

نکاتی پیرامون بازار جهانی دارو

دکتر مهرداد نوربخش

شرکت داروسازی جابرابن حیان

محصولات خود نموده‌اند. این رقم در سال ۱۹۹۹ بالغ بر ۱۳/۹ میلیارد دلار بوده است! □ در سال ۲۰۰۰ در کشور آمریکا ۸۳۰۰۰ نماینده علمی از شرکت‌های گوناگون بالغ بر ۶۰ میلیون ویزیت علمی انجام داده‌اند. در همین سال شرکت Astra-Zeneca تنها برای بازاریابی یکی از محصولات خود به نام Nexium اقدام به جذب ۱۳۰۰ نفر نماینده علمی نموده است! □ ارزش نمونه‌های دارویی (Sample) رایگان توزیع شده در سال ۲۰۰۰ در کشور آمریکا معادل ۷/۲ میلیارد دلار بوده است! □ در دهه ۹۰ میلادی سرمایه‌گذاری شرکت‌های داروسازی در بخش‌های بازاریابی به مراتب

متن حاضر دربرگیرنده برخی اعداد و ارقام مربوط به فعالیت شرکت‌های بزرگ دارویی در کشور آمریکا تا سال ۲۰۰۰ می‌باشد. با مقایسه برخی از این ارقام با واقعیت‌های موجود در صنایع دارویی کشورمان می‌توان به تفاوت نگرش در زمینه بازاریابی دارویی پی برد هر چند که بسیاری از تفاوت‌ها ماهوی و تغییر آن مستلزم صرف زمان طولانی می‌باشد. به هر تقدیر با توجه به رویکرد جدید صنایع دارویی ایران نسبت به مقوله بازاریابی بررسی اجمالی این واقعیت‌ها خالی از لطف نمی‌باشد: □ بر پایه برآوردها در سال ۲۰۰۰ صنایع دارویی ۱۵/۷ میلیارد دلار صرف هزینه‌های بازاریابی

میلیون دلار صرف تبلیغات یکی از محصولات خود به نام Vioxx نموده است. در همین سال شرکت پپسی کولا ۱۲۵ میلیون دلار برای تبلیغات کلیه محصولات خود هزینه کرده است! □ افزایش فروش Vioxx در سال ۲۰۰۰ به تنهایی مسئولان ۵/۷ درصد رشد در هزینه های دارویی کشور آمریکا می باشد!

□ در یک بررسی انجام شده توسط Avorn و همکاران (Amer Journal of med, ۱۹۸۲) ۴۶ درصد از پزشکان اذعان داشته اند که در تجویز داروها از نمایندگان علمی تاثیرپذیر بوده اند! □ بررسی ها (JAMA, ۱۹۹۷) نشان داده است که ۹۶ درصد از پزشکان از نمونه های رایگان دارویی برای مصرف شخصی یا خانوادگی استفاده نموده اند!

□ انجمن پزشکان آمریکا (AMA) در سال ۲۰۰۰ از محل فروش اطلاعات مربوط به پزشکان (شامل نام، مشخصات، آدرس و شماره تلفن) به صنایع دارویی بالغ بر ۲۰ میلیون دلار درآمد کسب نموده است!

بیشتر از واحدهای تحقیقات بوده است! □ از سال ۱۹۹۵ تا پایان سال ۲۰۰۰ میلادی تعداد پرسنل شاغل در واحدهای R&D کمپانی های بزرگ آمریکایی ۲ درصد افزایش یافته است در حالی که در همین دوره شاهد افزایش ۵۹ درصدی نیروهای شاغل در واحدهای بازاریابی می باشیم!

□ هزینه های مصرف دارو در سال ۲۰۰۰ با ۱۸/۸ درصد افزایش به رقمی معادل ۱۳۱/۹ میلیارد دلار بالغ می شود که بیش از یک سوم آن ناشی از گرایش به سمت مصرف داروهای گران قیمت بوده است!

□ هزینه آگهی های دارویی چاپ شده در نشریات آمریکایی در سال ۲۰۰۰ رقمی معادل ۲/۵ میلیارد دلار می باشد که نسبت به سال ۱۹۹۹ حدود ۳۵ درصد افزایش داشته است!

□ از ۲۰/۸ میلیارد دلار افزایش هزینه های مصرف دارو در سال ۲۰۰۰ حدود ۴۷/۸ درصد متعلق به ۵۰ دارویی است که بیشترین حجم تبلیغات را به خود اختصاص داده اند! □ در سال ۲۰۰۰ شرکت داروسازی Merck ۱۶۱

