

Serbest eczane ekonomilerine etkili dışsal faktörlerin etki düzeyleri hakkındaki eczacı görüşleri

Bülent KIRAN, Elif Gizem KARACA, Duygu ÜLKAR

Özet

Son yıllarda, Avrupa Birliği ve Dünya Sağlık Örgütü sağlık politikalarına uyum sağlamak ve ülkemizdeki sağlık hizmeti maliyetlerini düşürmek adına yeni yasal düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Bu düzenlemeler eczane ekonomilerini olumsuz yönde etkilemiştir. Eczacılar ise işletmelerini ayakta tutabilmek adına, çok sayıda dışsal etkenle mücadele etmek zorunda kalmıştır.

Bu çalışma, serbest eczane ekonomilerine etkili; benzer ürün satıcıları, medya, tüketici özellikleri, SGK ve Devlet politikaları gibi dışsal faktörlerin etki düzeyleri hakkında eczacı görüşlerini saptamak amacıyla, İzmir’de gönüllü 131 serbest eczacıya 30 sorudan oluşan bir anketin yüz yüze uygulanmasıyla gerçekleştirilmiştir. Veriler, SPSS 18 Paket Programı kullanılarak frekans, yüzde dağılım ve ki-kare testi ile değerlendirilmiştir.

Araştırmaya katılan eczacıların, %82,4’ünün en önemli ürün alıcısı Sosyal Güvenlik Kurumu ve reçeteli ilaç satışına etkili en önemli dışsal faktörün sağlık ve ilaç politikaları (%96,2) olduğu

saptanmıştır. Ancak, eczacıların tamamına yakını (%97) son yıllarda ilaçtan elde edilen kazanç azalınca ilaç dışı ürünlere yönelimin arttığını, bunun da eczane ekonomilerinin dışsal faktörlerden etkilenme düzeyini artırdığını düşünmektedir. Reklamlar (%38,9) ve tüketici özellikleri (%33,6) ise reçetesiz ürün satışına en çok etki eden başlıca dışsal faktörler olarak saptanmıştır.

Serbest eczane ekonomilerine etki eden dışsal faktörlerin etkisinin azaltılarak eczanelerin toplum sağlığına katkısının artırılabilmesi için araştırmaya katılan eczacıların %88,5’inin devletin sağlık-ilaç politikalarında serbest eczane ekonomisini destekleyecek düzenlemelerin yapılmasını gerekli gördükleri, bunun için toplum sağlığına etkili ürünlerin sadece eczanede satılması başta olmak üzere tüketicilerin bilinçlendirilmesi vb. uygulamaların ivedilikle yaşama geçirilmesi gerektiğini düşündükleri saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Eczacılık, Serbest Eczane, Eczane Yönetimi, Ekonomi

Bülent Kiran, Elif Gizem Karaca
Ege Üniversitesi, Eczacılık Fakültesi, Eczacılık İşletmeciliği Anabilim Dalı,
İzmir, Türkiye

Duygu Ülkar
T.C. Sağlık Bakanlığı Balıkesir Bandırma Devlet Hastanesi, Balıkesir, Türkiye

Corresponding Author:

Bülent Kiran
e-mail: kiran.bulent@gmail.com

Submitted / Gönderilme: 13.03.2017 Revised / Düzeltme: 22.05.2017
Accepted / Kabul: 29.05.2017

How to cite this article: Kiran B, Karaca EG, Ülkar D. Serbest eczane ekonomilerine etkili dışsal faktörlerin etki düzeyleri hakkında eczacı görüşleri. Marmara Pharm J 2017; 21 (4): 1015-1023

1. Giriş

Serbest Eczane Ekonomilerine Etkili Dış Faktörler

AB (Avrupa Birliği) ve Dünya Sağlık Teşkilatı (DSÖ) sağlık politikalarına uyum amacıyla başlatılan “Sağlıkta Dönüşüm Projesi” kapsamında; ülkemizdeki ulusal ilaç, eczacılık, sağlık hizmetlerine dair yasal düzenlemeler hızla değişmektedir (1). Yeni yasal düzenlemeler, eczacılık meslek uygulamalarında önemli değişimlere ve sonuçlara yol açmaktadır. Sağlık hizmetlerinin özel sağlık kuruluşlarından, ilaçların da serbest eczanelerden satın alınmasına yönelik düzenlemelerle birlikte, eczane ekonomilerini doğrudan etkileyen bir dizi uygulamalar peşi sıra yürürlüğe girmiştir. Bunlardan biri, 2004 yılında yürürlüğe giren ve Avrupa Birliği (AB) ülkeleri arasından Sağlık Bakanlığı’nca belirlenen 5 ülkeden, fiyatı belirlenecek ürünün en ucuz olduğu 2 ülkedeki ürün

fiyatları referans alınarak ilaç fiyatlarının belirlendiği ve ilaç harcamalarının bütçe yükünün azaltılmasına yönelik olan “referans fiyat” uygulamasını esas alan “İlaç Fiyat Kararnamesi”dir. (2, 3). Bu kararnameyle ilaç fiyatlarının 2004 ile 2009 yılları arasında 572 kez düşürülmesi sonucu, eczanelerde önemli stok zararları oluşmuştur. Öte yandan, 2005 Mali Yılı Bütçe Uygulama Talimatı ile yürürlüğe giren ilaç giderlerini azaltmaya ve tasarrufa yönelik bir diğer uygulama ise, “Kamu Kurum İskontosu (KKİ)” olarak nitelendirilen; “sözleşmeli eczaneler tarafından Sosyal Güvenlik Kurumuna (SGK) fatura edilen ilaçlarda, eczacı iskontosuna ek olarak perakende satış fiyatı üzerinden belirlenen oranda indirim yapılmasına” yönelik düzenlemedir (4, 5). Ve yıllar içinde arttırılan KKİ ile eczane ekonomilerinde önemli kayıplar olmuştur. Ayrıca, 2009 yılında yürürlüğe giren ve 2009-2013 yılları arasında kamu ilaç harcamalarını 15-16 milyar TL’ye sabitleyerek sosyal güvenlik açıklarını azaltmaya yönelik “Global Bütçe Uygulaması” olarak tanımlanan bir diğer tasarruf amaçlı uygulama da ilaç piyasasında daralmaya neden olarak serbest eczane ekonomilerini olumsuz yönde etkilemiştir (5, 6).

Sağlık hizmetleri maliyetlerinin düşürülmesine ve tasarrufa yönelik olarak devlet tarafından yapılan tüm bu yasal düzenlemeler, süreç içerisinde eczacı kârlılığında ciddi düşüslere ve eczane ekonomilerinde bozulmalara neden olmaya devam etmektedir (7). Buna karşın, son 10 yılda tüketici fiyat endeksi her yıl ortalama %8,09 oranında artış göstermiş, bu durum ise serbest eczane işletme giderlerinin (kira, personel maaşları, elektrik, su vb. gibi) sürekli olarak artmasına neden olmuştur (8). Eczacılar bu koşullar altında eczane işletmelerinin yaşamını sürdürebilmesi için yeni stratejiler geliştirmeye çalışmaktadır. Bunlardan biri eczanelerdeki ürün çeşitliliğinin artırılmasına yönelik çalışmalardır. Ancak, ilaç dışı birçok sağlık ürününün eczane dışında da serbestçe satılabilmesi nedeniyle, eczacılar; aktar, dermakozmetik ve parfümeri, itriyat satıcıları, gıda takviyesi satıcıları, tıbbi malzeme ve medikal satıcıları, süper marketler gibi serbest eczanelerin ürün yelpazesinde yer alan pek çok sağlık ürününün satıcısı konumunda olan ve bu konularda herhangi bir eğitimi olmayan diğer benzer ürün satıcıları ile haksız bir rekabet içine sürüklenmektedir (9).

Serbest eczane ekonomilerine olumsuz etki eden dışsal faktörler; eczanelerin yalnızca, benzer ürün satıcılarıyla yaşadıkları haksız rekabet sorunları ve hızla değişen sağlık, ilaç ve eczacılık politikaları sebebiyle bozulan eczane ekonomilerinden ibaret değildir. Ayrıca, nüfusun giderek değişen yaş, cinsiyet, gelir dağılımı, eğitim düzeyi, ülke içi göçlerle birlikte, komşu ülkelerden savaş sebebiyle yaşanan

ek göçlerle artan kentleşme vb. özellikler yansıra, günümüzde yaygın olarak kullanılan sosyal, yazılı, görsel medya ve internet ile ilaç ve sağlık bilgilerine ve ürünlerine kolaylıkla erişimin sağlanabilmesi, algı yönetimi yapan reklamların artması, toplumun ilaç ve sağlık ürünleri kullanma alışkanlıklarına, dolayısıyla da serbest eczane ekonomilerine ve uygulamalarına etki eden önemli faktörler olarak ortaya çıkmaktadır (10-13).

Bu nedenle, serbest eczane ekonomilerine etkili dışsal faktörlerin ve etki düzeylerinin belirlenmesi, eczane işletmelerinin ekonomik olarak yaşamını sürdürebilmesinde doğru stratejik yöntemlerin geliştirilebilmesi adına önem taşımaktadır.

2. Gereç ve Yöntem

Bu çalışmada, serbest eczane ekonomilerine etki eden dışsal faktörler olarak; aktarlar, dermakozmetik satıcıları, marketler, internet üzerinden satış yapan satıcılar, Tv programları, tüketicilerin özellikleri (gelir, eğitim), medya, reklamlar, eczanenin lokasyonu, sağlık ilaç ve eczacılık politikaları, SGK ve sağlık politikaları “dışsal faktör” olarak ele alınmıştır. Araştırma, bu faktörlerin, serbest eczane ekonomilerine etki düzeyleri hakkındaki eczacı görüşlerini saptamak amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Araştırma, İzmir ili merkez ilçeleri sınırları içinde faaliyet gösteren eczanelerden rastgele örnekleme yöntemiyle seçilen ve çalışmaya katılmayı kabul eden 131 serbest eczane ile gerçekleştirilmiş, kesitsel ve tanımlayıcı nitelikte bir araştırmadır. Anketler, 27 Şubat- 2 Haziran 2015 tarihleri arasında, eczacılarla yüz yüze görüşme yapılarak gerçekleştirilmiştir.

Veri toplama aracı olarak, gerekli literatür taraması ve pilot çalışma ardından geliştirilen ve 30 sorudan oluşan anket formu kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 18 Paket Programı kullanılarak frekans, yüzde dağılım ve ki-kare testi ile değerlendirilmiştir.

3. Bulgular ve Tartışma

Anketimize katılan serbest eczacıların %58’i kadın, %41,2’si erkektir. Yaş ortalamaları 45,73 olan eczacıların, yaklaşık olarak dörtte üçü (%74,8) 10 yıldan uzun bir süredir serbest eczacılık yapmaktadır. Araştırmanın yürütüldüğü eczanelerin %29,8’i hastane civarı, %36,6’sı cadde üzeri, %14,5’i ASM civarı lokasyonda yer alırken, %14,5’i de semt eczanesi niteliğindedir (Tablo 1).

Tablo 1. Eczacıların serbest eczacılıktaki hizmet yılı ve eczanelerinin lokasyonu

Eczacı ve Eczane Özellikleri	n=131	Yüzde (%)
Hizmet Yılı		
1-10 yıl	33	25,2
11-20 yıl	51	38,9
21-30 yıl	27	20,6
30 yıl ve üzeri	20	15,3
Lokasyon		
Çarşı/Cadde Üstü	48	36,6
Hastane Civarı	39	29,8
ASM* Civarı	19	14,5
Sokak içi/Semt	19	14,5
Diğer	5	3,8
Belirlenemeyen	1	0,8

*ASM: Aile Sağlığı Merkezi

Araştırmanın yürütüldüğü eczanelerin büyük çoğunluğunun (%82,4) en önemli ürün alıcısının SGK olduğu, %74,8’inde ağırlıklı olarak ilaç satışı gerçekleşirken, %20,6’sında ise ilaç ve ilaç dışı ürünlerin satışlarının eşit düzeyde olduğu saptanmıştır. Bu doğrultuda eczacıların en önemli ürün alıcıları ile eczanede en çok satışı gerçekleştirilen ürün grupları arasındaki fark incelenmiş ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. ($\chi^2=47,446$ $p=0,0001$). Eczanesinde en çok ilaç grubu ürünlerin satışını gerçekleştirdiğini belirten eczacılar (%95,9) en önemli ürün alıcılarının SGK olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca, eczane lokasyonları ile eczanede en çok satışı gerçekleştirilen ürün grupları arasındaki fark incelenmiş ve bu gruplar arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. ($\chi^2=21,586$ $p=0,04$) Hastane karşısındaki eczanelerde (%89,7) en çok ilaç satışı gerçekleştiği belirlenmiştir. Öte yandan eczanelerin %84,7’sinin en önemli gelir kaynağı reçeteli ilaç satışları iken, eczanelerin yaklaşık olarak yarısının ise ilaç dışı ürün satışlarından elde ettikleri toplam payın yıllık cirolarının %20-50’sine tekabül ettiği belirlenmiştir (Tablo 2).

2007 yılında, Türk Eczacıları Birliği tarafından yürütülen bir çalışmada da eczacıların en önemli gelir kaynaklarının resmi kurumlarla yapılan anlaşmalar sonucunda elde edilen gelirler olduğu bildirilmektedir (14). Ancak yine aynı çalışmada, ilaç dışı ürünlerin birçok eczane açısından önemli bir gelir kalemi olmadığı eczanelerin yaklaşık olarak %60’ında ilaç dışı ürünlerden elde edilen gelirin toplam cironun %10’undan azını oluşturduğu saptanmıştır (14). 2007 yılındaki çalışmaya göre günümüzde, ilaç dışı ürünlerin satış gelirlerinin eczane cirolarındaki payının giderek artmakta olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumun hızla değişen ilaç ve sağlık politikaları ve eczacı karlılığının azalması

sonucu eczacıların gelirlerini arttırabilmek ve işletmelerini ayakta tutabilmek amacıyla uyguladıkları ilaç dışı sağlık ürünleri çeşitliliğini artırma stratejilerinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Tablo 2. Eczane ekonomilerini etkileyen önemli faktörlerin dağılımı

	n=131	Yüzde (%)
Eczanelerin En Fazla Satış Yaptıkları Ürün Gruplarına Göre Dağılımı		
İlaç satışı	98	74,8
İlaç dışı ürün satışı	6	4,6
Her ikisi de eşit	27	20,6
Eczanelerin En Önemli Ürün Alıcıları		
SGK	108	82,4
Elden satış	20	15,3
Diğer	3	2,3
Eczanelerin En Önemli Gelir Kaynakları		
Reçeteli ilaç satışı gelirleri	111	84,7
Reçetesiz ilaç OTC* satışı gelirleri	8	6,1
İlaç dışı ürünlerin satış gelirleri (dermokozmetik, ıtriya vb.)	10	7,6
Medikal-tıbbi malzeme satışı gelirleri	2	1,5
İlaç Dışı Ürün Satışlarının Yıllık Cirodaki Yüzde Dağılımı		
< %10	23	17,6
%10-19	27	20,6
% 20-29	35	26,7
%30-50	30	22,9
> % 50	15	11,5
Belirlenemeyen	1	0,8

*OTC: Over The Counter (Reçetesiz satılabilen ilaçlar)

Tablo 3. Reçetesiz ürün satışlarına etki eden dışsal faktörler

	n=131	Yüzde (%)
Reçetesiz Ürün Satışlarına Etki Eden Dışsal Faktörler		
Benzer Ürün Satıcıları	10	7,6
Medya	15	11,5
Reklamlar	51	38,9
Tüketici Özellikleri	44	33,6
Diğer	8	6,1
Belirlenemeyen	3	2,3
Medya Aracılığıyla Reçetesiz Ürün Reklamı Yapılmasını Doğru Buluyor Musunuz?		
Evet	57	43,5
Hayır	74	56,5

Reçetesiz ürün satışlarında en etkili dışsal faktörlerin; “reklamlar” (%38,9) , tüketici özellikleri (%33,6), medya (%11,5) olduğu saptanmıştır. Reçetesiz ürün satışlarına daha az düzeyde etkili faktörlerin ise “benzer ürün satıcıları (aktar, kozmetik satıcıları, market, internet)” (%7,6) ve “diğer faktörler (tanıdık tavsiyesi, doktor tavsiyesi vb.)” (%6,1) olduğu saptanmıştır. (Tablo 3)

2015 yılında, Slovakya’da tüketiciler üzerinde yürütülen bir çalışmada da katılımcıların yarısından fazlasının OTC ve gıda takviyesi satın alırken medyada yer alan reklamlardan etkilendiği belirlenmiştir (15). 2011 yılında İstanbul’da gerçekleştirilen ve üniversite öğrencilerinin ilaç/tıbbi ürün kullanımına yönelik tutumlarının değerlendirildiği bir diğer çalışmada ise öğrencilerin reçetesiz ilaç/tıbbi ürün alırken reklamlardan etkilenme oranı %11,4 olarak bulunmuştur (11). Literatür incelendiğinde, tüketicilerin alışveriş esnasında plansız satın alma davranışlarının oldukça yüksek olduğu gözlenmektedir (16-18). Reklam gibi teşvik edici faaliyetlerin kişilerin karar verme sürecini etkilediği ve insanları belirli mal veya hizmetleri satın almaya ikna etmede önemli bir araç olduğu bilinmektedir (19).

Ancak, araştırmaya katılan eczacıların yarısından fazlasının (%56,5) medya aracılığıyla hastalara doğrudan reçetesiz ilaç ve tıbbi ürün reklamı yapılmasını doğru bulmadığı da belirlenmiştir. (Tablo 3) 2013 yılında Ankara’da yapılan bir çalışmada da benzer sonuçlar elde edilmiş, eczacıların %57,1’i direkt tüketiciye reçetesiz ilaç reklamı yapılmasını doğru bulmadığını, %63,4’ü de bu tarz reklamların bilinçsiz ilaç tüketimini artırabileceğini, önemli sağlık sorunlarına

ve yaşam kayıplarına yol açabileceğini belirtmiştir (20). 2012 yılında Ohio’da yapılan bir araştırmada ise eczacıların yarısından fazlasının direkt tüketiciye yönelik OTC reklamlarının hastaları gereksiz ilaç alımına yönelttiğini ve hastaların reklamını daha fazla gördükleri ilaçları tercih etme eğiliminde olduklarını gözlemledikleri saptanmıştır (21). 2012 yılında İstanbul’da serbest eczacılar, ilaç firmasında çalışan eczacılar ve hekimlerle gerçekleştirilen bir odak grup görüşmesinde ise katılımcıların çoğu direkt tüketiciye yönelik ilaç reklamlarının hasta ve insan haklarına zarar verebileceğini savundukları belirlenmiştir (22).

Araştırmamızda reçetesiz ürün satışlarına etki eden en önemli ikinci dışsal faktörün “Tüketici Özellikleri” (%33,6) olduğu saptanmıştır. Bilindiği gibi tüketici davranışlarını ve satın alma kararlarını etkileyen pek çok faktör bulunmaktadır. Bunlar; kültürel (alt kültür, sosyal sınıf), sosyal (aile, meslek, statü), kişisel (yaş, yaşam dönemleri, yaşam tarzı, ekonomik durum), psikolojik (ihtiyaçlar, güdüler, algılar tutumlar, değer yargıları) özellikler olarak sınıflandırılabilir (23, 24).

Öte yandan, araştırmaya katılan eczacıların, eczane ekonomilerine etkili dışsal faktörlerden “medya, tv programları, internet ve tüketici davranışları” hakkındaki görüşlerinin dağılımı Tablo 4’te görülmektedir. Buna göre, eczacıların tamamına yakını (%97) ilaçtan kazanç azalmasına bağlı olarak eczanelerde kazancı daha fazla olan ilaç dışı ürünlere yönelimin artmasının sonucunda, dışsal faktörlerin serbest eczacılığa olan etkilerinin arttığını düşünmektedir. Ayrıca, eczacıların %88,6’sı gibi önemli çoğunluğu TV

Tablo 4. Eczane ekonomilerine etkili dışsal faktörlerden “Medya, TV Programları, İnternet Ve Tüketici Davranışları” hakkındaki eczacı görüşlerinin dağılımı

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Belirlenmeyen
İlaçtan kazanç azalınca, karı daha fazla olan ilaç dışı ürünlere yönelimin artması sonucunda, dışsal faktörlerin serbest eczacılığa olan etkilerinin arttığını düşünüyorum	96 (%73,3)	31 (%23,7)	4 (%3)	-	-	-
Medyanın tüketici/hasta davranışlarını kuvvetle etkilediğini düşünüyorum	69 (%52,7)	47 (%35,9)	3 (%2,3)	11 (%8,4)	-	1 (%0,8)
TV programları, medya ve marketlerdeki pazarlama faaliyetleri ile tüketicilerde eczanede satılan ürün pahalıdır imajı yaratıldığını düşünüyorum	41 (%31,3)	46 (%35,1)	8 (%6,1)	27 (%20,6)	8 (%6,1)	1 (%0,8)
İnternet üzerinden satılan ilaç ve ilaç dışı ürünlerin eczanemin satışını etkilediğini düşünüyorum	70 (%53,4)	46 (%35,1)	3 (%2,3)	8 (%6,1)	2 (%1,5)	2 (%1,5)
İnternet yoluyla ilaç veya ilaç dışı ürün alınmasının tüketicinin gelir ve eğitim düzeyiyle ilgili olduğunu düşünüyorum	34 (%26)	53 (%40,5)	5 (%3,8)	28 (%21,4)	10 (%7,6)	1 (%0,8)

programları ve medyanın tüketici davranışlarını etkilediğini ve %66,4'ü ise TV programları, medya ve marketlerdeki pazarlama faaliyetleri ile toplum üzerinde eczanede satılan ürünlerin pahalı olduğu imajı yaratıldığını düşünmektedir. Yine, eczacıların çoğu (%88,5) internet üzerinden satılan ilaç ve ilaç dışı ürünlerin kendi eczanesinin satışını olumsuz etkilediğini düşünmektedir (Tablo 4). Nitekim, Konya'da eczanelerin hizmet kalitesi ve hasta beklentileriyle ilgili yapılan bir araştırmada da halkın ilaç dışı ürünleri, ürün çeşitliliği, kampanya ve indirimler, ürün karşılaştırma olanağı olması, mesai saatlerinin esnek olması, diğer alışverişleriyle birlikte AVM (Alışveriş Merkezi) içinden alım yapabilmeleri, eczanede satış baskısıyla karşılaşmaları gibi sebeplerle, eczane dışından temin etmeyi seçtikleri gösterilmiştir (13).

Diğer taraftan, araştırmaya katılan eczacıların yaklaşık olarak yarısının (%48,9) benzer ürün satışı yapan diğer satıcılarla rekabet etmeye çalıştığı ve bu eczacıların (%67,2)'sinin rekabet yöntemi olarak tüketicilere bizzat danışmanlık hizmeti sunarak eczanelerini tercih etmelerini sağladıkları saptanmıştır (Tablo 5). Ancak, reklam araçlarıyla rekabette eczacıların yasal açıdan benzer ürün satıcılarına göre dezavantajlı olduğu anlaşılmaktadır. Zira, benzer ürün satıcılarının sıklıkla başvurduğu bir satış fonksiyonu olan afiş ve reklam uygulamasının eczanelerde

kullanımı, Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmelik ve bu yönetmeliğin 50. Maddesine göre hazırlanan İyi Eczacılık Uygulamaları Kılavuzu'nda yer alan "Eczane vitrinlerine reklam asılamaz, promosyon amaçlı ilaç satışı yapılamaz." ibaresi ile yasaklanmıştır (25). Bu durumda, gerek kozmetik ve dermakozmetikler, gerekse bitkisel preparatlar ve gıda takviyeleri konularında lisans eğitimi almış tek meslek grubu olan eczacılara, ilan ve reklam konusunda bu kadar sıkı yaptırımlar uygulanırken, bu konularda eğitimi olmayan benzer ürün satıcılarının, hiç denetlenmiyor oluşunun da eczaneler aleyhine haksız rekabet yaratan bir uygulama olduğu düşünülmektedir.

Diğer yandan, benzer ürün satıcıları başlığı altında incelediğimiz ve günümüzde pek çok sektör tarafından pazarlama aktivitelerinin vazgeçilmezi olan internetten yapılan satışlar da eczaneleri zor durumda bırakan bir başka etkidir (26). Son yıllardaki yeni yasal düzenlemelerle eczane eczacıları ve eczaneler adına internet sitesi ve sosyal medya hesabı açılması yasaklanmış, eczacıların internet veya başka herhangi bir elektronik ortamda satış yapamayacağı belirtilmişken, eczacılıkla hiç ilgisi olmayan pek çok kişi eczanede satılan ve tedavi endikasyonu olan ürün gruplarının internet üzerinden satış ve pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirebilmektedir (26, 27). Araştırmamıza katılan eczacıların %88,5'i de internet üzerinden satılan ilaç ve ilaç dışı ürünlerin eczanelerinin satışını etkilediğini düşünmektedir. (Tablo 4). Bu durumun gerek eczacılık mesleği, gerekse toplum sağlığı açısından tehlike arz ettiği düşünülmektedir. 2014 yılında, Avustralya'da yapılan bir çalışmada internet üzerinden satışı gerçekleştirilen 121 bitkisel ilacın 22'sinin ruhsatsız olduğu geri kalan 99 tanesinden 59'unun ise içerdiği etken madde miktar ve konsantrasyonlarının ruhsatında belirtilenle aynı oranda olmadığı görülmüştür (28). Ayrıca, Türk Eczacıları Birliği'nin 2016 yılında yaptığı bir basın açıklamasında da internetten temin edilen her 10 ilahtan 8'inin sahte olduğu ve bu durumun insan sağlığını ve yaşamını tehdit ettiği belirtilmiştir (29). Bu bağlamda, Türk Eczacıları Birliği gerek internetten satın alınan sahte ilaçların kullanımına bağlı ölümleri, gerekse internet üzerinden ilaç satışının artışını engellemek adına internetten ilaç satışı yapan sitelere yönelik bir ihbar hattı oluşturmuştur (29). Bu ihbar hattının internet üzerinden ilaç satışını engellemek adına gerekli ancak yeterli bir uygulama olmadığı, bu konuda gerekli yasal düzenlemelerin kamu otoritesi tarafından yapılarak internet üzerinden ilaç satışı yapan sitelere yaptırımı ağır, caydırıcı cezalar uygulanması gerektiği düşünülmektedir.

Tablo 5. Eczacıların benzer ürün satıcılarıyla rekabet etme durumu

	n=131	Yüzde (%)
Evet Benzer Ürün Satıcılarıyla Rekabet Etmeye Çalışıyorum	n=64	48,9
Tüketicilere bizzat danışmanlık yaparak eczanemi tercih etmelerini sağlıyorum	43	67,2
Eczane içinde pazarlama-reklam ve tanıtıma ağırlık veriyorum	13	20,3
Pazarlama yöntemleri kullanıyorum	5	7,8
Diğer	3	4,7
Hayır Benzer Ürün Satıcılarıyla Rekabet Etmeye Çalışmıyorum	n=66	50,4
Rekabete değer bulmuyorum	31	47
Rekabet edebileceğimi düşünmüyorum	14	21,2
Çevremde rekabet edebileceğim benzer ürün satıcısı yok	8	12,1
İlaç dışı ürün satışı yok	5	7,6
Belirlenemeyen	2	3
Diğer	6	9,1
Belirlenemeyen	n=1	0,7

Tablo 6. Eczacıların reçeteli ilaç satışlarına etki eden dışsal faktörler hakkındaki görüşleri

	N=131	Yüzde (%)
Devlet Politikaları ve SGK Yaptırımları	126	96,2
Tüketici Özellikleri	3	2,3
Belirlenemeyen	2	1,5

Araştırmaya katılan eczacıların tamamına yakınının (%96,2), reçeteli ilaç satışlarına etki eden en önemli dışsal faktörün devlet politikaları (sağlık, ilaç ve eczacılık uygulamaları) ve SGK yaptırımları olduğunu düşündükleri anlaşılmıştır (Tablo 6). Eczacıların devlet politikaları ve SGK yaptırımlarından bu denli etkilenmelerinin temelinde en büyük gelir kaynaklarının reçeteli ilaçlar olması ve eczanelerin %82,4'ünün en önemli ilaç alıcısının SGK olmasının etkili olduğu düşünülmektedir. Nitekim bazı araştırmalarda, SGK protokolünden kaynaklanan uygulamaların, eczane ekonomilerini ve serbest eczacılarla hastaların iletişimini, eczacıların ilaç danışmanlığı ve 'İyi Eczacılık Uygulamaları' kapsamında farmasötik bakım verme niteliğini olumsuz etkilediği gösterilmiştir (30).

Araştırmaya katılan eczacıların devlet politikaları ve SGK yaptırımları nedeniyle karşılaştıkları en önemli 4 sorunu saptamak amacıyla uygulanan 5'li likert ölçek sonuçları Tablo 7'de görülmektedir.

Buna göre, araştırmaya katılan eczacıların büyük çoğunluğunun (%95,4) sağlık, ilaç ve eczacılık politikalarının serbest eczacılığın seçeneklerini kısıtladığını ve olumsuz etkilediğini düşündüğü, sağlık politikaları ve geri ödeme

uygulamalarının sık değişmesi nedeniyle işlerini yaparken zorlandıkları (%84), SGK provizyon sisteminin çok sık kullanım dışı kaldığını (%67,1) ve geri ödemeye ilişkin çok sayıda, zaman kaybına neden olan işlemlerle uğraştıkları (%62,6) saptanmıştır (Tablo 7). Nitekim, araştırma bulgularımızı destekleyen bir başka çalışma 2003 yılında Ankara'da yapılan bir araştırmada ortaya çıkmış ve eczacılık mesleğinin en önemli sorununun "problemlerle geri ödemeler" olduğu saptanmıştır (31). Türkiye'deki serbest eczacıların sorunlarının saptanması amacıyla yürütülen bir diğer çalışmada da, eczacılık hizmetleri esnasında en çok karşılaşılan sorunların sağlık politika ve uygulamaları ile geri ödeme kurallarının sık değişmesinden kaynaklandığı belirlenmiştir (32). 2005 yılında Edremit'te yürütülen bir başka çalışmada ise eczacıların büyük çoğunluğu anlaşmalı olduğu sağlık kurum ve kuruluşları ile olan ilişkilerinde ve geri ödeme uygulamalarında sorunlarla karşılaştığını belirtmiş, bu durumun serbest eczacılar için önemli stres kaynaklarından biri olduğu gözlenmiştir (33).

Araştırmaya katılan eczacıların tamamına yakını (%97) ilaçtan elde ettikleri kazancın azalması sonucunda karı daha fazla olan ilaç dışı ürünlere yönelmelerinin dışsal faktörlerin serbest eczacılığa etki düzeyini arttırdığını düşünmektedir (Tablo 4). Serbest eczacılık uygulamalarına etki eden dışsal faktörlerin etki düzeylerini azaltılabilmesi için araştırmaya katılan eczacıların büyük çoğunluğu siyaset ve politikaların serbest eczane ekonomisi ve uygulamalarını destekleyecek şekilde düzenlenmesi gerektiğini düşündükleri (%88,5) ve toplum sağlığına etkili ürünlerin satışının kontrol altında tutabilmesi için eczane dışı satışlarının önlenmesini ve bu ürünlerin sadece eczanede satılabilmesini sağlayacak düzenlemelerin gerçekleştirilmesini (%87,8) ve tüketicilerin

Tablo 7. Devlet politikaları ve SGK yaptırımlarının serbest eczane uygulamalarına etkileri

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Belirlenmeyen
Sağlık, ilaç ve eczacılık politikalarının serbest eczacılığın seçeneklerini kısıtladığını ve olumsuz etkilediğini düşünüyorum	101 (%77,1)	24 (%18,3)	3 (%2,3)	3 (%2,3)	-	-
Sağlık Politikalarının ve geri ödeme uygulamalarının sık değişmesi nedeniyle işimi yaparken sorunlarla karşılaşıyorum	57 (%43,5)	53 (%40,5)	3 (%2,3)	17 (%13)	1 (%0,8)	-
Geri ödemeye ilişkin çok sayıda, zaman kaybına neden olan işlemlerle uğraşıyorum	32 (%24,4)	50 (%38,2)	5 (%3,8)	36 (%27,5)	8 (%6,1)	-
SGK Provizyon Sistemi çok sık kullanım dışı kalıyor	21 (%16)	67 (%51,1)	9 (%6,9)	28 (%21,4)	6 (%4,6)	-
Eczaneye destek (politikalar ve siyaset) ne yönden olursa olsun dışsal faktörlerden etkilenme düzeyinin tüketicinin özelliğine göre (eğitim düzeyi, gelir düzeyi) değişeceğini düşünüyorum.	46 (%35,1)	59 (%45)	1 (%0,8)	18 (%13,7)	6 (%4,6)	1 (%0,8)

bilinçlendirilerek (%70,2) ilaç dışı ürünlerin reklamlarının eczaneler tarafından da yapılabilmesini istedikleri (%60,3) anlaşılmaktadır (Tablo 8).

Tablo 8. Dışsal faktörlerin eczane ekonomilerine etki düzeylerini azaltabilecek yöntemler hakkında eczacı görüşleri

	N=442*	%
Tüketiciler bilinçlendirilmeli	92	70,2
Serbest eczanede satılan ürünlerin sınırları belirlenmeli ve sadece eczanede satılabilmeli	115	87,8
Serbest eczanelerde ilaç dışı ürünlerin reklamı yapılabilmeli	79	60,3
Siyaset ve politikalar serbest eczane ekonomisi ve uygulamalarını desteklemeli	116	88,5
Lisans eğitiminde branşlaşma gerçekleştirilmeli, bu branşlardan serbest eczacılığı seçenler eczane açabilmeli	39	29,8
Diğer	1	0,8

*Araştırmaya katılan 131 eczacı birden fazla yanıt vermiştir.

4. Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada, eczanelerin çoğunluğunun (%82,4) en önemli ürün alıcısının SGK olduğu ve gelirlerini ağırlıklı olarak ilaç satışından (%74,8) sağladıkları, eczane lokasyonları ile eczanede en çok satışı gerçekleştirilen ürün grupları arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu ve hastane karşısındaki eczanelerde (%89,7) en çok ilaç satışını gerçekleştirdiği belirlenmiştir. Ancak, eczacıların tamamına yakınının (%96,2), reçeteli ilaç satışlarına etki eden en önemli dışsal faktörün “devletin sağlık-ilaç politikaları” olduğu ve bu faktörün serbest eczane ekonomilerini olumsuz etkilediğini düşündükleri saptanmıştır.

Eczacıların büyük çoğunluğunun (%95,4), sağlık, ilaç ve eczacılık politikalarının serbest eczacılığın seçeneklerini kısıtladığını ve olumsuz etkilediğini düşündüğü, saptanmıştır. Bunun yanı sıra eczacıların %84’ü geri ödeme uygulamalarının sık değişmesi, %67,1’i SGK provizyon sistemindeki sorunlar %62,6’i, zaman kaybına neden olan geri ödeme işlemleri nedeniyle işlerini yaparken sorun yaşadığını belirtmiştir.

Diğer taraftan *ilaç fiyat kararnamesine bağlı ilaç fiyatlarındaki düşüşler, kamu kurum iskontosu, global bütçe* gibi sağlık, ilaç ve eczacılık politikalarından kaynaklanan uygulamaların ilaçtan elde edilen kazancı azaltması sonucunda, eczacılar ilaç dışı ürün satışlarına yönelmiştir. Nitekim eczanelerin yaklaşık olarak yarısının, ilaç dışı ürün satışlarından elde ettikleri toplam payın, yıllık cirolarının %20-50’sine ulaştığı, belirlenmiştir. Fakat, eczacıların neredeyse tamamı ilaçtan elde edilen kazancın azalması sonucu ilaç dışı ürünlere yönelmenin

dışsal faktörlerin serbest eczacılığa etki düzeylerini arttırdığını düşünmektedir. Ayrıca, eczacıların benzer ürün satışı yapan “aktarlar, dermakozmetik satıcıları, marketler, internet üzerinden satış yapanların, medya araçları, reklamlar, Tv programlarıyla tüketicilerin algısına etki ederek eczanede satılan benzer ürünlerin pahalı olduğu imajı yaratıldığı, toplumu yanlış yönlendirdiklerini, bu dışsal faktörlerin etkisiyle, benzer ürün satıcılarının eczaneler aleyhine haksız rekabet yarattıkları ve serbest eczane ekonomilerine olumsuz etki ettiklerini düşündükleri saptanmıştır.

Serbest eczacılık uygulamalarına etki eden dışsal faktörlerin etki düzeylerinin azaltılabilmesi için araştırmaya katılan eczacıların büyük çoğunluğunun (%88,5) devletin sağlık-ilaç politikalarının serbest eczane ekonomisi ve uygulamalarını destekleyecek şekilde düzenlenmesi gerektiğini ve toplum sağlığına etkili ürünlerin satışının kontrol altında tutabilmesi için eczane dışı satışlarının önlenmesini ve bu ürünlerin sadece eczanede satılabilmesini sağlayacak düzenlemelerin gerçekleştirilmesini (%87,8) ve tüketicilerin bilinçlendirilerek (%70,2) ilaç dışı ürünlerin tanıtımlarının eczaneler tarafından yapılabilmesini (%60,3) sağlayacak düzenlemelerin yapılması gerektiğini düşündükleri saptanmıştır.

2004 yılında yürürlüğe giren “*ilaç fiyat kararnamesi*” (referans fiyat) ile son on yılda ilaç fiyatlarında 648 kez indirim yapılmış ve eczanelerde önemli stok zararları oluşmuştur. 2005 Mali Yılı Bütçe Uygulama Talimatı ile yürürlüğe giren ve her yıl arttırılan “Kamu Kurum Iskontosu” ile 2009 yılında yürürlüğe giren ve kamu ilaç harcamalarını belirli bir limitle sınırlandıran “Global Bütçe” uygulamalarıyla eczanelerin ilaç gelirleri önemli ölçüde azalmıştır. Buna karşın eczane işletme giderleri (kira, personel maaşları gibi) ise her yıl artan enflasyona bağlı olarak giderek arttığından, eczanelerin reel gelirlerinde büyük kayıplar olmuştur.

Gerek toplum sağlığının korunması ve yükseltilmesi, gerekse eczane ekonomilerinin düzeltilebilmesi için;

- Eczacılar danışmanlık hizmetleri için meslek hakkı ödenmesi,
- İlaç endüstrisi tarafından kaldırılan ticari iskontoların yeniden uygulanması,
- SGK protokolündeki eczacı indirimlerinin sıfırlanması
- Kamu Kurumu Iskontolarının eczanelerden değil, SGK tarafından doğrudan kaynağından (İlaç sanayii) tahsil edilmesine yönelik düzenleme yapılması,
- Muayene ücretlerinin hastanelerden tahsil edilmesi,
- İnternet üzerinden sağlık ürünleri satışının engellenmesi,
- Gıda takviyeleri ve bitkisel ürünlerin Sağlık Bakanlığından ruhsatlandırılması ve sadece eczanelerde satılabilir ürünler kapsamına alınmasının ivedilikle yapılması gereken düzenlemeler olduğu düşünülmektedir.

Opinions of Pharmacists' on Effect Levels of External Factors on Community Pharmacy Economies

Abstract

Recently, new regulations were implemented to comply with health policies of European Union and World Health Organization, and to reduce health care cost in our country. These regulations were affected negatively pharmacy economies. Pharmacists had to struggle with numerous external factors to sustain their businesses.

This study was conducted by face-to-face survey of 30 questions to 131 volunteer pharmacies in Izmir to identify pharmacists' opinions about effect levels of external factors on community pharmacy economies such as similar product sellers, media, consumer features, Social Security Institution and government policies. Data were evaluated by frequency, percentage distribution and chi-square test using SPSS18 Package Program. According to pharmacists, the most important buyer is Social Security Institution(82.4%) and the most important external

factor affecting sale of prescription drugs is health and drug policies(96.2%). However, nearly all pharmacists(97%) think that there is an increase for non-pharmaceutical products in the last few years due to decreased gain from drugs. Thus, it was increased the level of being affected of pharmacy economies by external factors. Advertisements(38.9%) and consumer features(33.6%) were identified as major external factors that affect sale of over-the-counter products.

It was identified that 88.5% of pharmacists think that it is necessary to make regulations to support community pharmacy economies in health-drug policies by government for contribution of pharmacists to community health by reducing these external factors. Therefore, practices such as selling effective products for community health only at pharmacies and awareness of consumers, etc. should be implemented immediately.

Keywords: Pharmacy, Community Pharmacy, Pharmacy Administration, Economics

Kaynaklar:

1. Keyder Ç, Üstündağ N, Ağartan T, Yoltar Ç. Avrupada ve Türkiye'de Sağlık Politikaları. İletişim Yayınevi, İstanbul, Türkiye. 2007, pp 7-13.
2. Yalçın Balçık P, Karsavuran S. Dünya'da ve Türkiye'de İlaç Fiyatlandırması. Hacettepe Sağlık İdaresi Derg 2012; 15: 38-67.
3. 14.02.2004 tarih ve 25373 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Beşeri Tıbbi Ürünlerin Fiyatlandırılmasına Dair Karar [http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2004/02/20040214.htm](http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2004/02/20040214.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2004/02/20040214.htm) [Erişim Tarihi: 16.02.2016].
4. 09.02.2005 tarih 25722 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 2005 Mali Yılı Bütçe Uygulama Talimatı [http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/02/20050209m1.htm](http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/02/20050209m1.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/02/20050209m1.htm) [Erişim Tarihi: 16.02.2016].
5. Usta S. Eczane Ekonomilerine Güncel Bakış. 13.Türkiye Eczacılık Kongresi, Bildiri Özeti, s.24-25.
6. Akyürek EÇ. Sağlıkta bir geri ödeme yöntemi olarak global bütçe ve Türkiye. Sosyal Güvenlik Derg 2012;2:124-53.
7. Bayraç ZB. Yüksek Lisans Tezi. Türkiye'de İlaç Pazarının Gelişimi Ve Karaman İli Örneği. T.C. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Karaman, Türkiye. 2011, pp.109.
8. Türkiye İstatistik Kurumu İstatistiksel Tablolar ve Dinamik Sorgulama, 2007-2016 Aralık Ayları Tüketici Fiyatları Endeksi http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1014 [Erişim Tarihi: 20.02.2017].
9. Kıran B. Dışsal faktörlerin serbest eczacılıkta yarattığı haksız rekabet ve halk sağlığına etkileri. Denge Derg 2015;43:20-1.
10. Tiğ EÖ, Ayanoglu Dülger G, Hidiroglu S, Toklu HZ. serbest eczacıların elektronik bilgi kaynağı kullanımı. Marmara Pharm J 2012;16:29-35.
11. Demircan D, Çanga B, Gün M, Ünal Ç, Önem İ, Akıcı A. Üniversite öğrencilerinin ilaç/tıbbi ürün kullanımına yönelik tutumlarının değerlendirmesi. Marmara Med J 2010;23: 276-84.
12. Yılmaz M, Güler N, Güler G, Kocataş S. Bir grup kadının ilaç kullanımını ile ilgili bazı davranışları: Akılcı Mı? Cumhuriyet Med J 2011; 33: 266-77.
13. Zerenler M. Konya ilinde faaliyet gösteren eczanelerin algılanan hizmet kalitesi, hasta beklentileri ve sorunların belirlenmesine yönelik araştırma. 5.Bölge Konya Eczacı Odası Yayını, Konya. 2015, pp 14-46.
14. Düşük Cirolu Serbest Eczaneler Araştırması 2007, Türk Eczacıları Birliği Araştırma Dizisi(http://www.e-kutuphane.teb.org.tr/pdf/raporlar/dusuk_cirolu/10.pdf) [Erişim Tarihi: 20.04.2016]
15. Čábyová L, Krajčovič P, Fedorová M. The effect of media channels on sales of over-the-counter drugs and food supplements. EJST 2015;11:239-49.
16. Penpece D. Yüksek Lisans Tezi. Tüketici Davranışlarını Belirleyen Etmenler: Kültürün Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi. T.C. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı, Kahramanmaraş, Türkiye. 2006.
17. Akagün Ergin E, Özdemir Akbay H. Giyim ve gıda ürünleri kategorilerinde tüketicilerin plansız satın alma davranışları üzerine bir araştırma. Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Derg 2011;8:275-92.
18. Okutan S, Bora B, Altunışık R. Keşifsel satın alma eğilimleri ve bu eğilimlerin plansız, kompulsif ve hedonik satın alma tarzlarıyla olan ilişkisinin incelenmesi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Derg 2013;8:117-36.

19. Çelenk F. Çeşitli Mal ve Hizmetlerle İlgili Reklam Yasaklama ve Sınırlamaları http://www.tuketici.gov.tr/source.cms.docs/etuketici.gov.tr.ce/docs/yayinlar/FATIH_CELENK.pdf [Erişim Tarihi: 25.04.2016].
20. Gülpınar G, Özçelikay G. OTC Drug regulations in Turkey: The opinions of community pharmacists and drug industry. *Turk J Pharm Sci* 2015; 12: 267-78.
21. Potnis PS. MSc Thesis. Ohio Pharmacists' Perceptions Of Over-The-Counter Drug Advertising. The University of Toledo in Pharmaceutical Science, Toledo. 2012.
22. Şencan N, Uyar M. Hasta hakları bağlamında direkt tüketiciye ilaç reklamları üzerine kalitatif bir çalışma. *Marmara Pharm J* 2014;18:164-76.
23. Cömert Y, Durmaz Y. Tüketicinin tatmini ile satın alma davranışlarını etkileyen faktörlere bütünlük yaklaşım ve Adıyaman ilinde bir alan çalışması. *J Yaşar Univ* 2006; 1: 351-75.
24. Tüketici Davranış Modelleri. T.C. Milli Eğitim Bakanlığı Aile ve Tüketici Hizmetleri Yayını. Ankara. 2012, pp.17.
25. 12.04.2014 tarih ve 28970 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmelik, İyi Eczacılık Uygulamaları Kılavuzu, <http://www.titck.gov.tr/PortalAdmin/Uploads/UnitPageAttachment/b607e1a453003.pdf> [Erişim Tarihi: 28.04.2016].
26. Özdemir B. Geleceğin Eczanesini Tasarlamak. Elma Yayınevi, Ankara, Türkiye. 2012, p.133.
27. 12.04.2014 tarih ve 28970 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Eczacılar ve Eczaneler Hakkında Yönetmelik <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/04/20140412-14.htm> [Erişim Tarihi: 03.05.2016].
28. Blacksell L, Byard RW. Forensic problems with the composition and content of herbal medicines. *J Forensic Leg Med* 2014; 23:19-21.
29. Kaynak: Türk Eczacıları Birliği 03.03.2016 tarihli basın açıklaması, İnternette Temin Edilen İlaçların Hemen Hemen Hepsini Sahte [Erişim Tarihi: 10.05.2016]. olarak düzeltililecek..
30. Kıran B. Serbest Eczacıların Sosyal Güvenlik Kurumu ile yaptıkları protokollerden kaynaklanan sorunlar. *Türkiye Klinikleri J Med Ethics Law Hist-Special Topics* 2015;1:23-31
31. Altıntaş KH, Çakır B, Temel F. Ankara 9. bölge eczanelerinde çalışan eczacıların bazı mesleki uygulamalarını ve sorunlarını saptama araştırması. *Ankara Ecz Fak Derg* 2004; 33: 11-25.
32. Kocabacak S. Türkiye'de serbest eczanelerin sorunlarına yönelik bir araştırma. *Hacettepe Sağlık İdaresi Derg* 2011;14:95-124.
33. Ercan AA, Şar S. Edremit Körfez bölgesindeki eczane eczacılarının stres kaynakları. *Ankara Ecz Fak Derg* 2004;33: 217-42.