

**Țară, țară, vrem farmaciști!*****We need pharmacists!***

Dezvoltarea agresivă a marilor lanțuri de farmacii, începută acum patru ani, a generat pe piață un deficit de aproximativ 2.000 de farmaciști. Principalii jucători de pe piață intervievați de *Business Magazin* explică ce strategii de atragere și retenție a personalului au, ce soluții întrevăd la criza de personal și în ce fel le afectează planurile de extindere lipsa de farmaciști.

Stan Cristian este asistent de farmacie în cadrul rețelei City Pharma de trei ani și totodată student în ultimul an la Facultatea de Farmacie. Spune că are un salariu decent, de 1.500-2.000 de lei, și că, de curând, în preajma examenului de licență, i-a crescut salariul, tocmai pentru a rămâne în companie. Se declară mulțumit și spune că nu ar fi tentat să plece să lucreze în străinătate, pentru că i-ar veni greu să se acomodeze, deși a auzit că pentru aceeași muncă ar putea primi în Marea Britanie chiar și 3.000 de lire sterline.

Într-adevăr, dacă până la începutul anilor '90 absolvenții facultăților de profil puteau lucra doar în farmacii, într-o fabrică de medicamente sau în cercetare, acum au multe alte opțiuni – în cadrul reprezentanțelor companiilor farmaceutice, în distribuție sau peste hotare, unde salariul este de câteva ori mai mare decât cel din România. „Odată cu aderarea la Uniunea Europeană, deficitul de farmaciști s-a accentuat și din cauza interesului altor țări pentru personalul calificat din România“, spune Attila Borka-Balás, directorul general al farmaciilor Richter.

Ceea ce limitează efectul acestei deschideri este faptul că nu atât de mulți sunt dispuși să plece din țară, atâta vreme cât au și alte variante. Citând o serie de statistici privind dezvoltarea farmaciilor în țară, Valeriu Crânguș, directorul general al Hermes Pharma, operatorul farmaciilor City Pharma, afirmă că în prezent sunt circa 5.380 de farmacii și 600 de absolvenți pe an, din care în jur de 200 aleg să se angajeze în afara țării, își deschid propriile unități farmaceutice sau se angajează în domeniu, dar pe

alte posturi. Dacă nu pleacă în străinătate, nici în țară nu sunt dispuși prea mult să se relocheze. Crânguș apreciază că majoritatea absolvenților de facultăți de farmacie preferă să rămână în orașul unde au studiat sau în orașul natal, ceea ce înseamnă că în zonele care nu sunt acoperite de centre universitare de profil se resimte și mai acut această criză.

Orașele în cauză sunt Galați, Brăila, Brașov, dar și cele din nord-est, precum Vaslui, aici principala modalitate de recrutare fiind recomandarea. „Apelăm de multe ori la formula recomandării interne, deoarece așa crește siguranța că omul recomandat se potrivește cu politica noastră“, admite Amalia Georgescu, directorul general al lanțului de farmacii Remedio. Dacă până nu demult recomandarea internă a fost modalitatea preferată a marilor companii prin care se făcea recrutarea, acum cele mai multe dintre ele se văd nevoite să recurgă și la anunțuri pe site-urile de recrutare, la serviciile unei companii specializate sau chiar la head-hunting-ul managerilor de farmacii concurente.

Șefa Remedio mai spune că este mare nevoie de angajați tineri, pentru că educația pe care o primesc este mai aproape de cerințele pieței. Dar aceasta nu înseamnă că marile companii din domeniu nu investesc masiv în cursuri de training, atât pentru noii, cât și pentru vechii angajați. Farmaciile Help Net au lansat în aprilie anul acesta un proiect de training continuu al angajaților, denumit Universitatea Corporatistă, în valoare de circa 350.000 de euro anual. Programele, cu durata de un an, sunt diferențiate pe domenii – farmacologie, marketing, limbi străine – și susținute de specialiști din cadrul Facultății de Farmacie „Carol Davila“ din Capitală, dar și din Franța și Italia. „Noi făceam traininguri de ani buni, însă am constatat că nu erau foarte eficiente, pentru că nevoile fiecărui angajat sunt diferite, iar cunoștințele acumulate nu erau întotdeauna puse în practică“, explică Isabelle Iacob, șefa Help Net, ideea care stă la baza programului de training.

Cu siguranța unui salariu de început cu mult peste cel mediu, orice absolvent al facultăților de farmacie devine ținta marilor angajatori din domeniu, dacă nu a fost deja recrutat de pe băncile școlii prin diferite programe de acordare de burse de studiu. Iar aici brandul de angajator devine foarte important, mai ales în condițiile în care salariile sunt, în linii mari, cam aceleași în cadrul lanțurilor de farmacii. Mădălina Didea, managing partner la compania de consultanță în resurse umane Hart Human Resources Consulting, crede că marile companii de profil ar trebui să-și pregătească din timp „un anumit număr de candidați pe care să-i crească încă din facultate” și să-și creeze o imagine de „angajator preferat”. De pildă, viitorii farmaciști pot beneficia de bursele de studiu oferite de rețele ca Sensiblu sau Help Net, ca mai apoi să poată chiar să se angajeze în cadrul acestor farmacii. „Unii dintre studenți vor să-și înființeze propria farmacie și este normal să vrea să se angajeze într-o companie unde să învețe management, de unde din farmaciști pot ajunge manageri”, apreciază Iacob.

Salariul unui farmacist variază între 1.000 și 3.000 de lei, potrivit aprecierilor lui Ovidiu Buluc, șeful grupului farmaceutic Farmexim. Cu toate că există anumite diferențe salariale între angajații marilor lanțuri de farmacii și cei ai unităților individuale, acestea din urmă lucrând cu rulaje mult mai mici și deci oferind salarii mai modeste, „salariile farmaciștilor nu sunt mici, ci decente, mai ales dacă vorbim despre cei din promovare, depozite și vânzări”, după cum subliniază Ioana Cacoveanu, președinta Patronatului Farmaciștilor. Ea adaugă că de multe ori, salariile mari ale farmaciștilor nu reflectă neapărat experiență, ci volumul de vânzări pe care-l realizează, ceea ce implică riscuri legate de sănătatea pacientului, dacă recomandarea unor medicamente se face doar din rațiuni bănești. Iar concluzia ei merge mai departe spre ansamblul pieței: „În cazul marilor lanțuri de farmacii vorbim, de fapt, despre importatorii și distribuitorii care se află în spatele lor și care, cu reducerile aplicate medicamentelor, falimentează farmaciile independente, făcându-le să dispară încetul cu încetul”.

Competiția acerbă dintre rețelele de farmacii a dus la creșteri salariale considerabile anul trecut; angajaților Remedio le-au sporit lefurile cu 15%, iar celor din cadrul Help Net, cu 40%. Pentru anul acesta însă, se pare că majorările nu vor mai fi aceleași, estimările fiind de 15-25%. „Nu cred că majorarea salariilor este soluția la lipsa de personal, dar credem că performanța trebuie răsplătită”, spune Iacob, care estimează că remunerațiile angajaților săi vor crește cu 18% anul acesta. Farmaciștii din cadrul

Centrofarm vor avea parte pentru tot anul 2008 de o majorare mai mare, de 25%, pentru că „atunci când cererea de personal este mai mare decât oferta, trebuie să ne aliniem la nivelul pieței și chiar să fim peste aceasta, ca să putem atrage forță de muncă specializată”, susține Dorin Catană, directorul general al companiei.

Structura minimală a personalului specializat dintr-o farmacie înseamnă, în general, doi farmaciști și doi asistenți, la care se adaugă dirigintele. În plus, extinderea rapidă a segmentului de dermatocosmetice în cifrele de afaceri ale rețelelor a dus la apariția unui nou angajat în farmacie, acela de „consilier de frumusețe”, care se ocupă cu promovarea produselor de gen și consilierea clienților cu privire la folosirea acestora. Este mai ușor să recrutezi un astfel de consilier? Da și nu, din punctul de vedere al marilor angajatori din domeniu.

„La început, ne orientam să angajăm pe aceste posturi studenți ai facultăților de chimie, biologie, medicină, dar am renunțat la idee, pentru că gradul de retenție în ceea ce-i privește este redus, așa că acum căutăm persoane care să dețină cunoștințe de specialitate și care să fie mulțumite cu statutul de consilier de frumusețe”, spune Iacob. Importanța acestor angajați devine cu atât mai pregnantă cu cât 80% dintre clienții Centrofarm sunt femei, iar 25% din cifra de afaceri o reprezintă vânzările de dermatocosmetice. „În ultimele șase luni, vânzările la dermatocosmetice s-au majorat cu 50% comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut, de aceea vrem să oferim o consiliere mai bună a pacienților”, declară șefa Remedio. Se pare că aducerea de farmaciști din Republica Moldova nu ar reprezenta o soluție prea viabilă la criza de personal din România, în condițiile în care există și acolo un deficit de specialiști. Mai mult, cetățenii de acolo consideră România doar o țară de tranzit spre Europa de Vest, acolo unde sunt mai bine plătiți. Catană povestește că acum mai mulți ani, când încă nu era la conducerea Centrofarm, a avut o inițiativă de a recruta farmaciști moldoveni, soldată însă cu rezultate modeste. „La momentul acela, era și acolo cerere de personal specializat, iar farmaciștele, mai ales cele în ultimii ani de facultate, își întemeiaseră deja familii și nu prea le surâdea ideea de a-și părăsi țara pentru un salariu nesemnificativ mai mare și să stea aici cu chirie”, spune Catană.

Deși piețele de profil se aseamănă, prin concurență și ritm de creștere, există și alte impedimente de ordin formal care îngreunează „importul” de farmaciști. „Aducerea lor din Republica Moldova nu este o soluție, pentru că în România exercitarea profesiei presupune deținerea cetățeniei române sau

a altei țări din UE, precum și a unei diplome ce atestă absolvirea facultății de profil“, precizează Georgeta Ionică, șefa serviciului de promovare și comunicare din cadrul farmaciilor Dona. Având experiența angajării a doi farmaciști din țara vecină de peste Prut, directorul general al farmaciilor Remedio admite că „recrutarea lor a presupus un efort suplimentar din punctul de vedere al resurselor umane alocate“.

Martin Schloh, partener la firma de consultanță A.T. Kearney și expert în domeniul farmaceutic, constată că principalii jucători de pe piață au încercat diferite soluții la criza de personal, precum aducerea de specialiști din țările vecine sau atragerea de studenți, însă cu rezultate relativ modeste. Criza de personal și o serie de alte probleme ale pieței, printre

care creșterea prețurilor la imobiliare, concentrarea retailului în jurul marilor centre comerciale, reglementările schimbătoare din domeniu și impactul devalorizării leului în raport cu euro, i-au determinat pe marii jucători să-și ajusteze planurile de extindere și să-și regândească strategiile de business. Astfel, lanțul de farmacii Sensiblu și-a relocat o serie de farmacii, iar Help Net a făcut o corecție a ritmului de extindere, de la 200 de farmacii, cât anunțaseră pentru 2010, la 160. „Am observat cât de mulți retaileri s-au concentrat în anii trecuți doar pe creștere, fără să acorde suficientă atenție eficienței și profitabilității. Competiția devine însă tot mai strânsă, ceea ce înseamnă că e momentul ca toți jucătorii să-și revizuiască operațiunile și să se concentreze pe eficiență“, consideră Schloh.

