

## FORMAREA PREȚURILOR LA MEDICAMENTE PE PIAȚA FARMACEUTICĂ

<sup>1</sup>Dr. hab., prof. univ., Victoria GANEA, <sup>2</sup>Drd., Ana ȚENTI

<sup>1,2</sup>Universitatea de Stat a Moldovei, str. Alexei Mateevici, 60,  
Chișinău, Republica Moldova, MD-2009, + 373 22 24-48-21, [www.usm.md](http://www.usm.md)

### Abstract

*At present, the pharmaceutical industry is in the verge of a crisis, because it shows a drastic loss of revenue when it is not possible to increase the prices for some vital products. The expenses included in the prices shows that the companies do not focus on the settlement of the arising problems in the process of production, but try to keep their market share, at all costs. As study methods were used: documentary method which is based on accessing and studying bibliographic sources, economic analysis, synthesis, comparison, analogy method and many other. The research identified three types of prices: the selling price of the manufacturer (producer); the wholesale price of the intermediary; retail price at which the medicine is released in the end to the consumers. Producer's price is fixed by the producer to sell the finished product to the intermediate economic entities. Wholesale price is offered for the sale of products by distributors of medicines to the economic operators in the retail trade. Retail price means the price at which goods are sold in the retail distribution networks to the end-users. The shorter the path of the medicine from the producing entity to the final consumer, the lower and more accessible is the price.*

**Key words:** price, price formation, regulation, medicines, pharmaceutical market

**JEL CLASSIFICATION:** G322

Piața farmaceutică ocupă un loc special în economia oricărei țări, fiind unul dintre cei mai importanți regulatori ai calității vieții populației. Unicitatea acestei piețe constă în faptul că nevoia unei persoane de a cumpăra medicamente este determinată de necesitatea naturală de a-și păstra funcțiile vitale și a spori speranța de viață. Particularitatea funcționării pieței farmaceutice constă în capacitatea de a menține interconexiunea dintre sfera economică și socială a societății.

Fiind unică, piața farmaceutică are o natură duală care, pe de o parte, oferă producția de medicamente ieftine destinate extinderii pieței de consum, iar pe de altă parte, medicamentele ieftine nu au întotdeauna proprietățile terapeutice necesare. De asemenea, trebuie remarcat faptul că, în ultimul deceniu al secolului XX s-a conturat tendința de actualizare și ajustare a prețurilor pe piață. Acest fapt a fost cauzat de creșterea prețurilor, ca urmare a creșterii rapide a costurilor de cercetare-inovare și apariția unor noi factori de producție.

În prezent, industria farmaceutică, care timp de mulți ani a fost unul dintre cele mai profitabile sectoare ale economiei mondiale, se află în pragul unei crize, argumentate prin înregistrarea unei drastice scăderi a veniturilor atunci, când nu este posibilă creșterea constantă a prețurilor pentru anumite produse vitale. Cheltuielile incluse în preț, demonstrează faptul că entitățile economice nu sunt axate pe soluționarea problemelor apărute în procesul de producție, ci încearcă să-și păstreze cota de piață cu orice preț.

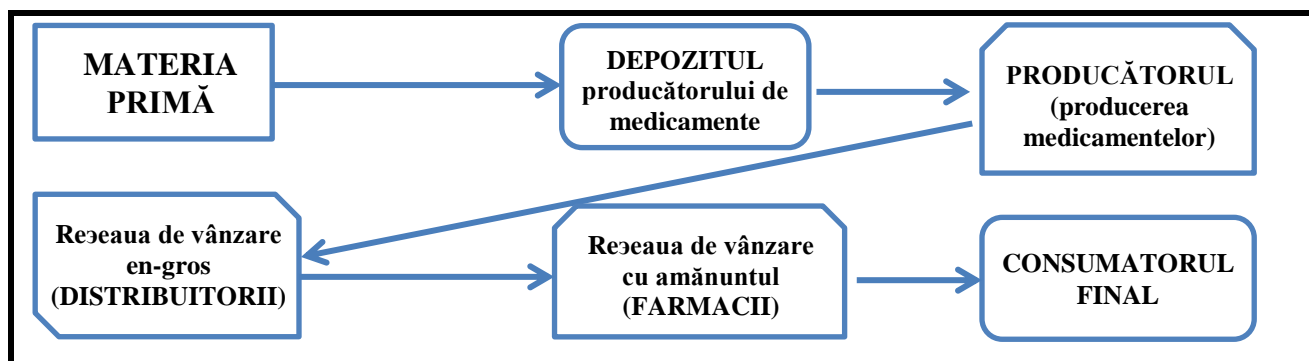
Creșterea prețurilor este o consecință a cheltuielilor efectuate, mai întotdeauna din încercarea de a păstra patentele care expiră pentru medicamentele populare. Tendința respectivă a condus la intensificarea concurenței în materie de prețuri. În aceste condiții, adaptarea prețurilor dobândește un rol-cheie în activitățile de exploatare a companiei farmaceutice. Totuși, formula clasică a calculării prețului prin însumarea prețului de cost și marja producătorului, devine doar un punct de plecare pentru o adaptare eficace a prețurilor pe piața farmaceutică.

Analizând literatura de specialitate, constatăm că prețul, în calitatea sa de categorie economică pe orice tip de piață, este format din următoarele elemente [2; 5; 4, pag. 594-614 ]:

✓ costul tratamentului;

- ✓ severitatea și prevalența unei anumite boli;
- ✓ potența consumatorilor de a plăti pentru medicament;
- ✓ prezența concurenților - producători de produse originale;
- ✓ corespunderea cerințelor speciale față de calitatea cea mai înaltă a preparatului farmaceutic și a modului de păstrare a acestuia.

Analiza sistemului de tratament medicamentos ne permite să identificăm direcția evolutivă a stabilirii prețului în industria farmaceutică, pornind de la obținerea materiei prime, cultivarea plantelor medicinale, materiale, combustibil, componente, unelte, mașini, echipamente, etc. (vezi figura 1).



**Figura 1. Direcția evolutivă a stabilirii prețului în industria farmaceutică**

Sursa: elaborat de autori

Următoarea etapă presupune promovarea produselor finite, adică a medicamentului, de la organizația de fabricație până la consumatorul final și se referă la procesul de mișcare fizică a mărfurilor, de la producător - la punctele de vânzare sau de consum.

Pentru aceste etape de circulație a mărfii, delimităm trei tipuri de prețuri (vezi figura 2):

- ✚ prețul de vânzare al producătorului (de producător);
- ✚ prețul en-gros al intermediarului;
- ✚ prețul de vânzare cu amănuntul la care medicamentul este eliberat consumatorilor finali.

Astfel, vom defini *prețul de producător*, drept prețul stabilit de producător pentru a vinde produsul finit către entitățile economice intermediare - distribuitori en gros sau agenți economici din sectorul comerțului cu amănuntul (vezi figura 3).

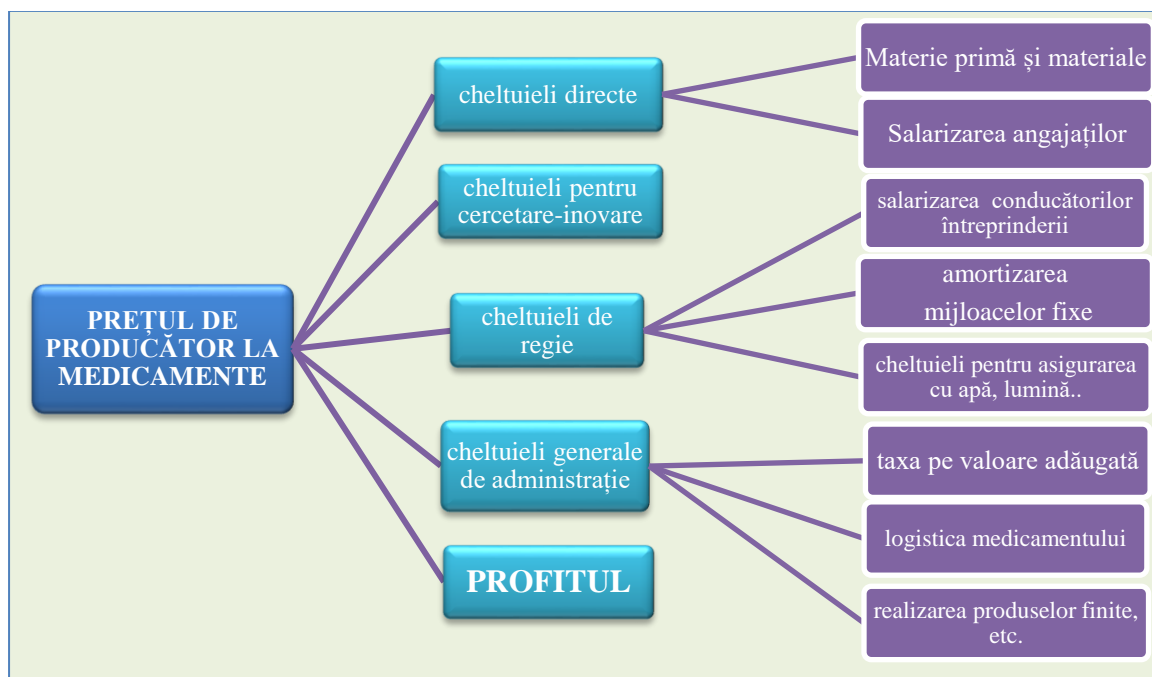
Prin realizarea produselor farmaceutice, producătorul trebuie să-și acopere costurile de producție și de vânzare și să obțină un profit care să-i permită să funcționeze eficient în continuare, într-un mediu concurențial. Deci, prețul de vânzare al producătorului înglobează costurile de producție, profitul, costurile de cercetare-inovare-dezvoltare, publicitatea, promovarea medicamentului pe piață și taxa pe valoarea adăugată.



**Figura 2. Structura prețului de piață la medicamente**

Sursa: elaborat de autori

Pentru producătorii de medicamente originale, aproape un sfert din cost este preluat de cheltuielile care vizează obținerea de noi cunoștințe și aplicarea lor practică la crearea unui nou medicament. Prețul total al medicamentului trebuie să includă toate taxele și comisioanele suplimentare, iar costul substanței active să nu fie mai mare de 5% [3].



**Figura 3. Structura prețului de producător la medicamente, stabilit de producător**

Sursa: elaborat de autori

Cu referire la Republica Moldova, constatăm că prin Legea cu privire la Bugetul de Stat pentru a. 1995 pentru prima dată a fost declarată stabilirea prețurilor libere pentru medicamente. Totodată, în această Lege, a fost stabilit că Ministerul Sănătății va aproba o listă de medicamente pentru care adaosul comercial nu va depăși limita maximă de 20%. Ulterior, la 02 iulie 1997, a intrat în vigoare Regulamentul cu privire la formarea prețurilor la medicamente și alte produse farmaceutice și parafarmaceutice. În consecință, au fost operate modificări la Codul fiscal și Legea

cu privire la activitatea farmaceutică prin care s-a modificat mărimea adaosului comercial de până la 40 la sută la prețul de livrare al producătorului autohton sau la prețul de achiziție al producătorului (distribuitorului) de peste hotare, precum și aplicarea taxei pe valoare adăugată la medicamente de 8 la sută, iar pentru produsele parafarmaceutice de 20 la sută [7, pag. 573-575].

În scopul asigurării accesibilității economice și intereselor sociale ale consumatorilor, precum și transparenței măsurilor care reglementează formarea prețurilor la medicamente, în anul 2010 Guvernul Republicii Moldova a aprobat și a fost pusă în aplicare procedura de înregistrare a prețurilor de producător pentru medicamente și includerea lor în Catalogul Național de prețuri de producător la medicamente.

Conform actelor normative de reglementare a prețurilor la produsele farmaceutice în vigoare, în procesul de comercializare a lor în rețelele de distribuție cu ridicata și cu amănuntul se utilizează următoarele noțiuni de prețuri: preț de producător; preț de achiziție; rabat comercial; preț de livrare; preț cu ridicata și preț cu amănuntul [3].

Salariile angajaților și cheltuielile de asigurare a procesului de producție cu materie primă și materiale reprezintă, în ansamblul lor, aproximativ o treime din prețul plăților de bază. Marca comercială pe care entitatea economică o are, este măsurată la aproximativ 20%. Și, în final, potrivit unor surse, de la 30 la 50% din prețul medicamentului sunt cheltuieli de promovare și publicitate [6; 1, pag.185-192]. În special, acestea sunt cazuri de modificări ale prețurilor la materiile prime și materiale, precum și ajustarea costurilor generale. În același timp, creșterea prețului maxim de vânzare înregistrat, nu trebuie să depășească rata inflației prognozată pentru anul în curs.

Referitor la stabilirea prețului de producător la medicamente propus în RM, specialiștii constată că „acesta urmează să fie prețul mediu al celor mai mici trei prețuri de producător pentru aceleași medicamente din țările de referință cu care se efectuează comparația, ce au o populație de până la 25 milioane de cetățeni - în cazul medicamentelor din țările-membre ale comunității statelor independente informația privind comparația prețului propus cu prețul de producător în Republica Belarus și Armenia, în cazul medicamentelor din alte țări informația privind comparația prețului propus cu prețul de producător autorizat în cel puțin 3 din următoarele țări: România, Grecia, Bulgaria, Serbia, Croația, Cehia, Slovacia, Lituania și Ungaria. Prețurile medicamentelor generice declarate nu trebuie să depășească 75% din prețul medicamentului original aprobat” [7; pag. 575].

*Prețul en-gros* sau cu ridicata, este prețul propus pentru vânzarea produselor de către entitățile economice intermediare, în cazul nostru - distribuitorii de medicamente, agenților economici din sectorul comerțului cu amănuntul. Prețul en gros se aplică de către depozite la comercializarea en gros a medicamentelor către farmacii și instituții medico-sanitare. La prețul de producător se adaugă marja de aprovizionare și TVA. În procesul de stabilire a prețului en-gros se ține seama de mărimea adaosului en-gros și a factorilor de piață. (vezi figura 4).

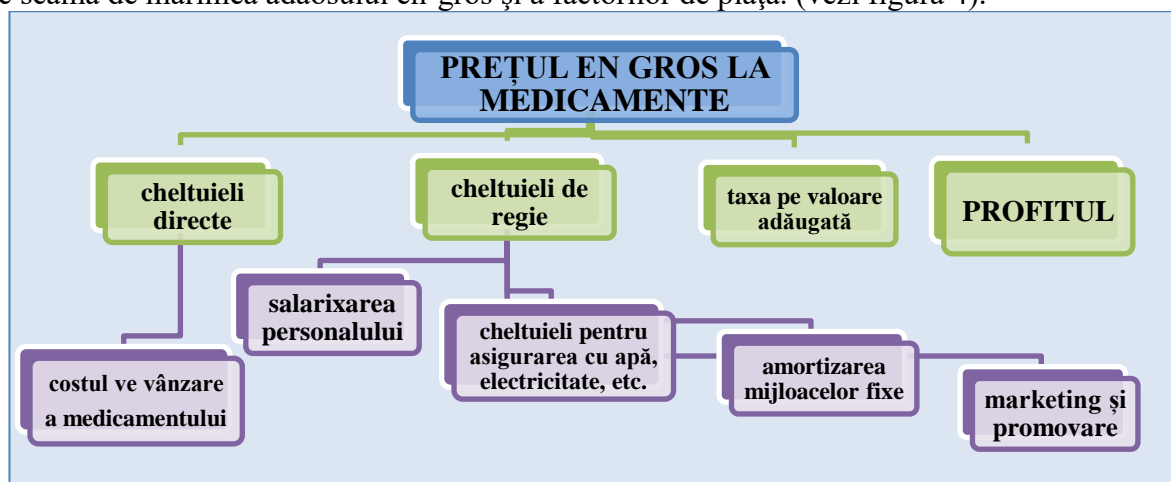


Figura 4. Structura prețului en gros la medicamente

Sursa: elaborat de autori

Acest adaos, de fapt, este prețul unui serviciu de furnizare și comercializare, întrucât orice preț trebuie să compenseze costurile organizațiilor en gros (chiria spațiului, transportul și depozitarea bunurilor, salariile etc.) și să le ofere un profit.

*Prețul cu amănuntul* reprezintă prețul la care bunurile sunt vândute în rețeaua de distribuție cu amănuntul utilizatorilor finali. Prețul cu amănuntul se aplică de către farmacii la momentul comercializării medicamentelor cu amănuntul către consumator: populație, organizații medicale etc. (vezi figura 5).

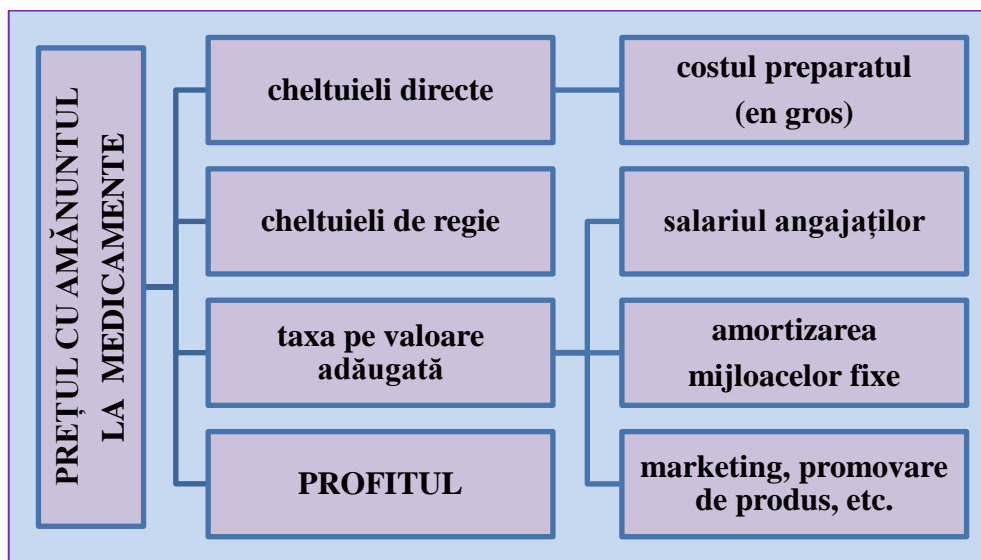


Figura 5. Structura prețului cu amănuntul la medicamente

Sursa: elaborat de autori

Astfel, prețul cu amănuntul este format de o entitate comercială reieșind din:

- ✓ prețul de vânzare al întreprinderii producătoare sau prețul importatorului fără taxă pe valoarea adăugată;
- ✓ adaosul en gros, în cazul când medicamentul achiziționat pe teritoriul republicii de la furnizorii en gros;
- ✓ adaosul comercial, pe care noi îl definim ca surplusul care se adaugă la prețul de cumpărare în procesul de comercializare a mărfurilor.

Adaosul comercial se formează în baza costurilor organizațiilor farmaceutice și a profitului preconizat. Principalele costuri ale organizației farmaceutice, care au impact direct asupra procesului de stabilire a prețurilor, sunt cele pentru:

- ✚ depozitare, prelucrare, sortare și ambalare a mărfurilor, publicitate, transport;
- ✚ salarizarea angajaților din domeniul farmaceutic și a personalului auxiliar, contribuții sociale, dobânzile la împrumuturile bancare;
- ✚ amortizarea mijloacelor fixe, repararea mijloacelor fixe, etc.
- ✚ închirierea și întreținerea spațiilor, instalațiilor, echipamentelor și inventarului necesar, pentru gaze, apă, canalizare, energie electrică, etc.

Astfel, traiectoria medicamentelor de-a lungul rețelei de distribuție este însoțită de o creștere a prețului acestora. În consecință, concluzionăm că, cu cât este mai scurtă calea medicamentului de la entitatea producătoare până la consumatorul final, cu atât prețul este mai mic și mai accesibil. Pentru a menține piața farmaceutică viabilă, cu medicamente calitative la prețuri accesibile consumatorilor, constatăm necesitatea creării unui cluster farmaceutic cu o concentrare a producției locale și întreprinderilor en gros, fapt care ar face posibilă inclusiv și eficientizarea conjuncturii logistice a pieței farmaceutice locale.

## **BIBLIOGRAFIE**

1. Hartung D., Bourdette D., Ahmed S., Whitham R. The cost of multiple sclerosis drugs in the US and the pharmaceutical industry: Too big to fail? In: *Neurology*, nr. 84(21)/2015.
2. Hirshleifer J., Glazer A. *Price Theory and Applications*, Prentice-Hall, 1992.
3. Hotărârea de Guvern nr. 603 din 02 iulie 1997 despre aprobarea Regulamentului privind formarea prețurilor la medicamente și alte produse farmaceutice și parafarmaceutice. *Monitorul Oficial* nr. 51-52 din 07 august 1997.
4. Liozu S., Hinterhuber A. Pricing orientation, pricing capabilities, and firm performance *Management Decision*, 2013.
5. Nellis G. J., Parker D. *Principles of business economics*, Second Edition, Prentice Hall, 2006.
6. Report for Annual Public Hearing Under G.L. c. 6D, § 8. In: *Examination of Health Care Cost Trends and Cost Drivers Pursuant to G.L. c. 12C, § 17*, October 2016
7. Safta V., Brumărel M., Ciobanu N., Aduji S. *Management și Legislație farmaceutică Chișinău*: Tipografia Centrală, 2012. 800 p.