

ANALIZA CONSUMULUI PRODUSELOR FARMACEUTICE ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Mihaela DIMITROV

Coordonator: Valentina CHILDESCU, Conf.univ., Dr

Universitatea Tehnică a Moldovei

Abstract. 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. Pentru piața farmaceutică autohtonă este important satisfacția consumatorului de zi cu zi, deoarece agenții economici își vor îndrepta viziunile spre a satisface consumatorii la maximum, iar în schimb consumatorii își vor recăpăta încrederea în ei.

Cuvinte cheie: consumator, comportament, venit, analiza produselor farmaceutice, prețuri.

Consumul produselor farmaceutice depinde de: venitul consumatorului; preferințe; nivelul prețurilor. Venitul consumatorului autohton în anul 2013 în mediu pe o persoană constituie 1 681,4 lei, aceasta evidențiază o valoare minimă pentru un consum satisfăcut, ce reprezintă o sursă de existență. Consumatorii care posedă un venit mai înalt (din mediul urban posedând salariu mediu de 3765.1 lei) își pot permite să consume produse de o calitate mai înaltă, ba chiar își alintă copii cumpărându-le vitamine. Consumatorii care au un venit mediu, sunt predespui să consume produse farmaceutice necesare, adică fat ce demonstrează ca există o ierarhie între consumatori devizându-se în dependență de mediul de trai, sex, vârstă și preferințe. Preferințele consumatorului diferă de la consumator la consumator, deoarece sunt consumatori care preferă produsele farmaceutice printr-o prismă ierarhică:

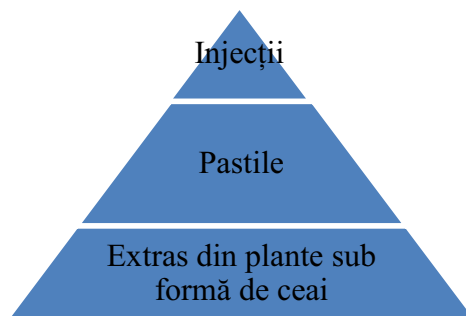


Figura 1. Ierarhia consumului de produse farmaceutice

Sursa: elaborat de autor

În consumul produselor farmaceutice preferințele consumatorului nu au un potențial atât de vast ca să țină o pondere deosebit de mare în comparație cum o au veniturile consumatorului și prețurile produselor farmaceutice, deoarece în situația dată consumatorul va urma sfatul medicului.

O nuanță importantă ce privește preferințele consumatorului este că el este acel care își alege instituția sau mai bine zis farmacia de unde o să se aprovizioneze cu medicamente, ca de ex: consumatorii cu un venit mai mare îndeosebi cei din mediul urban, preferă să procure produse farmaceutice de la Farmacia „Gedeon Richter”, iar cei cu un venit mai mediu cum ar fi consumatorii din mediul rural vor solicita Farmacia Felicia, și în fine cei cu veniturile scăzute cum ar fi pensionarii, invalizii vor prefera să achiziționeze produse farmaceutice de la Farmacia „Orient”.

Astfel spus consumatorii sunt confrunțați cu problema alegerii, în limita venitului disponibil și a prețurilor existente pe piață, (de ex., pe piața farmaceutică există o gamă de produse farmaceutice dar se simte o diferență între calitate și preț, unii consumatori susțin că de obicei, medicamentele produse în Republica Moldova sunt procurate de persoane nevoiașe, care nu-și pot permite să cumpere pastile de import pentru că oricare ar fi prețul la medicamentele autohtone, calitatea acestora trebuie pusă sub semnul întrebării). De aici iese la evidență faptul ca fiecare consumator are viziunile sale și la sigur consumul acestuia depinde de venitul pe care îl posedă.

Nivelul prețurilor la produsele farmaceutice sunt nejustificat de mari, fapt ce creează premise pentru apariția produselor farmaceutice contrafăcute. Cadrul instituțional imperfect aplicat în prezent este principala

cauză a prețurilor exagerate la produsele farmaceutice. Încercarea de limitare, exclusiv pe cale administrativă, a prețurilor la medicamente și intervenția excesivă a autorităților în funcționarea mecanismelor economiei de piață are efecte negative, care duc la majorarea exagerată a prețurilor pe care le achită consumatorii. Nivelul mediu al prețurilor la medicamente a înregistrat o evoluție ascendentă în ultima perioadă. Astfel, cel mai mult prețurile au crescut în 2006, în medie cu 23,7%, ulterior rata de creștere a variat între 6,7% și 4,8%. În 2009, prețurile la medicamente au sporit cu 15,4%, comparativ cu 2008, iar în primul trimestru din 2010 s-a înregistrat deja o majorare a prețurilor la medicamente cu 6,4%. Consumatorul în situația prețurilor exagerate va parcurge întregul proces a liberei alegeri:

⇒ **Ce să procure?** Consumatorul la întrebarea aceasta va fi nevoit să aleagă produsele farmaceutice preferabile, și cu cea mai mare utilitate, desigur în dependență de veniturile lui, sau acel pensionar care va fi nevoit ca să consume bunul măcar cel puțin util.

⇒ **Cît să procure?** Dacă consumatorul este impus să consume un produs la un preț mare atunci vor apărea întrebări de tipul „Poate el să consume doar un singur produs, dar nu două?” sau dacă prețul va fi mediu atunci consumatorului îi rămâne numaidecât să facă o analiză în ce privește calitatea și prețul celui produs.

⇒ **E posibil să procure bunurile?** Consumatorul dacă va dispune de un venit suficient, atunci își va crea o stare de echilibru, printre acești consumatori se găsesc persoanele care posedă un statut înalt și nu duc lipsă de nimic (juriști, medecii, top managerii din companii, etc.), iar cazul cel mai des întâlnit este atunci când consumatorul solicită, are nevoie, dar nu dispune de resurse financiare, atunci se formează un dezechilibru a consumatorului, printre așa consumatori putem întâlni (profesori, adolescenții, pensionarii și nu în ultimul rând persoanele vulnerabile.)

Asupra comportamentului consumatorului a produselor farmaceutice, a alegerii lui, influențează diferiți factori cum ar fi:

Factorul psihologic denotă comportamentul din punct de vedere al preferințelor, al motivațiilor, percepției, ankipărilor consumatorului. Consumatorul produselor farmaceutice este influențat în aceeași măsură de determinantul psihologic precum influenței determinantei social-demografice deoarece consumatorul mereu a fost, este și va fi succesul agentului economic, dar nu în ultimul rând satisfăcându-se pe sine însuși. Ca ex. în Republica Moldova determinanta psihologică care este motivația și preferința consumatorului de a consuma produsele farmaceutice din diferite puncte de vedere, cum ar fi: consumatorii autohtoni consumă medicamente prin două modalități: a) din propria inițiativă a consumatorului; b) la prescrierea medicamentelor. Ca rezultat mai mult de jumătate din populație (54,8%) folosește medicamente ca urmare a prescrierii medicale, restul 45,2% -din propria inițiativă. Populația din mediul rural mai des recurge la procurarea medicamentelor din propria inițiativă, 51,3% față de 38,2% în mediul urban. Consumul de medicamente din propria inițiativă este determinat și de nivelul de bunăstare al populație. În medie persoanele cel mai puțin asigurate recurg la medicamente din propria inițiativă în proporție de 57 la sută, iar cele mai bine asigurate în proporție de 46 la sută. O explicație ar fi faptul, că populația mai puțin asigurată recurge la consultațiile medicale și recurge la tratarea pe cont propriu din cauza insolabilității financiare (figura 2).

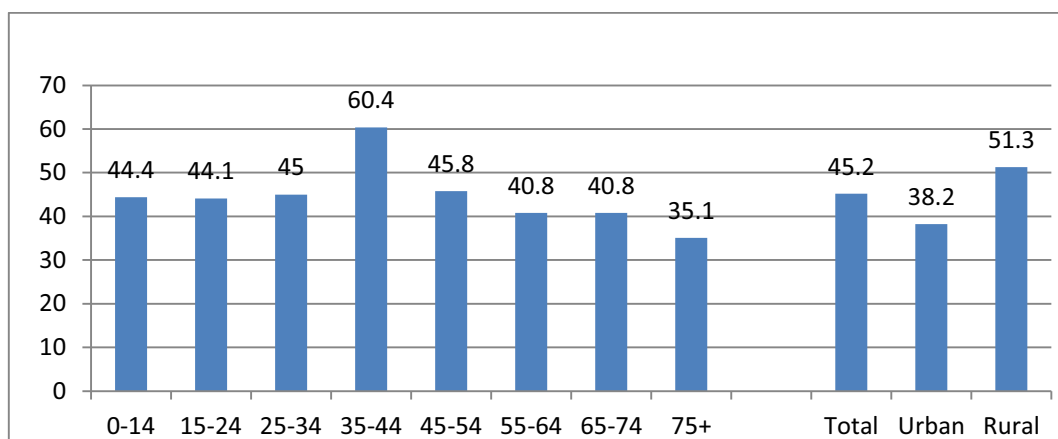


Figura 2. Persoane ce au consumat medicamente din propria inițiativă, % față de 2013

Sursa: elaborat de autor în baza datelor BNSM

2. Factorul soacial-demografic (sexul, vârsta, starea socială, nivelul de instruire, mediul de trai ocupația). Factorul social-demografic practic în consumul produselor farmaceutice are cea mai mare pondere deoarece consumul produselor farmaceutice se divizează în dependență de sex, vârsta fiind o componentă foarte importantă deoarece aici se poate aplica și o comparație cu morbiditatea populației care predomină în

Moldova. Începând cu vârsta de 15 ani ponderea persoanelor care folosesc medicamente crește odată cu înaintarea în vârstă. Această tendință este determinată preponderent de evoluția prevalenței de maladii cronice în funcție de vârstă. Astfel cea mai mare rată de consum a fost înregistrată pentru persoanele în vârstă de 75 ani și peste (66.4%), pentru care este caracteristică și cea mai mare rată de prevalență prin boli cronice (84.8%). Vezi figura 3.

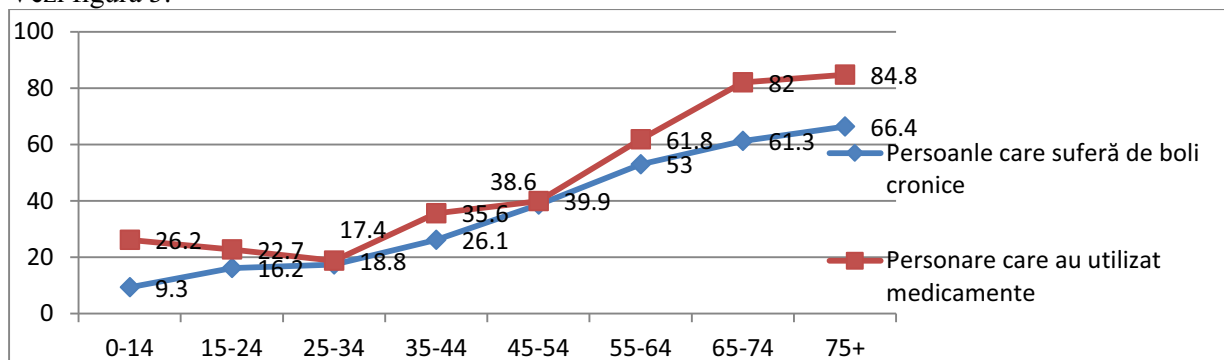


Figura 3. Ponderea persoanelor care au folosit medicamente și a persoanelor care suferă de boli cronice, %

Sursa: elaborat de autor în baza datelor BNSM

Prin urmare, din figura de mai sus și conform datelor statistice morbiditatea populației după clasele de boli denotă faptul că consumatorii produselor farmaceutice sunt într-un număr mare și care deja cu exactitate consumă produse farmaceutice.

Alte elemente ale factorului social-demografic sunt vârsta și sexul. S-a constatat că: indiferent de vârstă femeile recurg la medicamente într-o proporție mai mare decât bărbații (41% față de 26,3%) motivul principal fiind faptul că femeile recurg mai des la servicii medicale decât bărbații (23% din femei au beneficiat de servicii medicale comparativ cu 15,4% din bărbați).

Cel mai mare decalaj între femei și bărbați în consumul de medicamente se înregistrează pentru categoria de vârstă 25-34 ani (30,5% față de 6,4%) (vezi figura 4).

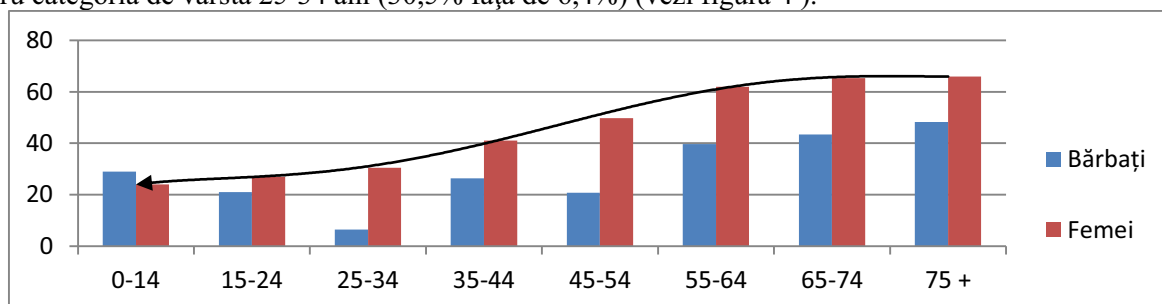


Figura 4. Ponderea persoanelor care au consumat medicamente, pe sexe și vârstă, % față de 2013

Sursa: elaborat de autor în baza datelor BNSM

Ca efect, din cele menționate, femeile sunt consumatori activi. Un motiv ar fi ca femeile sunt mai sensibile, mai ușor supuse stresului. Bărbații nu sunt atât de deschiși și creduli în consumul medicamentelor, deoarece ei încep să consume produse farmaceutice numai atunci când deja organismul este infectat.

Prin urmare un determinant important în consumul produselor farmaceutice este mediul de trai a consumatorului deoarece cum s-a menționat anterior că și veniturile diferă de la regiune la alta, de la mediu urban la cel rural.

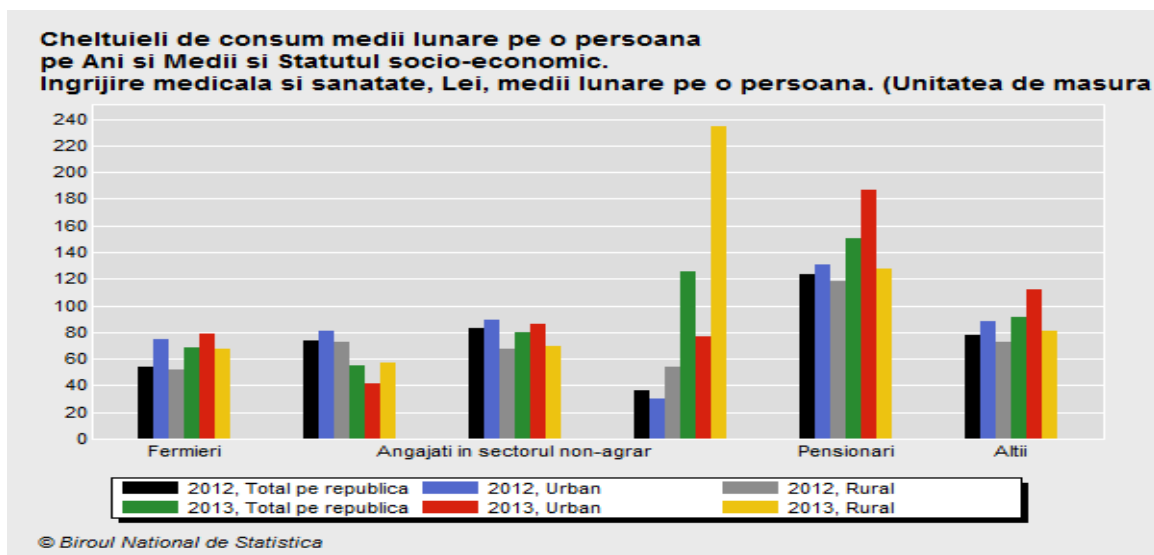


Figura 5. Cheltuielile de consum medii lunare

Sursa: www.statistica.md

Deci, populația din mediul urban utilizează medicamente într-o proporție mai mare decât populația din sate (38,2% față de 30,9%). În general, pentru mediul urban este caracteristic un consum mai mare de medicamente pentru toate grupele de vârstă, excepție fiind doar grupa de vârstă 25-34 ani.

Cele mai mari discrepanțe în rata de consum a medicamentelor se înregistrează pentru vârstnici (65 și peste ani). Pentru a înțelege sensul economic a datelor anterioare se face o abordare la costurile consumatorului în sfera farmaceutică care este divizată în dependența de Mediul Rural și Mediul Urban și inclusiv și sfera de activitate a consumatorului.

Bibliografie:

1. Cojuhari A. ,, *Cercetări de marketing*”, Chișinău 2006, pag 124-134.
2. *Economie. Aplicații*. Coord. C. Angelescu. București, Economica, 2005.
3. Roman Chirca, Sergiu Luchian, Viorel Gîrbu. *Analiza transparenței și eficienței reglementărilor pe piața farmaceutică*. În Soros Moldova. 2012, p. 20-47
4. www.statistica.md