öngörüyor. Sağlık Bakanlığı da gerek Dünya Bankası gerek küresel ilaç üreticilerinin "reçetesiz" kategorisindeki ilaçların devlet tarafından karşılanmasına gerek olmadığı görüşü paralelinde bazı ilaçları devletin parasını karşıladığı ilaç kategorisinden çıkartmaya başlamak üzere. Böylece kamu bütçesindeki ilaç maliyeti düşerken yük, tüketicilerin cebine kayacak.

OTC'lerin sektör dışı perakendecilerde satılabilmesi, kamu reçetelerinden yeterince nasiplenemeyen ve iflas çemberindeki eczaneleri daha da zorda bırakacak. Zira OTC'ler çok satan, uzun ödeme vadesi ve en yüksek kar oranına sahip bir segment. Eczacıların sesini kamuoyuna duyurabilmesi için "www.eczacininseesi.com" adlı bir internet site açan Can Yetişen, bu kategoride yer alabilecek ilaçların toplam cirosunun eczanesinin cirosunun büyük bir bölümünü oluşturduğunu, bunun yarısını yedi gün 12 saat hizmet veren zincir perakendecilere kaptırmaktan endişe duyduğunu söylüyor. Ama direnmeye kararlı.

"ABD, Avrupa Birliği ve Türkiye'de Reçetesiz İlaç" adlı bir rapor yayımlayan danışmanlık firması İstanbul Ekonomisi'nin kurucu ortağı Can Buharalı'nın OTC ilaçlara ilişkin yaklaşık 2 milyar dolarlık pazar tahminine bakılırsa reçetesiz ilaçların, zincir market rekabetine açılmasının eczacılara çıkaracağı fatura en az 1 milyar dolarlık kayıptır.

Buharalı, "Reçetesiz ilaçların geri ödeme kapsamından çıkarılmasının doğru-

Reçetesiz İlaçlar

Zapsu Yasası

Reçetesiz ilaç (OTC) düzenlemelerinin "Zapsu Yasası" olarak adlandırılmasının nedeni, AKP'nin kurucusu ve Başbakan Erdoğan'ın danışmanı Cüneyd Zapsu. 1990'larda ağabeyi Aziz Zapsu ve Suudi işadamı El Kadri'yle birlikte BIM marketlerine hayat veren Cüneyd Zapsu, 2003'te ticarettten resmi olarak çekildi. Aziz Zapsu'ya son yıllarda "For You" zinciriyle OTC pazarına soyundu. Bu kez ortakları American AIG, Rohatyn Group ve Finansbank'ın eski sahibi Hüsnü Özyeğin. 2006'da kolları sıvayan Zapsu, For You'ların sayısını ocak ayı itibarıyla 177'ye çıkarttı. Aziz Zapsu, Türkiye'de yaşanan OTC sürecinin "kardeşiyle hiçbir ilgisi olmadığını" altını çiziyor. Hükümetin OTC yasasının kardeşinin telkiniyle çıkarılmaya çalışıldığı iddialarını tümüyle reddediyor ve bunun, Türkiye'nin AB'ye uyumunun doğal sonucu olduğunu savunuyor (AB mevzuatı standart bir uygulama dayatmıyor.) Eczacılar Cüneyd Zapsu'ya ateş püskürse de OTC sürecinden en çok fayda sağlayacak olanlar Zapsu Ailesi değil; Türkiye'ye toplam 7 bin 200 noktada satış yapan zincir marketler. Eczacılık eğitimi alanlar için zincir marketler geleceğin istihdam alanı.