



## شاخص دسترسی به دارو (Access to Medicine Index)

مستقل، سازمان بهداشت جهانی، دولت‌ها، سازمان‌های حمایت از بیماران، صنعت، دانشگاه و سرمایه‌گذاران بررسی می‌شود. چنین فرآیندی تضمین‌کننده آن است که سنجه‌های مربوط به شاخص انتظارات سهام‌داران از شرکت‌های داروسازی را برآورده می‌سازد.

شاخص دسترسی به دارو داده‌هایی را که از طریق بررسی دقیق رفتار شرکت‌های دارویی در زمینه دسترسی به دارو جمع‌آوری شده، تجزیه و تحلیل می‌کند. دوره تجزیه و تحلیل این شاخص برای سال ۲۰۱۶، اول ژوئن ۲۰۱۴ تا ۳۱ مه ۲۰۱۶ است. داده‌های ثبت شده باید ابتدا توسط شرکت‌ها دارویی تأیید و سپس، توسط تیم تحقیقاتی بنیاد با استفاده از پایگاه داده‌های عمومی، منابع و مستندات ارزیابی و تکمیل شوند. تیم تحقیقاتی قبل از تجزیه و تحلیل پیشرفت صنعت در حوزه‌های کلیدی، عملکرد هر شرکت در هر زمینه را رتبه‌بندی می‌کند.

شاخص دسترسی به دارو بیانگر آن است که چگونه ۲۰ شرکت برتر دارویی مبتنی بر تحقیق داروها، واکنش‌ها و مواد تشخیصی خودشان را در کشورهای با درآمد کم و متوسط قابل دسترس می‌سازند. این شاخص بهترین و خلاقانه‌ترین روش‌ها و مناطقی که در آن پیشرفت‌هایی حاصل شده و جاهایی را که هنوز هم نیازمند هستند، مشخص می‌کند و از سال ۲۰۰۸، هر دو سال یک بار منتشر شده است.

شاخص سال ۲۰۱۶ از چارچوبی شامل ۸۳ سنجه برای سنجش عملکرد شرکت‌ها مربوط به ۵۱ بیماری با هزینه زیاد در ۱۰۷ کشور استفاده می‌کند. شاخص دسترسی به دارو شامل ۴ ستون اصلی و ۷ حوزه فنی می‌باشد.

برای شاخص سال ۲۰۱۶، وزن ستون عملکرد به ۵۰ درصد افزایش یافت. این چارچوب هر دو سال، با رجوع به نظرات کارشناسی کمیته کارشناسان

ستون‌های اصلی	تعهد (حداکثر امتیاز ۱۵)	شفافیت (حداکثر امتیاز ۲۵)	عملکرد (حداکثر امتیاز ۵۰)	نوآوری (حداکثر امتیاز ۱۰)
حوزه‌های فنی	دسترسی عمومی به مدیریت دارو	دسترسی عمومی به مدیریت دارو	دسترسی عمومی به مدیریت دارو	دسترسی عمومی به مدیریت دارو
	نفوذ و پذیرش در بازار	نفوذ و پذیرش در بازار	نفوذ و پذیرش در بازار	نفوذ و پذیرش در بازار
	تحقیق و توسعه	تحقیق و توسعه	تحقیق و توسعه	تحقیق و توسعه
	قیمت و توزیع محصولات	قیمت و توزیع محصولات	قیمت و توزیع محصولات	قیمت و توزیع محصولات
	حق ثبت و صدور مجوز	حق ثبت و صدور مجوز	حق ثبت و صدور مجوز	حق ثبت و صدور مجوز
	ظرفیت‌سازی	ظرفیت‌سازی	ظرفیت‌سازی	ظرفیت‌سازی
	اهدای محصولات	اهدای محصولات	اهدای محصولات	اهدای محصولات
	اهدای محصولات	اهدای محصولات	اهدای محصولات	اهدای محصولات

بر نیاز و تطبیق اقداماتشان با اولویت‌های شناخته شده (خارج از شرکت) برای برنامه‌ریزی به دسترسی هستند. به عنوان مثال، در R&D برای محصولات ضروری و مورد نیاز سرمایه‌گذاری می‌کنند حتی اگر در آن انگیزه‌های تجاری وجود نداشته باشد. استراتژی آن‌ها در دسترسی به دارو حمایت‌کننده اهداف تجاری، با منطق روشن کسب و کار است. ۶ شرکت بعدی (از ۱۰ شرکت اول) هر کدام حداقل در بخشی دارای قوت هستند اما هنوز باید در زمینه‌های گوناگون دسترسی به دارو به فعالیت جدی و عمیق بپردازند. دو تغییر قابل توجه در این گروه وجود دارد. شرکت Novo به خاطر چارچوب سخت‌گیرانه‌اش در زمینه دسترسی به چند محصول (البته محصولات کلیدی از نظر دسترسی) به رتبه دهم سقوط کرد. از سوی دیگر، آسترانکا با یک

شاخص سال ۲۰۱۶ تمرکز بیشتری در این مورد پیدا کرده که آیا شرکت اقدامات خود را در زمینه نیاز مردم برای دسترسی بهتر به دارو قرار داده یا خیر. برای مثال، در قیمت‌گذاری، شاخص مذکور این نکته را بررسی می‌کند که آیا قیمت محصولات شرکت در کشورهایی با بیشترین نیاز به آن دسته از محصولات خاص مناسب است یا نه؟ در تحقیق و توسعه، به این نکته می‌پردازد که آیا شرکت در حال توسعه محصولات با نیاز ضروری و فوری است یا این که هنوز کمی انگیزه تجاری دارد. شرکت GSK برای پنجمین بار پیش از جانسون و جانسون (Johnson & Johnson)، نواریس (No-vartis) و مرک (Merck KGaA) در ابتدای فهرست شرکت‌های شاخص دسترسی به دارو قرار گرفته است. این شرکت‌ها بیانگر جهت‌گیری مبتنی

استراتژی دسترسی گسترش یافته و شیوه‌های قیمت‌گذاری قابل توجه به جمع ده شرکت اول پیوست.

شرکت‌هایی که در رده‌های پایین‌تر قرار دارند، هر کدام در حداقل یک سنجه بهبود یافته‌اند اما شاخص سال ۲۰۱۶ بسیار موشکافانه‌تر، دقیق‌تر و سخت‌گیرانه‌تر از شاخص سال ۲۰۱۴ می‌باشد. تغییر توسط این شرکت‌ها تدریجی است. در این زمینه تا کدا یک استثناء است که با راه‌اندازی یک استراتژی دسترسی جدید از جایگاه ۲۰ به پانزدهم ارتقاء یافت.

شرکت روش (Roche) و آستلاس (Astellas) به ترتیب در رتبه نوزدهم و بیستم قرار دارند. شرکت روش علی‌رغم پیشرفت در اقدام‌های دیگر با طرح‌های دسترسی جدید و فرآیندهای قوی برای حصول اطمینان از پذیرش در بازار به‌خاطر شفافیت کمتر، نسبت به سایر شرکت‌های داروسازی، به چنین رتبه‌ای (از رتبه ۱۲ در سال ۲۰۱۴) سقوط کرده است، در حالی که آستلاس پیشرفت‌هایی در زمینه به اجرا درآوردن حقوق فکری (IP) در کشورهای فقیر خاص به‌عمل آورده اما این امر برای صعود بیشتر کافی نبوده و بنابراین به رتبه بیستم (از رتبه ۱۸ در سال ۲۰۱۴) رسیده است.

به طور کلی، تلاش در صنعت داروسازی برای بهبود دسترسی به دارو قابل مشاهده است، به‌ویژه هنگامی که فعالیت‌های دسترسی سازمان یافته مانند توسعه محصولات مربوطه، چشم‌پوشی از حقوق ثبت اختراع در فقیرترین کشورها و اعطای مجوز جهت تولید نوع ژنریک محصولات در حال انجام هستند. در سراسر حوزه سنجه‌های شاخص،

ابتکارها و تعهدات جدید و یا گسترش یافته‌ای وجود داشته است. با این حال، برخی از حوزه‌ها به‌صورت ایستا می‌باشند. برای مثال، هیچ پیشرفتی در سنجه کلیدی قابلیت تهیه (affordability) وجود نداشته است.

به علاوه، هنگامی که برنامه‌های دسترسی در مرحله تحقیق و توسعه برای اطمینان از این که محصولات خط تولید می‌توانند با سرعت و به‌طور گسترده در دسترس قرار گیرند، توسعه یابند، و محصولات جدید در کشورهایی که بیشتر به آن‌ها نیاز دارند، ثبت شوند، اقدام‌های بیشتری می‌تواند انجام گیرد.

در بسیاری از شرکت‌ها، مدیریت روش فعالیت‌های دسترسی به دارو در حال بلوغ هستند. بسیاری از شرکت‌ها (۱۷) برای افزایش دسترسی به دارو دارای استراتژی می‌باشند، و تعداد زیادی (۱۲) نیز دسترسی به دارو را به‌عنوان راهی برای توسعه کسب و کار در بازارهای نوظهور می‌بینند. تعداد کمی از شرکت‌ها (۵) در حال طراحی مدل کسب و کار جدید می‌باشند که هدف آن برای دارورسانی به جمعیت کم درآمد است.

صنعت داروسازی بسیار متنوع می‌باشد و این امر منعکس‌کننده روش شرکت‌ها جهت دسترسی به دارو است. چالش‌های دسترسی که آن‌ها انتخاب می‌کنند، بیانگر آن است که باید بر چه محصولی، چگونه و در کجا تمرکز یابند. شاخص دسترسی به دارو فرض را بر این می‌گذارد که هر محصول برای بیماری‌های با هزینه زیاد باید بیشتر در دسترس افراد فقیر باشد.

GSK برای پنجمین بار در جایگاه اول شرکت‌های

R&D است که کمبود کالا با اولویت بالا اما انگیزه تجاری کم را هدف قرار می‌دهند. GSK در صدر شاخص قرار گرفته، زیرا در هنگام تعیین قیمت دارو به قابلیت تهیه آن هم توجه دارد و از طریق مدیریت حقوق فکری، دسترسی به دارو را امکان‌پذیر می‌سازد. این شرکت یکی از بهترین‌ها در پرداختن به نیازها در هنگام ظرفیت‌سازی، به‌خصوص در فارماکوویزیلانس و R&D، می‌باشد. پرداختن به این مقوله در صنعت داروسازی ایران به منظور دسترسی مردم به داروهای مورد احتیاج می‌تواند برای کشور عزیز ما بسیار راه‌گشا باشد.

**دکتر مجتبی سرکندی**

با شاخص دسترسی به دارو قرار می‌گیرد. روشن است که این شرکت دسترسی به دارو را به‌عنوان روشی برای توسعه و ادامه کسب و کار در بازارهای نوظهور می‌بیند.

هم‌چنین به‌طور مداوم (طی ۸ سال و پنج شاخص گذشته) نشان داده که به نیازهای فوری بهداشت عمومی از طریق سیاست‌ها و شیوه دسترسی می‌پردازد.

GSK از طریق پی‌گیری موارد زیر به تعهدات خود عمل می‌کند: برنامه استراتژیک کاملاً علنی این شرکت بر افزایش دسترسی به دارو تمرکز یافته که به معنی ابتکارها و برنامه‌های متعدد در تمام سنجه‌های اندازه‌گیری شده توسط شاخص می‌باشد. این شرکت در حال توسعه بسیاری از پروژه‌های

