



LATVIJAS ZĀĻU TIRGUS ATTĪSTĪBAS TENDENCES UN IZAICINĀJUMI

Ar zāļu iegādi saistītās izmaksas rada ievērojamu finansiālo slogu Latvijas sabiedrībai kā dēļ Latvijas zāļu cenu politikas pārskatīšana kļūst par aizvien aktuālāku. Vērtējot potenciālās zāļu cenu politikas izmaiņas ir svarīgi apzināties gan zāļu tirgus tendences, gan arī identificēt un analizēt faktorus, kas ietekmē zāļu cenu veidošanos gala patērētājam – pacientam. Lai vērtētu kādēļ zāļu cenas šķietami ir augstākas kā kaimiņvalstīs, tiek salīdzināta Latvijas Zāļu cenu veidošanās politika reģionālā līmenī ar citu Baltijas valstu praksēm. Pētījumā tiek identificēti potenciālie iemesli šķietami augstajām zāļu cenām Latvijā, kā arī tiek iezīmēti potenciālie risinājumi to samazināšanai un kā tie ietekmētu tirgus dalībniekus.

Pētījuma mērķis: Padziļināti aplūkot Latvijas Zāļu tirgus attīstības tendences, identificēt tā izaicinājumus un to ietekmi uz zāļu cenām.

Lai sasniegtu pētījuma mērķi, tiek izvirzīti šādi uzdevumi:

1. Aplūkot un novērtēt Latvijas Zāļu tirgus datus un attīstības tendences;
2. Aplūkot un vērtēt zāļu cenu veidojošo faktoru ietekmi uz zāļu cenām Latvijā;
3. Aplūkot un salīdzināt kā zāļu cenu ietekmējošie faktori atšķiras starp Baltijas valstīm;
4. Identificēt un aprakstīt zāļu tirgū novērojamās tendences un to perspektīvu nākotnē.

Pētījuma objekts: Latvijas Zāļu tirgus

Pētījuma priekšmets: Zāļu cenas noteicošie faktori

Pētījuma izstrādes gaitā tika izmantota Latvijas zāļu tirgus statistika un dati, farmācijas nozares apskati un analītiskie pētījumi, kā arī apkopoti nozares ekspertu viedokļi, kuri iegūti padziļinātu interviju veidā.

Pētījuma rezultātā ir secināts, ka, lai arī valsts līdzfinansējums zāļu iegādei ir proporcionāli mazāks kā citās Baltijas valstīs, Latvijas Zāļu tirgus ir augošs. Latvijas iedzīvotāju izdevumi par zāļu iegādi ir augstāki nekā citās Eiropas valstīs un to ietekmē valsts atvēlētā līdzfinansējuma pieejamība, piemērotās PVN likmes līmenis, izplatīšanas kanālu uzcenojumu principi un vertikāli integrēto farmācijas uzņēmumiem radītie riski.

Atslēgvārdi: Farmācija, Mārketingu, Cenas

Primary author: ĶITE, Matīss

Presenter: ĶITE, Matīss