

ANALIZA REȚELEI DE FARMACII FELICIA

JORNEA Elena
MAMALIGA Vasile, conf. univ.

Universitatea Tehnică a Moldovei

Abstract: Rețeaua de farmacii „Felicia” este lider pe piață în domeniul produselor farmaceutice. În decurs de 17 ani de activitate, are în portofoliu său pe lângă medicamente, și cosmetică, revista sa proprie, cele mai mari optici din țară „Felicia Optic Center”, propriile depozite, salonul mamei și a copilului, etc. Fiind o rețea mare se confruntă uneori cu unele riscuri. Una din metodele folosite pentru reducerea unor riscuri este alegerea corectă a personalului din cadrul rețelei.

Cuvinte cheie: rețeaua de farmacii Felicia, market farmaceutic, riscuri, măsuri de minimizare.

Mottou: “Succesul se clădește cu mulți pași mici, nu cu unul mare.”
John Maxwell

În Chișinău ne-am obișnuit să vedem farmacii la fiecare sută de metri și după fiecare colț. Densitatea acestora nu creează probleme, ba chiar este comodă pentru cetățenii care s-au deprins deja să le fie totul la îndemână.

Potrivit Inspectoratului farmaceutic din cadrul Agenției Medicamentului, numai în capitală numărul farmaciilor atinge cifra de 358, dintre care 335 fac parte din diferite rețele. Ponderea celor mai mari farmacii este reprezentată în figura 1.1.

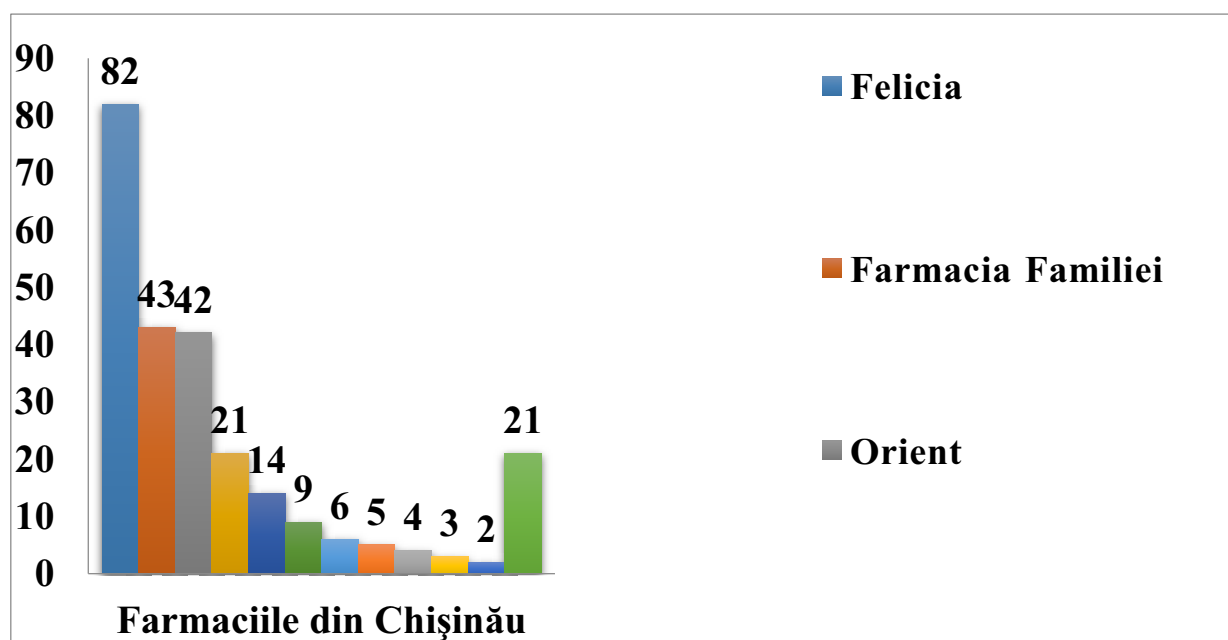


Figura 1.1. Cele mai mari rețele de farmacii din Chișinău

Sursa: elaborat de autor

Ponderea cea mai mare îi aparține rețelei de farmacii Felicia (din latină înseamnă „fericire”), care este prezentă pe întreg teritoriul țării, fiind lider de piață în domeniul produselor farmaceutice.

Prima farmacie „Felicia” a fost deschisă la 23 iulie 1997 la Chișinău de Dorian Berdos. Pe atunci, compania avea doar zece angajați, pentru a ajunge astăzi la un colectiv format din peste 1200 de persoane. „Felicia” rămâne fidelă caracterului fondatorului, de a implementa și a aduce pe piață noi politici și strategii de dezvoltare. „Felicia” a fost mereu cu un pas înainte la capitolul noutăți: prima linie fierbinte farmaceutică,

primul sistem de fidelizare prin carduri, prima revistă de sănătate. Scopul companiei este să își mențină poziția de lider pe piața Moldovei și să ofere clienților lor cele mai bune produse și servicii.

Principalul tip de activitate a rețelei de farmacii Felicia este vânzarea medicamentelor de la diverși producători. Cea mai importantă realizare a fost deschiderea în 2005 a primului market farmaceutic în Moldova cu formă deschisă de vânzare.

La ora actuală, „Felicia” are peste 100 de farmacii în Chișinău și cele mai importante orașe din țară, 15 optici cu cabinet medical, inclusiv unul dintre cele mai mari și dotate centre de optică din țară, „Felicia Optic Center”. Acum câțiva ani, „Felicia” și-a deschis propriile depozite de produse farmaceutice și produse cosmetice, dezvoltând astfel o nouă direcție de activitate și implementând politica sa socială care presupune crearea locurilor noi de muncă. Deschiderea depozitului angro a contribuit la creșterea accesibilității la brandurile cosmetice importate de „Felicia” pentru consumatori.

Astăzi, „Felicia” colaborează cu peste 500 de distribuitori și companii farmaceutice și cosmetice, fiind prima companie locală din domeniul farmaceutic care a creat propriile produse cu marca „Felicia” – termometre, seringi, șervețele umede, trusa mamei și copilului, mini-trusa pentru automobiliști. În Felicia sunt prezente majoritatea brandurilor cu renume existente pe piața națională și internațională. Pe lângă brandurile recunoscute în piața Felicia are în portofoliu și branduri exclusive: „NOREVA, URIAGE, Planter’s”, „Titania”, „Biolane”, „Blanx”, „Bielenda” „Bebble, Maternea” iar în domeniul opticii cu „Cartier, Dior, Gucci, Silhouette”, „Chanel”, „Dolce&Gabbana”, „Tiffany”, HUGO BOSS, Hoya”, și multe altele.

„Felicia” s-a dezvoltat cu succes și în alte domenii. Salonul mamei și copilului din cadrul farmamarketului „Felicia” de pe str. Kiev, 11 își are propria sa identitate și a devenit unul dintre punctele de reper pentru părinți și viitoarele mămică, oferind cumpărătorilor o gamă largă de produse de îngrijire a copiilor, jocuri pentru dezvoltare. Iar odată cu deschiderea, în 2011, a unuia dintre cele mai moderne și mari saloane de optică din Republica Moldova, „Felicia Optic Center”, a crescut valoarea și poziționarea companiei pe piață.

În 2012 Compania Felicia a inaugurat propria Fundație – proiect care în câteva luni de la lansare a reușit să-și aducă contribuția participând, susținând și inițiind un șir de campanii sociale, studențești, astfel promovând modul de viață sănătos.

Strategia de promovare a companiei constă în dezvoltarea continuă și deschiderea noilor farmacii mai aproape de clienți, menținerea servirii clienților la cel mai înalt nivel și aspectului interior și exterior al farmaciilor. Produsele și serviciile companiei se promovează inclusiv prin metode clasice – publicitate la radio și TV, în presa scrisă și internet, dar are și un site nou și deja al 3-lea an editează o revistă proprie de sănătate ce-i poartă numele, oferind sfaturi utile de sănătate și frumusețe, care se distribuie gratuit în toate farmaciile.

Rețeaua are două slogane – „Farmacii. Sănătate. Frumusețe.” și „Avem grijă de sănătatea ta!”, ambele exprimând misiunea, principiile și valorile companiei.

Această rețea de farmacii în activitatea sa se poate confrunta cu unele riscuri cum sunt:

- **Riscuri economice** care sunt: riscul creșterii inflației, riscul amplificării ratei dobânzii la credite, riscul modificării ratei de schimb valutar, riscul investițional.

- **Riscuri financiare** precum: riscul lipsei de lichidități (în cazul neplății sumelor alocate pentru contravaloarea rețetelor compensate și gratuite de către CNAS farmaciilor), riscul neasigurării rentabilității datorită falimentului și amplificării prea mari a cheltuielilor, riscul pierderii proprietății.

- **Riscuri comerciale** ca: riscul de preț, riscul de transport al medicamentelor.

- **Riscurile fabricației** precum: riscul nerealizării calității programate, riscul neobținerii cantității de produse stabilite, riscul neîncadrării în consumurile specifice normate, riscul rebuturilor, riscul accidentelor de muncă, riscul tehnologic invizibil (toxic, chimic etc.). Pentru diminuarea acestor riscuri, managerii apelează la tehnologia de vîrf, organizarea riguroasă a activităților, introducerea sistemelor moderne de asigurare a calității (ISO 9000), control sistematic al proceselor și rezultatelor, etc.

- **Riscurile politice**, cele mai frecvente fiind: riscuri de restrîngere a importurilor și/sau exporturilor, riscul limitării transferului valutar, riscul refuzului admiterii produselor firmei pe teritoriul anumitor state. Riscurile politice condiționează apariția riscurilor legate de întreruperea fluxului de aprovizionare cu medicamente din import.

- **Riscurile sociale**- precum: riscul demotivării personalului, riscul unor cheltuieli cu forța de muncă (salarii), riscul conturării unei culturi organizaționale antieconomice, riscurile legate de stres în muncă.

- **Riscuri juridice** ce decurg din incidența legislației naționale și internaționale asupra companiei. Acestea sunt: riscul pierderii sau distrugerii mărfii, riscul neîncasării sumelor convenite pentru operațiunile economice efectuate, riscul pierderii proprietății, riscul plății de impozite și taxe majorate.

- **Riscuri natural** generate de calamități naturale sau de alte cauze de forță majoră în care factorii naturali au ponderea decisivă. Cele mai frecvente riscuri naturale de care managerii trebuie să țină cont în procesele decizionale sunt: riscul de incendii, riscul de cutremure, riscul de inundații, riscul de furtuni.

În perioada actuală se manifestă o tendință de creștere a riscurilor datorită amplificării, diversificării și inovării la cote superioare a ansamblului activităților și factorilor ce influențează direct și indirect firma. De aceea e foarte importantă o analiză a riscurilor și a factorilor ce le cauzează pentru a minimiza cât mai mult impactul acestora asupra situației economico-financiare acestei întreprinderi. În primul rând au fost utilizate metodele larg răspândite de reducere a efectelor riscurilor precum și a dimensiunii acestora în cadrul rețelei de farmacie Felicia. Aceste metode presupun:

✓ **Divizarea** – activele farmaciei Felicia au fost separate pe domenii: medicamente, optica, cosmetică, produse pentru copii.

✓ **Diversificare:**

1. **cea de concentrare** - sortimentul de producție a fost completat cu produse omogene – medicamente și optica.

2. **cea pe orizontală** - sortimentul de producție a fost completat și cu alte produse cu o cerere semnificativă pe piață, precum produse cosmetice, produse de igienă, produse pentru copii.

✓ **Transmiterea riscurilor:**

1. prin intermediul **contractelor de transportare** a încărcăturilor cu medicamente mai ales în timpul importării acestora ori exportării, riscul fiind asumat de compania respectivă de transport și în cazul exportului riscul deja este transmis companiei farmaceutice importatoare.

2. prin intermediul **contractelor de vânzare, deservire, furnizare** care presupune ca în momentul vânzării produselor comercializate farmaciei Felicia transmite riscurile legate de exploatarea medicamentelor companiei producătoare, indiferent dacă e vorba de calitatea medicamentelor ori termenul lor de valabilitate ori nelimitarea distribuției acestora.

✓ **Controlul partenerilor de afaceri** - rețeaua de farmacie Felicia are ca parteneri mai multe companii cu renume mondial și doar care oferă produse calitative: Vichy, Biosline (cosmetică), Chicco, Nubi (produse pentru copii), Berlin- Clumie, EgisShering (optica), Sanafi Aventis, Gedeon Richter, Lek, KRKA (medicamente) și altele.

✓ **Alegerea corectă a personalului farmaciilor** - farmacia Felicia angajează doar studenți competenți care au fost supuși unor stagii și în plus oferă burse celor mai buni studenți la farmacie instruindu-și pe cont propriu viitorii specialiști.

✓ **Organizarea protecției tainei comerciale a companiei** – nu sunt făcute publice actele ce-ar afecta în vreun fel taina comercială. Unitățile de comercializare a produselor farmaceutice Felicia sunt echipate cu camere video, există supraveghetori și serviciul pază în incinta acestor unități.

Pe lângă aceste metode universale de minimizare a riscurilor sunt utilizate și altele specifice tipului de risc cu care se confruntă compania Felicia:

➤ **Riscul neachitării la timp a plăților pentru producția livrată**- utilizarea modalităților de achitare în avans total sau parțial.

➤ **Riscul neîndeplinirii obligațiilor contractuale de către furnizor** - includerea în contract a sistemului de penalizări pentru fiecare obligație în mod separat.

➤ **Riscul neîncasării la timp a creanțelor de pe piața internă** - pentru a se proteja de acest risc, compania a început încă din 2005 să-și reducă gradul de dependență față de piața internă, prin înregistrarea de produse.

➤ **Riscul întreruperii fluxului de aprovizionare cu produse din import** - în vederea minimizării acestui risc firma Felicia investește mereu în căutarea alternativelor atât pentru materii prime, cât și pentru produsele finite din portofoliu, pe care să le asimileze pentru a înlocui produsele uzate moral cu produse cu eficiența terapeutică similară dar de generație mai nouă.

- **Riscuri valutare-** ca să minimizeze aceste riscuri compania Felicia a adoptat o politică de promovare a produselor prin accentuarea avantajelor legate de calitatea ridicată și de alinierea la reglementările internaționale.
- **Riscul legat de stres la muncă al angajaților** - acesta ar putea fi condiționat de relațiile interpersonale inadecvate, tensionate, de condiții de igienă nesatisfăcătoare și câteva direcții de reducere al acestuia ar viza introducerea vestiarelor separate pentru echipamentul de muncă și pentru hainele de stradă, acordarea de îmbrăcăminte de protecție adecvată lucrătorilor, revederea punctelor slabe ale regulamentului interior al companiei, monitorizarea respectării standardelor, etc.
- **Riscul legate de acțiunile concurenților** - studierea continuă a concurenților și revederea acțiunilor acestora.

Resursele umane din cadrul rețelei Felicia sunt alese cu atenție. Pentru realizarea produselor cosmetice sunt alese persoane cu studii superioare care trebuie să susțină examen, ce include cunoașterea produselor cosmetic din rețea. Calitățile pe care trebuie să le poseze un consultantul cosmetolog sunt:

+ **Capacități intelectuale** cum sunt: capacitatea de a observa, aduna, selecta și evalua faptele, o bună judecată, capacitatea de raționament inductiv și deductive, capacitatea de a sintetiza și generaliza, imaginație creatoare.

+ **Capacitatea de a înțelege oamenii și de a lucra cu ei:** respect pentru alți oameni, toleranță, capacitatea de a câștiga încredere și respect, curtuazie și bune maniere.

+ **Capacitatea de a comunica, convinge și motiva:** capacitatea de a asculta, ușurința de a comunica verbal și în scris, capacitatea de a convinge și motiva.

+ **Maturitatea intelectuală și emoțională:** stabilitatea comportamentului și acțiunilor, autocontrol în toate situațiile, flexibilitate și adaptabilitate la condițiile schimbate.

+ **Energie și inițiativă:** grad corespunzător de încredere de sine, spirit întreprinzător, curaj, inițiativă și perseverență în acțiune.

+ **Etica și integritate:** dorința sinceră de a-i ajuta pe alții, cinste extreme, capacitatea de a recunoaște greșelile, de a învăța din eșecuri.

+ **Sănătate fizică și mentală:** capacitatea de a suporta condițiile de muncă și de viață specific consultantilor în management.

Bibliografie:

1. Revista "Felicia", noiembrie 2011, nr. 1.
2. <http://www.rasputin.md/brand/farmacia-felicia>
3. <http://www.farmacieonline.md/>