

CONCURENȚA PE PIAȚA FARMACEUTICĂ A REPUBLICII MOLDOVA ȘI CONSECINȚELE EI

Mihail Brumărel, Stela Adauji, Natalia Moșoi

Catedra Farmacie Socială "Vasile Procopișin", IP USMF "Nicolae Testemițanu"

Summary

THE PHARMACEUTICAL MARKET COMPETITION AND ITS CONSEQUENCES IN THE REPUBLIC OF MOLDOVA

It was analyzed the level of competition in the pharmaceutical market of Moldova and its consequences on the level of pharmaceutical care. In this way, has been demonstrated that Pharmaceutical Market of the Republic of Moldova is a monopoly but at the level of distributors and manufacturers is a oligopoly. The competition has both positive and negative consequences on the level of pharmaceutical care.

Rezumat

A fost analizat nivelul de concurență pe piața farmaceutică a Republicii Moldova și consecințele concurenței asupra nivelului de asistență farmaceutică. Astfel s-a demonstrat că piața farmaceutică a Republicii Moldova este o piață monopolistă, reieșind din specificul activității, iar la nivel de distribuitori și producători este o piață oligopolistă. Concurența are efecte atât pozitive, cât și negative asupra nivelului de asistență farmaceutică.

Actualitatea temei. Economia de piață constituie baza apariției, existenței și funcționării pieței. Piața este necesară pentru a realiza legătura dintre producători și consumatori, oferind participanților informațiile necesare pentru a putea decide ce, cât și pentru cine să producă, dar și ce, cum și cât să se consume.

Unul din regulatorul pieței este concurența, astfel că fiecare își urmărește propriul interes, satisfacerea cât mai avantajoasă a necesităților de producție sau de consum și obținerea de câștig. Cunoașterea pieței presupune cunoașterea cererii, ofertei, prețului și concurenței [7].

Un grad ridicat de concurență poate îmbunătăți performanța economică a unui stat, să deschidă oportunități de afaceri cetățenilor acestuia și să reducă costul bunurilor și serviciilor la nivelul întregii economii [6].

Concurența desemnează relațiile de competiție, de rivalitate dintre agenții economici în calitate de producători sau cumpărători, relații specifice economiei de piață. În condițiile concurenței crește eficiența economică a producătorului (maximizarea profitului) și a consumatorului (maximizarea satisfacției).

Concurența are însă și unele consecințe negative, atrăgând după sine și efecte secundare nedorite, ca de exemplu: încercarea unor întreprinderi de a reduce costurile prin micșorarea salariilor, prin reducerea unor cheltuieli necesare protejării mediului, sau prin crearea unor bunuri de slabă calitate.

Pentru ca efectele concurenței să fie predominant benefice este necesară eliminarea atât a surplusului de concurență, cât și a insuficienței acesteia [7].

Scopul lucrării a constituit analiza unor aspecte ale concurenței, evidențierea tipurilor de concurență și consecințele lor pe piața farmaceutică a Republicii Moldova.

Pentru realizarea scopului au fost stabilite următoarele sarcini de lucru:

- Evaluarea nivelului de concurență pe piața națională a distribuitorilor de produse farmaceutice.
- Analiza nivelului de concurență a produselor farmaceutice autohtone incluse în Nomenclatorul de Stat al Medicamentelor.

Ca **metodă de studiu** s-a folosit chestionarul propus de Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică inclus în „Setul de instrumente pentru evaluarea concurenței – Principiile de evaluare a concurenței” [6].

Rezultate obținute și discuții. Economiiști clasifică concurența la nivel economic ca concurență directă, indirectă, loială și neloială, specificând condițiile tipice ale pieții concurenței pure. Unii autori evidențiază “concurența practicabilă” sau “concurența suficientă”. În literatură se mai specifică concurența de marcă, la nivel de ramură, concurența formală și generică. La general, se conchid două forme de concurență – la nivelul sectorului de activitate și cea la nivelul pieței, care pot fi atribuite și la piața serviciilor farmaceutice.

Este evident că, dacă lipsește concurența, atunci vom vorbi de monopolul pur. Monopolul trebuie exclus prin reglementări juridice, fapt care este stipulat în prevederile legislației. Concurenții folosesc diferite forme și mijloace în lupta concurențială și evidențiază: concurența tehnologică, concurența bazată pe îmbunătățirea organizării interne a activității de producere și aplicarea ei în practică. Anume noile tehnici și tehnologii trebuie să constituie baza în competitivitate [5].

Trăsăturile pieței medicamentului sunt specifice unui model general de organizare a pieței, axat pe interacțiunea cererii și ofertei, însă influența altor factori suplimentari, cum ar fi concurența, este semnificativă, fiind în măsură să determine configurarea finală a pieței [1].

Astfel cererea pe piața farmaceutică este constituită din

medicamentele eliberate în baza prescripției medicale și fără prescripție medicală, la inițiativa consumatorului sau a farmacistului, după sursele de finanțate – medicamente procurate din contul consumatorului, compensate, procurate din surse alocate pentru necesitățile instituțiilor medico-sanitare, în cadrul programelor naționale de combatere și tratament a unor îmbolnăviri, etc. Este de menționat că consumatorul influențează formarea cererii indirect, fie prin nivelul său de sănătate, fie prin posibilitățile sistemului de sănătate.

Sursele de formare a ofertei pe piața farmaceutică sunt producătorii locali de medicamente, distribuitorii cu ridicata a medicamentelor, având ca surse producerea autohtonă și importul.

Oferta produselor farmaceutice este adusă în fața consumatorilor de distribuitorii cu amănuntul (farmaciile de tip deschis, secțiile farmaceutice ale centrelor medicilor de familie și filialele lor).

Fiecare nivel al lanțului de distribuție are trăsături și suportă reglementări specifice vizând producția și distribuția produselor farmaceutice incluse.

Reglementarea excesivă și lipsa mecanismelor pe deplin funcționale creează distorsiuni pe piața farmaceutică, care duc la monopolizarea acestui sector pe segmentul importului de produse farmaceutice și generează un mediu concurențial slab pe segmentul de comercializare cu amănuntul.

Piața produselor farmaceutice prezintă anumite elemente specifice, în comparație cu piețele pentru alte bunuri și servicii, care limitează aplicarea deplină a mecanismelor economiei de piață bazate pe interacțiunea liberă dintre cerere și ofertă [1].

Evaluarea pieței farmaceutice în baza chestionarului propus de Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică evidențiază următoarele trăsături ale ei:

- **Pe piața medicamentelor sunt permise acordurile de drepturi exclusive.** Stabilirea unui monopol privat, care poate fi din multe puncte de vedere bariera supremă în calea intrării pe piață. De asemenea poa-

te conduce la stabilirea de prețuri de monopol și alte probleme asociate cu exercitarea puterii de piață;

- **Se efectuează controlul prețurilor de realizare a medicamentelor.** Aceste tipuri de control sunt utile consumatorilor pentru ai proteja de concurența acerbă din partea prețurilor;
- **Există limitări ale posibilității furnizorilor de a concura prin restricționarea publicității.** Uneori restricțiile cu privire la publicitate sunt benefice pentru societate;
- **Există limitarea posibilităților pacienților de a alege preparate.** Limitarea posibilităților consumatorilor de a alege poate fi dăunătoare, deoarece furnizorii care rămân pe piață ar fi mai puțin stimulați să satisfacă consumatorii oferind produsele la calitate și prețurile dorite [6].

Ca rezultat, din punct de vedere economic, neluând în calcul multiplele particularități, conform principiilor propuse, piața farmaceutică a Republicii Moldova în întregime este o piață monopolistă cu o concurență monopolistă.

Conform datelor statistice, numărul depozitelor în perioada anilor 2007-2012 s-a redus cu 30%, în condițiile în care numărul autorizațiilor de import eliberate s-a majorat cu 51,3%.

Primele 3 companii-angrosiste dețin cota de 51,8% din totalul pieței ceea ce presupune, cel puțin teoretic, deținerea capacității de control asupra pieței (tab. 1) [1].

Astfel, în Republica Moldova piața distribuitorilor angrosiști este o piață oligopolistă.

Acțiunile concurenței asupra pieței farmaceutice la nivelul distribuitorilor angrosiști sunt atât pozitive: crearea stocurilor mari de medicamente, inclusiv după sortiment, servicii suplimentare de calitate cât și negative: acțiuni de promovare, distribuția exclusivă.

La data de 1 ianuarie 2012 numărul total de întreprinderi farmaceutice ce activau în sectorul de distribuție cu amănuntul constituia 2166 unități și era în creștere cu 5,3% față de anul 2011. La ziua de azi numărul acestora esențial nu s-a modificat [3].

Tabelul 1. Distribuitorii cu ridicata/ importatorii produselor farmaceutice

Nr.	Compania	Ponderea, %
1.	Întreprinderea Mixtă Moldo-Română "Dita EstFarm", SRL	23,1
2.	Compania "Tetis International Co.", SRL	18,6
3.	Întreprinderea Mixtă Moldo-Ungară "RihPanGalFarma", SRL	10,1
4.	Întreprinderea Mixtă "Becor", SRL	7,2
5.	Societatea pe Acțiuni "SanFarm-Prim"	3,3
6.	Întreprinderea mixtă "GBG-MLD", SRL	2,7
7.	Societatea cu Răspundere Limitată "Farmina"	2,6
8.	Întreprinderea mixtă "R&P Bolgar Farm", SRL	2,4
9.	Societatea cu răspundere limitată "Intermed"	2,2
10.	Întreprinderea mixtă "P&R Pharma" SRL	2,1

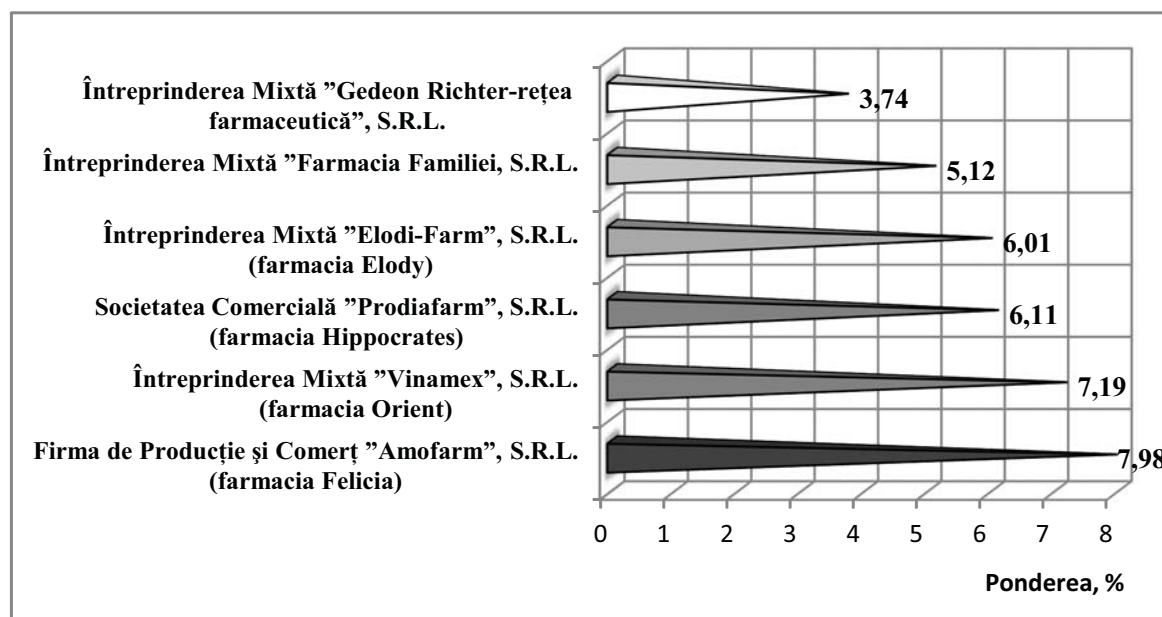


Figura 1. Primii 6 distribuitori cu amănuntul ai produselor farmaceutice

Datele privind extinderea și amplasarea acestor unități denotă existența diferențelor semnificative în nivelul de asigurare a populației din raioanele sătești în raport cu populația localităților municipale. Într-o bună parte din localitățile rurale din țară acestea practic lipsesc [2].

Neuniformitatea amplasării unităților farmaceutice creează condiții de diminuare a disponibilității și accesibilității medicamentelor. Această situație se intensifică în condițiile economiei de piață în care factorul concurenței este definitoriu, iar principiile atractivității farmaciilor comunitare prevalează în raport cu principiile de asigurare a disponibilității și accesibilității asistenței farmaceutice [4].

Conform datelor statistice la 1 ianuarie 2012, 6 companii acopereau mai mult de 36% din piața farmaceutică de distribuire cu amănuntul, astfel transformându-se treptat într-o piață oligopolistă (fig. 1) [3].

Noua concurență în distribuția cu amănuntul nu se mai poartă între unități independente de activitate, ci între sisteme complete de rețele conduse centralizat, care concurează între ele pentru a obține cele mai bune rezultate în privința economiilor de cost și a reacției consumatorilor [2]. Mai mult ca atât, de facto, companiile indicate sunt rețele ale celor mai mari distribuitori cu ridicata ale produselor farmaceutice.

Aspectele pozitive ale concurenței asupra pieței farmaceutice la nivelul distribuitorilor cu amănuntul sunt diversificarea serviciilor și majorarea calității lor, lărgirea sortimentului de produse farmaceutice, creșterea continuă a calificării și profesionalismului personalului farmaceutic.

Se observă și unele aspecte negative cum ar fi stabilirea prețului la nivelul pieței, diminuarea disponibilității unor produse și micșorarea accesibilității la unele medicamente ce se distribuie exclusiv.

Potrivit Agenției Medicamentului și Dispozitivelor Medicale, la 1 ianuarie 2013 în țară activau 27 producători de

medicamente, care dețineau o cotă de aproximativ 18,1% din numărul total al produselor farmaceutice înregistrate în Nomenclatorul de Stat al Medicamentelor (NSM), ediția 07.02.2013.

Primii 5 producători dețin o cotă de 66,16% din numărul total al produselor autorizate pe piața farmaceutică a Republicii Moldova. Conform NSM 19,22% din produsele autohtone îi revin întreprinderii Balkan Pharmaceuticals, SRL cu 212 denumiri.

Pentru a analiza concurența produselor autohtone, au fost evidențiate substanțele active ce stau la baza produselor autohtone și au fost selectate formele farmaceutice nerepetabile cu aceeași substanță activă la diferiți producători autohtoni. Rezultatele generalizatoare sunt prezentate în tab. 2.

În rezultatul studiului se evidențiază 134 medicamente autohtone nerepetabile, ce nu au analogi de import, luând în considerație forma farmaceutică și substanța activă. După producători ele se repartizează către Balkan Pharmaceuticals, SRL – (26), Farmaprim, SRL – (17), Farmaco, SA – (16), Depofarm, SRL – (15).

Pentru a analiza concurența produselor autohtone cu cele de import, preparatele au fost grupate după clase conform clasificării ATC.

Cele mai multe preparate autohtone sunt prezente în clasele A – 129, C – 127, D – 184, J – 149, N – 117. Clasele D și H sunt prezentate în NSM de aproximativ un număr egal de medicamente.

Sunt diferit prezentate și grupele terapeutice: grupa J01 – Antibacteriene de uz sistemic conține 9,7 % din produsele autohtone, grupa D08 – Antiseptice și dezinfectante 9,15 %, grupa C01 – Terapia cordului 3,53 %, grupa N05 – Psiholeptice 3,53 %. Totodată grupele B06, D04, D05, H01, H03, H04, H05, J06, J07, M04, M09, N04, P01, S03, V07, V08 nu sunt reprezentate de nici un produs autohton.

Tabelul 2. Numărul de medicamente autohtone după substanțe active și forme farmaceutice fără analogi de import

Nr. d/o	Producătorul	Numărul substanțelor active nerepetabile de alți producători autohtoni	Forme farmaceutice nerepetabile după substanță activă
1.	"Balkan Pharmaceuticals", SRL, SC	76	21
2.	"Farmaco", SA, ÎM	41	20
3.	"Eurofarmaco", SA, ÎCS	18	3
4.	"Farmaprim", SRL	30	21
5.	"Depofarm", SRL	21	7
6.	"Vitapharm-Com", SRL, ÎM	12	6
7.	"Flumed-Farm", SRL	12	1
8.	"Universal-Farm", SRL	10	17
9.	"RNP Pharmaceuticals", SRL, ÎM	5	8
10.	"Medeferent Grup", SRL	3	2
		...	...
Total		242	121

În urma studiului efectuat, între producătorii autohtoni, luând în considerație piața medicamentelor fabricate în Republica Moldova, există o concurență oligopolistă diferențiată după sortimentul de produse și calitatea lor.

Concluzii și recomandări:

1. În rezultatul analizei am evidențiat 134 medicamente autohtone, ce nu au analoge de import, luând în considerație forma farmaceutică și substanța activă.

2. În urma studiului efectuat s-a demonstrat că piața farmaceutică a Republicii Moldova, reieșind din specificul activității, este o piață monopolistă, iar la nivel de distribuitori și producători – este o piață oligopolistă.

3. Propunerile înaintate pentru modificarea actelor normative în vigoare au drept scop ameliorarea situației prezente și crearea hărții concurențiale, care va permite asigurarea amplasării raționale a farmaciilor pe întreg teritoriul țării, asigurarea condițiilor minime de activitate economică a lor și prin aceasta asigurarea predominării modelului etic de activitate a farmaciilor asupra celui comercial. Pentru promovarea intereselor consumatorilor și producătorilor este necesară menținerea și stimularea concurenței loiale prin adoptarea unor legi și constituirea de organizații guvernamentale sau neguvernamentale, care să arbitreze respectarea principiilor concurenței.

Bibliografie:

1. Chircă R. și coautori, Analiza transparenței și eficienței reglementărilor pe piața farmaceutică, Chișinău 2012, 62 pag.
2. Kotler Philip și Keller Kevin Lane, Managementul marketingului, Ediția a V-a, București, Editura-Teora, 2008, 1192 pag.
3. Mereuță I., Gațcan Șt., Ivăsi., Parteneriatul, concurența și competitivitatea în condițiile pieței medicale // Revista științifico-practică "INFO-MED", Nr. 4(6), Chișinău 2004, pag. 3-7.
4. Procopișin V., Safta V., Lupu M. Analiza teritorializării farmaciilor comunitare – factor al coordonării pieței farmaceutice // Anale Științifice ale USMF "Nicolae Testemițanu", Volumul 2, Zilele Universității (17-18 octombrie), Chișinău 2001, pag. 286-289.
5. Resursele și activitatea Sistemului Farmaceutic al Republicii Moldova, Bienar statistic 2010-2011, Chișinău, 2012, 48 pag.
6. www.oecd.org/daf/competition/98765440.pdf
7. www.scribube.com/economie/PIATA-SI-CONCURENTA185921718.php

Depus în redacție – 15 decembrie 2013
Acceptat pentru publicație – 10 ianuarie 2014