

TRENDS &  
INSIGHTS  
2005

TENDANCES ET  
PERSPECTIVES  
2005

# Trends & Insights

Tendances et Perspectives

2005



ONLINE REPORT • RAPPORT EN LIGNE

Published by / Publié par :

**Pharmacy**  
PRACTICE

**PharmacyPost**  
CANADA'S DRUGSTORE NEWS, ETC. BUSINESS & PARTNERSHIP REPORT

l'actualité  
**pharmaceutique**



Sponsored by / Commandité par :

**MCKESSON**  
Canada | **100**  
ans years

**TEVA**  
novopharm



## CONTENTS | TABLE DES MATIÈRES

Introduction / Introduction .....	3
Message from McKesson Canada / Message de McKesson Canada .....	4
Message from Novopharm Limited / Message de Novopharm Limitée .....	5
Methodology / Méthodologie .....	6
User Tips / Conseils aux utilisateurs .....	7
Key Insights / Principales perspectives .....	8
Pharmacy Format Definitions / Définitions des différents types de pharmacies.....	11

### PLUS!

**WORK MADE EASY** brought to you by McKesson Canada

**FACILITER LE TRAVAIL** offert par McKesson Canada

### TRENDS & INSIGHTS 2005 (ENGLISH)

Work and Professional Environment.....	17
Special Pharmaceutical Care Services .....	21
Expanded Role for Pharmacists .....	24
Technology .....	26
Survey of Owners & Managers 2005 .....	27

### TENDANCES ET PERSPECTIVES 2005 (FRANÇAIS)

Accent sur le Québec .....	32
----------------------------	----

Published by / Publié par :



Sponsored by / Commandité par :



## INTRODUCTION

## INTRODUCTION

*Trends & Insights* is the most comprehensive annual survey of Canadian pharmacists on their attitudes and opinions on today's top issues, and the only survey of its kind in Canada. It asks pharmacists about their views on work environment, professional development, practice reform, technology and more.

Sponsored by McKesson Canada and Novopharm Limited in partnership with the Pharmacy Group at Rogers Publishing Ltd., the online summary report compiles all *Trends & Insights 2005* coverage from the October, November and December issues of *Pharmacy Post*, *Pharmacy Practice* and *L'actualité pharmaceutique*. All coverage from *L'actualité pharmaceutique* is preserved and presented in its original language, French, in the section entitled "Accent sur le Québec," which begins on page 32.

This report is presented in a portable document format (PDF) that is searchable, downloadable and easy to print. For more tips on how to make the most of the document, see page 7.

*Tendances et Perspectives* est l'enquête annuelle la plus complète s'adressant aux pharmaciens canadiens pour connaître leurs positions et leurs opinions sur les principales questions du jour, et le seul sondage du genre au Canada.

Commandité par McKesson Canada et Novopharm Limitée en collaboration avec le Groupe pharmacie des Éditions Rogers Limitée, ce rapport compile l'ensemble des articles concernant *Tendances et perspectives* qui ont été publiés dans les numéros d'octobre, novembre et décembre de *L'actualité pharmaceutique*, *Pharmacy Post* et *Pharmacy Practice*. Les articles de *L'actualité pharmaceutique* sont reproduits dans la langue d'origine, c'est-à-dire le français, dans la section intitulée « Accent sur le Québec » qui commence à la page 32.

Le rapport en ligne est présenté en format PDF. Il est possible d'y faire des recherches, de le télécharger et de l'imprimer. Pour tirer le maximum de ce document, voir page 7.

**PHARMACY PRACTICE, PHARMACY POST AND L'ACTUALITÉ  
PHARMACEUTIQUE THANK THE MEMBERS OF THEIR ADVISORY  
BOARD FOR TRENDS & INSIGHTS 2005**

**Pat King**, Pharmacy Association of Nova Scotia, NS  
**Ken Foreman**, British Columbia Pharmacy Association, BC  
**Kathryn Slayter**, Clinical Pharmacy Specialist, Queen Elizabeth II  
 Health Sciences Centre, ON  
**Christine Stewart**, Pharmacy Consultant, ON  
**Sandra Knowles**, Pharmacist, ON  
**Jacques-A. Nadeau**, Pharmacist, QC

**PHARMACY PRACTICE, PHARMACY POST ET L'ACTUALITÉ  
PHARMACEUTIQUE REMERCIENT LES MEMBRES DE LEUR CONSEIL  
CONSULTATIF SUR TENDANCES ET PERSPECTIVES 2005**

**Pat King**, Association de pharmacie de  
 Nouvelle-Écosse, N.-É.  
**Ken Foreman**, Association de pharmacie de  
 Colombie-Britannique, C.-B.  
**Kathryn Slayter**, spécialiste en pharmacie clinique,  
 Queen Elizabeth II Health Sciences Centre, Ont.  
**Christine Stewart**, consultante en pharmacie, Ont.  
**Sandra Knowles**, pharmacienne, Ont.  
**Jacques-A. Nadeau**, pharmacien, Qc



A MESSAGE FROM McKESSON CANADA

UN MESSAGE DE McKESSON CANADA

Once again, McKesson Canada is the proud sponsor of the *Trends & Insights* report—our fifth year in this capacity. This coincides with another significant milestone, the 100th anniversary of McKesson Canada. Throughout our long history, we have always listened to our partners and sought to develop new standards and solutions within the healthcare industry.



Encore une fois, McKesson Canada est le fier commanditaire de l'enquête *Tendances et Perspectives* – pour la cinquième année consécutive. Un autre événement marquant coïncide avec cette enquête, soit le centième anniversaire de McKesson Canada. À travers notre long parcours, nous avons toujours été à l'écoute de nos partenaires et cherché à mettre au point de nouvelles normes et des solutions

Today, this *Trends & Insights* report is a key component of those listening efforts. The latest report results show that the changes and challenges you face are numerous: pharmacist shortages, increasing use of Internet and other technology, a significant amount of time and effort spent on non-pharmacist activities, and much more.

pour l'industrie des soins de la santé.

Aujourd'hui, l'enquête *Tendances et Perspectives* est une composante-clé de tous ces efforts mis sur l'écoute. Les résultats du dernier sondage montrent que les changements et les défis sont nombreux: le manque d'effectifs, l'utilisation accrue d'Internet et d'autres technologies, un temps et des efforts considérables consacrés à des activités non pharmaceutiques, et bien plus.

For those of us who serve you, this report gives us a better understanding of how to help you address these challenges. And for you the pharmacists, this report enables you to channel your resources most efficiently—for enhanced patient care and business development.

Pour nous qui sommes à votre service, cette enquête nous fournit de précieux indices sur la façon de vous aider à faire face à ces défis. Et pour vous, pharmaciens, cette enquête vous permet de canaliser vos ressources de façon efficace – pour l'amélioration des soins aux patients et le développement de votre entreprise.

At McKesson Canada, our motto is "Empowering Health Care." On behalf of everyone at McKesson Canada, may this report empower you.

Chez McKesson Canada, notre devise est « Votre force en santé ». McKesson Canada souhaite que cette enquête accroisse votre force.

Sincerely,

Veillez agréer l'expression de mes sincères salutations,

Claudio Bussandri  
President and Chief Executive Officer,  
McKesson Canada

Claudio Bussandri  
Président et Chef de la direction  
McKesson Canada



**McKESSON CANADA**

McKesson Canada is the leading provider of logistics as well as information products and services within the Canadian healthcare marketplace. McKesson Canada offers a range of integrated solutions through our five business units: McKesson Pharmaceutical, McKesson Logistics Solutions, McKesson Automation, McKesson Health Solutions, and McKesson Information Solutions.

**McKESSON CANADA**

McKesson Canada est le principal fournisseur de produits et services de logistique et d'information en matière de soins de santé sur le marché canadien. McKesson Canada offre une gamme de solutions intégrées par l'entremise de ses cinq unités d'affaires : McKesson Services pharmaceutiques, McKesson Solutions logistiques, McKesson Automatisation, McKesson Solutions en gestion des soins, McKesson Solutions informatiques.



## A MESSAGE FROM NOVOPHARM LIMITED

## UN MESSAGE DE NOVOPHARM LIMITÉE

Novopharm Limited is pleased to help make the results of *Trends & Insights 2005* available to you in one easy-to-use online report. Sponsoring this unique initiative demonstrates Novopharm's leadership and commitment to the evolution of the practice of pharmacy in Canada.

This report contains the latest information on how pharmacists think, feel and act. It is a great resource for pharmacists, technicians, owners/managers and others who work in pharmaceutical care to clearly identify the key issues facing pharmacists today as well as opportunities for improvement.

Not only will the information in this report help those on the frontline devise strategies to improve work and patient relationships, but it will also help owners and managers develop clear goals and plan for the future.

Novopharm's vision is to be "Canada's leader in affordable healthcare solutions." A fundamental element in realizing this vision is to provide those in the healthcare sector with tools to help them do their jobs more effectively—this happens in the form of education, information, support and innovation. This report encapsulates all four elements.

We hope that you find the information and insights helpful in building your business.

Best regards,

David Boughner,  
Director of Marketing,  
Novopharm Limited



Novopharm Limitée est heureux de vous présenter les résultats de *Tendances et Perspectives 2005* en ligne et facile d'accès. En commanditant cette initiative exceptionnelle, Novopharm montre son leadership et son engagement dans l'évolution de la pratique de la pharmacie au Canada.

Dans ce rapport, vous trouverez les dernières informations sur la façon dont les

pharmaciens pensent, se sentent et agissent. Il s'agit d'une ressource unique pour les pharmaciens, les ATP, les propriétaires/gestionnaires et les autres qui travaillent dans le domaine des soins pharmaceutiques. Ce rapport vous aidera à identifier les défis auxquels les pharmaciens sont confrontés aujourd'hui ainsi que les occasions d'amélioration.

Non seulement les éléments de cette enquête aideront ceux qui doivent concevoir des stratégies pour améliorer le travail et les relations avec le patient, mais ils aideront également les propriétaires et les gestionnaires à cibler des objectifs précis et à planifier l'avenir.

La vision de Novopharm est d'être le chef de file au Canada pour apporter des solutions abordables dans le domaine des soins de santé. L'un des éléments fondamentaux de cette vision est de proposer des outils aux acteurs du secteur des soins de la santé afin de les aider à faire leur travail plus efficacement – par l'éducation, l'information, le soutien et l'innovation. L'enquête comprend ces quatre éléments.

Nous souhaitons que vous y trouvez l'information et les idées afin de vous aider à bâtir votre entreprise.

Avec mes sincères salutations,

David Boughner,  
Directeur, marketing,  
Novopharm Limitée





## METHODOLOGY

## MÉTHODOLOGIE

### Methodology

*Trends & Insights 2005*, sponsored by McKesson Canada and Novopharm Limited, was conducted for the Pharmacy Group of Rogers Publishing by Starch Research, one of Canada's leading suppliers of media and advertising research.

The survey was mailed to Canadian pharmacists across the country between July 19 and September 2, 2005. In total, 1,613 surveys were completed, with an overall response rate of 15.7%. Survey results were then weighted to accurately reflect regional and official language representation of pharmacy owners and managers, and hospital and retail pharmacists across the country.

There were three parts to the questionnaire: the first addressed a representative sample of pharmacy owners/managers, the second was addressed to retail pharmacists, and the third was directed to hospital pharmacists.

The response rate for the owners/managers survey was 9.5%, with a margin of error of  $\pm 5.4\%$ , 19 times out of 20.

The response rate for the retail pharmacist survey was 17.5%, with a margin of error of  $\pm 3.2\%$ , 19 times out of 20.

The response rate for the hospital pharmacists survey was 21.2%, with a margin of error of  $\pm 4.3\%$ , 19 times out of 20.

### Méthodologie

La firme Starch Research a été mandatée par *L'actualité pharmaceutique*, *Pharmacy Post* et *Pharmacy Practice* pour mener la 12 – enquête *Tendances et perspectives* entre le 19 juillet et le 2 septembre 2005. Un total de 1613 questionnaires ont été postés à des pharmaciens de partout au Canada. Le taux de réponse global est de 15,7 %.

Cette grande enquête comportait trois parties. La première partie couvrait des perspectives propres aux pharmaciens propriétaires et aux pharmaciens chefs de pharmacies privées. Au total, 3250 questionnaires ont été envoyés à un échantillon représentatif de ce groupe à travers le pays. Au final, 309 questionnaires ont été remplis, dont 74 par des pharmaciens propriétaires et des pharmaciens – chefs du Québec. Le taux de réponse de cette première partie est de 9,5 %, avec une marge d'erreur de  $\pm 5,4\%$  19 fois sur 20.

La deuxième partie était réservée aux pharmaciens communautaires, sans égard au fait qu'ils soient propriétaires ou salariés : 4913 questionnaires ont été postés à un échantillon représentatif de ce groupe à travers le Canada. Au total, 859 questionnaires ont été retournés, dont 197 par des pharmaciens du Québec. Le taux de réponse est de 17,5 %, avec une marge d'erreur de  $\pm 3,2\%$  19 fois sur 20.

La troisième partie était destinée à un échantillon représentatif de pharmaciens en établissement : 2105 questionnaires ont été acheminés à des représentants de ce groupe d'un océan à l'autre du pays. Au total, 445 questionnaires ont été remplis et retournés, dont 116 par des pharmaciens hospitaliers du Québec. Le taux de réponse est de 21,1 %, avec une marge d'erreur de  $\pm 4,3\%$  19 fois sur 20.

## USER TIPS

CONSEILS AUX  
UTILISATEURS**User Tips**

To get the most out of *Trends & Insights 2005*, we recommend downloading and printing the portable document format (PDF) and keeping it in a handy place for quick reference. This report has been designed to print clearly and easily on standard 8<sup>1</sup>/<sub>2</sub>- by 11-inch paper.

For a brief executive summary, consult the Key insights section (page 8), which highlights top-line survey results. For more in-depth analysis, visit your section of interest, conveniently organized by category. In most cases, you can also do a keyword search.

For onscreen viewing, we recommend using Adobe Acrobat or Acrobat Reader as they contain features to enhance how you use this report. Depending on the version of Acrobat you're using, you may be able to do a keyword search, create bookmarks within the document and add comments from multiple users.

To do a keyword search in Adobe Acrobat, simply click on the binoculars icon in the "File" toolbar and enter a topic to search (e.g., "annual sales"). After you've completed a search, you may choose to highlight certain parts of the document. The easiest way to do this is to "bookmark" the search results, giving you easy access at a later date.

To create a bookmark, first select the search result you want to save with a single click. You'll know that it's selected when it's highlighted. Then click on the "Bookmarks" tab on the upper left side of your document and choose "New Bookmark" under "Options."

We also suggest you select the "Pages" or "Thumbnails" view (also on the left tab menu) to display thumbnail-sized pages to the left of the full-screen view. Simply click on the thumbnail of the page you're looking for and the full-size version instantly appears on the right.

**Conseils aux utilisateurs**

Pour tirer le meilleur parti de *Tendances et perspectives 2005*, nous vous suggérons de télécharger et d'imprimer le document PDF, puis de le conserver de façon à pouvoir y avoir facilement accès. Le rapport est prévu pour être clairement et facilement imprimé en format lettre (8,5 po x 11 po).

Pour un résumé rapide, consultez la section « Principales perspectives » (page 8), qui relève les plus importants résultats du sondage. Pour des analyses plus fouillées, consultez la section qui vous intéresse. Les sections sont organisées par catégories. Dans la plupart des cas, vous pouvez également faire une recherche par mots-clés.

Pour une lecture à l'écran, nous recommandons d'utiliser Adobe Acrobat ou Acrobat Reader, qui comportent de nombreuses caractéristiques qui vous permettront d'exploiter au mieux ce rapport. Selon la version d'Acrobat que vous utilisez, vous serez capable d'effectuer des recherches par mots-clés, de créer des signets dans le document et d'inscrire des commentaires à l'attention des autres utilisateurs.

Pour faire une recherche par mot-clé avec Adobe Acrobat, il suffit de cliquer sur l'icône représentant des jumelles dans la barre d'outils et d'écrire le sujet de la recherche (p. ex. : « Ventes annuelles »). Quand la recherche est terminée, vous pouvez éventuellement surligner certains passages. Pour cela, la façon la plus simple consiste à créer un signet avec les résultats de la recherche, ce qui vous permettra d'y revenir par la suite.

Pour créer un signet, vous devez d'abord sélectionner d'un simple clic le résultat de la recherche que vous désirez sauvegarder. S'il est surligné, c'est qu'il est sélectionné. Ensuite, cliquez sur l'onglet marqué « Signet » en haut et à gauche du document, puis choisissez « Nouveau signet » dans « Options ».

Nous vous suggérons aussi de sélectionner la présentation par pages (également parmi les onglets à gauche du document) pour afficher une image réduite des différentes pages à gauche de la page grand format. Il vous suffira alors de cliquer sur la représentation réduite de la page à laquelle vous voulez accéder et sa représentation grand format apparaîtra à droite.

## KEY INSIGHTS

PRINCIPALES  
PERSPECTIVES**Executive summary of survey highlights**

- Franchises are outperforming all other types of pharmacies with the highest prescription volumes and sales, while independently owned pharmacies are showing lower prescription volumes with sales holding steady.
- Women represent 61% of pharmacists, but only 24% of owners/managers are women.
- Half (49%) of retail pharmacists believe there's a shortage of pharmacists in the pharmacy where they work; only a third (36%) of owners/managers share this sentiment.
- Almost half (46%) of pharmacists cite physician lack of cooperation as a top barrier to collaborative prescribing.
- More pharmacists are using the Internet at work – (71% did so in 2005 versus 57% in 2004).
- Pharmacists say their single biggest challenge today is to “develop the expertise to provide services with insufficient time and staff support.”

**Work & Professional Environment (Retail)**

- 87% of pharmacists are satisfied with their current work arrangement.
- 65% of pharmacists feel the number of hours they work per week is “just about right.”
- 72% of pharmacists are not planning to look for another job in the next year.
- 49% of pharmacists believe there is a shortage of pharmacists in the pharmacy where they work, while 36% feel there's a shortage of technicians.
- 73% of pharmacists agree that an increased role for technicians would allow them to do their job better.
- If pharmacists could change one thing to improve work satisfaction, they would spend less time on non-pharmacy activities (28%).
- Retail pharmacists spend 44% of their time dispensing, compared to 33% for hospital pharmacists, and 24% of their time counselling; ideally, they would like to spend 30% of their time dispensing and 37% of their time counselling.
- 97% of retail pharmacists personally document their Rx counselling sessions at least some of the time; only 32% do so more than 50% of the time. Of those that do document, slightly more do so using paper (66%) than computers (63%).

**Résumé des points saillants du sondage**

- Les franchises surpassent tous les autres types de pharmacies en termes de chiffre d'affaires et de volume d'ordonnances, tandis que les pharmacies indépendantes affichent les moyennes plus basses pour ce qui est du chiffre d'affaires et du volume d'ordonnances.
- Les femmes représentent 61 % des pharmaciens, mais seuls 24 % des propriétaires/gérants sont des femmes.
- La moitié (49 %) des pharmaciens pensent qu'il y a une pénurie de pharmaciens à la pharmacie où ils travaillent; seul un tiers (36 %) des propriétaires/gérants sont du même avis.
- Près de la moitié (46 %) des pharmaciens citent le manque de coopération des médecins comme le principal obstacle à la collaboration à la prescription.
- 25 % de pharmaciens de plus que l'an dernier qui utilisent Internet au travail (71 % en 2004, 57 % en 2003).
- Les pharmaciens affirment que le défi plus important auquel ils font face actuellement est de « développer une expertise pour fournir un service dans un temps et avec un personnel insuffisant ».

**Environnement de travail et professionnel**

- 87 % des pharmaciens sont satisfaits de leurs conditions de travail actuelles.
- 65 % des pharmaciens considèrent que leur nombre d'heures de travail est « à peu près adéquat ».
- 72 % des pharmaciens n'envisagent pas de chercher un autre travail dans l'année.
- 49 % des pharmaciens pensent qu'il y a une pénurie de pharmaciens dans la pharmacie où ils travaillent; 36 % pensent qu'il y a une pénurie d'assistants techniques.
- 73 % des pharmaciens sont d'accord pour dire qu'un accroissement du rôle des assistants techniques leur permettrait de mieux faire leur travail.
- Si les pharmaciens pouvaient changer un facteur pour améliorer leur satisfaction au travail, ils consacraient moins de temps aux activités extrapharmaceutiques (28 %).



### Special Pharmaceutical Care Services (Retail)

- Diabetes-related care (38%) is the most popular service offered by pharmacists, followed by medication management/drug utilization review (30%), smoking cessation (27%) and hypertension management (24%).
- Pharmacists cite lack of time (60%) as the biggest reason for not providing special pharmaceutical care services, followed by lack of staff (50%).
- 63% of pharmacists report they “wish they had more training” to provide these services.

### Expanded Role for Pharmacists (Retail)

- 73% of pharmacists feel the profession should be moving toward certification/credentialing, before providing special disease management services.
- 66% of pharmacists agree they are interested in participating in a formal multidisciplinary primary care team.
- 46% of pharmacists cite physician lack of cooperation as a top barrier to collaborative prescribing.
- 64% of pharmacists say, as a result of a shortage of physicians, they are seeing more patients who would normally go to a physician.

### Technology (Retail)

- The Internet is the most popular technology used by pharmacists (71% do so at home; 71% at work). A third (34%) use personal digital assistants (PDAs), and almost half use patient care/documentation software (45%).
- 80% of pharmacists agree that they make the most of technologies available to them in the pharmacy.
- The majority of pharmacists who use PDAs state that its primary purpose is as a drug database (85%) and interactions database (83%).
- Researching Rx and OTC information is the most popular reason (81%) for using the Internet.

- Les pharmaciens consacrent près de la moitié de leur temps à exécuter des ordonnances (42 %) – mais les pharmaciens communautaires y consacrent 11 % plus de temps (44 %) que les pharmaciens d’hôpital (33 %) – et 22 % de leur temps à prodiguer des conseils; idéalement, ils voudraient passer 29 % de leur temps à exécuter des ordonnances et 34 % à prodiguer des conseils.
- 97 % des pharmaciens communautaires documentent personnellement leurs séances de counselling sur les médicaments d’ordonnance au moins une partie du temps; seuls 32 % le font plus de 50 % du temps; parmi ceux qui le font, un peu plus utilisent le papier (66 %) plutôt que les ordinateurs (63 %).

### Services de soins pharmaceutiques spécialisés

- Les soins liés au diabète (38 %) sont le service le plus couramment offert par les pharmaciens, suivi de la gestion/revue de la consommation de médicaments (30 %), du sevrage tabagique (27 %) et du traitement de l’hypertension (24 %).
- Les pharmaciens citent le manque de temps (60 %) comme la principale raison de ne pas proposer de services de soins pharmaceutiques spécialisés, suivi du manque de personnel (50 %).
- 63 % des pharmaciens qui offrent des soins spécialisés disent « souhaiter avoir plus de formation ».

### Un rôle étendu pour les pharmaciens

- 73 % des pharmaciens estiment que la profession devrait envisager d’exiger des pharmaciens qu’ils obtiennent une forme ou une autre de certification avant d’offrir des services spécialisés.
- 66 % des pharmaciens se disent intéressés à participer officiellement à une équipe multidisciplinaire de soins de santé.
- 45 % des pharmaciens citent le manque de coopération des médecins comme le principal obstacle à la collaboration des pharmaciens à l’ordonnance.
- 64 % des pharmaciens disent que du fait de la pénurie de médecins, plus de gens qui iraient normalement voir un médecin viennent les consulter.

### Technologie

- Internet est la technologie la plus couramment utilisée personnellement par les pharmaciens pour des raisons professionnelles (71 % à la maison; 71 % au travail).



### Survey of Pharmacy Owners & Managers (Retail)

- One in five owners/managers reported sales of more than \$5 million in 2004; on average, stores in this group dispensed 100,200 prescriptions in 2004.
- The average hourly wage for a staff pharmacist in 2005 is \$40.53 (increase of \$2.02 over 2004), resulting in a full-time average salary of about \$85,000.
- Owners/managers reported an average income of \$122,600 in 2005 (compared with \$113,100 in 2004).
- Average net profits in 2004 were \$223,300 (up 18% from \$189,200 in 2003), out of average total sales (frontshop and dispensary combined) of \$3.2 million (up 10% from \$2.9 million).
- 36% of owners/managers personally feel they have a shortage of pharmacists in their store, down from 42% in 2003 and 59% in 2001.
- Owners/managers feel the shortage of relief pharmacists is their single greatest challenge today, followed closely by the feeling that big-box, large-chain and supermarket formats are “driving us to a commodity market”.
- 26% of owners/managers plan to retire within five years.

- Un tiers (34 %) utilisent un assistant numérique personnel; presque la moitié utilisent un logiciel de gestion des clients ou de documentation (45 %).
- 80 % des pharmaciens sont d'accord pour dire qu'ils tirent le maximum de la technologie dont ils disposent à la pharmacie.
- La plupart des pharmaciens qui utilisent un assistant numérique personnel disent que son principal usage est la consultation de bases de données sur les médicaments (85 %) sur les interactions médicamenteuses (83 %).
- La principale raison (81 %) d'utiliser Internet est pour faire des recherches.

### Sondage auprès des propriétaires et des gérants

- Un propriétaire/gérant sur cinq a fait état d'un chiffre d'affaires supérieur à 5 millions \$ en 2004; les pharmacies de cette catégorie ont exécuté 100 200 ordonnances en moyenne en 2004.
- En 2004, le salaire horaire moyen des pharmaciens employés était de 40,53 \$ (une augmentation de 2,02 \$ par rapport à 2003), ce qui correspond à un salaire annuel à plein temps d'environ 85 000 \$.
- Les propriétaires et les gérants font état d'un revenu annuel moyen de 122 600 \$ en 2004 (contre 113 100 \$ en 2003).
- En 2004, la moyenne des bénéfices nets s'est élevée à 223 300 \$ (en hausse de 18 % par rapport à 2003 [189 200 \$]), pour un chiffre d'affaires moyen de 3,2 millions \$ (en hausse de 10 % par rapport à 2003 [2,9 millions \$]).
- 36 % des propriétaires-gestionnaires ont personnellement l'impression qu'ils manquent de personnel dans leur magasin, de 42 % en 2003 à 59 % en 2001.
- Les propriétaires-gestionnaires ressentent le manque de pharmaciens dépanneurs comme leur plus grand défi aujourd'hui, suivi de près par l'impression que les grandes superficies, les grandes chaînes et les supermarchés « nous mènent vers un marché de commodité ».
- 26 % des propriétaires-gestionnaires prévoient prendre leur retraite dans cinq ans.



## PHARMACY FORMAT DEFINITIONS

## DÉFINITIONS DES DIFFÉRENTS TYPES DE PHARMACIES

### Independent

An independent pharmacy is not affiliated with any corporately run banner, franchise or chain program. The name of the store is unique to that store, and the owner has complete control over ordering, marketing strategies, store image, etc. The owner may own more than one store; however, it is generally accepted that five or more stores under single ownership constitute a chain pharmacy (whether or not it is a member of the Canadian Association of Chain Drug Stores).

### Banner

Independent pharmacies that are affiliated with a central office and pay fees for the right to use a recognized name (e.g., I.D.A., Guardian, Uniprix, Price Watchers, Pharmasave) and to participate in centralized buying, marketing, professional programs, etc., are known as banner pharmacies. While banner stores usually assume a required “look and feel,” the stores themselves are independently owned and the owners retain a high level of autonomy as far as local marketing, professional services, etc. However, if the owner of a banner pharmacy owns five or more stores, these stores are considered to comprise a chain.

### Franchise

Franchise arrangements vary widely for retail pharmacies in Canada. The two largest franchises are Shoppers Drug Mart and Jean Coutu. While the franchisees (or ‘associates’ in the case of Shoppers Drug Mart) do not necessarily own the physical store or the fixtures, and master leases are usually held by the franchisor, they enjoy some autonomy in local marketing, buying and in-store services, as well as access to programs developed by head office.

### Pharmacies indépendantes

Une pharmacie indépendante est une pharmacie qui n’est affiliée à aucune bannière commerciale, à aucune franchise commerciale, ni à aucun programme de chaîne. Le nom de cette pharmacie est utilisé exclusivement par ce commerce et le propriétaire peut choisir en toute liberté ses commandes, ses stratégies de commercialisation, l’image d’un point de vente, etc. Le propriétaire peut posséder plus d’une pharmacie, il est toutefois généralement admis que la possession par un seul propriétaire de cinq magasins et plus constitue une chaîne de pharmacies (peu importe qu’elles soient membres ou non de l’Association canadienne des chaînes de pharmacies).

### Bannières

Les pharmacies indépendantes affiliées à un bureau central auquel elles versent une cotisation leur donnant le droit d’utiliser un nom reconnu (p. ex., I.D.A., Guardian, Uniprix, Price Watchers, Pharmasave) et de participer à des programmes professionnels centralisés et à des programmes centralisés d’achats, de commercialisation, etc. sont des pharmacies sous bannière. Alors que les pharmacies sous bannière ont généralement une « présentation » requise, les pharmacies elles-mêmes sont gérées de manière indépendante et les propriétaires possèdent un degré d’autonomie élevée pour ce qui est de la commercialisation locale, des services professionnels, etc. Ici aussi, cependant, si le propriétaire d’une pharmacie sous bannière possède cinq pharmacies ou plus, on considère que ces pharmacies constituent une chaîne.

### Franchises

Les dispositions qui s’appliquent aux franchises varient beaucoup pour la pharmacie de détail au Canada. Shoppers Drug Mart/Pharmaprix et Jean Coutu forment les deux franchises les plus importantes au Canada. Alors que les franchisés (ou « associés » dans le cas de Shoppers Drug Mart/Pharmaprix) ne sont pas nécessairement propriétaires de l’immeuble du magasin, ni des accessoires fixes de l’agencement, et que c’est généralement le franchiseur qui détient le bail principal, ils disposent d’une certaine autonomie



### Chain

Chain pharmacies, such as Pharma Plus and Lawtons, employ pharmacy managers who are salaried employees of head office. Head office directs all marketing, merchandising, buying, professional programs, etc. An individual or corporation must own five or more stores to be considered a chain. A chain is not necessarily a member of the Canadian Association of Chain Drug Stores.

### Supermarket

As the name implies, supermarket pharmacies are departments within a supermarket such as Canada Safeway and Loblaws. They employ salaried pharmacy managers (except in Quebec, where regulations require pharmacists to own the dispensary; this is usually achieved with a franchise agreement), who follow the direction of head office for all marketing, merchandising, buying, professional activities, etc.

### Mass Merchandiser/Department Store (Mass/Dept.)

Mass/Dept. pharmacies are departments within a large retail outlet such as Wal-Mart. Like supermarket pharmacies, they employ salaried pharmacy managers (except in Quebec, where regulations require pharmacists to own the dispensary; this is usually achieved with a franchise agreement), who follow the direction of head office for all marketing, merchandising, buying, professional activities, etc.

pour ce qui est de la commercialisation locale, des services d'achats et des services offerts en magasin, ainsi que l'accès à des programmes mis au point par le bureau central. Les pharmacies franchisées ont certaines ententes de partage des recettes avec le bureau central.

### Chaînes

Les chaînes de pharmacies, comme Pharma Plus et Lawtons, emploient des pharmaciens gérants qui sont des employés salariés du bureau central. Le bureau central est responsable de tous les programmes professionnels, ainsi que des programmes de commercialisation, de merchandising, d'achats, etc. Un individu ou une personne morale doit être propriétaire de cinq magasins au moins pour être considéré comme une chaîne. Une chaîne n'est pas obligatoirement membre de l'Association canadienne des chaînes de pharmacies.

### Pharmacies de supermarchés

Comme leur nom l'indique, les pharmacies de supermarchés constituent un rayon au sein des supermarchés Canada Safeway et Loblaws. Ces pharmacies emploient un gérant de pharmacie salarié (sauf au Québec où, selon la loi, les pharmaciens doivent être propriétaires de l'officine; cela se réalise au moyen d'un contrat de franchise). Le gérant s'en tient aux directives du bureau central pour toutes les activités professionnelles, ainsi que pour toute la commercialisation des produits, toutes les activités de merchandising, d'achats, etc.

### Pharmacies de grands magasins

Les pharmacies de grands magasins constituent un rayon au sein des grands magasins comme Zellers. Ces pharmacies emploient un gérant de pharmacie salarié (sauf au Québec où, selon la loi, les pharmaciens doivent être propriétaires de l'officine; cela se réalise au moyen d'un contrat de franchise). Le gérant s'en tient aux directives du bureau central pour toutes les activités professionnelles, ainsi que pour toute la commercialisation des produits, toutes les activités de merchandising, d'achats, etc.



## EXPLORING THE BENEFITS OF TECHNOLOGY IN PHARMACY PRACTICE

By Anne Bokma

# Work Made Easy

**D**onald Kyte, owner of Kyte's Pharmasave in Dartmouth, N.S., is the type of pharmacist who likes to greet every patient by name as they enter his drug-store. It's no wonder then that he was initially worried about how automation technology may affect his rapport with patients. But faced with intense competition and a desire to deliver enhanced customer service, last year Kyte invested in Dial-Rx, an automated telephone system that processes prescription refills quickly and easily 24 hours a day. For Kyte and his team, the benefits were immediate: fewer distractions and interruptions from ringing phones, more time for patient counselling and less time taking phone orders. The other big bonus? "It's helped to keep staff happy and that's key," he says.

Kyte's staff aren't the only ones benefiting from Dial-Rx—his patients are taking advantage of it, too. "I'm thrilled that patients are using it," he says. "It means I can spend more time one-on-one with them. It's a good investment in my business." Kyte is also happy with the positive feedback from patients. "I even have 80-year-old patients using it with no problem," he says.

### **EASING WORKLOAD, INCREASING EFFICIENCY**

Kyte is part of a growing breed of pharmacists who realize that investing in technology increases the efficiency of prescription processing and allows them to focus on patient care. In fact, according to the *Trends & Insights 2005 Survey of Owners and Managers*, 40% of owners and managers say they plan to increase technology to ensure their pharmacy is performing at its best, in terms of prescription volume and patient care.

It's certainly been true for Spiros Fengos, who owns 19 pharmacies under various banners in Quebec. To increase productivity and staff satisfaction in his higher-volume drugstores, he recently introduced AccuMed counting and dispensing technology, which automatically counts up to 10 pills a second.

"Our pharmacists spend a lot less time dispensing—they've been liberated to have more time to concentrate on other professional activities such as counselling patients and following up with them." Furthermore, the technology has also allowed pharmacy technicians to expand their professional role. Instead of spending time counting pills, techs can concentrate on such tasks as verifying insurance claims and assisting customers in the frontshop, says Fengos.

Shane Bishop, owner of several independent pharmacies in Kelowna and Richmond, B.C., says his staff members are happier thanks to PACMED® multi-dose packaging technology, which dramatically reduces packaging errors as well as the time and people required to package medications. So, while it might take two technicians two days to package 3,200 blister packs with an eight in 100 error rate, PACMED® completes the job in two to three hours under one person's supervision at a one in 10,000 error rate. With PACMED®, techs and pharmacists can focus on patient care. "Our pharmacists are out there with the patients—doing medication reviews, patient education and having more clinical input in patient care," says Bishop. It's definitely win-win for all.

## AT A GLANCE: KEY BENEFITS



### Dial-Rx: Automated refill system

- Reduces distractions in the dispensary
- Reduces time spent on the phone
- Increases opportunity for pharmacists to focus on counselling
- Increases efficiency by accepting prescription refills 24/7



### AccuMed: Fully automated counting technology

- Speeds up dispensing time
- Reduces dispensing errors
- Allows pharmacists to focus on patient services
- Allows techs to take on increased responsibilities



### PACMED®: Fully automated unit-dose and multi-dose packaging system

- Reduces manual time spent on blister packaging
- Reduces packaging errors
- Allows pharmacists to focus on patient services
- Allows techs to take on increased responsibilities

\*Registered Trade Mark of McKesson Automation Canada Corporation





## EXAMINER LES AVANTAGES DE LA TECHNOLOGIE DANS LA PRATIQUE PHARMACEUTIQUE

par Anne Bokma

# Faciliter le travail

**D**onald Kyte, propriétaire de Kyte's Pharmasave, à Dartmouth, en Nouvelle-Écosse, est de ces pharmaciens qui aiment accueillir chaque client qui entre dans leur pharmacie par son nom. On ne s'étonnera donc pas qu'il se soit inquiété de l'impact des technologies sur ses rapports personnels avec ses clients. Mais face à la concurrence et son désir d'améliorer ses services à la clientèle, Donald Kyte a investi l'an dernier dans Dial-Rx, un système téléphonique automatisé qui traite facilement et rapidement les renouvellements des ordonnances – 24 heures sur 24. Pour M. Kyte et son équipe, les avantages ont rapidement été manifestes: moins de distractions et d'interruptions par les sonneries du téléphone, plus de temps dévolu aux conseils à la clientèle et moins de temps consacré à la prise des commandes téléphoniques. En bonus: « Cela contribue à la bonne humeur du personnel, et c'est la clé », dit-il.

Le personnel de Donald Kyte n'est pas le seul bénéficiaire de Dial-Rx – les clients en tirent des avantages également. « Je suis très heureux que les clients l'utilisent, dit-il. Je peux consacrer plus de temps avec chacun d'eux. C'est un très bon investissement pour l'entreprise. » Le pharmacien est satisfait de la réponse positive des clients. « J'ai même un client de 80 ans qui l'utilise sans aucun problème », dit-il.

### **ALLÉGER LA CHARGE DE TRAVAIL, ACCROÎTRE L'EFFICACITÉ**

Donald Kyte fait partie de ces pharmaciens, de plus en plus nombreux, qui ont réalisé qu'investir dans la technologie non seulement accroît l'efficacité du traitement des ordonnances, mais leur permet également d'accorder plus d'attention aux soins du patient. De fait, selon l'enquête *Tendances et Perspectives 2005*, 40 % des propriétaires et gestionnaires ont affirmé qu'ils planifiaient investir dans la technologie afin d'assurer à

leur pharmacie une meilleure performance en termes de volume des prescriptions et des soins aux patients.

C'est certainement le cas pour Spiros Fengos, propriétaire de 19 pharmacies sous différentes bannières au Québec. Afin d'accroître la productivité et la satisfaction de son personnel dans ses pharmacies à haut volume, il a récemment acquis AccuMed, un appareil automatisé qui compte et distribue les pilules, jusqu'à 10 pilules à la seconde.

« Nos pharmaciens passent beaucoup moins de temps à la distribution – ils peuvent se concentrer sur d'autres activités professionnelles comme les conseils aux patients et le suivi. » Cette technologie a également permis aux ATP d'accroître leurs tâches professionnelles. Au lieu de prendre du temps à compter les pilules, ils peuvent se concentrer sur des tâches comme la vérification des réclamations d'assurance et l'assistance aux clients dans le magasin, dit Spiros Fengos.

Shane Bishop, propriétaire de plusieurs pharmacies indépendantes, à Kelowna et à Richmond, en Colombie-Britannique, affirme que les membres de son personnel sont beaucoup plus satisfaits depuis qu'il a acquis PACMED<sup>MD</sup>, un système d'emballage multi-doses, qui réduit drastiquement autant les erreurs d'emballage que le temps et le personnel requis pour emballer les médicaments. Pendant que deux ATP ont besoin de deux jours pour emballer 3200 plaquettes, avec un taux d'erreur de 8 pour 100, PACMED<sup>MD</sup> fait le même travail en deux à trois heures sous la supervision d'une seule personne, avec un taux d'erreur de 1 pour 10 000. Avec le PACMED<sup>MD</sup>, les ATP et les pharmaciens peuvent accorder plus d'attention aux soins aux patients. « Nos pharmaciens travaillent avec les clients – à faire des revues de leur médication, de l'éducation et à ajouter un aspect clinique aux soins aux patients », dit Shane Bishop. Tout le monde y gagne.

## LES AVANTAGES



### Dial-Rx : Système automatisé de renouvellement d'ordonnances

- Réduit les distractions à l'officine
- Réduit le temps passé au téléphone
- Accroît les occasions pour les pharmaciens de se concentrer sur les conseils
- Accroît l'efficacité en recevant les renouvellements d'ordonnances 24 heures sur 24



### AccuMed : Technologie de comptage complètement automatisée

- Accélère la distribution
- Réduit les erreurs de distribution
- Permet aux pharmaciens de se concentrer sur les services à la clientèle
- Permet aux ATP d'accroître leurs responsabilités



### PACMED<sup>MD</sup> : Système entièrement automatisé d'emballages unidoses et multidoses

- Réduit le temps passé à l'emballage des plaquettes
- Réduit les erreurs d'emballage
- Permet aux pharmaciens de se concentrer sur les services à la clientèle
- Permet aux ATP d'accroître leurs responsabilités

<sup>MD</sup>Marque déposée de McKesson Automation Canada Corporation





## WORK AND PROFESSIONAL ENVIRONMENT

**T**HE NUMBERS ARE IN! And the results are good: a whopping 86% of hospital and retail pharmacists agree with the statement: “I am satisfied with my current work arrangement.” Not bad, is it? As if that statistic isn’t positive enough, both hospital and retail pharmacists overwhelmingly state patient care as being the best part of the job—ahead of salary, job stability, and yes, even vacation. In fact, 72% of pharmacists aren’t planning on looking for another job within the next year.

### On a typical day, what percentage of your work goes into the following tasks?

It is no surprise that retail and hospital pharmacists report that they spend more time dispensing (42%) than anything else, with retail pharmacists spending 10% more time dispensing (44%) than hospital pharmacists (33%), according to the survey. Hospital pharmacists, on the other hand, spend more time taking care of administration matters, talking with physicians and providing other counselling than pharmacists in the retail sector. A word of warning: if you find your hospital pharmacy manager/owner buried under paperwork, it’s because this category reports spending more time (17%) taking care of administrative matters compared to any other kind of pharmacist.

*87% of retail pharmacists are satisfied with their current work arrangement and 72% are not planning to look for another job in the next year.*

### Ideally, how would you like your time divided?

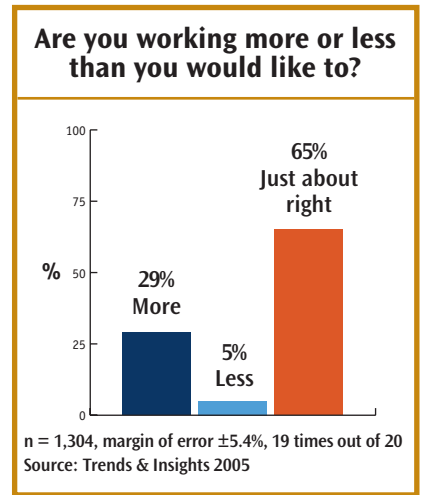
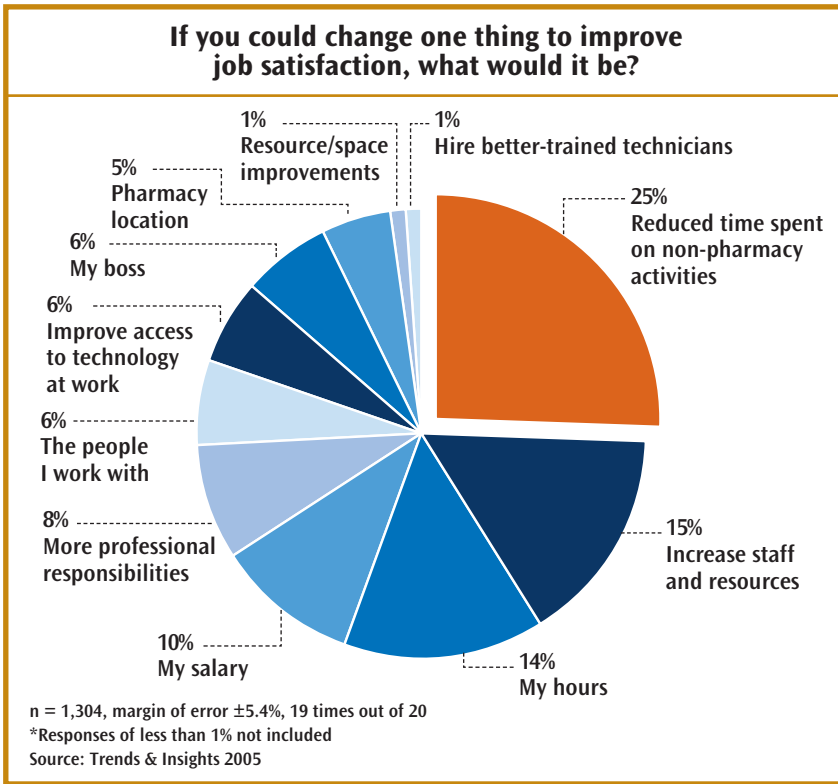
Across the board, the message is the same: in an ideal world, pharmacists would prefer to focus more on prescription counselling than anything else, which is proof of how the role of the pharmacist has changed. Not surprisingly, third-party payer matters take the prize as the task on which pharmacists wish to spend the least amount of time. All groups—especially hospital pharmacists—report they would like to spend more time talking with doctors than they currently do.

### On average, how many hours a week do you work?

So, how much are you working? Hardly any of you, in any situation, work fewer than 10 hours per week; most of your work weeks are between 31 and 40 hours long. Among hospital and retail pharmacists, shorter work weeks are more common among women than men. More women report working 21 to 30 hours per week, while more men said their work weeks were over 40 hours long. Ontario’s hospital pharmacists are more likely to have work weeks of more than 40 hours, but the other regions of Canada are not far behind. In Western Canada, one-quarter (24%) of retail pharmacists work more than 40 hours per week.

### When you consider the numbers of hours you work per week, are you working more or less than you would like to?

When it comes to addressing number of hours worked per week, there is little difference between the results from hospital and retail pharmacists. Two-thirds (65%) of hospital and retail pharmacists report that the number of hours they work per week are “just about right.”



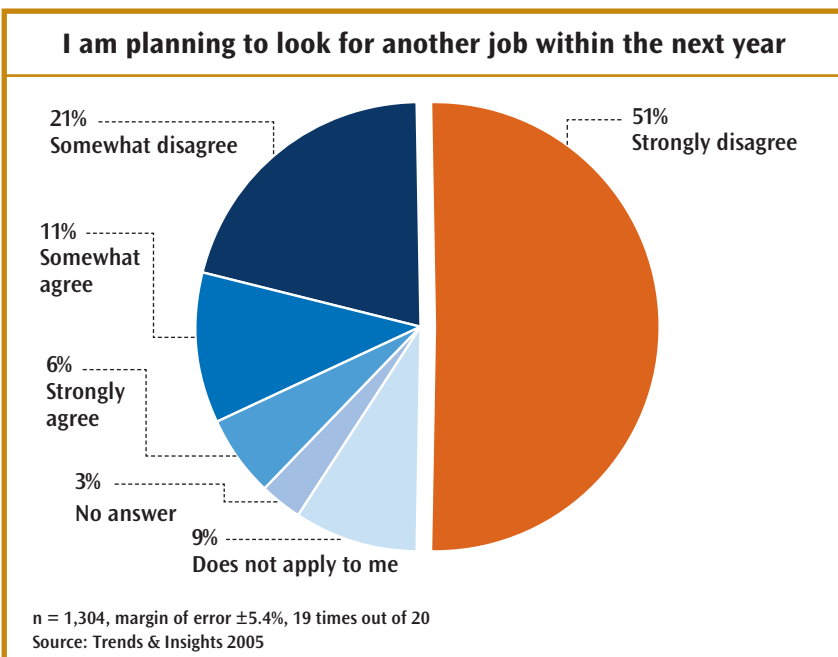
Nearly three in 10 (29%) feel they are working more hours than they would like to, and only 5% say they are working fewer hours than they would like. Of the hospital pharma-

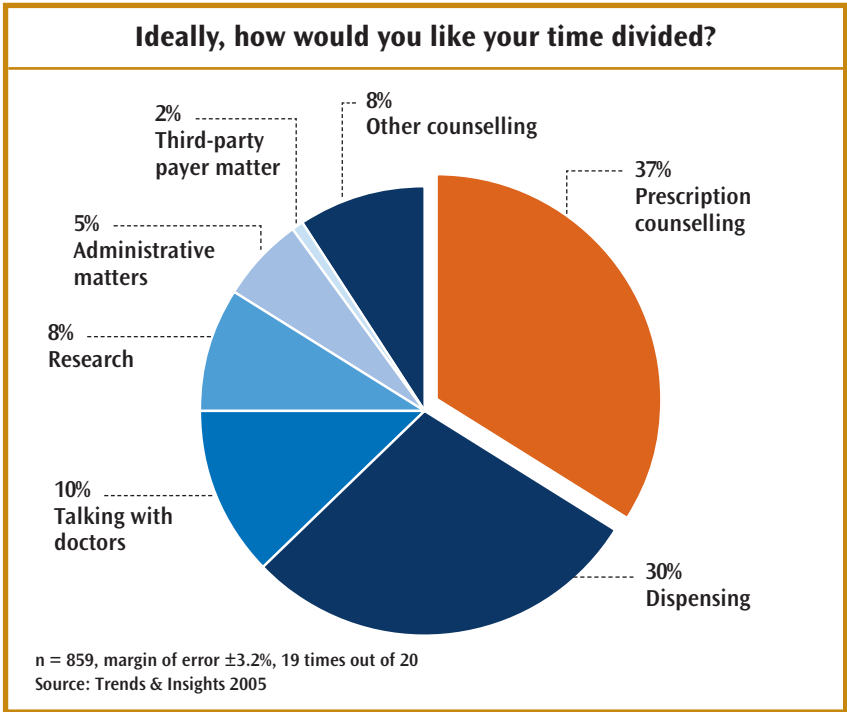
cists who report the number of hours worked as being “just about right,” 94% are working eight hours or less per shift. Forty per cent of hospital pharmacists who say they would like

to work more hours are working less than eight hours per shift. Of those working less than eight hours per shift, 70% say this amount is about right, 25% would like to work more, and 5% would prefer to work less.

### How long is your average daily shift?

Once again, survey statistics support what we already know about the different working conditions for pharmacists employed in hospitals versus retail. More retail pharmacists are working longer average shifts than pharmacists who work in hospital pharmacies. Forty-seven per cent of retail pharmacists report an eight-hour average daily shift, compared to 37% of hospital pharmacists, who say that their average daily shift is less than eight hours. Sixty-eight per cent of retail pharmacists work eight hours or less per shift, compared to 90% of those in hospitals. Longer average daily shifts of nine, 10 and 12 hours appear to be more common for retail pharmacists than for hospital pharmacists. Shorter daily shifts of less than eight hours are also reported by more hospital pharmacists in Eastern Canada (64%) and Quebec (66%), than in Ontario (46%),





groups hardly vary. Retail pharmacists, on the other hand, do show signs of slowing down: more retail pharmacists aged 55 and over (27%) work shorter shifts of less than eight hours than those in the under 45 age bracket (18%).

**What is the most frustrating part of your job?**

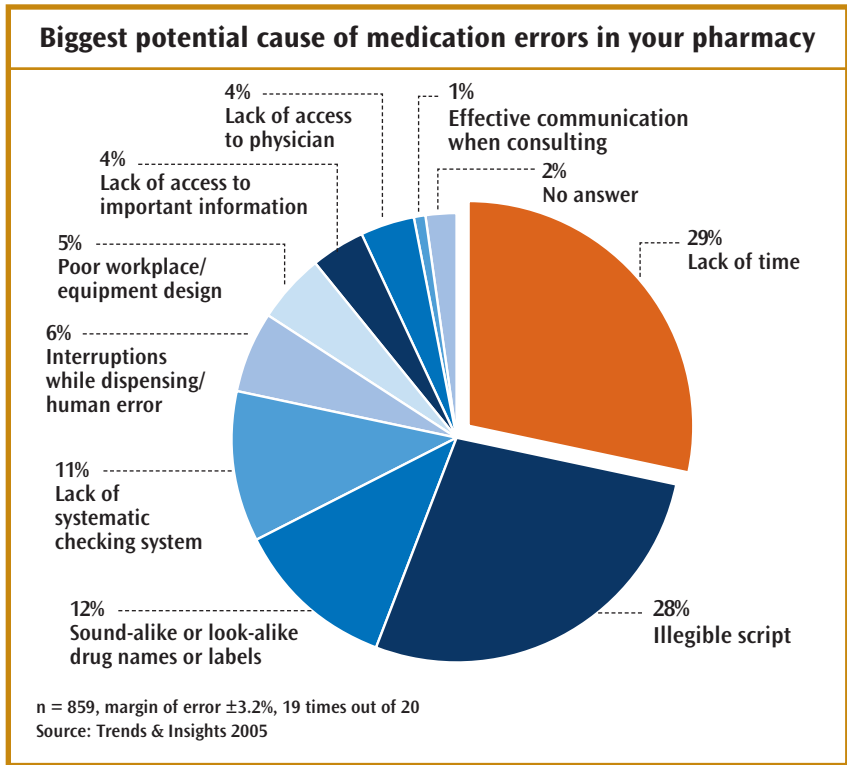
What is the number one cause of frustration for retail pharmacists today? You guessed it: third-party medical insurance issues. Broken down, that headache seems to be more of an affliction for pharmacy owners and managers (57%), who mention it as the most frustrating part of the job, compared to 32% of staff pharmacists. A little further down on the list of grievances, 11% of owners/managers cite monitoring drug plans as their biggest frustration, compared to 5% of staff pharmacists.

On the flip side, 7% of staff pharmacists in retail pharmacies say that the lack of time to perform all duties properly is their number one frustration, as opposed to 4% of owners/managers. This lack of time is cited as the biggest reason for potentially causing medication errors in both hospital and retail pharmacies. But while 21% of retail pharmacists give this on-the-job frustration (i.e., third-party medical insurance issues) the highest listing, only 1% of hospital pharmacists agree. In second place on retail pharmacists' list of grievances is having to perform tasks that should be done by frontshop staff or technicians, which is supported by 13%.

Though they suffer from the same problems, hospital and retail pharmacists do not rank their tribulations in the same order. Instead, hospital pharmacists say that staffing issues or shortages of staff are the

Western Canada (50%) or the rest of Canada (50%).  
When it comes to hospital pharmacists, age does not seem to be

much of a factor when recording the lengths of average daily shifts. The numbers reported by the "under 45," "45 to 54" and "55 and over" age





main causes for feeling frustrated at work (16%), compared to 11% of retail pharmacists. More hospital pharmacists (13%) report a lack of time to perform all duties properly, compared to only 6% of those in retail. Hospital pharmacists also seem to feel more oppressed: 9% report corporate constraints to be the most frustrating part of the job, as opposed to 3% in retail.

**A snapshot of respondents**

- 90% of respondents received their pharmacy degree in Canada, followed by 7% who were trained outside of North America, and 3% in the U.S.
- The mean age of respondents for the survey is 44 years; 7% are under 30 years and 4% are 65 years or older.
- More female pharmacists (64%) completed the questionnaire than male (35%).
- 39% of pharmacists surveyed say they have been working at their

primary location for more than 10 years. Two per cent of respondents have been at their primary location for less than one year.

- One-third of respondents represented Eastern Canada (Newfoundland, P.E.I., Nova Scotia, New Brunswick and Quebec), one-third were from Ontario, and one-third came from Western Canada (Manitoba, Saskatchewan, Alberta, British Columbia, the Yukon, Northwest Territories and Nunavut).



## SPECIAL PHARMACEUTICAL CARE SERVICES

**A**BOUT THREE-QUARTERS (73%) of Canadian hospital pharmacists and more than half (56%) of retail pharmacists provide specialized care to their patients, helping them overcome a range of health challenges such as quitting smoking, managing cholesterol or coping with chronic conditions such as diabetes and asthma. The provision of these services comes at a cost, pulling pharmacists away from other workplace duties and requiring a time investment (often outside of work hours) to gain the knowledge and training necessary to provide patients with the specialized help they need.

Despite the professional and personal price tag, as well as the protestations of their fee-for-service colleagues who insist patients will ante up for specialized care, the majority of Canadian pharmacists continue to provide special pharmaceutical care services to their patients for free. These findings illustrate that when it comes to being compensated for the provision of special pharmaceutical care, the majority of Canadian pharmacists sell themselves short.

*Pharmacists cite lack of time (60%) as the biggest reason for not providing special pharmaceutical care services, followed by lack of staff (50%).*

### What special pharmaceutical care services do you offer?

The majority of retail pharmacists (75%) rate patient care as the best part of their jobs, ahead of such things as salary, job stability and even vacation time. It should come as no surprise then, that pharmacists should branch out into special pharmaceutical care services as a means to expand this aspect of their practice and spend more time doing what they enjoy—caring for patients.

Of the retail pharmacists surveyed, more than one-third (38%) say they provide specialized care to patients suffering from diabetes, ranking it as the special pharmaceutical care service most offered by pharmacists.

Nearly all (95%) respondents who offer diabetes care to patients admit they don't charge a dime for their time and expertise. Among hospital pharmacists, 28% provide this service, and, similarly to retail, they are overwhelmingly (99%) not charging a fee.

Medication management and drug utilization reviews rank behind diabetes management as the special pharmaceutical care service most frequently offered by pharmacists, with 30% of retail pharmacists indicating they offer some sort of specialized care in this area. Again, an overwhelming majority (94%) of pharmacists surveyed say they do not charge patients a fee for this service. Among retail pharmacists offering medication reviews, those working in banner pharmacies are the most likely (10%) to charge for it, while those working in supermarket pharmacies are the least likely (97%). Regionally, retail pharmacists working in the Western provinces lead the pack among those charging for drug reviews, with 8% of respondents indicating they charge a fee. Slightly more than half (55%) of hospital pharmacists say they offer medication management services to their patients, and almost all (99%) do not charge for them.

Retail pharmacists report smoking cessation to be the third most commonly offered special pharmaceutical care service, with 25% of respondents indicating they provide help to smokers trying to quit. A slightly higher number of pharmacists charge for this assistance than for the other two special pharmaceutical care services most frequently offered by pharmacists, with 7% of respondents indicating they charge a fee for

smoking cessation assistance, compared to 5% who say they charge for specialized diabetes care and medication management.

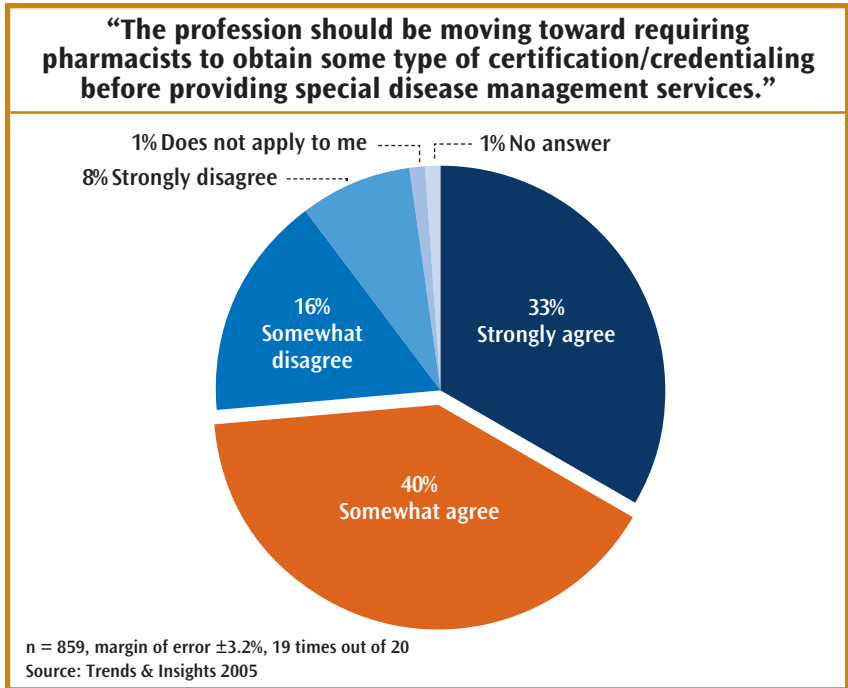
Among retail pharmacists, those working in franchise pharmacies are most likely (33%) to provide smoking cessation expertise to patients, while those working in supermarket venues are least likely (12%). Again, when it comes to charging for this service, pharmacists in Western Canada come out on top, with 13% indicating they charge their patients for smoking cessation help.

### Which special services do you charge for?

Interestingly enough, the special pharmaceutical care services most frequently offered by pharmacists such as diabetes care, medication management and smoking cessation, are among those most likely to be provided at no cost. On the other hand, more infrequently offered services such as compounding, anti-coagulation therapy and cholesterol management, are among those most likely to be provided for a price.

Of the 22% of retail pharmacists surveyed who indicated they provide special compounding services to patients, close to one-quarter (18%) say they charge an average of \$51.24 an hour for the service. Nine per cent of respondents say they offer specialized anticoagulation management to patients, and of that number, 28% say they charge an average of \$18.45 per consultation. Among the 17% of pharmacists offering cholesterol management services to their patients, 12% say this know-how came at a price of \$18.76 (on average) per consultation.

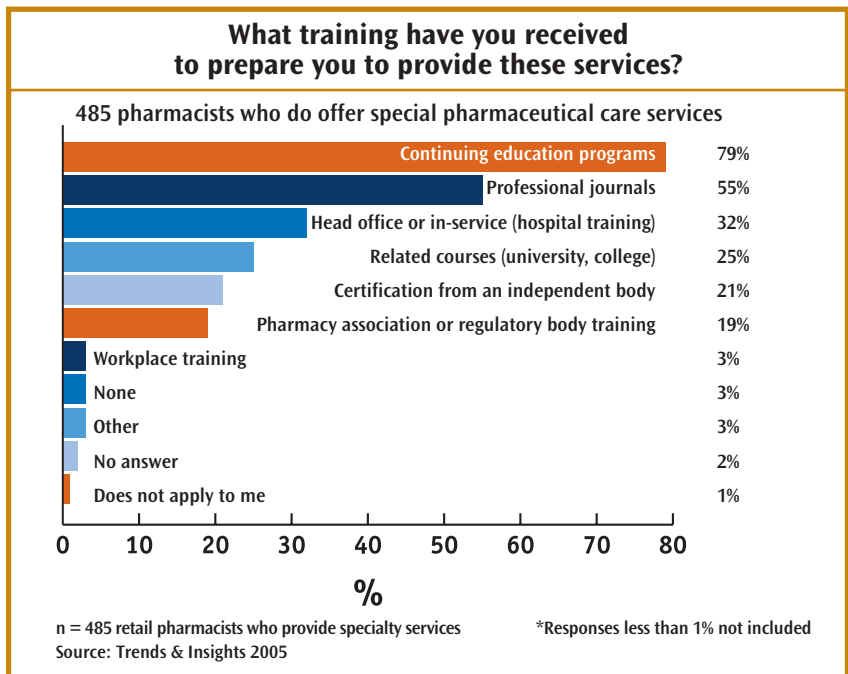
For the second year in a row, the phrase “I’m not convinced patients will pay for my services,” was the



primary reason cited by pharmacists for not charging patients for special pharmaceutical care services. It is a myth that persists despite feedback from pharmacists who do charge for their services, who say that about half (49%) of patients are willing to

pay. Among hospital pharmacists, “pharmacy owner/management does not allow me to charge” is the reason given most often for not charging for specialty services.

Retail pharmacists working in banner pharmacies are the least





convinced their customers will pay for special pharmaceutical care services, while pharmacists in mass merchandising pharmacies are the most confident their customers would pay. Regionally, pharmacists working in Quebec express the least optimism their patients will pay for special pharmaceutical care services, while pharmacists from Western Canada are the most confident their patients will shell out for specialized care.

**Why don't you offer special services?**

Among the reasons cited by retail pharmacists for not offering special pharmaceutical services to patients, six in 10 (60%) cite "lack of time" as the culprit, followed by "lack of staff" (50%), "don't have the necessary training/credentials" (49%), "lack of reimbursement" (38%), and "no demand from clients" (26%). The majority of hospital pharmacists identified staffing issues as their top barrier to providing specialized care to patients.

When it comes to training, half (51%) of hospital pharmacists surveyed said they feel "well equipped" to provide special pharmaceutical

Special Services
Average fee charged for pharmaceutical care services (per consultation):
<b>\$18.59</b> Diabetes management
<b>\$27.17</b> Medication management/ drug utilization review
<b>\$42.76</b> Smoking cessation
Average consulting session: <b>32 minutes</b>
Do you book appointments for specialty services?
<b>Yes 51%</b>
<b>No 48%</b>
<small>n = 489 pharmacists who provide special pharmaceutical care services Source: Trends &amp; Insights 2005</small>

care services to patients. Retail pharmacists, on the other hand, feel considerably less confident in their skills, with only 35% indicating they feel well equipped. Among those pharmacists working in retail settings,

those who work in banner pharmacies show the most confidence in their skills, while those who work in supermarket and chain pharmacies display the least.

Survey respondents echo this belief in the need for additional training for pharmacists providing specialized care, by indicating their support for the development of formal certification/credentialing programs for pharmacists.

**Room to grow?**

Retail and hospital pharmacists who are not currently providing special pharmaceutical services in the area of diabetes management most often identify it as an area in which they would like to expand. Asthma management, anticoagulation therapy, cholesterol and hypertension management are other areas frequently cited by pharmacists interested in providing specialty services to their patients at a later date. The provision of home infusion services and foot care are areas least favoured by pharmacists looking to expand the services they provide, with only one and 2% of respondents indicating they plan to offer them in the future.

## EXPANDED ROLE FOR PHARMACISTS

**T**WO-THIRDS (66%) of Canadian retail pharmacists and 91% of hospital pharmacists say they are interested in participating in formal multidisciplinary primary care teams. Nearly one in five (17%) retail pharmacists and four in five (79%) hospital pharmacists report they currently collaborate with physicians on a regular basis. In addition, 53% of retail pharmacists and 85% of hospital pharmacists believe that the majority of doctors in their area would like to work more closely with them. So why, then, do pharmacist-physician teams remain a rarity in Canada rather than the norm? These findings suggest that when it comes to the provision of collaborative care by physicians and pharmacists, the time may be ripe for action.

*The majority of hospital pharmacists (79%) say they collaborate with physicians on a regular basis, while only 17% of retail pharmacists report that they collaborate with physicians.*

### Are you interested in a multidisciplinary primary care team?

While the majority of Canadian pharmacists surveyed say they are interested in participating in a formal multidisciplinary primary care team, the feeling is more pronounced in some parts of the country than others. Close to three-quarters (72%) of retail pharmacists employed in a supermarket setting say they strongly or somewhat agree with the statement “I am personally interested in participating in a formal multidisciplinary primary care team.” Their chain store colleagues are somewhat less enthusiastic, with only half of the percentage responding in a similar manner. Among pharmacists who say they currently collaborate with physicians, hospital pharmacists are most strongly represented, owing in part perhaps to their close proximity to doctors in a hospital setting. The majority (79%) say they collaborate with physicians on a regular basis when caring for patients, engaging them in regular face-to-face meetings or sharing rounds. Pharmacists working in retail settings are far less likely to collaborate with a physician regularly, with only 17% indicating they work in tandem with a physician when providing patient care.

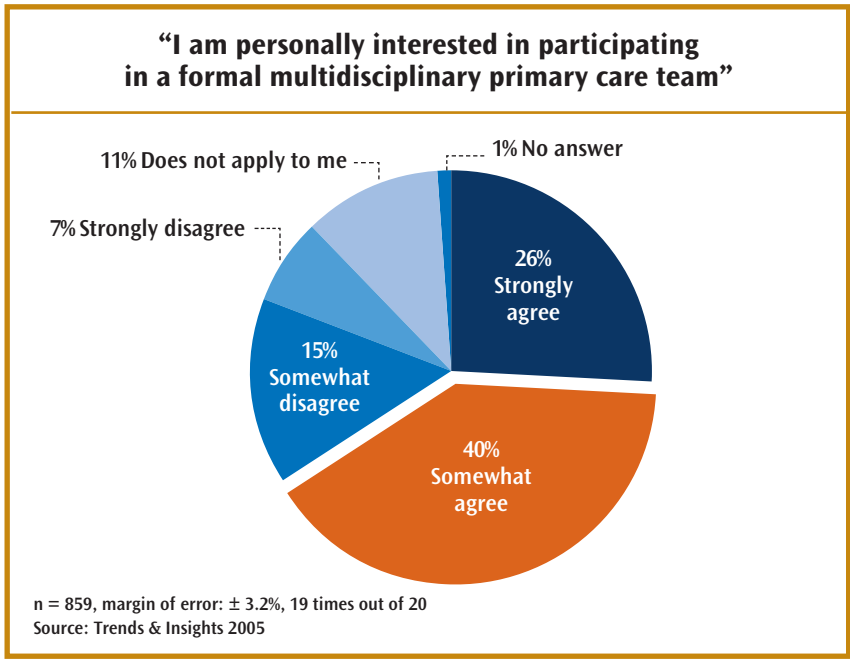
### Do you currently collaborate regularly with a physician?

Responses among retail pharmacists to this question are divided not only by region, but along gender lines as well, with male pharmacists more likely to say they work with physicians on a regular basis than their female counterparts.

Of pharmacists working in retail settings, those employed in independent pharmacies are more apt to collaborate with physicians regularly, with 29% indicating that they team up with physicians on a regular basis when providing patient care. Conversely, just over half (56%) of pharmacists working in franchise pharmacies say they don't collaborate with physicians when treating patients.

### Do the physicians in your area want to collaborate more with pharmacists?

Is this absence of teamwork the result of a lack of interest on the part of physicians? The majority of pharmacists surveyed don't think so. More than half (53%) believe the majority of physicians in their area would like to collaborate more with pharmacists. Among hospital pharmacists, those employed in Quebec are most likely to feel the physicians in their region are interested in working with them, while those working in Ontario or Canada's Western and Eastern provinces are more apt to say they think the physicians in their local area are less responsive



depth questions to compensate for a lack of physician access, and nearly two-thirds (64%) indicate they are seeing more patients who would normally go to physicians. About one-sixth (17%) say they do not see any noticeable change in their practices that they attribute to the physician shortage.

This ability to stretch further to meet the needs of patients left out in the cold as a result of the physician shortage is a topic that weighs heavily on the minds of pharmacists today. “Expanding the role of the pharmacist due to the shortage of physicians” rates second as the single greatest challenge that currently faces pharmacists, topped only by “developing the expertise to provide service with insufficient time and staff support.”

Time—and more specifically, the lack of it—has an effect not only on patient care, but on the job satisfaction of pharmacists as well. “Lack of time to perform all duties properly” rates as the second most frustrating part of the job by hospital pharmacists, and the seventh for retail pharmacists.

to the idea of collaborative care.

This feeling is most pronounced in the responses of retail pharmacists practising in Ontario, with half (50%) indicating they somewhat disagree or strongly disagree with the statement “I believe the majority of physicians in my area would like to collaborate more with pharmacists.”

Retail pharmacists working in banner pharmacies express the strongest confidence in their collaborative appeal to physicians, while those working in supermarket settings indicate the least.

**What are the top barriers to pharmacists and physicians working together to improve patient care?**

One theory that could help explain why physicians are not working with pharmacists more often is that in many parts of Canada there are simply not enough doctors to go around. In many cases, physicians are too busy balancing their workloads to even think about pursuing collaborative care ventures with pharmacists

or other healthcare professionals. When asked what they feel are the top barriers to pharmacists and physicians working together to improve patient care, “lack of time for physicians” rates as the number one obstacle to pharmacist-physician collaboration by the pharmacists surveyed, followed by “lack of an effective and established workflow/communication process between physicians and pharmacists.” Surprisingly, “lack of physician interest” came in as the third most-cited barrier to collaboration, despite the strong confidence displayed by the pharmacists surveyed in the willingness of physicians in their area to collaborate with them more often.

While there may be some question as to the extent physicians are interested in collaborating with pharmacists, survey respondents are steadfast in their belief that the physician shortage has had an effect on their own practices. Close to three-quarters (71%) of retail pharmacists say their patients are asking them more in-



## TECHNOLOGY

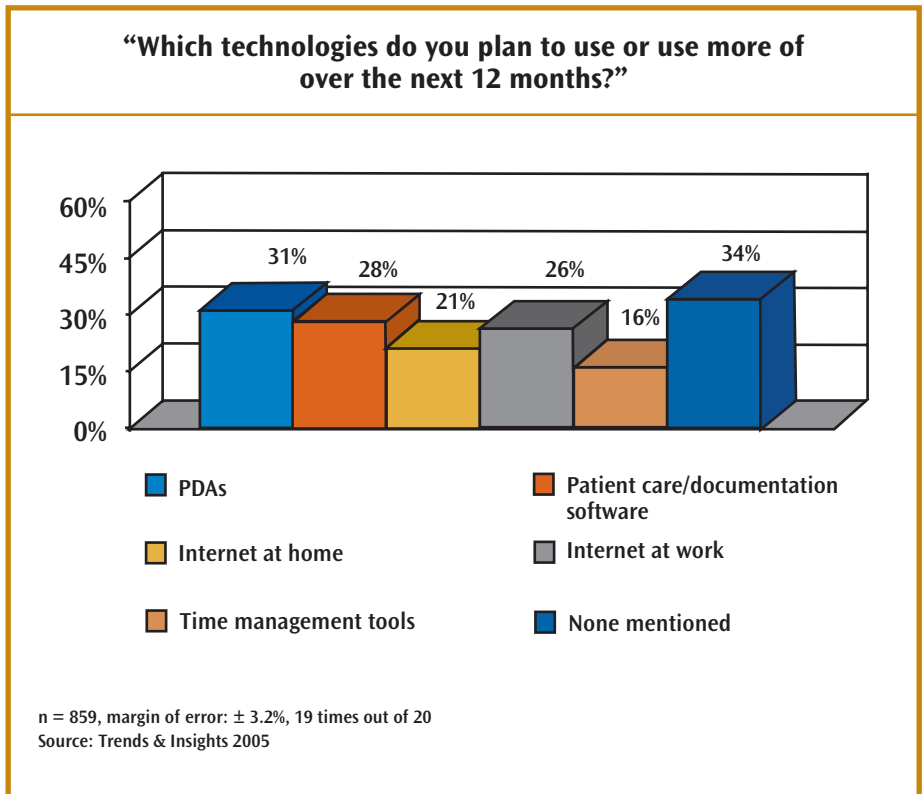
*More pharmacists are using the Internet at work – 71% did so in 2005 versus 57% in 2004.*

**M**ANY PHARMACISTS are turning to technology to help manage their workload, assist with research and keep up with the breakneck pace of drug and treatment developments. Not surprisingly, the Internet is the most popular technology used by pharmacists. Of the retail pharmacists surveyed, 71% say they use the Internet at work for professional reasons such as sourcing patient information material (59%), researching prescription and over-the-counter medications (81%), engaging in continuing education activities (66%) and keeping up with medical news (61%). Close to half (45%) of respondents say they use some sort of patient care or documentation software when treating patients. Franchises (60%) are more likely to use patient care/documentation software than all other types of pharmacies, while mass/dept. are the least likely to do so (34%).

Using a personal digital assistant (PDA) such as a PalmPilot or Blackberry while on the job is also creeping up in popularity among pharmacists, with 62% of hospital pharmacists and 34% of retail pharmacists using them. PDAs also rate as the top technology pharmacists plan to use more of, with 31% of respondents identifying increased PDA use as a priority over the next 12 months. In retail pharmacy, Independents (39%) and banners (41%) are more likely to use PDAs than franchises (26%), while mass/dept. (29%) are most likely to rely on time management tools (16% nationally). Regionally, Ontario relies most heavily on PDAs (38%) and Quebec is the greatest user of patient care/documentation software (58%).

Do you access the Internet for the following? For approximately what amount of time weekly?		
	% who access	Minutes per week
Research Rx and OTC information	81%	34.3
Continuing education	66%	34.9
Accessing association sites	64%	23.1
Medical news	61%	29.6
Sourcing patient information material	59%	28.5

n = 859, margin of error: ± 3.2%, 19 times out of 20  
Source: Trends & Insights 2005





## SURVEY OF OWNERS & MANAGERS

**T**HE RAPID GROWTH in Canadian retail sales of prescription drugs of the past decade slowed in 2004, according to IMS Health Canada, which tracks the prescription market. The number of prescriptions dispensed in Canadian drug-stores grew by just 5.6% last year to just under \$382 million. IMS also reports a slowdown in the dollar sales growth of dispensed prescriptions, while the total retail value of dispensed scripts rose 8.9% in 2004 to \$17.3 billion. That's a far cry from the double-digit, 13% and 14% gains recorded each year since 1998.

It's no wonder, then, that more than half of Canadian pharmacy owners and managers who responded to the Trends & Insights 2005 Survey of Owners and Managers strongly agree that, "competition for dispensary dollars is intense in my local marketplace." In all, more than four in five (83%) strongly agreed or somewhat agreed with this statement.

This slowdown is no doubt one of the reasons behind Canadian pharmacy owners and managers reporting slightly lower prescription volumes, on average, for 2004 than they did for the year previous. According to the Trends & Insights 2005 Survey of Owners and Managers, total prescription volumes averaged 55,000 in 2004, down slightly from 56,900 in 2003. Mind you, not everyone shared the pain—drug-stores with annual sales over \$5 million reported an increase in the number of prescriptions they dispensed last year—on average, \$5 million-plus stores dispensed 100,200 scripts each in 2004. That's a 10% gain for the biggest and busiest.

What's more, there's also been a gain in the number of stores in the prestigious "over \$5 million club." More than one in five respondents (21%) say their pharmacy rang in more than \$5 million in sales last year, with half of those claiming \$7 million-plus in overall sales.

Franchises are ringing up the highest sales; managers of franchise pharmacies reported 2004 sales averaging \$5.96 million.

### Staying competitive

On the whole, pharmacy owners and managers would appear to believe that they're doing what they can to stay on top of their game. Asked whether they agree or disagree with the statement, "My own dispensary is more competitive than it was five years ago," more than three in four (77%) agree. Responses were quite uniform across all pharmacy formats.

When asked the same question about the competitiveness of their frontshop, respondents were not quite as confident. While two-thirds (66%) of overall respondents agree that their frontshop is more competitive now than five years ago, department store managers are much more likely to agree (73%) than independents (54%), supermarket managers (63%) or banners (67%).

### Holding on to their independence

It's interesting to note that this big-scale growth does not appear to be coming at the cost of independent pharmacy: while independents saw annual script volumes fall dramatically from 45,400 in 2004 to 37,000 this year, total sales held steady, even increased slightly to \$2.02 million.

And while all pharmacy formats saw nice gains across the board, independents

*More than one in five (21%) owners and managers say their pharmacy rang in more than \$5 million in sales last year, with half of those claiming \$7 million-plus in overall sales.*



**Snapshot: The typical drugstore**

	Independent	Banner	Franchise	Chain	Supermarket	Mass/dept.	Overall
Size of dispensary (sq. ft.)	591	605	1,391	785	712	953	813
Size of frontshop (sq. ft.)	1,333	2,701	5,516	3,805	2,653	1,192	3,085
Hours dispensary is open (weekly)	54	63	84	71	77	70	67
Average annual Rx volume	37,000	51,500	83,500	64,300	35,200	46,100	55,000
Sales (millions)	\$2.02	\$2.47	\$5.96	\$4.24	\$2.37	\$3.68	\$3.32
Net profit	\$195,300	\$210,600	\$288,000	\$292,400	\$140,400	\$100,900	\$223,300
Professional fee	\$9.48	\$9.32	\$9.57	\$9.40	\$6.25	\$6.49	\$9.16

n = 309, margin of error +5.4%, 19 times out of 20  
Source: Trends & Insights 2005: Survey of Owners & Managers

reported exceptional growth. The average annual net profit rose by 18% to \$223,300, with independent stores experiencing a profitability spurt from just under \$125,000 in 2003 to \$195,300.

There are fewer independent pharmacies in Canada: IMS reports that just 22% of Canadian pharmacies were independents in 2004, down from 31% in 1995. And one-third (35%) of independent pharmacy owners are over the age of 55.

Still, survey respondents who operate their own pharmacies say they're not ready to give up their independence: A whopping 91% say they "intend to remain an independent pharmacy owner in the foreseeable future."

**A graying, mostly male group**

Canadian pharmacy owners and managers tend to be 47 years old, male, and an owner or manager for just over 13 years. By contrast, the

average Canadian retail staff pharmacist is likely to be 45 years old, female, and has worked for less than 10 years at her current job. The two surveys demonstrate that, while women account for well over half, in fact 61% of community pharmacists, and less than one-quarter of pharmacy owners and managers are female.

Independent owners tend to be the "grayest" of the bunch, with a mean age of 50. Supermarket and department/mass store pharmacy managers are the youngest at 37 and 38 respectively. A whopping 83% of franchise owners and 81% of independent owners are male.

Female owners and managers are most likely to work for a chain or banner (32% respectively) than for other pharmacy formats.

Natural attrition rates may just help close that gender gap: with 53% of current owners and managers expecting to retire in 10 years, it's a good bet that more women will be called upon to fill those top positions.

What remains to be seen is whether they are willing to, or want to, take up the challenge.

**Level of agreement with statement**

*"My own dispensary is more competitive than it was five years ago."*

Format	Agree/strongly agree	Somewhat/strongly disagree	Don't know/doesn't apply
Independent	77%	16%	6%
Banner	78%	14%	7%
Franchise	79%	19%	2%
Supermarket	69%	8%	18%
Mass/dept.	73%	14%	13%

*"My own frontshop is more competitive than it was five years ago."*

Format	Agree/strongly agree	Somewhat/strongly disagree	Don't know/doesn't apply
Independent	54%	27%	19%
Banner	67%	25%	7%
Franchise	73%	25%	2%
Supermarket	63%	14%	18%
Mass/dept.	73%	14%	13%

n = 309, margin of error +5.4%, 19 times out of 20  
Source: Trends & Insights 2005: Survey of Owners & Managers



**Drugstores are doing well, financially — so are (most) staff**

What a difference a decade makes! Considering the business boom enjoyed by community pharmacy in recent years, it's almost inconceivable that as recently as 1995, the average Canadian drugstore experienced declining profits and expected the trend to continue. Almost half (49%) of all pharmacy owners and managers posted lower net profits that year, and almost as many (41%) predicted the same results for the year ahead. Only one in three of the percentage reported a gain in profitability and about the same percentage were optimistic about the coming year.

Apparently, those predictions were based in fact: for about the same number of owners and managers (46%), profits did take another dive in 1996.

But the profitability tide appears to have changed with the century, and for the majority of drugstore owners, profits seem well entrenched in a healthy growth curve.

Average net profits reached \$223,300 in 2004, an increase of 18% over the \$189,200 reported in 2003. All formats, with the exception of supermarket pharmacies, enjoyed solid gains in profitability last year. The supermarket average was \$140,400, down from \$149,000 in 2003.

Net profits for franchises (e.g. Shoppers Drug Mart, Jean Coutu, Pharmasave) hit \$288,000, and chains (Pharma Plus, Lawtons) topped the list with net profits averaging \$292,400. Independent pharmacies saw the biggest gains in profitability (to \$195,300); however, those results may be skewed by a small number of highly profitable outlets.

Costs associated with business appear to have held fairly steady, or even declined slightly, over the past year. Average expenditures on dispen-

sary wages and benefits rose (to \$188,600 from \$175,000); but frontshop wages and benefits declined (to \$140,000 from \$166,700) last year.

Occupancy costs increased from \$92,000 to \$101,000; but advertising costs dropped (from \$25,500 to \$23,900). Spending on other operating expenses rose slightly to \$136,200 from \$133,000.

**More technician hours**

Those above-mentioned shifts in staff wages can be traced in part to the fact that frontshop hours were reduced slightly, while pharmacist hours expanded in 2004.

Asked about total number of hours worked on a weekly basis by various staff, owners and managers reported:

- Full-time pharmacist hours increased to 70 hours weekly from 63 hours.
- Part-time pharmacist hours remained about the same, at 25 hours in 2004 from 24 the previous year.
- Full-time technician hours increased by a whopping 32 hours a week (from 82 hours weekly to 114 hours).
- Part-time technician hours held about steady at 44 hours (47 hours/week in 2003).
- The average drugstore had full-time frontshop staff working for 193 hours each week, down from 204 hours last year.

- Part-timers manned the frontshop for 117 hours a week last year, just a little under the 128 hours reported in 2003.
- Owners and managers reported spending a little less time in the dispensary last year—32 hours, compared to 35 hours in 2003.

**Pharmacy jobs are secure**

Fewer than one in three owners and managers plan to make big staffing changes in their dispensary in 2005: 29% say they'll increase the number of technicians in their pharmacy, and 28% will add pharmacists. Virtually no one expects to lay off either a pharmacist or a technician (3% and 2% respectively).

Is the shortage of pharmacists still an issue? "Not in my pharmacy," say most pharmacy owners and managers (61%). Retail pharmacists overall tend to be less emphatic, but still, almost half (49%) of staff pharmacists who answered the same question in the overall Trends & Insights 2005 survey disagreed that there was a shortage of pharmacists in the pharmacy where they work.

Still, while only 36% of owners and managers are short-handed in their own stores, a larger proportion (46%) of all staff pharmacists agree that they are working in a pharmacy affected by a shortage.

**It's a Trend**

- Percentage of pharmacy owners and managers who feel they have a shortage of pharmacists in their own pharmacy: 36%
- Percentage of staff pharmacists who feel they have a shortage of pharmacists in their own pharmacy: 46%

Group	Percentage
owners and managers	36%
staff pharmacists	46%

Source: Trends & Insights 2005: Survey of Owners & Managers.



Owners and managers are even less inclined to say they are affected by a shortage of technicians (just 17% said yes).

Just over twice as many staffers (38%) agreed that there was a shortage of technicians in the pharmacy where they work.

**Wages**

Pharmacy staff made more money in 2004 than in the year previous.

Wages outpaced inflation for pharmacists, who saw their hourly wage increase by a little over 5% in 2004 to \$40.53. That works out to about \$84,302 annually, based on a 40-hour work week.

Pharmacists' wages are highest in Ontario, at \$44.22 per hour, and lowest in Eastern Canada at \$38.84.

Department store and mass merchandiser pharmacies pay the highest wages, at \$42.36 an hour; while banners, independents and franchises all hover fairly closely around the \$40 per hour mark.

Pharmacy techs found it's worth an extra dollar an hour to have formalized training. Trained technicians are paid \$13.40 per hour on average, compared to the \$12.31 paid to technicians with only on-the-job preparation.

*58% of retail owners/managers are paying staff pharmacists \$40 or more an hour.*

The average frontshop staffer is taking home about the same wages they did in 2004; in fact, hourly rates have fallen slightly.

The average hourly wage for a frontshop manager dropped to \$17.43 (down from \$17.66). There's a large range for this position, with franchise pharmacies paying \$21.51 per hour, and department and mass stores paying \$12.71 an hour.

A cashier averages \$9.87 (\$9.76 last year), with rates within about a \$2 range across all retail formats.

**Owners, managers benefit from boom**

It's not just Canadian pharmacy businesses that are making money; drug-store owners and managers are also putting more cash in their pockets than ever before.

The average annual income of pharmacy owners and managers hit \$122,600 in 2004. That's a 9% raise over 2003.

Fittingly, bosses of the most profitable stores bring home the most bacon. Incomes reached \$144,600 for those heading up pharmacies reporting sales over \$5 million a year.

It's interesting that while supermarket pharmacies pay one of the highest hourly wages for staff pharmacists, foodstore pharmacy managers earn the lowest annual income (\$100,600).

By pharmacy format, franchise and banner owners and managers are most highly remunerated at \$128,500 and \$126,400, respectively.

**In the trenches**

While a move into management brings additional responsibilities, most owners and managers are still very much "hands on" when it comes to dispensary duties. On average, they work 35 hours in the dispensary, filling prescriptions and counselling patients. Chain managers tend to spend the greatest amount of time behind the counter (37 hours) while franchise owners spend the least (28 hours).

**Average hourly wages, by position**

Position	Pharmacy format						
	All	Independent	Banner	Franchise	Chain	Supermarket	Dept. Store
Pharmacist	\$40.53	\$40.65	\$39.99	\$40.46	\$41.57	\$41.58	\$42.36
Tech (OJT) <sup>1</sup>	\$12.31	\$12.65	\$11.97	\$12.57	\$11.59	\$12.75	\$11.73
Tech (FS) <sup>2</sup>	\$13.40	\$13.69	\$13.13	\$13.35	\$13.70	\$13.40	\$14.37
Frontshop Mgr.	\$17.43	\$15.12	\$14.89	\$21.51	\$18.73	\$16.68	\$12.71
Frontshop Cashier	\$9.87	\$10.24	\$9.70	\$9.82	\$10.39	\$10.40	\$8.16

n = 309, margin of error ± 5.4%, 19 times out of 20

<sup>1</sup> On-the-job training <sup>2</sup> Formal schooling

Source: Trends & Insights 2005: Survey of Owners & Managers



Store hours		
How many hours a week is your dispensary/frontshop open?		
Frontshop	Dispensary	
All	67	70
Independent	54	56
Banner	63	64
Franchise	84	84
Chain	71	75
Supermarket	77	89
Mass/dept.	70	81

n = 309, margin of error +5.4%, 19 times out of 20

Source: Trends & Insights 2005: Survey of Owners & Managers

**Optimum performance**

The Trends & Insights 2005 Survey of Owners & Managers asked:

*“Ideally, what would you like to do to ensure that your pharmacy is performing at its best, both in terms of prescription volume and other patient care services?”*

Here are the most common responses (multiple responses were allowed):

- Increase use of technology 40%
- Increase technician training 37%
- Increase pharmacist’s training 31%
- Nothing (my pharmacy is already performing at its best) 22%
- Increase technician hours 18%
- Increase pharmacist hours 17%
- Increase store hours 9%
- Decrease store hours 9%

**Technology**

While pharmacies are not lagging in the area of technological advancement, for the second year in a row, the Trends & Insights 2005 Survey of Owners and Managers points out that pharmacies are not racing to implement dispensary technology.

According to the survey, there have been no substantial increases in the use of any one technology in the past year.

Of all the technological innovations available to pharmacies, automated product reordering is the most widely used, with 47% of pharmacy owners and managers using the feature. However, only one-quarter of all pharmacies not currently using an automated system plan to introduce one in the future. Chain (76%) and supermarket pharmacies (74%) are most likely to use this technology, as are two-thirds (67%) of franchises. Only 31% of independent pharmacies and 34% of banner stores are now using automated reordering.

Automated phone answering is a system that looks to have very little potential growth. Overall, one-third of pharmacies (32%) have adopted this technology, including just 18% of independent pharmacies and 10% of banner stores.

Compare the response from franchise stores, where three in four (74%) use auto-answering.

An overwhelming 81% of all stores who do not currently use an automated phone answering system say they have no plans to implement the system in the future.

Automation has seen an increase of five percentage points since last year’s poll. In 2004, 9% of pharmacies responded affirmatively to having the machines. Survey results from 2005 show that 14% of pharmacies now use some form of automation in dispensing. Interestingly, more pharmacies in the province of Quebec (30%) have made use of the machines than any other province, while pharmacies in Ontario (6%) are the least likely to use them.

One of the faster-growing tech-

nologies in use would seem to be the personal digital assistant (PDA). While there is no comparable data for 2004, 44% of owners and managers use PDAs, with the highest response (54%) coming from those in franchise stores.

Age is no barrier to PDA use: about an equal proportion of older (42% of those less than five years from retirement) and younger pharmacists (46% of those who are more than 10 years from retirement) are using this technology.

Software, rather than hardware, seems to be the way to go in streamlining dispensary operations. Asked how much money they plan to invest in information technology in the next three years, 54% say they will spend anywhere up to \$10,000; while just over one in four (27%) expect to invest more than \$10,000 on technology. In contrast, when it comes to automation equipment, one in four owners and managers say they’ll spend nothing on this equipment, and only 11% plan to invest more than \$10,000 to automate their dispensaries.

## ACCENT SUR LE QUÉBEC

**A**u Québec, la majorité des répondants est associée à des bannières (46); les franchises sont aussi très bien représentées (27) et il y a 11 répondants de pharmacies indépendantes. Il y a également deux pharmaciens travaillant en supermarché et un, dans une grande surface. L'âge moyen des répondants québécois est de 47 ans, ce qui est d'ailleurs aussi la moyenne canadienne.

### Moins de l'heure qu'en Ontario...

Quarante-neuf pour cent des pharmaciens propriétaires et gérants du Québec gagnent de 40 \$ à 49 \$ de l'heure (partout au pays, les pharmaciens les moins bien rémunérés gagnent de 30 \$ à 39 \$ de l'heure. Bref, avec une proportion de 49 % dans la tranche « 40 \$ à 49 \$ », les Québécois font aussi bien que leurs collègues de l'Ouest et des Maritimes. Mais ils se font tous coiffer, et de loin, par les pharmaciens ontariens dont les répondants ont indiqué gagner de 40 \$ à 49 \$ de l'heure dans une proportion de 70 %.

Le salaire horaire moyen des répondants au Québec est de 39,41 \$. Il est le plus élevé en Ontario à 44,22 \$. C'est 39,72 \$ dans l'Ouest et 38,84 \$ dans les Maritimes.

*Une forte proportion des pharmacies québécoises rapportent des profits nets de plus de 500 000 \$.*

### Et plus d'heures qu'en Ontario !

Trente-sept pour cent des répondants québécois ont dit travailler 60 heures ou plus par semaine, c'est presque deux fois plus que les 23 % d'Ontariens ! C'est toutefois dans les Maritimes qu'on travaille le plus grand nombre d'heures – 41 % des répondants de ces provinces travaillent 60 heures ou plus. Dans l'Ouest, c'est 30 %. On dirait que plus les provinces sont riches, moins les pharmaciens doivent travailler... Il y a une certaine logique économique dans ces chiffres.

### Mais c'est le contraire pour les techniciens formés sur leur lieu de travail

Quatre-vingt pour cent des techniciens (formés sur leur lieu de travail) du Québec sont payés, selon cette enquête, de 10 \$ à 19 \$ l'heure, ce qui est la catégorie supérieure. C'est plus que les 76 % des Maritimes, les 72 % de l'Ontario et beaucoup plus que les 58 % des provinces de l'Ouest.

### Les grands dispensaires du Québec...

L'aire moyenne des dispensaires chez les pharmaciens du Québec sondés est de 1156 pieds carrés. Les Maritimes suivent avec 1049 pieds carrés. Les dispensaires de l'Ontario ne font que 870 pieds carrés en moyenne. Et les dispensaires de l'Ouest sont en moyenne presque deux fois moins grands que ceux du Québec avec leurs 573 pieds carrés.

### ...sont ouverts plus longtemps

Le Québec et les Maritimes partagent les plus grands dispensaires, qui sont aussi ouverts plus longtemps (hasard ?). Les dispensaires de ces provinces sont ouverts 73 heures et des poussières par semaine, contre 66,73 heures/semaine en Ontario et 62,45 dans l'Ouest.



Le Québec se trouve dans la moyenne nationale en ce qui a trait à la pénurie de pharmaciens et de techniciens dans les pharmacies communautaires. Trente-huit pour cent des répondants québécois ont noté une pénurie de pharmaciens et 22 % ont noté une pénurie de techniciens.

### Gros volumes d'ordonnances au Québec

Les pharmacies communautaires québécoises sont les championnes des gros volumes d'ordonnances. Soixante-huit pour cent des répondants d'ici travaillaient en 2004 avec des volumes dépassant les 50 000 ordonnances. Ce sont encore les Provinces maritimes qui affichent de gros chiffres en compagnie du Québec. Soixante pour cent des répondants des Maritimes avaient des volumes de plus de 50 000 ordonnances. Seulement 37 % des pharmacies sondées de l'Ontario et 22 % de celles de l'Ouest présentaient de telles statistiques.

En fait, la moyenne des ordonnances par pharmacie au Québec était de 86 100 en 2004 ! C'est plus de deux fois la moyenne des pharmacies de l'Ouest à 37 900 ordonnances. La moyenne dans les Maritimes est de 77 200; elle atteint 51 600 en Ontario.

### Et les profits nets par pharmacie sont plus élevés

Le Québec compte la plus forte proportion de pharmacies qui rapportaient des profits nets (avant impôts) de plus de 500 000 \$, soit 18 %. Les Maritimes suivent avec 15%; normal, c'est là qu'on trouve aussi les plus grosses pharmacies. L'Ontario et l'Ouest ferment logiquement la marche des gros profits par pharmacie avec 11 % et 7 % respectivement.

---

*Les pharmaciens  
d'hôpitaux du  
Québec  
font moins de  
travail administratif  
et passent plus de  
temps à conseiller  
les patients.*

---

### Et les salaires des gestionnaires aussi

Trente et un pour cent des propriétaires et gérants de pharmacies québécoises (qui ont participé à l'enquête) gagnent plus de 200 000 \$ par an. C'est la plus forte proportion de pareils résultats au Canada. Dans les Maritimes, on parle de 24 %, en Ontario de 11 % et dans l'Ouest de 3 % seulement. Peut-être est-ce parce que les pharmacies sont en moyenne plus grosses au Québec...

### Et la publicité aussi !

Les dépenses de publicité (incluant dépliants et circulaires) sont particulièrement importantes au Québec, où 30 % des répondants disent dépenser plus de 300 000 \$ par an à ce chapitre. Seules les Provinces maritimes suivent de près à 28 %, l'Ontario est à 20 % et l'Ouest à 17 %. On peut penser que, puisque les pharmacies du Québec et des Maritimes sont plus grandes, des budgets de publicité plus élevés coulent de source.

### Des prévisions de retraite dans la moyenne

On termine, logiquement, avec la retraite : en moyenne, les répondants québécois comptent prendre leur retraite dans 10,7 ans, ce qui est proche des autres provinces (10,9 ans dans les Maritimes, 10,48 ans dans l'Ouest et 9,55 ans en Ontario). Quarante-neuf pour cent des répondants québécois comptent prendre leur retraite dans plus de 10 ans.

Excellente nouvelle : les pharmaciens d'hôpitaux du Québec passent moins de temps que leurs collègues canadiens à s'occuper de tâches administratives (10,51 % du temps des Québécois contre 18,79 % du temps des autres Canadiens). Autre bonne nouvelle : les Québécois disent passer presque deux fois plus de temps à donner des conseils liés aux ordonnances (22,41 % contre 10,97 %), et ils consacrent beaucoup plus de leur temps à parler aux médecins (17,32 % de leur temps contre 12,10 %).

Cet accent mis sur les patients est important, car les soins aux patients sont cités comme étant la partie la plus satisfaisante de leur travail par la majorité des pharmaciens interrogés (par 51 % des répondants au Québec et 54 % dans le reste du Canada).

Par contre, l'aspect le plus frustrant du travail, pour les Québécois, est de devoir accomplir des tâches de technicien (23 % des répondants, 6 % ailleurs au pays). Toutes les questions de manque de personnel constituent l'aspect le plus démotivant du travail de pharmacien d'hôpital pour les pharmaciens du reste du Canada (19 % des répondants, 9 % au Québec).



### Le manque de temps, cause potentielle d'erreurs

Le temps, ou plutôt le manque de temps, est par ailleurs considéré partout au Canada comme la plus grande cause potentielle d'erreurs liées à la médication. C'est encore plus vrai au Québec où 41 % des pharmaciens d'hôpitaux ont relevé le manque de temps comme étant cette cause potentielle. Ailleurs au Canada, c'était 31 %.

La seule autre cause potentielle d'erreurs liées aux médicaments qui a reçu plus de 10 % de réponses est l'écriture pratiquement illisible sur certaines ordonnances. Au Québec, 22 % des pharmaciens ont relevé cette cause. Ailleurs au pays, c'était 26 %.

### La certification ne fait pas l'unanimité

On demandait également si les pharmaciens devraient obtenir une forme de certification (par exemple, éducateur certifié pour le diabète) avant de fournir des services spécifiques de suivis de maladies. Au Québec, 35 % des pharmaciens d'hôpitaux ont répondu qu'ils n'étaient pas d'accord ou pas d'accord du tout. Dans le reste du Canada, ce pourcentage était de 20 % seulement.

### La collaboration, meilleure au Québec

Les pharmaciens d'hôpitaux québécois croient davantage que leurs collègues d'ailleurs au Canada que la majorité des médecins de leur région aimeraient collaborer plus étroitement avec les pharmaciens. Au Québec, 56 % des pharmaciens d'hôpitaux sont tout à fait d'accord avec cet avis, contre 44 % dans le reste du pays.

Pour 47 % des pharmaciens

d'hôpitaux québécois, c'est le manque de temps des pharmaciens qui est la grande barrière à la collaboration pharmaciens/médecins pour le bien des patients. Seulement 31 % de leurs collègues canadiens sont de cet avis.

Les pharmaciens d'hôpitaux hors Québec croient plutôt, dans une proportion de 33 %, que le manque de temps des médecins est la grande barrière à la collaboration. Ce pourcentage se situe à 38 % au Québec.

Les pharmaciens du reste du Canada sont également plus nombreux à croire que les médecins manquent d'intérêt pour la collaboration (23 % contre 15 %). Ils sont aussi plus nombreux à croire que ce manque d'intérêt vient d'un manque d'incitatif financier pour les médecins (17 % contre 10 %).

Le clivage entre médecins et pharmaciens, plus perceptible dans le reste du Canada, se confirme à la question « à votre avis, quelles sont les deux plus grandes barrières aux prescriptions faites en collaboration avec les pharmaciens ? ». Quarante-trois pour cent des pharmaciens du reste du Canada jugent que le manque de coopération des médecins est une de ces grandes barrières; seulement 18 % des Québécois sont de cet avis.

Du côté québécois, on croit plutôt que le manque de temps est l'une des deux grandes barrières (30 % des réponses contre 13 % dans le reste du Canada).

Mais tout le monde s'entend pour dire que le manque de protocoles d'échanges et de communication entre médecins et pharmaciens représente un obstacle majeur à l'interdisciplinarité (52 % des réponses au Québec et 40 % dans le reste du pays).

### Conséquences du manque de médecins

Quarante-deux pour cent des pharmaciens d'hôpitaux québécois interrogés ont indiqué qu'ils voient plus de patients qui iraient normalement voir un médecin; c'est exactement deux fois plus que dans le reste du Canada (21 %). Cinquante pour cent des Québécois ont dit aussi que les patients posent des questions plus en profondeur qu'avant, contre 41 % des pharmaciens du reste du Canada.

Par ailleurs, 20 % des répondants québécois ont précisé que la pénurie de pharmaciens constitue le plus grand défi des pharmaciens, alors que seulement 10 % des pharmaciens du reste du pays ont donné cette réponse.

### Usage des technologies

Les Québécois sont en avance dans l'usage des technologies : 68 % à 60 % pour les Palm Pilot, Blackberry, etc.; 62 % à 51 % pour les logiciels de dossiers des patients; 97 % à 94 % pour Internet à la pharmacie. Une seule exception : les outils de gestion du temps (comme Outlook) qui servent à 44 % des pharmaciens d'hôpitaux hors Québec contre 21 % au Québec.

### La partie la plus gratifiante du travail des pharmaciens communautaires : les soins aux patients

Seulement 39 % des pharmaciens communautaires québécois se sont dits très satisfaits de leurs conditions de travail, contre 51 % de leurs homologues du reste du Canada.

Au Québec, la plus grande frustration au travail des pharmaciens communautaires réside dans le sentiment qu'ils ont d'accomplir des



tâches qui devraient être « réservées » aux assistants techniques, et ce, pour 24 % des répondants. Dans le reste du pays, ce pourcentage n'était que de 9 %.

### Des régimes d'assurance irritants

La deuxième plus grande frustration des pharmaciens communautaires (pour 15 % des répondants québécois) est attribuable au travail administratif qu'impose le régime public d'assurance médicaments. Dans le reste du pays, ce pourcentage n'était que de 6 %.

La plus grande frustration des pharmaciens communautaires hors Québec est provoquée par les questions d'assurances privées des tiers-payants, et ce, pour 25 % des répondants. Au Québec, ce pourcentage n'était que de 8 %.

### Les soins qui font du bien

En revanche, la meilleure partie du travail des pharmaciens communautaires est la même partout au pays : ce sont les soins aux patients. Ils ont fait l'objet de 74 % des réponses au Québec et de 75 % ailleurs. Avoir de bons collègues et un bon environnement de travail constituent la meilleure partie du travail de pharmacien communautaire pour 14 % des répondants du reste du Canada, contre 9 % au Québec.

L'interdisciplinarité semble connaître encore des écueils : la communication avec d'autres professionnels de la santé est considérée comme la meilleure partie de leur travail par seulement 9 % des pharmaciens communautaires québécois (contre seulement 5 % dans le reste du pays).

### Le rôle des techniciens

Les pharmaciens communautaires du reste du pays croient, dans une proportion de 36 %, qu'un rôle accru dévolu aux assistants techniques leur permettrait de mieux travailler. Au Québec, 28 % des pharmaciens communautaires sont de cet avis. On a vu que les pharmaciens d'ici sont frustrés par les tâches techniques. Ils en font pourtant moins que leurs collègues du reste du pays... En effet, 94 % des pharmaciens des autres provinces ont dit entrer de nouvelles ordonnances à l'ordinateur, contre 76 % au Québec; 94 % des autres pharmaciens canadiens ont dit inscrire des renouvellements d'ordonnances à l'ordinateur, contre 65 % au Québec. Et 76 % de ces pharmaciens communautaires du reste du Canada ont indiqué qu'ils enregistrent des achats à la caisse, contre 47 % des pharmaciens communautaires du Québec.

### Plus de conseils aux patients

Les pharmaciens ont été interrogés sur le pourcentage du temps de travail consacré à diverses tâches. Dans le reste du Canada, les pharmaciens communautaires ont dit passer environ la moitié de leur temps (45 %), durant une journée typique, à exécuter des ordonnances; au Québec, il s'agissait d'un peu plus du tiers de leur temps (37 %). Moins de temps passé à exécuter des ordonnances au Québec, donc. Les Québécois ont précisé qu'ils passent en moyenne 30 % de leur temps à donner des conseils aux patients sur leurs ordonnances. Dans le reste du pays, c'était 20 %...

On pourrait croire que ces différences sont causées par le manque

d'accès aux médecins, qui porte les patients à poser davantage de questions aux pharmaciens. Pourtant, on a aussi demandé aux pharmaciens communautaires comment, idéalement, ils diviseraient leur temps. Les Québécois souhaiteraient consacrer encore davantage de temps à conseiller les patients sur leurs ordonnances (40 %); les autres Canadiens souhaiteraient passer un peu plus du tiers de leur temps à conseiller les patients sur leurs ordonnances (35,75 %).

De même, les pharmaciens du reste du pays ont indiqué qu'ils souhaiteraient passer plutôt 30 % de leur temps à exécuter des ordonnances; au Québec, les pharmaciens communautaires souhaiteraient consacrer moins de temps à cette tâche, soit environ le quart de leur journée (26 %).

Finalement, les pharmaciens québécois ont précisé qu'ils aimeraient augmenter le temps qu'ils consacrent aux échanges avec les médecins. Ils y consacrent présentement moins d'un dixième de leurs journées.

### Travailler avec des médecins

Dans le même ordre d'idées, on a demandé quels sont les deux plus grands obstacles au travail en interdisciplinarité médecins-pharmaciens pour améliorer les soins aux patients. Au Québec, les pharmaciens croient que c'est surtout l'absence d'un processus établi de communication entre pharmaciens et médecins (dans une proportion de 54 % contre 36 % dans le reste du pays). Les pharmaciens communautaires du reste du pays estiment plutôt, encore une fois, que la bonne foi des médecins peut



être mise en cause : 37 % d'entre eux jugent que le « manque d'intérêt » des médecins est un grand obstacle au travail d'équipe entre pharmaciens et médecins; au Québec, c'était 26 % seulement. Les pharmaciens hors Québec pensent aussi que les médecins n'ont tout simplement pas le temps de travailler avec des pharmaciens – ils le pensent dans une proportion de 46 %, ce qui est énorme, alors que les Québécois le pensent dans une proportion de 36 %.

On a observé les mêmes tendances quand on a sondé les pharmaciens sur les deux plus grands obstacles à la collaboration médecin-pharmacien pour tout ce qui a trait aux ordonnances. Les pharmaciens hors Québec pensent surtout (dans une proportion de 50 % !) que le manque de coopération des médecins est un obstacle à cette collaboration; au Québec, cette réponse a été donnée par 35 % des répondants. La différence est donc notable.

En outre, 20 % des pharmaciens hors Québec ont indiqué que les associations professionnelles de médecins sont un obstacle à la collaboration en matière d'ordonnances; une réponse donnée par seulement 10 % des répondants québécois. Encore une fois, les pharmaciens d'ici croient que c'est surtout l'absence d'un processus établi de communication entre pharmaciens et médecins qui est un obstacle (dans une proportion de 49 % contre 36 % dans le reste du pays).

### Utilisation d'Internet

Les pharmaciens du reste du pays se servent plus d'Internet que les Québécois, à la fois pour la formation continue (72 % contre 48 % au

Québec) et pour obtenir des nouvelles médicales (64 % contre 52 %).

### « Pharm. D. »

Soixante-cinq pour cent des pharmaciens communautaires québécois seraient en accord ou très en accord avec l'obligation de créer un baccalauréat rehaussé en pharmacie (Pharm. D.) pour les nouveaux diplômés. C'est deux fois plus que leurs collègues du reste du pays (33 %).

### Services spéciaux facturables

Les patients québécois seraient-ils plus réfractaires au paiement de services pharmaceutiques spéciaux (suivi du diabète, traitement du tabagisme, etc.) ? En effet, un pharmacien québécois sur deux n'est pas convaincu que ses patients paieraient pour de tels services; une proportion qui chute à un pharmacien sur trois dans le reste du pays.

### La pénurie de pharmaciens plus ressentie au Québec

Tous les pharmaciens à l'échelle du Canada s'accordent à dire qu'il y a une pénurie nationale de pharmaciens. C'est toutefois au Québec que cette pénurie est le plus nettement ressentie.

Soixante-quatorze pour cent des pharmaciens communautaires québécois ont indiqué qu'ils conseillent de plus en plus de patients qui iraient normalement voir un médecin, une proportion qui tombe à 61 % chez leurs collègues du reste du pays. Vingt pour cent de ces derniers (dont 27 % des pharmaciens de l'Ouest) n'ont perçu aucun changement à ce sujet ces dernières années; cette réponse n'a été donnée que par 3 % des Québécois !

Quel est le plus grand défi des pharmaciens ? Les réponses sont très diversifiées. Au Québec, les deux réponses les plus courantes ont trait à la pénurie de pharmaciens. Dix-sept pour cent des pharmaciens québécois ont répondu que c'est l'augmentation des tâches et le déploiement du rôle du pharmacien, alors qu'il y a pénurie dans la profession (contre 13 % ailleurs au pays). Pour les collègues du reste du Canada, toute la charge de travail causée par les régimes d'assurance, le recrutement d'un bon personnel technique et la mise sur pied de services pharmaceutiques facturables constituent les plus grands défis des pharmaciens aujourd'hui.

TRENDS &  
INSIGHTS  
2005

TENDANCES ET  
PERSPECTIVES  
2005

# Trends & Insights

## Tendances et Perspectives

### 2005

For more information, please email  
Laurie Jennings, Associate Editor, Projects,  
Rogers Publishing Ltd.,  
at [laurie.jennings@pharmacygroup.rogers.com](mailto:laurie.jennings@pharmacygroup.rogers.com)  
or call 416-764-3917.

Pour de plus amples renseignements,  
veuillez envoyer un courriel à  
Laurie Jennings, rédactrice en chef adjointe,  
Projets spéciaux, Éditions Rogers Media Limitée  
([laurie.jennings@pharmacygroup.rogers.com](mailto:laurie.jennings@pharmacygroup.rogers.com))  
ou téléphoner au (416) 764-3917.

Published by / Publié par :

**Pharmacy**  
PRACTICE

**PharmacyPost**  
CANADA'S DRUGSTORE NEWS, OTC, BUSINESS & FRONTSHOP REPORT

**l'actualité**  
**pharmaceutique**

 **ROGERS™**

Sponsored by / Commandité par :

**MCKESSON**  
Canada | **100**  
ans years

 **TEVA**  
**novopharm**