

# EXPERIENȚA ASIATICĂ ÎN DOMENIUL ORGANIZĂRII COMERȚULUI CU PRODUSE STOMATOLOGICE

Veronica BULAT

Universitatea de Stat din Moldova

**Abstract:** *The development trends of dental market in Asia-Pacific region are revealed in present paper. There are business opportunities for Asian companies by leading industrialized nations are competing on global dental market. As example are present Japan, Chinese and UAE states, being particular for quality, production capacity and promotion strategies, respectively. The propose of this paper is to examine the economic factors associated with the geographic distribution of dental activity across the Asian-Pacific region.*

**Key words:** *dental market, dental industry, Asian-Pacific region economy.*

## 1. Introducere

Dezvoltarea tehnico-științifică și-a lăsat amprenta asupra tuturor ramurilor comerțului internațional. Odată cu avansarea masivă a tehnologiilor stomatologice, a măririi 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.

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 încât să se poată genera o finalitate corespunzătoare aspectului sănătos al pacientului atât din punct de vedere medical cât și estetic.

## 2. Materiale și metode

Studiul a fost realizat în baza informațiilor selectate din literatura de specialitate și a presupus utilizarea diferitor aspecte ale teoriei economice, metodelor și analizelor pentru a prezenta rezultatele într-un mod coerent, logic, accesibil și util. Regionarea geografică reprezintă un instrument utilizat în sistematizarea informației aferente unei industrii, în cazul dat a industriei stomatologice, care identifică complexitatea fenomenului industrial produs de relațiile economice din medii socio-economice diferite. Conform literaturii de specialitate, regionarea are ca punct central localizarea care presupune, captarea spațiului geografic, spațiul economic și spațiul social.

## 3. Rezultate și discuții

În regiunea asiatică, sectorul industriei stomatologice cunoaște, începând cu anul 2005, o dezvoltare accelerată justificată, în mare parte de avântul țărilor cu economie în curs de dezvoltare. În afară de avantajul numeric al populației regiunii asiatice, un rol important îl posedă și ridicarea nivelului de trai și de educație în rândul copiilor. Astfel odată cu extinderea revoluției electronice, a crescut considerabil atitudinea față de aspectele estetice ale speciei umane. Se pare că strategiile OMS implementate de-a lungul a 15-20 ani în această regiune au dat roade care se manifestă chiar și în condiții de criză economică. În sectorul serviciilor stomatologice, primordial se regăsesc serviciile de profilaxie a cariei dentare și îmbunătățirea programelor de promovare a igienei bucale și a modului sănătos de viață. În majoritatea țărilor asiatice, problema asigurării serviciului național de sănătate orală se confruntă, în special, nu cu lipsa sau insuficiența cabinetelor stomatologice ci mai degrabă cu probleme de accesibilitate și transport la aceste centre, precum și cu probleme ideologice, sociale și religioase, promovate de diferite etnii [1, p.36].

Punctul forte al acestei regiuni, totuși, nu este consumul ci, în mod tradițional, mediul de afaceri favorabil producției de produse stomatologice. Astfel, marii producători mondiali ai industriei stomatologice, preferă să-și inițieze filiale de producție în regiunile asiatice. Cea mai mare pondere de producție o dețin acele mărfuri care prezintă pericol pentru mediul înconjurător, cu ar fi, de exemplu, materialele obturative din amalgam, în componența căruia se regăsește mercur. De exemplu, în țările scandinave, începând cu anul 2008, există interdicția generală asupra mercurului în țară, este interzis comerțul sau transportarea acestor produse pe continent deoarece prezintă pericol de intoxicare cu mercur care este toxic pentru creierul uman

și are drept urmări diverse stări mentale instabile. Deșeurile generate de aceste produse, în țările înalt dezvoltate, se depozitează în gropi geologice adânci, cum ar fi minele de sare, însă aceasta este o măsură preventivă, deoarece mercurul este o substanță nedegradabilă, cu efect îndelungat și ireversibil. Cu toate că OMS a publicat în anul 2003 un raport în care prezintă rezultate care infirmă pericolul acestui produs, în toate țările UE amalgamul este restricționat în tratamentul efectuat copiilor de până la 18 ani și femeilor însărcinate. În asemenea țări ca Thailanda, India, Vietnam, ș.a. nu există nici un fel de interdicții asupra depozitării deșeurilor iar legislația în vigoare nu prevede penalități pentru poluarea mediului.

Evoluția exporturilor și importurilor de produse stomatologice în regiunea asiatică este prezentată în tabelul următor (Tabelul 1.)

**Tabelul 1.**

**Evoluția importurilor și exporturilor de produse stomatologice în perioada 2008-2012 în regiunea Asia-Pacific (mln. dolari)**

Regiunea Asia-Pacific		Anul 2008	Anul 2009	Anul 2010	Anul 2011	Anul 2012
Materiale stomatologice consumabile	Import	190,87	167,45	182,19	197,51	174,75
	Export	197,88	211,42	250,66	227,62	289,85
Echipamente stomatologice	Import	193,95	195,39	213,55	211,45	227,23
	Export	218,98	201,09	231,42	251,94	232,86
Produse pentru igiena orală	Import	108,75	127,96	120,07	151,24	148,52
	Export	18,12	18,25	19,29	23,09	23,36
Total	Import	493,57	490,8	515,81	560,2	550,5
	Export	434,98	430,76	501,20	502,65	546,07

Sursa: [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx) (accesat: 09.08.2013) [7].

Cu excepția marilor producători există și producători mici și mijlocii, specializați pe producția de produse pentru igiena bucală, profilaxie, și unele instrumente și echipamente, relativ ieftine, care nu pot concura pe piața internațională și sunt comercializate, în special, de asemenea în țările asiatice.

Din regiunea Asia-Pacific principalele țări care influențează piața internațională de produse stomatologice este Japonia și, mai puțin, Australia și Korea de Sud.

Populația *Japoniei* are mari așteptări de la serviciile de sănătate, în special a celor stomatologice. Astfel cca 22% din populația aptă de muncă ceea ce constituie cca 28 mln. locuitori sunt cetățeni cu vârste mai mari de 65 ani iar către anii 2050 se așteaptă ca acest segment să întrecă nivelul de o treime din întreaga populație.

Sistemul de sănătate orală japonez este unul dintre cele mai stabile din lume, principiul de funcționare fiind adoptat în anul 1961. Sistemul de sănătate orală japonez beneficiază de cea mai mare alocare bugetară din lume aceasta constituind cca 34% din totalul asigurărilor de sănătate. Serviciile stomatologice sunt suportate din contul asigurărilor de sănătate orală în funcție de procedurile de tratament și nu în funcție de categoria de vârstă sau de instituția în care se prestează serviciul. Astfel asigurarea poate acoperi asemenea proceduri ca: tratamente profilactice, chirurgicale, protetice însă nu include asemenea proceduri ce implică tratamentele implantologice și ortodontice. În a. 2010 infrastructura serviciilor stomatologice era susținută de cca 67 789 instituții stomatologice în care își exercitau activitatea cca 89 000 medici stomatologi, adică câte cca 1 883 pacienți la fiecare medic, dintre care cca 70% activau în instituțiile private [2, p.4].

Piața produselor stomatologice din Japonia este extrem de dură și dificil de penetrat pe motivul asigurării în proporții suficiente din contul producției proprii care a stabilit standarde de calitate foarte înalte pe care doar câteva companii internaționale și le pot permite. În plus, legislația în vigoare privind comerțul cu produse stomatologice în Japonia prevede foarte multe restricții pentru partenerii externi, începând cu volumele de import și terminând cu punctele de amplasare a oficiilor de distribuție pe teritoriul Japoniei.

Ponderea populației de vârstă a treia este principalul factor care dezvoltă sectorul comerțului cu produse stomatologice. În anul 2010 piața produselor dentare a fost estimată la cca 2 mlrd. dolari, cel mai de succes segment fiind implantologia dentară, urmată de echipamentele de imagistică și segmentul produselor

ortodontice și estetice. Cei mai importanți importatori ai Japoniei sunt Germania, Irlanda, Franța, Canada și Suedia.

Politica de distribuție impusă de stat este una particulară și are la bază principiul că consumatorul autohton nu trebuie să utilizeze timpul și banii săi pentru aprovizionarea cu produse stomatologice, astfel distribuitorii trebuie să dețină centru de distribuție în aria de vânzări stabilită contractual. În urma acestor restricții, produsul are un preț mai mare la sfârșitul canalului de distribuție ceea ce îi situează în dezavantaj față de producătorii autohtoni. În asemenea cazuri, producătorii externi sunt nevoiți să-și vândă produsele unui centru unic gestionat de stat.

Din păcate, în urma calamităților naturale din martie 2011, economia japoneză a suferit pierderi estimate la cca 25 trln. dolari. Conform datelor oferite de Japan Dental Alliance, industria dentară a fost afectată în proporție de 30% ceea ce a provocat un declin al ramurii de 5,6% per total [3, p.96].

Sistemul *chinez* de sănătate orală este asigurat în proporție de 85% de clinicile și secțiile de stomatologie publice pe când sectorul privat cuprinde cca 15 000 cabinete particulare, densitatea cărora este concentrată în centrele mari urbane iar segmentul țintă de consumatori de servicii stomatologice o constituie populația cu vârsta medie între 20-35 ani cu un venit superior mediei naționale. Cererea de servicii stomatologice pe piața chineză este imensă deoarece cca 97% din populație înregistrează cel puțin afecțiuni dentare de rutină, cca 50% suferă de maladii periodontale și cca 37% cad sub incidența cariilor dentare cca ce constituie cca 500 mil. locuitori.

Cererea pe piața internă nu este, nici pe de parte acoperită de oferta de servicii astfel în anul 2012 rata dintre numărul de medici stomatologi și numărul populației a fost de 1:12 636, ceea ce constituie totuși o performanță remarcabilă, luând în considerație că în anul 2005 această proporție a constituit cca 1:25 467. Piața servicii stomatologice se consideră saturată la un nivel de 1: 1000-2000 persoane, totuși planul pentru asigurarea sănătății orale în China care prevede majorarea de cinci ori a numărului de clinici și spitale stomatologice publice pentru următorii 18 ani prevede un raport de 1:4000 locuitori către anul 2030. În anul 2012, din bugetul național, cca 4,6% au fost rezervate asigurărilor medicale iar din acestea cca 37% au avut destinația servicii de sănătate orală.

Începând cu anul 2010, China implementează programul de consolidare a ofertei educaționale în domeniul stomatologiei asigurat de cca 50 universități bugetare pentru pregătirea specialiștilor, și îmbunătățirea managementului calității pentru prestarea serviciilor stomatologice, fiecare medic stomatolog parcurgând două etape de atestare cu un termen de 3 și respectiv 4 ani pentru evaluarea profesională a acestora. Indiferent de studiile sau calificările deținute de medicii stomatologi, toți sunt obligați să susțină testul național de evaluare a calității profesionale finanțat în totalitate de bugetul național [4, p.2].

Piața chineză de produse stomatologice a fost evaluată în anul 2012 la 665 mln. dolari ceea ce a constituit o creștere de 11% față de anul 2011 iar până în anul 2015 se prevede o creștere de cca 15% justificată de majorarea veniturilor medii anuale ale populației și de planurile naționale de asigurare a sănătății orale. O inovație pentru piața chineză o reprezintă și implementarea asigurărilor de sănătate orală privată, care se află în etapa de lansare.

Sistemul național de asigurări de sănătate orală acoperă, începând cu anul 2010, toate procedurile de profilaxie în rândul populației cu vârsta de până la 18 ani. Astfel în anul 2012 s-a înregistrat o creștere de cca 25% față de anul 2010 la produsele pentru igiena orală, în special de producție autohtonă. În ierarhia incidenței cererii produselor stomatologice o constituie produsele ortodontice și echipamentele de calitate superioară importate, în special, din SUA, Germania și Japonia [5, p.7-23].

*Emiratele Arabe Unite* este o federație ce reunește șapte emirate, dintre care cel mai mare reprezintă Abu Dhabi – principalul centru administrativ, urmat de Dubai – principalul centru de comerț, utilizat de distribuitorii internaționali drept punct de reper în penetrarea pieței asiatice. Particularitățile acestui stat nu constau în sfera de producție, ci mai degrabă în cea de consum. Astfel sistemul național de sănătate publică este cu totul diferit de alte state, de exemplu pentru anul 2010, cheltuielile destinate asigurărilor medicale a constituit 5,4 mlrd. dolari, adică cca 926 dolari pe cap de locuitor, cea mai mare din lume.

Infrastructura stomatologică locală deține cca 243 centre stomatologice de stat ce funcționează, de obicei în cadrul centrelor de sănătate sau a spitalelor de publice de stat unde activează cca 675 medici stomatologi. Totuși practica stomatologică este dominată de sectorul privat care reunește o rețea de cca 368 clinici private unde activează cca 1043 medici stomatologi. Specific acestui stat, pentru sectorul stomatologic este prezența clinicilor mobile, mai ales în cadrul clinicilor private, astfel încât acestea se pot deplasa cu ușurință în orice regiune, mai puțin populată. Acest serviciu se bucură de o popularitate foarte mare în rândul pacienților pe motivul considerentelor geografice, de mediu și religioase [6, p.22-27].

Comerțul cu produse somatologice este foarte bine restricționat de către cinci instituții de stat, Ministerul Sănătății, Ministerul Afacerilor Externe, Agenția pentru Comerț Exterior, Agenția pentru

Protecția Consumatorului și Curtea Notarială Publică, care legalizează comercializarea produselor stomatologice în Emiratele Arabe Unite.

Popularitatea pieței produselor stomatologice în această regiune se datorează și evenimentelor grandioase care au loc anual, sub forma unor expoziții de produse farmaceutice, medicale și stomatologice. Deoarece piața internă de producție este limitată și nu poate să concureze pe piața internațională, politica de stat nu prevede strategii de restricționarea producătorilor străini, astfel încât participanții se află în concurență, bazată, în mare măsură, pe aspectul inovațional al produselor stomatologice.

#### 4. Concluzii

Complexitatea fenomenului industrial produs de relațiile economice din mediul socio-economic asiatic prezintă următoarele caracteristici: condiții avantajoase de producție, capacități mari de consum, profiluri neomogene de consum, legislație favorabilă comerțului stomatologic.

Printre factorii care influențează direcțiile de dezvoltare a comerțului cu produse stomatologice în regiunea Asia-Pacific pot fi menționați: heterogenitatea sistemelor naționale de sănătate orală, cerințe înalte pentru nivelul inovațional și calitativ al produselor, factorii politici și economici destabilizatori în unele regiuni geografice care generează întreruperea canalelor de distribuție, etc.

#### Bibliografie

1. IBIS World, *Dental Industry in Brazil*, Market Overview, 2010, 57 p.
2. GlobalTrade, *Dental Industry in Japan*, Commercial Service Japan, Press release, 2012, 8 p.
3. Research and Markets, *Global Dental Industry: An analysis*, 2012, 132 p.
4. *Dental Industry in China*, In: Dental Tribune, AsiaPacific Edition, No 5 Vol. 9, 2012.
5. De-yu Hu, Xiao Hong, Xue Li, *Oral health in China – trends, industry and challenges*, In: International Journal of Oral Science, Vol 3 No 1, January 2011, pp.7-23.
6. *Focus on the Dental Market in UAE*, Infodent International, no. 4/2012, pp.22-27.  
[http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx) (accesat: 09.08.2013)