

Пети международен конгрес за регулиране и съответствие на фармацевтичната индустрия – Истанбул, 4 май 2011 г.

Добро утро! Радостен съм, че имам възможност тази сутрин да се обърна към вас с встъпителни думи.

Срещаме се във време на сътресения и несигурност в целия свят и това поставя предизвикателства пред почти всички бизнес сектори. Затова, докато се надяваме, че най-лошото от икономическата криза свърши, ставаме свидетели на значими социални и политически промени в много държави. Ангажирани сме също с бързи и широкообхватни технологични нововъведения, които трансформират както нашия личен, и така и деловия ни живот.

Фармацевтичната индустрия може да изпълнява положителна роля в преодоляването на тези предизвикателства. Тя е сила, водеща към по-доброто. Но ако сме честни със себе си, ще признаем, че това не е начинът, по който ни възприемат. Често ни смятат за “лошите момчета”. Хората не вярват, че правим правилните неща.

В анкетата “Харис”, проведена в САЩ през миналата година само 11 процента от хората са заявили, че смятат, че фармацевтичната индустрия е честна и заслужава доверие. Може би още по-тревожен е фактът, че 20 процента признават, че приемат банките за честни и заслужаващи доверие. Така че дори и след трите години на една от най-продължителните световни финансови кризи, банковият сектор все още се възприема като по-честен от нашия.

Има обаче и по-лоши новини: това ниско ниво на доверие не се е променило много от проучването, което започна преди осем години¹.

Разбира се, това е само набор от резултати и съм сигурен, че тези ще се различават за различните пазари. Но независимо колко точни или не са тези цифри, е ясно, че репутацията ни не е толкова добра, колкото трябва да бъде.

Лесно е да се отхвърли това като нещо, което не можем да контролираме; да кажем, че това са възприятия, не и реалност. Аз обаче твърдо вярвам, че ние можем и трябва да направим нещо. Можем да променим начина, по който правим нещата, така че да поставим най-високите стандарти – никога да не правим нещо, което може да се изтълкува погрешно. И трябва да признаваме, че начинът, по който правим нещата е също толкова важен, колкото и самите неща.

Налице са много ефективни национални и международни кодекси за работа и отговорни компании полагат упорити усилия да постигат съответствие с тези кодекси. Но ние трябва да направим повече.

Вече сме свидетели колко скъпо струва неуспехът да се работи според най-високите стандарти. Известно е, че в последните пет години фармацевтичните компании са платили 14,8 милиарда щатски долара санкции на правителството на САЩ за предполагаеми нарушения на различни закони и наредби. Най-голямата част от тези глоби е свързана с предполагаемо промотиране на неodobrena употреба, но е имало също и други предполагаеми нарушения. Ясно е, че всички тези случаи са различни и би било неудачно да ги коментирам подробно. Но можем да си направим някои изводи.

Първият е, че броят на нарушенията и размерът на санкциите се увеличава. Вторият е, че никой няма интерес от това, само се отклоняват време и пари, които може да отидат за подобряване на здравеопазването. И последният извод е, че това ясно говори за малко доверие в системата.

Знам, че според някои това е начинът, по който се прави бизнес в наши дни. И, че споровете с регулаторните органи са неизбежни. Ще има и такива, които твърдят, че е налице противоречие – не можеш да бъдеш конкурентен и етичен едновременно. Не съм съгласен. Вярвам, че обратното е вярно. Почтеността ни дава лиценз за работа,

¹ <http://www.harrisinteractive.com/NewsRoom/HarrisPolls/tabid/447/ctl/ReadCustom%20Default/mid/1508/ArticleId/648/Default.aspx>

означава, че си възвърнем общественото доверие, че можем да вложим повече усилия в разработването на продукти, от които пациентите се нуждаят.

Всички приемаме, че е необходимо регулиране, че съответствие трябва да има във всичко, което правим, но прекомерната регулация може да намали ефективността. Може да забави одобрението на нови лекарства, може да отклони ресурси, може да задуши иновациите. Това не е добре за сектора, но по-важното е, че не е добре за пациентите.

Но сектори, които не са надеждни, са по-силно регулирани. Проучването "Харис", за което споменах по-рано, показва също, че секторите, на които обществото има най-малко доверие, са тези, които искат държавата да наложи по-голяма регулация. И правителствата отговарят на този натиск.

И в резултат на това сме склонни да поддържаме култура, наподобяваща списък, в който слагаме отметки с убедеността, че съответствието с външните правила е достатъчно. Но доброто управление и доброто корпоративно поведение са много повече от съответствието. Става дума за ценности и принципи и за това винаги да се правят правилните неща. Става дума за поставяне на най-високи стандарти на поведение и за това никога да не се прави нещо, което може да бъде изтълкувано погрешно. Става дума и за това да мислим как правим нещата и как можем да ги правим по-добре, за да максимизираме ползите от това, което правим.

Затова ние в AstraZeneca сме започнали програма, поставяща обновен и жив фокус върху почтеността, която да бъде в центъра на това, което правим и начина, по който го правим. Започваме от позицията, че нашите продукти се държат на собствените си заслуги. Ние вярваме в тях. Затова здравните професионалисти трябва да знаят за ползите от тях, но не трябва да правим нищо, което може да се разглежда като стимул да се използва точно този продукт. Това са все думи, думи, но ние наистина държим на тях. И променяме начина, по който работим, за да направим тези думи реалност.

Сега, в нашата Глобална политика за външни взаимодействия, имаме изрична забрана за предоставяне на подаръци, различни от предмети с културна и ниска парична стойност и образователни материали за здравните професионалисти. Ние сме се ангажирали да предоставяме точна информация за нашите продукти на здравните професионалисти на различни форуми. Ще продължим също да даваме възможност на здравните професионалисти да се запознаят с нашите продукти от нашите служители и от други здравни професионалисти, които ние обучаваме като лектори. Решихме, че вече няма да плащаме участията на лекарите на международни научни и медицински конгреси, а вместо това ще съсредоточим усилията си върху местните образователни възможности за обучение на здравните професионалисти.

Основният акцент във всички наши образователни и промоционни дейности със здравните професионалисти ще бъде да се предоставят качествени образователни програми, и да се избегне всичко, което може да се възприеме като неуместен стимул за здравния професионалист.

Вярваме, че чрез тези много ясни ангажименти за това как промотираме нашите продукти, можем да постигнем предимство, заради това, че вършим правилните неща. Знам, че това не е лесно. Особено трудно ще бъде за нашите медицински представители. Знам от собствен опит като медицински представител, че ще срещате хора, които ще ви искат подаръци или други стимули. И ще заплашват да прехвърлят бизнеса си другаде, ако не се съгласите.

Ние обаче сме дали на медицинските ни представители да разберат, че трябва да казват "НЕ". Те трябва да направят правилното нещо, а не лесното нещо. Трябва да разбират и отстояват нашите принципи и нашия Кодекс на поведение. Позволете ми да ви прочета едно изречение от нашите Кодекс: "В нашите промоционни дейности и рекламни материали не трябва да има неяснота и те трябва дават възможност терапевтичната стойност на нашите продукти да бъде оценявана от здравните професионалисти в името на оптимална грижа за пациента".

Тези думи са ясни, но ние също така знаем, че принципите сами за себе си не са достатъчни. Трябва да подкрепяме всеки наш медицински представител, когато е изправен пред трудни решения, затова и Кодексът дава ясни напътствия за реални житейски ситуации. В него се подчертава, че всеки, който взема тези трудни решения ще има подкрепата на своите мениджъри. А който не го прави, ще бъде лишен от нея.

Не е изненадващо, че има известна съпротива срещу тези промени.

Може би най-трудният аргумент срещу нас като глобална компания е, че е погрешно да имаме универсален подход, че няма универсални решения – че на различните пазари трябва да адаптираме подхода си към местната култура. Наясно съм с това, тъй като във всеки друг аспект от нашата работа овластяваме локалните мениджъри и им позволяваме да приспособяват своя подход към местните нужди. Но тук е различно. Когато говорим за репутация, за печелене на доверие, вие сте силни, колкото най-слабото звено във вашата верига. Несъвместимостта подкопава доверието, защото създава възможност за двусмисленост. И заради всички причини, които изброих в началото на коментара си, ние не можем да си позволим двусмисленост относно начина, по който работим и стандартите, които поставяме.

Трябва да разбираме, че съвременния взаимосвързан свят няма къде да се скрием. *Всички* компании, не само мултинационалните, са обект на по-детайлен преглед, отколкото са били досега, и заинтересованите страни и широката общественост ще сигнализират за евентуални аспекти, в които действията на дружеството не хармонират с неговите ценности. Това е още една причина защо във фокуса на регулаторните органи трябва да бъде целият сектор. Една компания е достатъчна, за да развали репутацията ни, независимо колко добре работят останалите.

В това отношение трябва да спомена и ролята ми като президент на Международната федерация на фармацевтичните производители и асоциации (МФФПА). С удоволствие мога да кажа, че МФФПА също работи усилено, за да гарантира универсални стандарти за етично поведение, за извоюване на по-голямо доверие и подобряване на репутацията в световен мащаб, особено в развиващите се страни, където доверието в сектора е може би най-ниското.

Когато не са налице национални разпоредби или те не са строги, маркетинговият кодекс на МФФПА играе ключова роля в осигуряването на гаранции, че секторът ще работи при минимални стандарти, независимо от местното законодателство. МФФПА, подобно на AstraZeneca, търси начини за направи кодекса си по-строг, за да гарантира по-високи стандарти на поведение в променящата се бизнес среда. Чрез глобалната, мащабна програма на AstraZeneca ние целим да подпомогнем МФФПА в усилията ѝ за етично промотиране на лекарствата в световен мащаб.

Мисля, че затова е важно да се признае, че не става дума за някакъв отделен кодекс или политика, а за нашата нагласа, нашите фундаментални ценности и за това, че те трябва да бъдат в центъра на всичко, което всеки прави ежедневно.

Виждам четири ключови аспекта в създаването на тази нагласа.

Първият е да се осигури модел за подражание – и ние сме се фокусирани върху това да гарантираме, че нашите висши ръководители се развиват и демонстрират как искаме всички да се държат.

Втората цел е да се уверим, че всеки разбира какво означава този подход. Затова осигуряваме пространно обучение и напътствия, защото знаем, че ще има трудни ситуации, които поставят нови проблеми и всеки трябва да е наясно какво точно му е позволено и какво не е – и къде да получи съвет и подкрепа, ако не разбира.

Ние също така трябва да сме сигурни, че всеки притежава уменията да работи по нов начин, в рамките на Кодекса, включително и по нов начин с клиентите ни, за да им осигури необходимата информация. Въвели сме цялостни и последователни планове за обучение на всички служители, които работят пряко с клиентите, за да ги подкрепим.

И накрая, имаме официална глобална рамка за съответствие, която подкрепя работата ни. Рамката включва нашия Етичен кодекс, който дава насока и напътствия за това как нашите основни ценности да се превърнат в практика. Кодексът, на свой ред, е подкрепен от глобални политики и също от функционални стандарти и процедури. Те включват нашите дисциплинарни процедури, процедурите за оценка и политиката за разобличаване.

Признавам, че това не е промяна само за нашите служители. Нашите клиенти също ще видят разликата в начина, по който работим с тях и в някои подходи, които сме прилагали в миналото. Затова трябва да сме сигурни, че сме им обяснили какво правим и защо го правим. Отделяме време да говорим със здравните професионалисти, пациентите и политиците, за да сме наясно с техните нужди – вида на информацията, на която имат доверие, начина, по който искат да получават тази информация и как можем да им покажем, че винаги работим почтено.

Вярвам, че ще получим подкрепата им, защото е в интерес на всички нас да си върнем доверието на обществото, за което говорих по-рано.

За нас също е предизвикателство да приложим това към трети страни, с които работим. Много големи организации се оказват уязвими заради това, че партньорите им не се придържат към пропагандираните от организациите стандарти. Не можем да пренебрегнем този сериозен проблем. Ако ще имаме партньорски отношения с трети страни, ще ги ангажираме с новите принципи в нашия Глобален кодекс и ще им помогнем, ако е необходимо, за да приемат тези принципи като свои.

Затова говорим с нашите партньори. Подкрепяме ги да променят подходите си, когато е необходимо, и актуализираме договореностите си, така че всеки да е наясно какво е приемливо и какво не.

Разбира се, това ще означава различни начини да правим нещата. И ние виждаме това като благоприятна възможност. Технологиите днес предлагат огромни възможности за представяне пред огромна аудитория чрез излъчвания по интернет и други медии. Това означава, че информацията може да се осигурява ефективно от гледна точка на разходите, и прозрачно, което е особено полезно за здравните професионалисти в развиващите се пазари.

Както казах в началото на речта си, живеем във времена на изпитание. Нашият сектор е изправен пред сериозни предизвикателства, свързани с разходите за здравно обслужване, с процесите на производство и реализиране на лекарства, с изтичането на патенти и с нашата репутация. Много от промените във външната среда са извън нашия контрол. Но има неща, които можем да направим, за да внесем промяна. И най-важното е да работим за подобряване на нашата репутация. Добрата репутация никога не е била толкова важна за успеха на бизнеса, колкото е днес.

От съществено значение е нашият сектор да покаже как може и как играе положителна роля при посрещане на предизвикателствата по отношение на здравеопазването. И да не забравяме, че можем и че трябва да бъдем сила, водеща към доброто, че най-висок приоритет за нас е да показваме на обществото, че може да ни се довери, тъй като правим правилните неща.

Ето защо за мен, а и, надявам се, за всички в сектора е от първостепенно значение да работим в съответствие с най-високите стандарти за почтеност във всичко, което правим.