

PERSPECTIVELE DEZVOLTĂRII COMERȚULUI INTERNAȚIONAL CU PRODUSE STOMATOLOGICE

*Veronica BULAT, lector univ.,
Catedra Marketing și REI, USM
Alexandru GRIBINCEA, dr. hab., prof. univ.,
Catedra Marketing și REI, USM*

Comerțul cu produse stomatologice reprezintă o temă actuală de cercetare ca urmare a interesului sporit al populației pentru îmbunătățirea sănătății orale în toate categoriile de vîrstă. În prezenta lucrare sunt rețelctate principalele direcții de dezvoltare a acestui comerț, factorii care condiționează acest proces, principalele categorii de produse și cei mai importanți actori pe piața mondială de produse stomatologice.

Dental trade represents an actual research theme as a result of high population interest for oral care improvement measurements in all age statements. The development market trends, key drivers of process, main products categories and major players in the global dental products market are revealed in present paper.

Dezvoltarea tehnico-științifică și-a lăsat amprenta asupra tuturor ramurilor comerțului internațional. Odată cu avansarea masivă a tehnologiilor stomatologice a mării accesibilității la aceste servicii și odată cu creșterea nivelului de trai și a numărului persoanelor în etate a apărut marea necesitate a gestionării proceselor de producere și distribuție a produselor stomatologice.

Actualitatea acestei teme este justificată de efectul inovării în domeniul cercetării stomatologice care a avut o contribuție majoră la îmbunătățirea sănătății orale umane și a calității vieții în lumea întreagă. Noile intervenții de produse stomatologice nu trebuie să fie doar eficace și sigure, acestea trebuie să fie și acceptabile, convenabile ca preț și accesibile, astfel încât întreaga populație să poată beneficia de ele. Elucidarea situației pieței de produse stomatologice mondiale și schimbul acestora pe diferite regiuni teritoriale ale lumii reprezintă o platformă de justificare a costurilor serviciilor oferite pacienților.

Comerțul cu produse stomatologice este o ramură relativ nouă a comerțului internațional cu produse medicale. Pentru majoritatea statelor, povara datoriilor se dovedește a fi net superioară renașterii economice, consumul și investițiile, din această cauză, fiind întârziate, iar perspectiva unei creșteri fiind astfel amînată [8]. Prin urmare și afacerile de comerț cu produse stomatologice, în particular, ocupă un rol aparte în piața produselor medicale. Odată cu dezvoltarea stomatologiei mondiale a apărut necesitatea modificării procesului de gestionare a activității de distribuție a acestor produse.

În lume există cîteva organizații mondiale de gestionare a comerțului stomatologic infrastructura de activitate a căroră, în comparație cu alte ramuri ale comerțului sunt încă slab dezvoltate, printre acestea se numără: Federation of Dental Industry (FDI), Dental Trade Alliance (DTA), Federation of International Dental Economy (FIDE), ș.a. care la rîndul lor au filiale în fiecare zonă geografică și chiar în fiecare țară. Anual aceste asociații publică rapoarte de activitate pe regiuni în care sunt stipulate segeamentele de produs care se dezvoltă cel mai bine [8, 9].

În Europa, de exemplu, comerțul cu produse stomatologice este reglementat de către Association of Dental Dealers in Europe (ADDE) și Federation of International Dental Economy (FIDE) care încearcă să-și capete statut de membru al Parlamentului European pentru a se putea implica mai mult în reglementarea comerțului european de

produse dentare. Conform evaluărilor acestor asociații, în anul 2010, cele mai multe din afacerile cu produse stomatologice din statele europene au fost foarte bine conduse [7]. Marii producători s-au adaptat la posibilitățile pe care le-au avut și astfel au dovedit că au fost capabili să reacționeze într-o manieră profitabilă, activă la o asemenea piață. În plus, s-au făcut investiții majore în tehnologii inovatoare și în noi modalități de a vinde produsele lor clienților, fie ei stomatologi sau tehnicienii dentari.

În același raport de menționează că "... a fi furnizor de produse stomatologice era pînă anii trecuți o afacere destul de simplă. Cumpărai marfa dintr-o parte și o vindeai în proporții mai mici în altă parte, ținînd cont de cunoștințele despre produsele dentare și despre piața stomatologică, trebuia să le ții piept competitorilor, să rezolvi problema personalului și a taxelor. Cu toate acestea, comerțul de produse stomatologice era destul de ușor de realizat" [7].

Din păcate, timpurile s-au schimbat mult în ultimii 10-20 de ani. Comercializarea produselor stomatologice a devenit obiectul unor directive și reglementări cu privire la produsele farmaceutice, la protecția mediului, radiații, produse periculoase, păstrarea igienei, dezinfecție și sterilizare, ergonomie, dispozitive medicale, întrebări referitoare la răspunderea, calitatea, modalitatea de ambalare și multe alte reglementări și directive, uneori la nivel regional, alteori la nivel național.

Factorii care au condiționat dezvoltare continuă a industriei stomatologice mondiale sunt:

- creșterea demografică favorabilă;
- retenție longevivă a danturii naturale;
- creșterea cererii pentru produsele stomatologice cosmetice;
- extinderea programelor de asigurări de sănătate orală;
- păstrarea efectului tratamentului dentar pe o perioadă lungă de timp.

Dacă facem o comparație între celelalte industrii medicale, industria stomatologică este devansată doar de industria farmaceutică. Momentul cheie în dezvoltarea comerțului cu produse stomatologice reprezintă capacitatea limitată de deservire a cererii în aflată în creștere continuă. Odată cu majorarea numărului de medici stomatologi scade numărul de ore de muncă pentru fiecare specialist dentar, crește concurența pentru sporirea eficienței prin utilizarea celor mai noi tehnologii de tratament și menținerea constantă a puterii de cumpărare a produselor stomatologice.

Industria stomatologică a înregistrat mereu o direcție pozitivă de dezvoltare la nivel mondial. Cu toate acestea, finanțarea pentru cercetare și dezvoltare a devenit tot mai dificilă pentru majoritatea companiilor din sector, mai ales pentru cele aflate la etapa precomercială care depind de ani de finanțare pentru a sprijini dezvoltarea de noi medicamente. Cu toate acestea, în prezent industria stomatologică este, segmentar, cel mai atractiv dintre celelalte segmente ale industriei medicale estimînd o valoare de cca 18.7 bil.USD în 2010 și la 21,7 bil. USD în anul 2011 [5]. Piața internațională de produse stomatologice este dominată de SUA, Europa și Japonia care împreună constituie cca 84% din totalul mondial de producție. În ultimii ani, odată cu dezvoltarea masivă a științei și cercetărilor în domeniul sănătății orale precum și în urma apariției a numeroase tehnici și metodologii de tratament moderne, a crescut și interesul populației pentru serviciile stomatologice [9].

Geografic, din punct de vedere al venitului naționalizat, Europa și SUA dețin cca 2/3 din piața de desfacere mondială de produse stomatologice fiind favorizate de factorii demografici și socio-culturali. Regiunile Americii Latine și Asiei posedă o creștere masivă în ultimii 10 ani în sfera de producere ca urmare a forței ieftine de muncă și a condițiilor avantajoase pentru marii producători mondiali. În Europa cele mai importante figuri pe piața stomatologică sunt asemenea țări, ca Germania, Marea Britanie și Franța, însă în ultimii ani o concurență acerbă se simte din partea Italiei,

Suediei și Elveției, pe cînd cei mai importanți producători mondiali de produse stomatologice sunt: Dentsply International (SUA), Ivoclar Vivadent (Liechtenstein), Danaher Corporation (SUA), Heraeus Dental (Germania), 3M-ESPE (SUA), și GC Corporation (Japonia) [2].

Distribuirea produselor stomatologice pe categorii este diversă. În linii generale, produsele stomatologice se împart în materiale consumabile și echipamente stomatologice, însă, în publicații le specialitate găsim clasificarea pe specialități cum ar fi: produse implantologice, produse ortodontice, produse endodontice și produse protetice, iar în categoria materialelor consumabile și echipamentelor stomatologice se includ cele cu un grad general de utilizare (de ex: soluțiile dezinfectante sau unitul stomatologic) [3, 4]. Iată, de exemplu, conform unei publicații care este distribuția acestor categorii pe piața produselor stomatologice în 2010 și creșterea nivelului de producție față de perioada precedent (Figure 1):

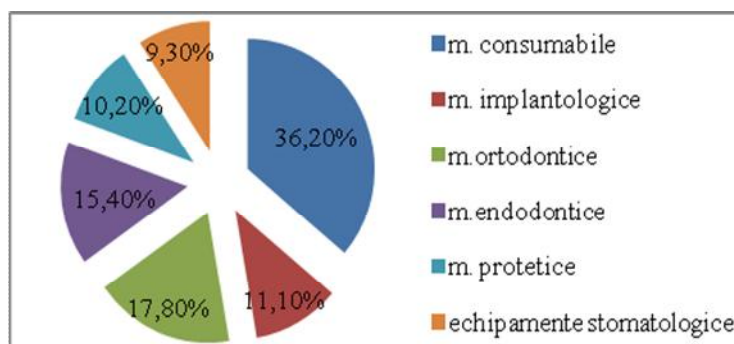


Fig. 1. Valoarea structurală a categoriilor de produse stomatologice prezente pe piața mondială

Sursa: [2].

Dintre categoriile menționate, cea mai mare creștere în vânzări, la nivel mondial, a fost înregistrată pe segmentul echipamentelor stomatologice (4,5%) ca urmare a ieftinirilor în urma crizei economice a echipamentelor (Figure 2).

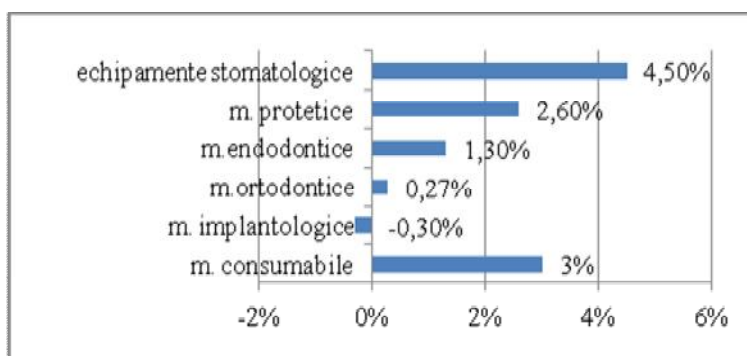


Fig. 2. Creșterea nivelului de producere în anul 2010 (%)

Sursa: [2].

Un loc aparte în această industrie o constituie și produsele pentru igiena orală care, în majoritatea cazurilor, sunt distribuite, după nomenclatură, în categoria produselor cosmetice. Conform publicațiilor de specialitate piața produselor pentru igiena orală a fost estimată, în anul 2011, la cca 13 bil. USD ceea ce constituie o creștere de cca 6% față de anul precedent. Diferența acestui segment față de produsele stomatologice consumabile și echipamente este că cererea pentru produsele destinate igienei orale este extrem de ridicată nu doar în regiunile tradiționale bine dezvoltate, dar

și în regiunile în curs de dezvoltare, cum ar fi: India, China, Coreea de Sud, Malaysia, Thailanda și Singapore având un avantaj numeric al populației vădit.

Astfel, principalele direcții de dezvoltare a acestui comerț sunt îndreptate către utilizarea produselor ecologice, rezistente și ușor adaptabile pentru pacienți – la nivelul materialelor consumabile și aplicarea tehnologiilor digitale de diagnosticare și manipulare virtuală a tratamentului – la nivelul echipamentelor stomatologice.

Comerțul internațional cu produse stomatologice este desfășurat cu precădere de companiile, de regulă, de profil medical complet. Motivația acestora este aceea de a cumpăra materii prime sau chiar bunuri acolo unde sunt mai ieftine, și vinde acolo unde pot obține prețuri mai ridicate. Conform sondajului efectuat de Medical Devices Business Review (MDBR) s-au stabilit următoarele clasamente (a.2010) [6]:

Lideri mondiali în producția de echipamente stomatologice sunt: Dentsply; Henry Shein; Planmeca Oy; PuriCare plc.; Sirona Dental Systems și Danaher Co. Această categorie este cea mai stabilă din punct de vedere al aplicării, însă are cel mai mic randament de rotație justificat de perioada lungă de exploatare garantată de producător și de costurile relative mari față de celelalte produse din industria stomatologică.

În domeniul implantologiei cei mai mari producători sunt: Zimmer Holdings, Inc; 3M Company; Astra Zeneca; Dentsply; Japan Medical Materials; Kyocera Corporation; Nobel Biocare Holdin AG; Scil Technology GmbH și Straumann Holding AG. În pofida costurilor mari a procedurilor implantologice această ramură a industriei stomatologice a rezistat destul de bine crizei economice și, conform estimărilor specialiștilor, va înregistra cel mai mare avânt de creștere economică în următorii 5 ani în comparație cu toate celelalte proceduri stomatologice.

La specializarea ortodonție cei mai importanți producători sunt: 3M Company; BioTech One Inc; Dentsply; Henry Schein, Inc.; Nobel Biocare Holdin AG; SHOFU Inc. și Xceed Biotechnology Limited. Cu ani în urmă, tratamentul ortodontic se adresa, în mod special, adolescenților și preadolescenților, dar, odată cu evoluția tehnicilor de tratament fixe, adulții beneficiază din ce în ce mai mult de acest tip de tratament. Din acest motiv, industria medicală a încercat să îmbunătățească aspectele estetice ale aparatului ortodontic prin introducerea unor braceți miniaturizați din plastic sau porțelan, braceți colorați și braceți linguali într-o tentativă de a optimiza tratamentul ortodontic din punct de vedere estetic și funcțional. Această ramură la fel ca și implantologia înregistrează un trend pozitiv de dezvoltare în plan internațional.

În producția de material protetic lideri pe piața mondială sunt companiile: 1st Dental Laboratories PLC; 3M Company; Dentsply și Nobel Biocare Holdin AG. Acest segment de produs este cel mai vîrstnic după perioada de utilizare însă, similar celorlalte proceduri s-a modificat considerabil în ultimii 10 ani. Această tehnică reprezintă o opțiune, mai ieftină, de alternativă pentru implantologia dentară.

După lățimea spectrului de producție cele mai diversificate companii sunt 3M Company, Dentsply Inc. și Kyocera Corporation. În dependență de orientarea companiei pe segmentul de piață variază și ponderea alocată fiecărei categorii de produs. Oricum majoritatea companiilor alocă investițiile în materialele medicamentoase și cele consumabile, deoarece sunt cele mai ușor vîndute. Pentru a putea lansa o linie de producție de utilaje calitative, cum ar fi: uniturile stomatologice sunt necesare investiții mult mai solide care, însă, vor fi justificate prin statutul obținut de compania producătoare.

La fel de profitabilă este și producția de materiale contemporane de înălbire sau de corectare a danturii, cum ar fi venirurile metalice sau alte tehnologii avansate ce pun pe prim plan aspectul estetic și perioada scurtă de timp în care acesta poate fi obținut.

Piața produselor stomatologice este foarte fragmentată atât de companii internaționale, cât și de micii producători, ceea ce crează o concurență acerbă, mai ales în regiunile unde cerințele consumatorilor față de calitatea serviciilor stomatologice sunt foarte ridicate [1].

Dacă ar fi să privim produsele stomatologice ca două categorii mari de produse consumabile și echipamente atunci aș putea concluziona: produsele stomatologice consumabile își asigură creșterea pe piață datorită produselor sale fără de care nici un tratament (scump sau ieftin) nu poate fi conceput, câștigând teren pe baza volumelor mari de vânzări, pe când dezvoltarea pieței echipamentelor stomatologice este ghidată, în special, de avansarea tehnico-științifică a tehnologiilor medicale și crearea noilor posibilități pentru clinicile stomatologice de a oferi tratamente dentare într-un timp mult mai scurt, cu cât mai puține efecte adverse, rezultatul tratamentului fiind păstrat pe o perioadă mult mai lungă de timp, la prețuri, evident, mai ridicate.

Concluzie

Comerțul internațional permite îmbunătățirea eficienței economice, respectiv structurii producției naționale, mărirea venitului național și în final creșterea bunăstării. Eficiența economică este raportul dintre efectul util și efortul depus în domeniul producției. Efectul util se măsoară prin sporul de utilitate ocazionat prin desfășurarea unei activități și este reflectat de preț, iar efortul constă în utilizarea suplimentară de resurse de producție, concretizate în costurile activității de producere. Producția mondială de produse stomatologice a înregistrat o creștere sporită în ultimii 20 ani aducând pe piață metode și tehnologii moderne de tratament pentru orice grupă de vîrstă.

Scopul final, urmărit de toți producătorii de produse medicale, în particular stomatologice, presupune o serie de sarcini integrate și interdependente, care determină o anumită combinație de mijloace (financiare, umane, materiale) astfel încît să se poată genera o finalitate corespunzătoare aspectului sănătos al pacientului atât din punct de vedere medical cât și estetic.

Referințe bibliografice

1. Dental Equipment and Supplies Manufacturing Industry in the U.S. and its International Trade, 2010 Year-End Edition, NY, Ed: Research and Markets, 2010, 167p.
2. Dental Trade Alliance, 2010 Annual Meeting Report. Dental Industry Financial Update, Chicago, Ed: DTAF, 2010, 105p.
3. Dental Equipment Growth in International Dental Industry, Dublin, Ed: [A&M Mind Power Solutions](#), 2009, 32p.
4. Gurkeerat Singh, Textbook of Dentistry, New Delhi, Ed: JAYPEE, 2009, pp. 671-684.
5. International Dental Industry, Hicksville, Ed: A&M Plimsoll Publishing Ltd, 2011, 44p.
6. www.medicaldevices-business-review.com (accesat 09.03.2012)
7. www.adde.info. The 2010 Survey on the European Dental Trade, Press release, 2010, 14p. (accesat 09.03.2012)
8. www.euro.who.int. Dental health system, risks and responses, 123p. (accesat 12.05.2012)
9. www.fide.online.org. FIDE Newsletter about dental sector, Press release, 2011, 3p. (accesat 02.03.2011)