

# تصویری از اعتبار صنعت دارویی در جهان

نازیلا یوسفی، فرحناز زینالی

دارو برای بیماری‌هایی می‌کنند که در حال حاضر داروهای دیگری نیز برای آن‌ها وجود دارد (۲). توجه به این دیدگاه‌ها از این جهت اهمیت دارد که مطالعات نشان داده‌اند شهرت تاثیر بزرگی بر نتایج تجاری صنایع دارویی در بازار رقابتی امروز دارد، زیرا نشان‌دهنده این است که شرکت تا چه اندازه توانسته انتظارهای ذینفعان خود را برآورده سازد. ابعاد این انتظارات بسیار وسیع بوده و از ارایه داروهای با کیفیت و بی‌ضرر تا سرمایه‌گذاری برای داروهای نادر گسترده می‌باشد اما این انتظارات گاهی هم راستا نبوده و شرکت را برای رسیدن به اعتبار بهتر دچار چالش می‌نمایند. به‌عنوان مثال انتظار تولید داروهای نوین برای بیماری‌های نادر یا صعب‌العلاج با انتظار ارایه داروها با قیمت ارزان و

در سال‌های گذشته، شرکت‌های دارویی بزرگ با ساختن داروهایی نوین برای مشکلات بدون پاسخ بشریت، اعتبار خوبی در بین مشتریان پیدا کردند و صنایع دارویی دارای شهرتی مناسب در بین مردم بود. اما امروزه با افزایش تعداد رقبا و ورود تولیدکنندگان داروهای ژنریک، حفظ اعتبار چندان آسان نبوده و نیازمند تلاش و مدیریت می‌باشد (۱). در طول زمان، این فقط تعداد مشتریان نبوده‌اند که افزایش یافته‌اند بلکه سلیقه‌ها و انتظارات آنان نیز افزایش یافته است. امروزه خیلی از مردم فکر می‌کنند که هدف صنایع دارویی تنها کسب سود بوده و بیماران در مرکز توجه آن‌ها نیستند. این صنایع روی داروهای مهم کار نمی‌کنند و هزینه‌های زیادی را صرف کشف

قابل تهیه برای عموم در عمل هم راستا نمی‌باشند (۳). شهرت یا اعتبار، مجموع برداشت‌های ذهنی افراد از شرکت می‌باشد و از جمع عملکرد، رفتار ونحوه ارتباط شرکت شکل می‌گیرد. امروزه بیش از ۵۰ درصد دارایی‌های شرکت‌های داروسازی در جهان دارایی‌های نامشهود بوده که مهمترین آن‌ها شهرت و اعتبار می‌باشد (۴).

شهرت می‌تواند برای شرکت ایجاد ارزش نماید. تحقیقات نشان داده‌اند که بین اعتبار و عملکرد مالی ارتباط مستقیم وجود دارد و شرکت‌های دارای شهرت مناسب، می‌توانند برتری مالی خود را به صورت پایدار حفظ نمایند (۵). شهرت می‌تواند نتایج تجاری شرکت مانند رفتار مشتری، رفتار نسخه نویسی، فضای سیاست‌گذاری و نتایج مالی را تحت تاثیر قرار دهد. نتایج یک تحقیق نشان می‌دهد هر واحد اضافه شهرت منجر می‌شود ۲۸,۰۰۰ بیمار بیشتر از پزشک داروی آن شرکت را درخواست کنند، فروش ۳/۳ درصد افزایش یابد، سیاست‌های مطلوب وضع شده برای شرکت دو برابر شده و سهم بازار ۰/۲۳ درصد افزایش یابد (۳) اما شهرت پدیده‌ای اتفاقی نبوده و تابعی از برنامه‌های رسمی مدیریت شهرت در شرکت می‌باشد (۴). مرکز ارزیابی اعتبار جهانی صنایع (IPSOS) که یکی از معتبرترین موسسه تحقیقات بازار بین‌المللی است در سال ۲۰۱۲ وضعیت شهرت صنعت دارو را به شرح زیر گزارش نموده است (۶).

علی‌رغم این که اعتبار صنعت داروسازی در بین سایر صنایع در عرصه جهانی مطلوب می‌باشد، در بسیاری از بازارهای اصلی مانند آمریکا، کانادا، چین آلمان و اسپانیا اگر این تصویر منفی تلقی نشود

بسیار ضعیف است.

این دیدگاه منفی اغلب منجر به تمایل برای قانون‌مندی بیشتر در این حوزه می‌گردد که بیشتر در چین، روسیه و فرانسه دیده می‌شود.

گرچه شرکت‌های پیشرو اغلب از اعتبار خوبی برخوردار هستند اما نگرش موجود نسبت به شرکت‌های پیشرو همواره منعکس‌کننده نگرش به کل صنعت نمی‌باشد. به‌عنوان مثال، در آمریکا و چین شرکت‌های دارویی پیشرو، موفق به ارتقای مناسب تصویر صنعت دارویی نسبت به کل صنایع شده‌اند اما در بسیاری از دیگر کشورها به خصوص سوئد، فرانسه، ایتالیا و کره این‌گونه نیست.

اغلب شرکت‌های پیشرو برای ایجاد تصویر بهتر تمایل بیشتری به کیفیت محصولات و رهبری صنعت دارند تا انجام مسؤولیت‌های اجتماعی. در بررسی انجام شده عوامل زیادی از جمله انجام وظایف اجتماعی باید در بهبود شهرت صنایع دارویی مورد توجه قرار گیرند.

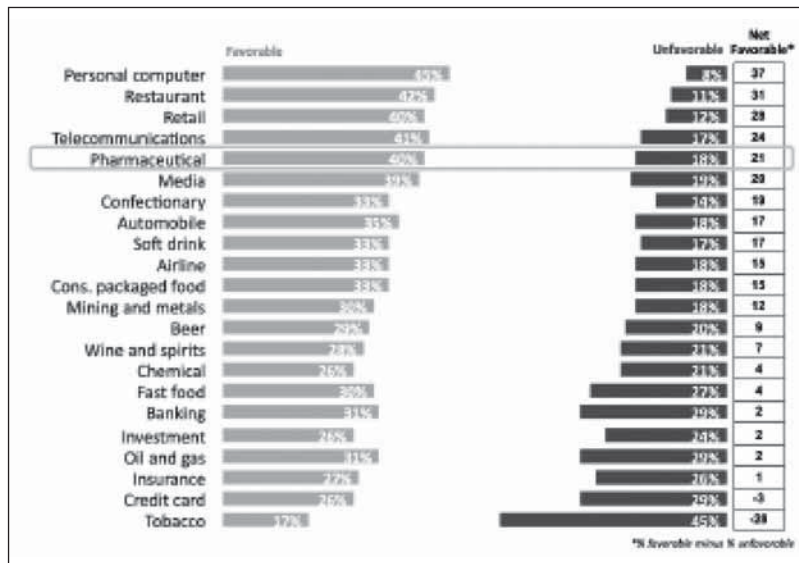
همه مصرف‌کننده‌ها، به اتفاق آراء، موارد زیر را مهمترین اقدام‌های شرکت‌های دارویی برای مشارکت در مسؤولیت‌های اجتماعی می‌دانند: توسعه داروهای جدید برای مقابله با بیماری‌ها تضمین ایمنی داروهای تولید شده در سایر کشورها و توسعه برنامه‌های حمایتی جهت فراهم نمودن داروهای ارزان برای افراد کم درآمد.

#### ■ محبوبیت صنعت دارویی در بین مصرف‌کننده‌ها

به‌طور متوسط در بین مصرف‌کنندگان ۲۴ کشور مورد مطالعه، ۴۰ درصد افراد به محبوبیت صنایع

فرانسه، مجارستان، ژاپن، روسیه، کره جنوبی و سوئد فقط کمی بیشتر از عدم محبوبیت بوده است. بر عکس در آرژانتین، بلژیک، برزیل ایتالیا، لهستان، آفریقای جنوبی دید مثبتی در

داروسازی و ۱۸ درصد به عدم محبوبیت آن رای داده‌اند و در مجموع بخش دارویی از نظر محبوبیت برای مصرف‌کننده، مقام پنجم را در بین ۲۲ صنعت ارزیابی شده، کسب کرده است.



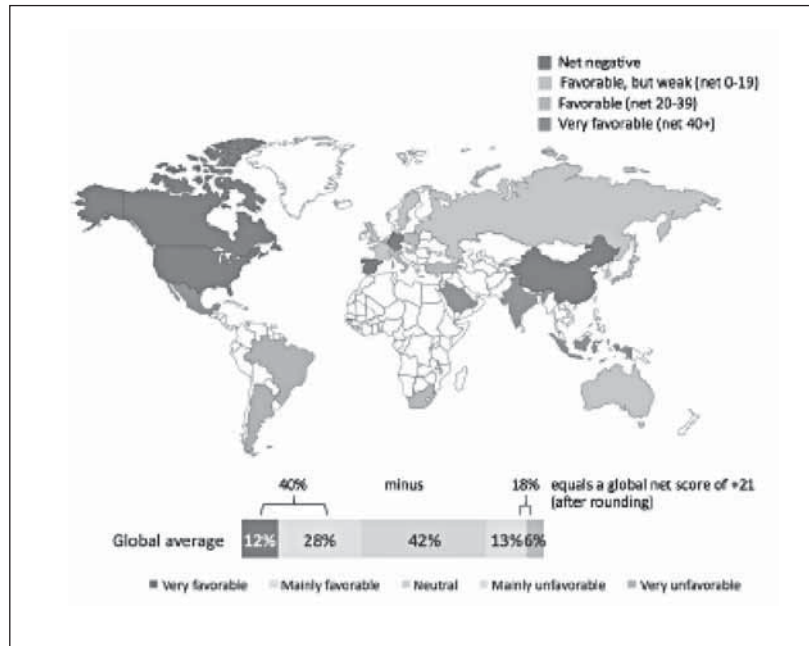
سؤال مورد پرسش: لطفا نظر کلی خود را در مورد صنایع زیر بیان نمایید.

مورد صنعت دارو وجود دارد و در کشورهای هند، اندونزی، مکزیک و عربستان سعودی این دید بسیار مثبت می‌باشد.

به‌طور کلی، میزان محبوبیت در کشورهای صنعتی با سابقه از کشورهای دارای صنایع نوظهور کمتر می‌باشد. همچنین حضور چین در گروه (کاملاً منفی) نمایانگر این است که سطح محبوبیت، مرتبط با سطح اقتصادی کشورها نمی‌باشد.

### تفاوت زیاد تصویر صنعت دارویی در کشورهای مختلف

در چندین کشور که از بازارهای بزرگ دارویی تلقی می‌شوند، بیشتر مصرف‌کنندگان دیدگاه نامطلوبی نسبت به بخش دارویی داشتند. کشورهایی که به صنعت دارو نمره کاملاً منفی داده‌اند شامل آمریکا، کانادا، چین، آلمان و اسپانیا بوده‌اند. به علاوه، آرا محبوبیت در استرالیا



سئوال مورد پرسش: لطفا نظر کلی خود را در مورد صنایع زیر (از جمله صنعت دارو) بیان کنید.

۳- کشورهایی که در آن‌ها صنعت، تصویر بهتری نسبت به تک تک شرکت‌ها داشت. به‌طور کلی در سطح جهانی، بین محبوبیت صنعت دارو و محبوبیت بازیگران اصلی این صنعت یک همبستگی قوی وجود دارد. این الگو در کشورهای مختلف - چه آن‌هایی که محبوبیت صنعت و شرکت‌های پیشرو در آن‌ها پایین ارزیابی شده است (مانند کانادا) چه کشورهایی که میزان محبوبیت در آن‌ها بالا می‌باشد (مانند مکزیک و هند) - دیده شده است. البته، بازارهایی نیز وجود دارند که در آن‌ها

### ■ عدم تعمیم‌پذیری تصویر کلی صنعت دارو به تک تک شرکت‌ها

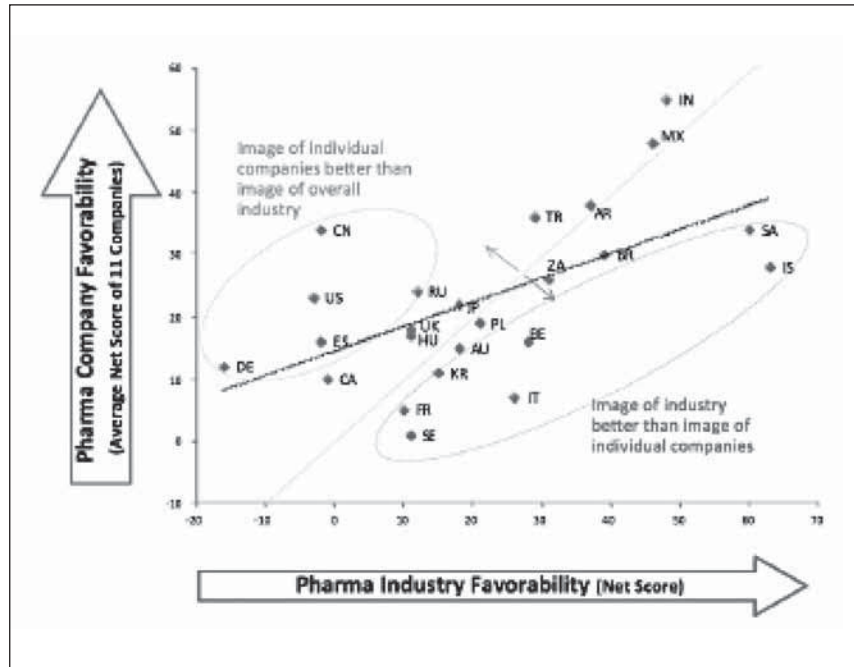
دیدگاه کلی در مورد صنعت، لزوماً پیش‌بینی‌کننده وضعیت تک تک شرکت‌های دارویی نیست. بر اساس مقایسه میانگین میزان محبوبیت ۱۱ شرکت بزرگ دارویی با میانگین صنعت، کشورها به سه گروه تقسیم شدند.

۱- کشورهایی که در آن‌ها، تصویر شرکت‌های دارویی پیشتاز، آینه‌ای از تصویر صنعت دارو بود.

۲- کشورهایی که در آن‌ها تک تک شرکت‌ها تصویر بهتری نسبت به کل صنعت داشتند.

استفاده می‌کنند. در مقابل، بازارهایی وجود دارد که مصرف‌کننده دیدگاه مطلوب‌تری به بخش دارویی نسبت به تک‌تک شرکت‌ها دارند. کشورهایمانند سوئد، فرانسه، ایتالیا، بلژیک و کره جنوبی که تصویر صنعت در آن‌ها ضعیف است و یا کشورهایمانند اندونزی و عربستان سعودی که صنعت در آن‌جا تصویر مطلوبی دارد.

شرکت‌های دارویی تمایل به قرار گرفتن در سطح بالاتری نسبت به صنعت دارند. این موضوع به‌طور قابل‌ملاحظه در چین و آمریکا و به میزان کمتری در آلمان، اسپانیا و روسیه دیده می‌شود. در این کشورها، شرکت‌های پیشرو از اعتبار بیشتری نسبت به صنعت برخوردار هستند و از این مزیت به‌عنوان اهرمی برای انتقال پیام و افزایش سرمایه‌های خود



**سؤال مورد پرسش:** با توجه به تمام مسائلی که از نظر شما مهم است میزان محبوبیت یا عدم محبوبیت کلی صنایع زیر را مشخص کنید (برای متوسط نمره خالص متوسط دو رتبه بالا به‌عنوان درصد بالای میانگین با متوسط دو رتبه پایین به‌عنوان درصد پایین میانگین از هم کسر گردیده است).

**سؤال مورد پرسش:** لطفاً نظر کلی خود را در مورد صنایع زیر بیان کنید (برای متوسط نمره خالص متوسط دو رتبه بالا به‌عنوان درصد بالای میانگین با متوسط دو رتبه پایین به‌عنوان درصد پایین میانگین از هم کسر گردیده است).

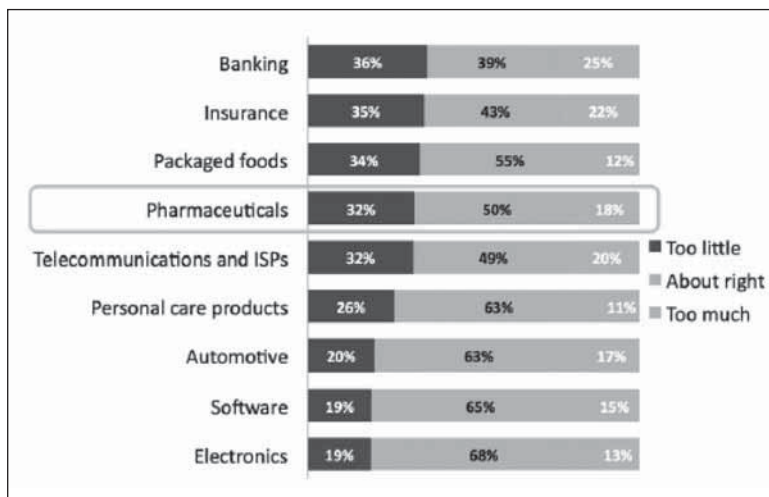
احساس نیاز به قانونمندی بیشتر در شرکت‌های دارویی، از یک کشور به کشور دیگر بسیار متفاوت است.

در کشورهای فرانسه، روسیه، آلمان و چین عمدتاً مصرف‌کنندگان معتقد هستند که قوانین بسیار ضعیف می‌باشند، در حالی که در ژاپن، هند، اندونزی و مکزیک کمتر از ۲۰ درصد مصرف‌کنندگان بر این عقیده هستند که صنعت دارویی به اندازه کافی قانونمند نیست. از طرفی، بیشتر مصرف‌کنندگان در کشورهای ایتالیا، کره جنوبی، کانادا، اسپانیا، سوئد، بلژیک، استرالیا، ترکیه و بریتانیا معتقد می‌باشند که صنعت داروسازی بیش از اندازه قانونمند است و نکته جالب این که آمریکا میانه‌ترین کشور در این خصوص می‌باشد.

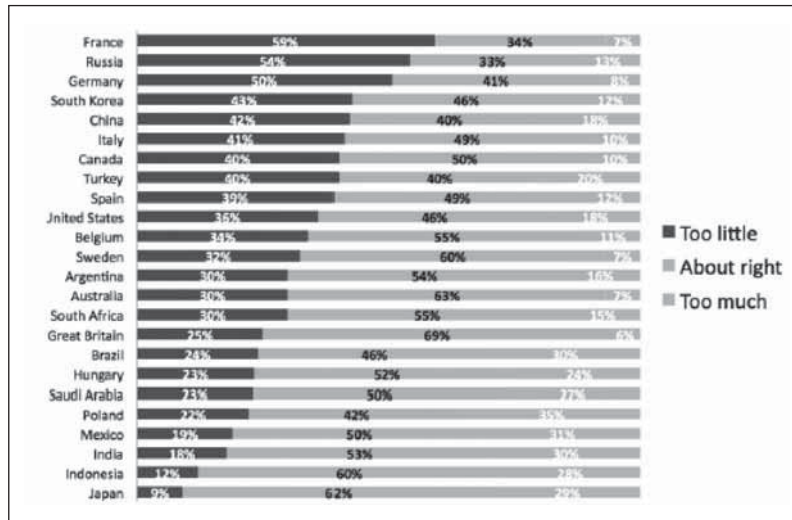
## ■ تفاوت نگرش‌ها نسبت به قوانین ناظر بر صنعت دارو

نگرش‌ها نسبت به قوانین ناظر بر صنعت دارو به‌طور گسترده در بین بازارهای مختلف، متفاوت است. در بین ۲۴ کشور مورد ارزیابی، دقیقاً نیمی از مشتریان مورد مطالعه معتقدند که قوانین ناظر بر صنعت دارو مناسب می‌باشد. در حالی که تقریباً ۳۲ درصد (۱/۳) از افراد بر این باور می‌باشند که قوانین خیلی کم است و تنها ۱۸ درصد معتقد هستند که قوانین دارویی زیاد می‌باشد.

به‌طور کلی، تمایل افراد برای سختگیرانه‌تر شدن قوانین در صنعت دارو با اختلاف کمی پس از بانکداری، بیمه، صنایع بسته‌بندی و بخش غذا و آشامیدنی می‌باشد.



**سئوال مورد پرسش:** فکر می‌کنید که قوانین ناظر بر هر یک از انواع شرکت‌های مورد نظر، کم، زیاد یا مناسب می‌باشد؟



**سؤال مورد پرسش:** فکر می‌کنید که قوانین ناظر بر هر یک از انواع شرکت‌های مورد نظر کم، زیاد یا مناسب می‌باشد؟

متوسط نمره خالص محبوبیت و درصد کسانی که تمایل به افزایش قوانین ناظر بر صنعت داروسازی دارند، رابطه معکوس وجود دارد. نمودار زیر نشان می‌دهد که در جایی که صنعت کمترین محبوبیت را دارد (اروپای غربی، روسیه، آمریکای شمالی، کره جنوبی و چین)، تمایل برای افزایش قوانین نظارتی از سوی دولت بیشترین است.

برای کم کردن خطر افزایش قوانین ناسازگار توصیه می‌شود که شرکت‌های دارویی و اتحادیه‌های این صنعت، دیدگاه مثبت شهروندان را نسبت به خود افزایش دهند. سؤال این‌جا است که بهترین راه برای به دست آوردن محبوبیت چیست؟ اولین و مهمترین پاسخ به این سؤال، شناخته شدن بهتر توسط جامعه است.

بیشتر مصرف‌کنندگان در فرانسه، روسیه و چین معتقد هستند که قوانین در صنعت دارویی ضعیف‌تر از ۸ صنعت دیگر مورد بررسی می‌باشد.

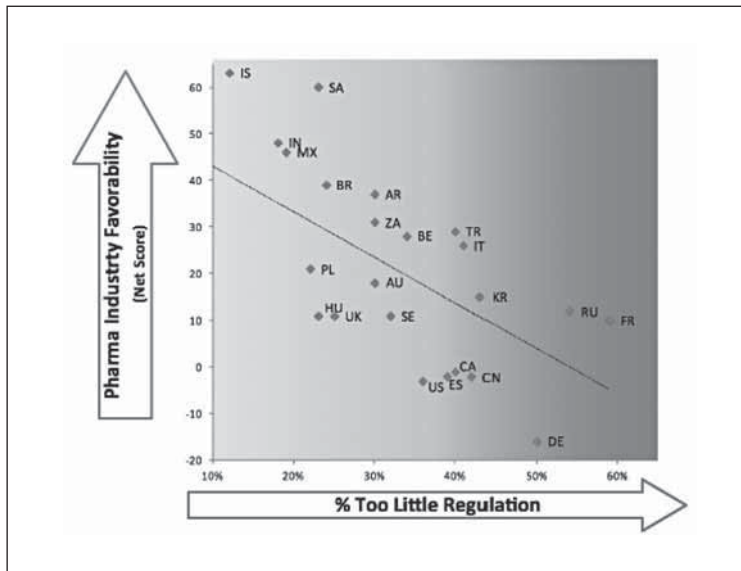
این نگرش‌ها احتمالاً بیانگر خشم عمومی موجود نسبت به رسوایی بزرگ فروش داروهای غیر ایمن (مثلاً مدياتور در فرانسه) و داروهای فاسد (مثل کپسول ژل کرومیوم ساخته شده از ضایعات صنعتی در چین) می‌باشد.

**ارتباط بین سطح محبوبیت صنعت و نگرش نسبت به قوانین ناظر بر شرکت‌های دارویی**  
دیدگاه مصرف‌کنندگان در خصوص قوانین ناظر بر شرکت‌های دارویی کاملاً وابسته به سطح محبوبیت این صنعت در نزد آن‌ها است. به بیان دقیق‌تر، بین

قرمز) به خط بسیار نزدیک هستند و این به این معنی است که هر چه مشتری‌ها بیشتر با شرکت‌های دارویی آشنا باشند با احتمال بیشتری به آن‌ها علاقه‌مند بوده و به آن‌ها اعتماد خواهند داشت. بنابراین، اولین و مهمترین راه افزایش محبوبیت و اعتماد، افزایش قابلیت دیده شدن است که اغلب از طریق سرمایه‌گذاری در اشکال مختلف ارتباط از جمله ارتباط مستقیم یا غیرمستقیم برای دریافت یا ارایه پیام به صورت ماهرانه، قابل درک و مرتبط با گروه هدف می‌باشد.

قطعا در شرکت‌های دارویی همانند دیگر صنایع محبوبیت، درک و اعتماد مردم به صورت قابل توجهی ناشی از درجه آشنایی با آن صنعت می‌باشند. با توجه به نظرات ارایه شده در خصوص ۱۱ شرکت برتر دارویی، همبستگی بالایی بین میانگین سطح آشنایی با شرکت و نمره خالص اعتماد وجود دارد.

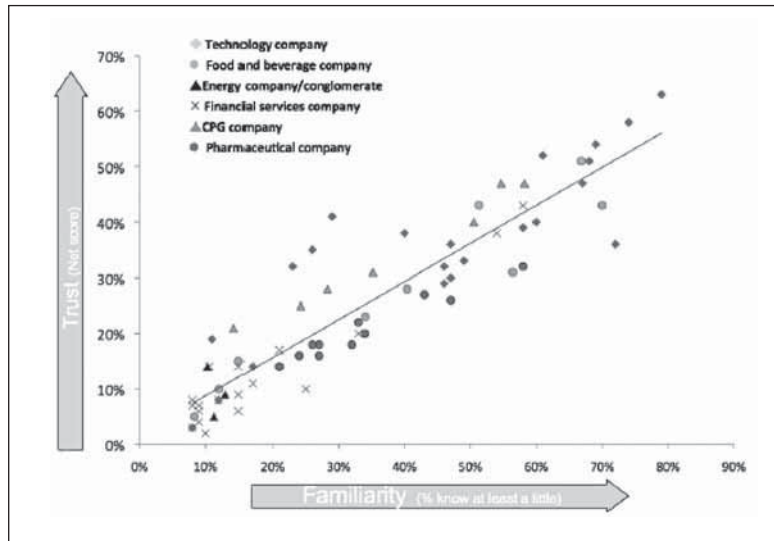
در نمودار صفحه بعد که نتایج مربوط به ۷۰ شرکت در ۶ صنعت مختلف را نشان می‌دهد مشاهده می‌شود که شرکت‌های دارویی (نقطه‌های



**سؤال مورد پرسش:** لطفا نظر کلی خود را در مورد صنایع زیر بیان نموده و به آن‌ها نمره دهید (برای متوسط نمره خالص متوسط دو رتبه بالا به‌عنوان درصد بالای میانگین یا متوسط دو رتبه پایین به‌عنوان درصد پایین میانگین از هم کسر گردیده است).

**سؤال مورد پرسش:** برای هر یک از صنایع زیر ( از جمله صنعت داروسازی) بیان کنید که قوانین موجود کم، کافی یا زیاد می‌باشد.





**سؤال مورد پرسش:** برای هر یک از سازمان‌های زیر لطفا مشخص کنید که شما به چه میزان با هریک آشنایی دارید. تمام مواردی را که شما از آنها یاد گرفته‌اید یا با آنها تماس داشته‌اید، مد نظر قرار دهید.

**سؤال مورد پرسش:** چگونه یک شرکت یا سازمان با شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ دیگر بر اساس معیارهای زیر مقایسه می‌شود. «آیا به این شرکت اعتماد داریم؟» (نمره خالص برای شرکت‌های دارویی پیشرو جهانی (متوسط دو رتبه بالا به‌عنوان درصد بالای میانگین با متوسط دو رتبه پایین به‌عنوان درصد پایین میانگین از هم کسر گردیده است).

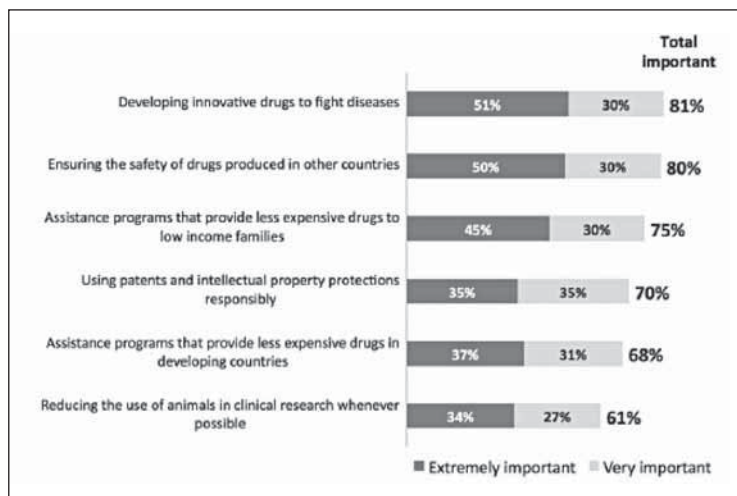
## ■ مسؤولیت اجتماعی، اولویت شرکت‌های داروسازی

شرکت‌های دارویی و اتحادیه‌های این صنعت برای این که خودشان را بهتر بشناسانند، باید به فکر موضوعاتی باشند که برای جامعه مهم است. این مطالعه نشان می‌دهد که در بین مصرف‌کنندگان در سطح جهانی این اتفاق نظر وجود دارد که شرکت‌های دارویی باید نسبت به مسؤولیت‌های اجتماعی تعهد نشان دهند. در بین مسؤولیت‌های اجتماعی، مهمترین موارد، توسعه

داروهای نوین برای مبارزه با بیماری‌ها و حصول اطمینان از ایمنی داروهای تولید شده در دیگر کشورها می‌باشد. این دو عامل با کسب چهار پنجم از آرای پاسخ‌دهندگان در تمام مناطق مورد مطالعه، دارای اهمیت زیاد یا خیلی زیاد رتبه‌بندی گردیدند. دومین موردی که با کسب سه چهارم از آرا با اهمیت زیاد یا خیلی زیاد رتبه‌بندی شد و در رتبه بالایی از اهمیت قرار گرفت، برنامه‌های رساندن داروها با قیمت کمتر به خانواده‌های کم درآمد می‌باشد.

و مدیریت شرکت‌ها توجه شود. گرچه شرکت‌های دارویی پیشرو جهانی به‌صورت چشمگیری مایل هستند دارای کیفیت بالاتری در محصولات و در هدایت صنعت خود باشند تا این که شهروندان خوبی باشند، در مجموع ۴۱ درصد از مشتریان در ۲۴ کشور مورد مطالعه، به کیفیت محصولات و خدمات ۱۱ شرکت برتر دارویی مورد سؤال رتبه بالاتر از متوسط دادند و نزدیک به تعداد زیادی از آن‌ها (۳۸ درصد) به هدایت آن‌ها در صنعت رتبه بالاتر از متوسط دادند اما بخش کمتری از

شرکت‌های دارویی بزرگ و دیگر تولیدکنندگان که برای کسب محبوبیت و تاثیرگذاری بیشتر به دنبال افزایش توجه عمومی به نام‌های تجاری ارزش‌ها و برنامه‌هایشان می‌باشند، در صورتی می‌توانند پیام خود را تشدید یافته ببینند که علاوه بر توجه به کنترل کیفیت و ایمنی داروها مشارکتشان را در دستیابی به پیشرفت‌های نوین برای درمان بیماری‌ها و سرمایه‌گذاری در داروها یا تکنیک‌های جدید منجر به درمان بیماری‌ها و حفظ حیات می‌گردد نشان دهند.



**سؤال مورد پرسش:** درخصوص مشارکت در مسؤلیت‌ها اجتماعی چقدر برای شرکت‌های داروسازی کشور شما مهم است که موارد زیر را مورد توجه قرار دهند.

مشتریان در سراسر جهان، به شرکت‌ها رتبه بالاتر از متوسط در رابطه با محافظت از کره زمین و محیط زیست (۲۹ درصد) یا تاثیرگذاری مثبت در کشور (۳۱ درصد) داده‌اند.

برای پررنگ‌تر شدن اهمیت مشارکت‌های اجتماعی، شرکت‌های داروسازی لازم است به ارتباط برداشت مشتریان از مشارکت‌های اجتماعی با کیفیت فرآورده‌ها، میزان پیشرو بودن



**سئوال مورد پرسش:** هر شرکت یا سازمان در مقایسه با دیگر شرکتها و سازمانهای بزرگ بر اساس معیارهای زیر چگونه است؟

خصوصاً با نوآوری برای درمان بیماریها و تلاش برای اطمینان از سلامت و ایمنی فرآوردهها تاکید ورزند.

#### منابع

1. Parker J. The Reputation, Image and Influence of the Pharmaceutical Industry. *J Med Market Device, Diagn Pharmaceut Market* 2007; 7(4): p. 309-313.
2. Healthcare study Report. 2011, Produkt + Markt.
3. reputation-management study for the pharmaceutical sector. 2012, APCO Worldwide.
4. Goldstein KJ. Corporate Reputation Management in the U.S. Pharmaceutical Industry in Cambridge; 2011: UK.
5. Roberts PW, Dowling GR. Corporate reputation and sustained superior financial performanc; 2002.
6. Reputation Snapshot for the Pharmaceutical Sector. 2012, Ipsos Global Reputation Centre: Paris.

#### نتیجه

تصویر ضعیف کارخانههای داروسازی اغلب منجر به افزایش ضوابط و قوانین می شود. بنابراین هم شرکت های داروسازی بزرگ و هم اتحادیه های دارویی مایل هستند نشان دهند که از دغدغه های مشتریان خود آگاه می باشند و آنها را به صورت مؤثری مد نظر قرار می دهند.

اگرچه در تعدادی از کشورها از جمله آمریکا یک شرکت داروسازی احتمالاً به تنهایی می تواند اعتباری مشابه اعتبار کلی آن صنعت داشته باشد، برای افزایش محبوبیت و اعتماد باید با سرمایه گذاری برای افزایش آگاهی و آشنایی جامعه خود را بهتر به جامعه بشناسانند.

در نهایت، برای مورد اعتماد بودن بیشتر، لازم است اتحادیه های دارویی بر نقش خود در جامعه