

Nowe możliwości kupowania i oszczędzania dla branży medycznej

Wspólne łożowy w sieci



foto: imageZoo/Corbis

Całkiem niedawno Polacy oszaleli na punkcie zakupów grupowych. Szacuje się, że w 2011 r. rynek ten był wart ok. 600 mln zł. Moda nie mogła ominąć branży medycznej. We Francji ponad 40 proc. szpitali publicznych robi wspólne zakupy. W Polsce personalizacja dopiero raczkuje, ale już powstają pierwsze platformy dla określonych grup zawodowych czy też dotyczące wybranych miejsc.

Wśród klientów zakupów grupowych ciągle najbardziej popularne są wycieczki, bony do restauracji czy na zabiegi kosmetyczne. Nie można jednak pominąć faktu, że zakupy grupowe, zwłaszcza specjalistyczne, stwarzają przedsiębiorstwom szansę na olbrzymie oszczędności. Warszawski Szpital Dziecięcy im. prof. dr. med. Jana Bogdanowicza grupowo zamawia nie tylko leki i materiały jednorazowego użytku – jest także jedną z szesnastu placówek medycznych, dla których spółka MAE powołana przez samorząd województwa mazowieckiego wybrała

wspólnego dostawcę prądu. Przy takich działaniach można ograniczyć koszty średnio o 40 proc.

Razem taniej...

– *Gdybym jako szef banku pozwolił, by każdy oddział w kraju osobno zamawiał papier czy usługi remontowe, szybko straciłbym stanowisko* – powiedział na początku 2011 r. „Gazecie Prawnej” Jan Krzysztof Bielecki, przewodniczący Rady Gospodarczej, a wcześniej prezes Banku Pekao.

Z tego, ile prawdy zawiera komentarz Bieleckiego, zdaje sobie sprawę Polska Federacja Szpitali (należąca do Europejskiej Federacji Szpitali HOPE), która utworzyła grupę zakupową szpitali. Podobne organizacje działają już od dawna w Stanach Zjednoczonych i Europie Zachodniej – placówki łączą się i współpracują z zewnętrzną firmą jako koordynatorem i organizatorem zakupów. Takie grupy są organizowane na potrzeby korporacji, które korzystają z nich, dokonując wspólnych zakupów materiałów biurowych, usług pocztowych, kurierskich itp. Grupy zakupowe powstają również na potrzeby danej branży, np. w celu zakupu sprzętu medycznego. Tworzone są nawet grupy międzybranżowe, kupujące chociażby energię elektryczną. Polska Federacja Szpitali poprzez konsolidację zakupów planuje zrzeszyć nawet 80 proc. wszystkich szpitali w Polsce. Do marca 2012 r. do programu zgłosiło się 70 placówek. Przewiduje się, że dzięki przynależności do grupy oszczędzą one 10–50 proc. w zależności od wybranego asortymentu.

...i bezpieczniej

Kolejnym pomysłem jest powoływanie towarzystw ubezpieczeń wzajemnych, które mają wspólnie wykupywać polisy ubezpieczeniowe. Wszystkie składki ubezpieczeniowe, jakie muszą zapłacić szpitale, wynoszą nawet ponad 2 mln zł rocznie. Jest więc na czym oszczędzać. Zwłaszcza że zgodnie z nowelizacją ustawy o działalności leczniczej, od 1 stycznia 2014 r. zacznie obowiązywać również ubezpieczenie od zdarzeń medycznych. Wygląda na to, że na razie grupującym się szpitalom nie udało się wynegocjować z PZU satysfakcjonujących dla nich stawek. Na pewno ważny jest fakt, że PZU jest praktycznie monopolistą w kwestii ubezpieczania szpitali. Wspólne kupowanie – zwłaszcza ubezpieczeń – stwarza też pewne zagrożenia. Co z zadłużonymi placówkami, które nie będą w stanie wywiązać się ze zobowiązań? Niektóre dobrze prosperujące szpitale obawiają się, że to na

nie spadnie odpowiedzialność za problemy finansowe partnerów.

Grupowo dla stomatologów

Na rynku pojawiły się również portale, dzięki którym placówki nie będą musiały powoływać spółek, żeby uzyskać korzystne ceny. Na pomysł zakupów grupowych dla lekarzy dentystów wpadli twórcy Medizone.pl. Portal ten od jesieni 2011 r. oferuje zakupy grupowe w zakresie m.in. sprzętu, narzędzi, materiałów, a także szkoleń medycznych dla stomatologów. Oferta jest bardzo szeroka i obejmuje towary związane ze stomatologią – od unitów, przez narzędzia i materiały, po proste i niedrogi urządzenia ułatwiające pracę lekarzy. Do tej pory w portalu ukazały się 364 oferty.

Podstawową korzyścią, jaką Medizone.pl oferuje lekarzom, jest oczywiście możliwość zakupu produktów w okazjnych cenach. Stomatolodzy korzystający z Medizone.pl mogą także zapoznać się z opiniami innych użytkowników o produktach, podyskutować na forum, sprzedać bądź kupić używany sprzęt w dziale *Gielda*, a także – co jest niespotykane w innych przedsięwzięciach związanych z zakupami grupowymi – przesłać zapytanie ofertowe, które Medizone.pl przekaze dostawcom.

Ceny poszczególnych produktów na Medizone.pl często są niższe niż ceny hurtowe. Oferenci każdorazowo określają zasady obowiązywania promocji poprzez podanie minimalnej liczby produktów, jaka musi zostać zamówiona (niekoniecznie przez jedną osobę) i czas trwania oferty.

– *Portal powstał w odpowiedzi na zgłaszane na forach internetowych zapotrzebowanie lekarzy dentystów na taką platformę. Stomatolodzy, w większości pracujący w prywatnych praktykach, dokonują bowiem częstych zakupów sprzętu i materiałów, przeważnie bez procedur przetargowych* – mówi Wojciech Kazusek z Medizone.pl.

Medizone.pl ciągle poszukuje nowych atrakcyjnych ofert, na bieżąco informuje użytkowników o nowych promocjach, a także szeroko promuje swoją platformę, dzięki czemu nawet w sytuacji, gdy nie dojdzie do sprzedaży danego produktu, jego producent zyskuje reklamę w bardzo wielu miejscach w sieci, w tym w największych portalach branżowych.

Tylko dla lekarzy

Nową formę zakupów w postaci VIPMedica Club wprowadza także VIPMedica SA. Jest to innowacyjna platforma zakupowa, za której pośrednictwem firmy wszystkich branż mogą oferować swoje produkty i usługi przedstawicielom branży medycznej będącym członkami klubu. VIPMedica różni się od standardowych platform zakupów grupowych tym, że jest dostępna jedynie dla lekarzy i lekarzy dentystów. W odróżnieniu od Medizone.pl oferuje nie tylko sprzęt specjalistyczny. Celem VIPMedica Club jest stworzenie wirtualnej przestrzeni zakupowej, w której lekarze i lekarze dentyści będą mogli

wybrać wakacyjną wycieczkę, kupić sprzęt RTV i AGD, a nawet samochód. Nie zabraknie jednak ofert z branży medycznej.

– *VIPMedica Club ma zaspokajać wszystkie potrzeby zakupowe lekarzy i lekarzy dentystów, zarówno te zawodowe, jak i osobiste, dlatego proponujemy partnerstwo firmom ze wszystkich sektorów rynku* – mówi Angelika Czepińska, Project Manager VIPMedica SA.

Za pośrednictwem VIPMedica Club jego członkowie wybierają nie tylko interesujące ich oferty, lecz także sposób zakupu. VIPMedica proponuje kilka narzędzi – lekarze mogą kupić produkt bezpośrednio na platformie, a także korzystać z członkowskiej karty rabatowej, uprawniającej do zniżek u partnerów VIPMedica również poza siecią. Mogą też zakupić voucher i bon na konkretny produkt i odebrać go w sklepie.

„ Zakup sprzętu medycznego to jedno z bardziej czasochłonnych codziennych zadań osób prowadzących szpitale, kliniki i inne placówki medyczne „

Selekcja i jakość

Dzięki wcześniejszej selekcji menedżerowie zdrowia mogą mieć pewność, że oferowany sprzęt jest najwyższej jakości, a jego cena jest niższa niż rynkowa. Uczestnicy VIPMedica Club nie muszą tracić czasu na przeciągające się negocjacje z producentami lub dystrybutorami sprzętu, ponieważ wybór asortymentu oraz ustalanie cen pozostają w gestii specjalistów VIPMedica Club. – *Współpracujemy z najlepszymi producentami, oferującymi sprzęt medyczny najwyższej jakości. Ich propozycje starannie selekcjonujemy i dopasowujemy do potrzeb członków naszego klubu. Oferta VIPMedica Club skierowana jest nie tylko do dużych klinik i szpitali. Na specjalne okazje mogą liczyć również małe przychodnie i prywatne gabinety* – zapewnia Angelika Czepińska.

Zakup sprzętu medycznego to jedno z bardziej czasochłonnych codziennych zadań osób prowadzących szpitale, kliniki i inne placówki medyczne. Długie negocjacje cenowe z producentami i dystrybutorami sprzętu nie zawsze przynoszą pożądany efekt, a przecież na szali stawia się życie i zdrowie pacjentów. Korzystając z nowych rozwiązań zakupowych, można znacznie skrócić czas procedury i jednocześnie sporo zaoszczędzić.

Małgorzata Wołoszyk