

ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
НА РЫНКЕ МЕДИЦИНСКИХ ПРЕПАРАТОВ В Г. МОГИЛЕВЕ

А.В. ХАРЧЕНКО

Научный руководитель Л.Г. КОЗЛОВА
ГУ ВПО «БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хотя бы раз в жизни мы сталкивались с необходимостью приобретения лекарственных препаратов. Часто узнавая цену на какое-либо лекарственное средство, мы прибегаем к сравнительному её с другими ценами аптек-конкурентов и задаёмся вопросом: почему на одно и то же лекарственное средство одного производителя цены разные?

Ценообразование в этой области несколько отличается и действует на основании Указа Президента Республики Беларусь № 366.

В фармацевтической деятельности существует такое понятие, как расчётно-отпускная цена (РОЦ) – это стоимость лекарственного средства по которой оптовое или розничное предприятие приобретает товар у предприятия-изготовителя. РОЦ, по которой закупается лекарственное средство у белорусских производителей уже сформирована самим производителем. РОЦ лекарственных средств, закупаемых у иностранных производителей, включает в себя: контрактную цену (затем пересчитанную в белорусские рубли) и затраты, связанные с доставкой.

Цена на лекарственное средство формируется следующим образом: к сформированной расчётно-отпускной цене добавляется торговая или оптовая надбавка, в зависимости от рода деятельности предприятия. Размер взимаемой торговой/оптовой надбавки не должен превышать установленного предельного уровня (согласно Указу Президента №366), определяемого исходя из отпускной цены за единицу медицинского товара, пересчитанной в доллары США.

Именно из-за своеобразного ценообразования потребители и сталкиваются с разницей в ценах.

На различия в ценах влияют такие факторы как:

– нестабильный курс доллара, связанный с необходимостью пересчёта цены за единицу медицинского препарата в доллары США и перевода на белорусские рубли контрактной цены иностранного предприятия-изготовителя;

– длина канала распределения, так как предприятия ищут пути минимизации издержек и максимизацией прибыли, они могут закупать товар не у предприятия изготовителя, а у оптовых организаций-посредников в силу экономии, скажем, на транспортировке от предприятия-изготовителя до пункта назначения.