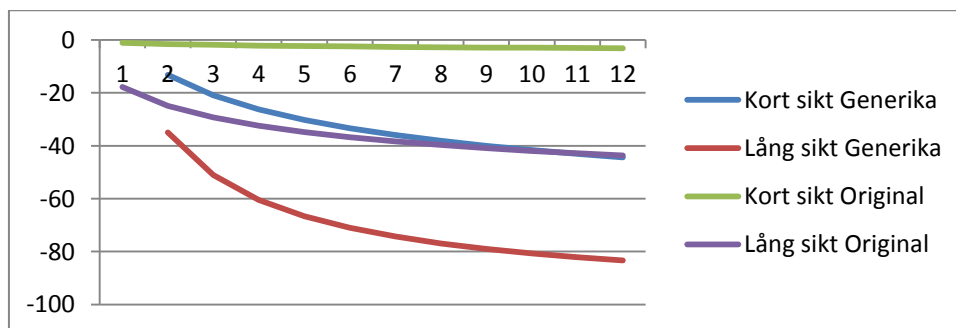


### **Sammanfattning av projektet "Kort och långsiktiga priseffekter av fler företag vid upprepade auktioner"**

Syftet med forskningsprojektet har varit att studera hur mycket och hur snabbt företag anpassar sina priser på ej patentskyddade receptbelagda läkemedel när antalet företag förändras. Detta har vi studerat separat för originalprodukter (dvs. de forna patenthållarnas produkter) och för generiska kopior. Vi har särskilt mellan effekterna av antalet företag som säljer produkter i samma utbytesgrupp<sup>1</sup>, som säljer produkter i andra utbytesgrupper för samma preparat, respektive säljer andra preparat med samma substans. Huvudresultaten från dessa analyser beskrivs i Granlund och Bergman (2017) och presenteras under EARIEs konferens denna vecka. Dessutom presenteras valda resultat populärvetenskapligt i Bergman och Granlund (2017). I manuskriptet Granlund (2017) återfinns resultaten från ytterligare tre analyser, nämligen hur priseffekterna av antalet företag beror på marknadens ålder, de regelförändringarna som gjordes 2009-2010, samt hur effekterna skiljer sig mellan generika med egna varumärken och vanliga generika. Resultaten från detta korta forskningsprojekt sammanfattas här nedan.

Priseffekterna av konkurrens skattas för 168 188 observationer av transaktionspriser tillhörande 4730 olika produkter. Detta görs i huvudsak med en partiell-anpassningsmodell som inkluderar två laggar av den beroende variabeln. I figuren nedan illustreras hur antal generikaföretag inom utbytesgruppen påverkar priserna enligt skattningarna från specifikationerna IV1 i Granlund och Bergman (2017). På lång sikt skattats en ökning från noll till tio generiska konkurrenter sänka priserna på original med 42%. Prisanpassningarna för original är dock mycket långsamma vilket syns genom att de kortsiktiga effekterna är mycket nära noll (även om de statistiskt sett är signifikant skilda från noll). Figuren visar även att en ökning från ett till tio generikaföretag sänker priserna på generika med 81% på lång sikt samt att även de kortsiktiga priseffekterna är betydand för generika.

*Figur 1. Predikterade kort- och långsiktiga procentuella effekter på priser av antalet generikaföretag innevarande månad; jämfört med priset vid endast ett generikaföretag för generika och med priset vid noll generikaföretag för original.*



<sup>1</sup> Alla produkter inom en utbytesgrupp har samma kombination av aktiv substans, beredningsform och styrka samt nästintill samma förpackningsstorlek och är utbytbara på apoteken.

Andra resultat visar att för generika sker 70% av prisanpassningarna inom tre månader, medan motsvarande siffra för original endast är 20%. Resultaten visar att effekten av ytterligare konkurrenter är stor även när det befintliga antalet konkurrenter är betydande. Exempelvis ger en ökning från sju till tio företag 21 procent lägre generikapriser på lång sikt, och 15% lägre priser inom tre månader. Skattningar med dummyvariabler för antalet konkurrenter visar att detta resultat inte beror på valet av funktionsform. Dessutom ändras huvudresultaten bara marginellt om vi istället använder en felkorrigerings modell, en generell modell som tar hänsyn till seriell-korrelation av första- och andra ordningen, eller en estimator som korrigerar för den (i vårt fall lilla) skevhet som kan uppstå i modeller som både inkluderar fixa effekter och laggar av den beroende variabeln. Huvudresultaten ändras också endast marginellt om fler laggar av den beroende variabeln inkluderas.

I regressionerna som Figur 1 baseras på har vi även kontrollerat för fyra andra konkurrensvariabler: om det finns ytterligare företag i utbytesgruppen som endast säljer originalläkemedel, antal ytterligare företag som säljer produkter med samma substans fast i andra utbytesgrupper, antal terapeutiska alternativ samt antalet av dessa som det finns generiska versioner av. Koefficienterna för dessa variabler är dock inte statistiskt signifikant skilda från noll på femprocentnivån trots att konfidensintervallen är små, men har i sju av åtta fall negativt tecken som förväntat. I andra regressioner har vi estimerat effekten av antal parallellimporterade alternativ samt antal ytterligare företag som säljer versioner av samma preparat men i andra utbytesgrupper. Inte heller för dessa variabler har vi funnit signifikanta resultat vilket gör att vi drar slutsatsen att det är antalet företag som säljer generiska produkter inom samma utbytesgrupp som är den klart dominerande konkurrensvariabeln. I de avslutande avsnitten av Bergman och Granlund (2017) och Granlund och Bergman (2017) diskuterar vi policyimplikationer av huvudresultaten; främst hur antalet konkurrenter kan ökas för utbytesgrupper med få konkurrenter.

I Granlund (2017) visas att den sjättedel av de generiska produkterna som säljs under eget varumärkesnamn sänker sina priser något mindre när antalet konkurrenter ökar jämfört med vanliga generika som säljs under substansnamnet följt av företagsnamnet. För de med egna varumärkesnamn är den långsiktiga effekten av en ökning från ett till tio generikaföretag en prissänkning med 69%, medan den är 82% för vanliga generika. Skillnaden behöver dock inte vara en kausal effekt av att ha ett eget varumärkesnamn då företagen själva väljer namn. I datamaterialet ser vi även att en del produkter byter namn från vanliga generikanamn till varumärkesnamn samt tvärtom.

Vi finner inga statistiskt signifikanta skillnader mellan nya och gamla marknader i effekten av antalet konkurrenter. Däremot tyder resultaten på att priseffekten av antalet konkurrenter blivit något större efter omregleringen, men ökningen i effekt för generikapriser är mindre än skillnad mellan vanliga generika och generika för varumärkesnamn som vi nämnde i föregående stycke.

## **Uppsatser**

Bergman M A och D Granlund (2017) Fler konkurrenter är nyckeln för att sänka läkemedelspriserna, kommande i Ekonomisk Debatt.

Granlund D (2017) The impacts on the price-effect of competition of having an own product name, market age, and a reregulation. Mimeo, Umeå Universitet. (Resultaten i manuskriptet kan komma att publiceras som ett online-appendix till Granlund och Bergman (2017), eller i form av en kortare uppsats).

Granlund D och M A Bergman (2017) Price competition in pharmaceuticals – evidence from 1 303 Swedish markets, Umeå Economic Studies 952. (Uppsatsen kommer att skickas till tidsskrift när kommentarer från konferensen EARIE-2017 inarbetats.)