



# موج سوم در ادغام شرکت‌های داروسازی

دکتر بهنام اسماعیلی

دوم دهه نود موج جدید ادغام شرکت‌های داروسازی به راه افتاد که ایجاد شرکت‌های بزرگ کلاسیو لکام، هو خست ماریون راسل و فارماسیا و آپجان را در پی داشته است. مبنای موج اول ادغام شرکت‌های داروسازی افزایش میزان کل درآمد و داشتن رتبه بالاتر در جدول فروش سالانه بوده است که از طریق افزایش مناطق جغرافیایی و مراکز درمانی تحت پوشش انجام شده است. اساس موج دوم ادغام شرکت‌های داروسازی کاهش هزینه‌ها و در نتیجه حفظ میزان درآمد به خصوص در زمینه ارایه داروهای جدید بوده است. امروزه هدف اصلی شرکت‌های داروسازی تنها کسب

صنایع داروسازی در کشورهای پیشرفته بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی جامعه را به خود اختصاص داده و از این رو ضمن متابعت از قوانین حاکم بر روند چنین فعالیت‌هایی خود نیز بر حیات اقتصادی جامعه تاثیر گذارد. به منظور مقابله با مشکلات و مسایل موجود در بازار جهانی مصرف دارو، تلاش برای ادغام و به هم پیوستن کارخانجات معظم داروسازی در دو دهه اخیر افزایش یافته است. اولین حرکت مهم در ادغام شرکت‌های داروسازی در دهه هشتاد به وقوع پیوست که حاصل آن تشکیل دو شرکت بزرگ اسمیت کلاین بیچام در انگلستان و بریستول مایر اسکویپ در آمریکا بود. طی نیمة

آمریکا علاقه‌مند هستند که به صورت Pure pharm فعالیت کنند. شرکت فایزر در نظر دارد تا پایان سال ۲۰۰۰ فروش دارویی خود را از شرکت مرک بیشتر کند، بنابراین طی یک دوره ده ساله از فعالیت خود در سایر زمینه‌ها (مانند فرآورده‌های بهداشتی) کاسته و این میزان را طی این دوره از ۹۰ درصد به ۱۰ درصد در سال ۱۹۹۹ رسانیده است.

ادغام دو شرکت آسترا سوئد و زنکا انگلستان از جمله مواردی است که زمینه مشترک و آتی فعالیت آن به خوبی مشخص نشده است و علی رغم دیدگاه‌های مشترک تحقیقاتی و مدیریتی جهت‌گیری آن در تعیین زمینه فعالیت بعدی مبهم به نظر می‌رسد. در این مورد آسترا یک شرکت خالص داروسازی pure pharma است ولی زنکا علاوه بر فعالیت‌های داروسازی در زمینه تولید فرآورده‌های بهداشتی نیز فعال بوده، علاوه بر آن هر ساله بیش از صد میلیون پوند درآمد حاصل از فروش فرآورده‌های شیمیایی این شرکت است.

در جدول به چاپ رسیده در این مقاله وضعیت ۱۸ شرکت داروسازی رده‌اول دنیا از نظر زمینه‌های فعالیت و تحقیقات مشخص شده است. این ۱۸ شرکت حدود ۵۰ درصد از بازار ۳۰۰ میلیارد دلاری دارو در سال ۹۸-۹۷ را در دست داشته‌اند. حداقل نیمی از این شرکت‌ها حاصل ادغام شرکت‌های بزرگ داروسازی بوده‌اند. بر اساس اطلاعات ارایه شده در جدول اکثر شرکت‌های معظم داروسازی در زمینه داروهای قلبی-عروقی، عصبی، تنفسی و سرطان فعال هستند. کمترین توجه و علاقه به فعالیت در زمینه داروهای گوارشی مشاهده

رتبه‌های اول جدول فروش از طریق افزایش میزان فروش داروهای فعلی آن‌ها نبوده بلکه این شرکت‌ها دریافت‌اند که موفقیت آن‌ها منوط به ارایه منظم داروهای جدیدتر و مؤثتر است، زیرا داروهای موجود فعلی پس از چند سال ارزش اقتصادی خود را با حضور سازندگان متعدد و بعضی اوقات ژنریک ساز از دست می‌دهند. از این رو به نظر گروهی از محققین موج سوم ادغام در شرکت‌های داروسازی ادامه روند دو موج قبلی نخواهد بود. در این روند تمرکز از کسب درآمد و سود بیشتر و آنی و یا کاهش هزینه‌ها با استفاده از امکانات و توانایی‌های مشترک کاملاً تغییر کرده و به تمرکز بر گروه‌های درمانی درخواهد آمد. به بیان دیگر گرچه داشتن رتبه بالا در بین شرکت‌های داروسازی هنوز هم انگیزه‌ای بسیار قوی محسوب می‌شود ولی در حال حاضر شرکت‌های داروسازی ترجیح می‌دهند در یک محدوده درمانی (Therapeutic area) خاص به برتری دست یابند. سه زمینه (محدوده) عمله فعالیت شرکت‌های داروسازی عبارت اند از: داروسازی خالص Pure pharm، علوم حیاتی Life science و فرآورده‌های بهداشتی Health Care. به طور مثال می‌توان به تشکیل شرکت Aventis اشاره کرد که از اتحاد هوخته آلمان و رون پولن فرآنسه به وجود آمده است. با تشکیل شرکت جدید حدود ۶۷٪ بازار جهانی سوم و مواد شیمیایی (Life science) به Aventis تعلق گرفت و یا مثال دیگر شرکت مرک است که عمدتاً در زمینه فرآورده‌های بهداشتی فعال بوده و ۵۸٪ بازار دنیا را در دست دارد. از طرف دیگر دو شرکت گلاکسوولکام انگلستان و فایزر

ادغام هر دو در زمینه‌های پوست، قلب و عروق، سرطان و داروهای تنفسی فعال بوده که با یکی شدن آن‌ها موقعیت قابل توجه و مهمی در زمینه‌های سرطان و داروهای تنفسی یافته، ضمن آن که توانایی آن‌ها در موارد داروهای بیهوشی و کنتrol دارد نیز افزایش یافته است. علاوه بر آن آسترا در زمینه داروهای گوارشی از شرکت‌های سرآمد و رده اول دنیا محسوب می‌شود. البته ادغام شرکت‌های بزرگ داروسازی روندی پیچیده و طولانی است که مسایل بسیاری را در بر می‌گیرد. این روند تنها وجه اقتصادی نداشته و عوامل دیگری نیز در آن دخالت دارند که در این زمینه می‌توان به عوامل فرهنگی اشاره کرد. به طور مثال تشکیل شرکت فارماسیا و آپجان علی‌رغم انتظار اولیه و طیف گسترده زمینه‌های دارویی مورد فعالیت چندان موفق نبوده است.

**پژوهشگران مهمترین علت آن را در ناهمخوانی و ناهماهنگی فرهنگی شرکت‌های بهم پیوسته می‌دانند.** آپجان شرکتی است آمریکایی در حالی که فارماسیا خود حاصل اتحاد دو شرکت کابی سوئی و فارمیتالیا ایتالیا است. مشکلی که حداقل در مورد دو ادغام بزرگ در صنایع داروسازی یعنی گلاکسوولکام و نیز ساندوز و سیباگایکی (نووارتیس) وجود نداشته است. به هر حال شرکت‌های داروسازی معظم دنیا جهت رفع مشکلات خود از طریق خرید شرکت‌های کوچکتر داروسازی نیز اقدام می‌کنند تاضعف خود در زمینه یک گروه درمانی خاصی را بطرف کنند. با توجه به اطلاعات ارایه شده در جدول آیا در آینده شاهد به هم پیوستن تعداد دیگری از این شرکت‌ها خواهیم بود؟

می‌شود. گلاکسوولکام و مرک به ترتیب در زمینه داروهای تنفسی و قلبی - عروقی حرف اول را زده و سرآمد شرکت‌های مهم داروسازی محسوب می‌شوند، در حالی که شرکت مرک عملأ در بازار داروهای سرطانی غایب است. از این رو بعید نیست در آینده مرک به دنبال خرید یا ادغام با شرکتی باشد که ضعف آن در زمینه داروهای ضد سرطان را بیوشاند.

تمایل شرکت‌های داروسازی حرکت به سمتی است که بازدهی هر چه بیشتر از سرمایه‌گذاری انجام گرفته تضمین شود. امروزه مشخص گردیده که سرمایه‌گذاری در زمینه فرآورده‌های بهداشتی سوددهی بالایی دارد و گرچه هزینه عرضه هر محصول جدید حدود ۲۰۰ میلیون دلار است، این سرمایه‌گذاری طی چند سال پس از ورود به بازار تا دو برابر بازدهی خواهد داشت.

سرمایه‌گذاری مورد نیاز برای انجام تحقیقات مربوط به هر داروی جدید سالانه حدود حداقل ۲۵۰ میلیون دلار برآورد می‌شود.

لذا بر اساس هزینه تخصیص یافته برای مطالعات نهایی هر دارو شرکت‌های داروسازی فارماسیا و آپجان، جانسون اندرسون و اسمیت کلاین بیجام می‌توانند تنها در ۵ زمینه تحقیقاتی فعال شوند. این رقم برای مرک، گلاکسوولکام، نووارتیس و روش ۷ دارو و برای فایزر ۹ دارو یا گروه تحقیقاتی است. از این رو ادغام شرکت‌های داروسازی به گونه‌ای انجام می‌شود که ضمن پوشش دادن به گروه‌های دارویی بیشتر با استفاده از نتایج حاصل از تحقیقات در زمینه‌های مشترک، هزینه‌های مربوط تا حد ممکن کاهش یابند. به طور مثال دو شرکت آستراوزنکا تا قبل از

سایر گروه‌های درمان	+ + +      ‡ +      + ‡ + + ‡ + ‡ ‡	
بهداشت زنان	+ + +      ‡ ‡      +      + +	
تنفسی	+ + +      + + + + ‡ + ‡ ‡ + ‡ ‡ ‡ ‡	
ضد سرطان	+ + +      ‡ + + ‡      + + + ‡ ‡ + ‡ ‡	
غدد و متابولیک	‡ + + + + + + ‡ ‡ ‡ + ‡ + ‡ + ‡ ‡	
کوارشی	+ +      † + +      ‡ +      ‡ ‡ +	
دستگاه عصبی و مرکزی	+ + ‡ +      + + + ‡ + ‡ ‡ + ‡ ‡ ‡ ‡	
قلبی-عروقی	‡ + ‡ ‡      ‡ ‡ + ‡ + ‡ ‡ ‡ + ‡ ‡ ‡	
ضد ویروس	‡ + ‡ + + ‡ + ‡      ‡ + ‡ ‡ ‡ + ‡ ‡	
آنٹی بیوتیک	† +      ‡ + ‡      ‡ + ‡ ‡ ‡ + ‡ ‡	
پوست	+ +      ‡ + ‡ +      + + ‡	
فروش سال به میلیارد دلار	۱۳/۵      ۱۲      ۱۱/۵      > ۹/۵ < ۹/۵      ۵/۵      ۴/۵	
میرکت دارویی	هوخته - رون یولن مرک کلاکسیدواکام استرازنکا بریستول ماریلساکویپ نوار تیپس فایزر جانسون اند جانسون *AMH الای لیبلی استیک کالینی بیجام آبوتوت روش شرینگ بوک باری سانوفی - سینپلابو فارماسیا و آجیان وارنر - لامبرت	

\*American Home Products