

İLAÇ FİYATLARI NEDEN ARTIYOR

Doç.Dr.Arman S.KIRIM*

Tüm fiyatların hızlı bir artış içinde olduğu bir dönemde yalnızca belli bir malın fiyatındaki artışların nedenlerini sorgulayan bir yazı yazmanın ancak iki hakkı gerekçesi olabilir. Bir kez, bu malın yaşamsal öneme ve onsuz olunamayacak bir özelliğe sahip olması gerekir. İkinci olarak, incelemeye konu olan malın, enflasyon oranlarının çok üzerinde fiyat artışlarına mazur kalmış olmasıdır. İlacın bu tür bir meta olması ve ilaç fiyatlarının genel fiyatlar düzeyindeki artışlardan çok daha fazla oranlarda artmakta olması nedeniyle, ilaç pahalılığı sorunu yeniden (ancak sanırız bu kez kamuoyunu bir süre meşgul edecek şekilde) gündeme gelmiştir.

Eczacılık mesleği ile ilgili çeşitli kuruluşların yaptıkları incelemelerden, ilaç fiyatlarının fiilen serbest bırakıldıkları Aralık 1984 tarihinden bu yana, özellikle çok satan ilaçların fiyatlarının (a) efektif döviz kuru değişimleri ve (b) genel fiyatlar düzeyindeki yükselmelerle açıklanamayacak denli arttıkları ortaya çıkmaktadır. Elbette, enflasyonist bir ortamda tüm meta fiyatlarının aynı oranlarda artması beklenemez. O nedenle, yukarıdaki türde bir savın öne sürülebilmesi için daha güçlü başka nedenlere gereksinim vardır. Bu nedenler şunlardır: Bir kez toplum sağlığı açısından son derece önemli olan bir metanın fiyatlarındaki artışlar sonucunda toplum sağlığı olumsuz yönde etkileniyorsa, bu aşırı fiyat artışının sorgulanması kaçınılmaz olacaktır. Öte yandan, 1972 yılından 1984 yılına dek Sağlık Bakanlığının sıkı denetimi altında olan ilaç fiyatlarının 1984 yılında fiilen firmalarca serbestçe saptanmasına olanak tanımırken öne sürülen iddia, fiyat serbestisinin endüstride serbest rekabet ortamı yaratacağı, fiyat rekabetinin artacağı, ve bunun sonucunda da fiyatların düşeceği idi. Üç yıllık deneyimin bizlere öğrettiği ise, bu beklentilerin gerçekleşmediğidir.

Biz bu yazımızda, belki de biraz paradoksal olarak, ilaç piyasasında fiyat serbestisinin fiyat rekabeti önündeki en önemli engellerden biri olduğunu savunacağız. Fiyat artışlarına neden olan diğer unsurları ve önerdiğimiz çözümleri şu şekilde sıralayabiliriz.

SORUNUN KAYNAĞI

Ülkemizde ilaç fiyatlarının artışı, hem ilaç endüstrisinin kendi evrensel özellikleri ve hem de Türkiye ilaç endüstrisinin kendine has özellikleri ile açıklanabilir. Birinci neden ilaç talebinin fiyat değişikliklerine karşı görece duyarsızlığıdır. Bu da, ilaç tüketim kararını veren kişi (hekim) ile ilacı fiilen tüketen kişilerin (hasta) farkı olmalarından kaynaklanmaktadır. İlaç tüketim kararını veren kişi, yani hekim, reçetenin parasını verecek kişi olmadığından, reçetenin maliyetinden ziyade, yazacağı ilaçların kalitesi ile daha çok ilgilenmektedir. İlaç endüstrisinde rekabet genelde hekimleri hedef aldığı için de, bu

*ODTÜ Öğretim Üyesi



kesimin fiyatlar karşısındaki görece duyarsızlığı dikkate alındığında, firmaların hekimlere ilaçlarının ucuzluğunu vurgulamaları, kendi satışlarını fazlaca artırmayacaktır. Oysa hekimlere tanıtım ve propaganda yolu ile ilaçların daha kaliteli olduğu anlatılırsa, bu yöntem, hekimlerin belli 'markalara' yönelmesine daha çok yardımcı olacaktır.

Ancak ne var ki, farklı markalar altında sunulan pekçok ilaç, kimyasal özellikleri açısından birbirlerinin tıpatıp aynıdır ve tedavisel etkileri açısından bu ilaçları birbirlerinden ayırd etmek oldukça güçtür. Birbirlerinin 'jenerik eşdeğeri' olan bu ilaçlar farklı marka adları altında pazarlandıklarında, firmalar hekimleri kendi markalarının rakiplerinkinden daha iyi ve üstün olduğu konusunda ikna etme, ve bu sayede reçetelere kendi markalarını yazdırabilme yetkisine sahip hale gelebilmektedir. Özellikle çok reklam ve tanıtım yapan büyük firmaların, hekimlerde fiyat duyarlılığını köreltip marka alışkanlığı yaratma konusunda üstünlükleri vardır. Ayrıca, fiyat duyarlılığının düşük olması nedeniyle, bu tanıtım harcamalarının yolaçtığı ek maliyetleri yüksek fiyatlar halinde tüketiciye yansıtmaları, gelirlerini azaltmaktan çok yükseltmektedir. O nedenle, daha yoğun tanıtım yapan firmanın satışları daha fazla artacağı için, özellikle artan tanıtım masraflarının rahatça fiyatlara yansıtma yetkisine sahip olduğu ölçüde reklam ve tanıtım faaliyetlerini artırmak iyi işletmecilik gereğidir. İşte, bu endüstride fiyat serbestisi, reklam ve tanıtım giderlerini artırıcı bir etki yapar ki, firmalar arasında bu tür rekabet şiddetlendikçe, ilaç fiyatları durmaksızın yukarı çıkar. Her ne kadar elimizde somut veriler yoksa da, hekimler ve eczacılardan edindiğimiz bilgiler, reklam ve tanıtım faaliyetlerinin 1984'ten bu yana çok yüksek boyutlara vardığına işaret etmektedir. Türkiye'de ilaç fiyatlarının artmasına yolaçan birinci unsur, işte budur.

İkinci önemli neden, Türkiye ilaç endüstrisinin etken madde açısından ciddi ölçülerde ithalata bağımlı olmasıdır. Endüstri, ciddi bilgi birikimine ve ulaşmış olduğu yüksek teknoloji düzeyine karşın, ne yazık ki hammadde üretimine gereken önemi vermemiştir. Bu da, döviz kurundaki olumsuz değişmelerin ilaç fiyatlarını sürekli olarak ve doğrudan etkilemesi sonucunu doğurmuştur. Üçüncü neden ise, Türkiye ilaç endüstrisinde büyük firmaların pazar güçlerinin son derece fazla olması ve bunun sonucu olarak fiyatları 'piyasanın kaldırmayacağı' en üst düzeylerde belirleyebilme yetisine sahip olmalarıdır. Bu olguyu en basit olarak, en fazla satan ilaçların yine en fazla fiyat artışına maruz kalmış ilaçlar olduklarını gözleyerek doğrulayabiliriz. İlaç fiyatlarının artmasına yolaçan nedenler elbette bunlarla sınırlı değildir, ancak bunlar en önemli nedenlerdir.

ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

İlacın ucuzlayabilmesi için kısa ve uzun vadede şu önlemlerin alınması önerilebilir. (1) Öncelikle, madem fiyat serbestisi endüstrinin kendine has özellikleri nedeniyle fiyat rekabeti getiremeyecektir, ilaç fiyatlarında etkin Bakanlık denetimine geri dönüş alması ciddi olarak düşünülmelidir. Bu sayede kısmen de olsa aşırı reklam harcamalarının önüne geçmek mümkün olabilir. Fiyat artırım başvuruları, firmaların kar emelleri gerekliliği de gözönüne alınarak, yalnızca gerçek üretim maliyetleri artışları durumunda onaylanmalıdır. Ancak fiyat denetim mekanizmasının, firmaların normal karlıklarını zedeleyecek bir tutum içinde uygulanması durumunda, bu endüstride noksan yatırımın kaçınılmaz olacağı ve yeni teknolojilerin gelmelerinin gecikebileceği de unutulmamalıdır. Ayrıca bu tür yaklaşımların, gereksiz döviz çıkışını da teşvik edeceği bilinmelidir. (2) Fiyat başvurularına temel oluşturan ithal hammadde fiyatları üzerindeki denetim artırılarak sürdürülmeli ve uluslararası piyasalardan sürekli fiyat alınarak, en ucuz hammadde kaynakları belirlenmelidir. (3) Kısa vadede, hekimlerin jenerik isimle reçete yazabilmelerine ve eczanelerin je-

nerik ikame yapabilmesine yasal olanak tanınmalıdır. Bu uygulama tüm ilaçlarda olmasa bile, en azından başlangıç için, belli sayıda seçilmiş önemli ilaçta başlatılmalıdır. Bu tür bir uygulama, fiyat rekabetini teşvik edecektir. (4) Reklam harcamalarının polisiye önlemlerle azaltılması hem olası değildir, hem de ilaç sanayicilerine yönelik haksız bir uygulama olur. Uzun dönemde reklam ve tanıtımı azaltmanın en etkili yolu, çift isimli (jenerik ve marka) ilaç uygulamasından geçer. (5) İlaç üretimine giren tüm hammaddelerin yerel üretilmesi ekonomik açıdan mümkün olmasa bile, büyük ölçekli üretime olanak verebilecek hammadde alanlarında yerel üretim, hala ciddi olarak düşünülmesi gereken bir konudur. Bu, özellikle ihracata yönelik teşviklerle de desteklendiğinde, olumlu sonuçlar verebilecek bir girişim olabilir.

Bu önlemler önerilirken, ilaç sanayinin toplum sağlığı açısından çok olumlu bir rol üstlendiği unutulmamalıdır. Ancak bazı alanlarda aşırı toplulaşmanın sağlanmış olduğu pazar gücüne dayanılarak sık sık ve çok büyük boyutlarda yapılan ilaç zamlarının üzerine ciddi ve bilinçli önlemlerle gidilmeli ve bu önlemler zaman geçirilmeden uygulamaya konmaya başlanmalıdır.

1.Örneğin 12.5.1988 tarihli Cumhuriyet, konuya yaklaşık bir tam sayfa ayırmıştır.

