

## Глава представительства

# «Берлин-Хеми Менарини» в Украине Олег Ищенко: «День без развития равен месяцу отставания»



О.В. Ищенко

**Для компании «Берлин-Хеми Менарини» прошедший год был непростым. С честью выдержав все испытания, компания подтвердила позиции лидера на украинском фармрынке.**

О реалиях и перспективах фармацевтической отрасли наш корреспондент беседовала с главой представительства «Берлин-Хеми» в Украине Олегом Витальевичем Ищенко.

**?** В деятельности компаний случаются периоды, когда, несмотря на успехи и достижения, приходится подтверждать репутацию. Подобную «проверку на прочность» в прошлом году «Берлин-Хеми» выдержала с достоинством. Как удалось переломить ситуацию, обернуть негативные тенденции в плюс?

— Действительно, 2010-й для компании стал годом «подтверждения репутации и повышения квалификации». Все началось с того, что в начале минувшего года контролирующие органы зафиксировали случаи фальсификации некоторых популярных лекарственных средств производства «Берлин-Хеми». Самой крупной атаке фальсификаторов подвергся хорошо известный препарат Мезим® форте — в г. Василькове был обнаружен цех по производству поддельных лекарств. Благодаря мощной медиа-кампании о преступных действиях мошенников узнала вся Украина. Государственная инспекция по контролю качества лекарственных средств Министерства здравоохранения Украины, выполняя возложенные на нее функции, заблокировала практически все серии оригинального Мезима форте. В рамках акции была приостановлена продажа 2,2 млн упаковок указанного препарата, а также более 1 млн упаковок Эспумизана и около 100 тыс. упаковок Простамол, что стало причиной возникновения дефицита данных лекарственных средств в аптеках.

Наше представительство со своей стороны всячески способствовало работе государственных структур: мы выявляли в аптечных сетях «подозрительные» упаковки, по первому требованию и в срок предоставляли все необходимые документы, субстанции, стандарты химических веществ. Несмотря на всестороннюю помощь, процедура проверки качества длилась очень долго: практически три месяца проверялись документация, соответствие состава препарата заявленному при регистрации и др. В определенный момент ситуацию вынуждено было взять под контроль посольство Федеративной Республики Германия в Украине и лично посол Италии в Украине, господин Пьетро Джованни Донничи, продемонстрировавшие понимание реалий украинского рынка.

Самые тщательные тесты подтвердили высокое качество продукции компании «Берлин-Хеми». Таким образом, в ходе проверок было многократно подтверждено качество наших препаратов. На сегодняшний день можно сказать, что препараты «Берлин-Хеми» являются самыми проверенными.

**?** Предприняла ли компания какие-то шаги по защите своих препаратов от подделок?

— Уровень технической оснащенности современных фальсификаторов настолько высок, что подделать любую голограмму и прочие средства защиты мошенникам не составит труда. Вот почему сегодня мы инициировали совместный проект с немецкой компанией «ТЮФ Рейнланд», предложившей нам специальную технологию маркировки препаратов. Секретный штрих-код будет уникальным для каждой упаковки лекарства. Пациент или провизор,

сфотографировав упаковку препарата, может отправить MMS с ее изображением на сервер, находящийся в Японии; через минуту он получит ответ, настоящее это лекарство или поддельное. В первую очередь защитная технология будет применяться для маркировки препаратов, которые наиболее часто подделывают.

Финансировать этот проект будет правительство Германии. А пока он находится на стадии запуска, рекомендую пациентам приобретать лекарства только в проверенных аптеках, а менеджерам последних совершать закупки исключительно у известных компаний-дистрибуторов. Если же возникли сомнения относительно качества приобретенного препарата, советуем обращаться в контролирующие органы.

**?** Несмотря на возросшую конкуренцию, компания «Берлин-Хеми» остается одним из лидеров украинского фармацевтического рынка. Какими качествами, на Ваш взгляд, должен обладать фармпроизводитель, чтобы в кризисное время удерживать ведущие позиции?

— В период кризиса мы не сокращали рабочие места и приложили максимум усилий для дальнейшего продвижения по намеченному курсу. Конечно, мы следили, чтобы инвестиции компании в украинский рынок были сопоставимы с объемом продаж, ведь задача любого бизнеса — быть прибыльным.

Чтобы сохранять позиции лидера, фармкомпаниям необходимо иметь сбалансированный портфель препаратов, ориентированный на особенности украинского рынка. Характерное отличие последнего — отсутствие реимбурсации, то есть возмещения пациенту стоимости медикаментов. Будь то рецептурный препарат или безрецептурное средство, наш соотечественник платит за него из собственного кошелька. «Берлин-Хеми» учла этот момент: в портфеле компании в достаточном количестве представлены средства, которые соответствуют стандартам европейского качества и в то же время экономически доступны для пациентов.

Очень важен подбор персонала: мы создали команду единомышленников — интеллигентных, образованных, разделяющих философию и стремления компании. Миссией любой фармкомпания в Украине должно стать повышение уровня врачей и провизоров до европейских стандартов, а также соответствие потребностям людей, на улучшение здоровья и качества труда которых направлена наша ежедневная деятельность: пациентам — предоставление качественных и доступных препаратов, врачам и провизорам — информирование о последних событиях в мировой медицине. И еще необходимо постоянно совершенствоваться, ведь известно: день без развития — месяц отставания.

**?** Периодически в прессе и среди политиков возникают дискуссии по поводу закупа безрецептурных препаратов на украинском рынке и даже предпринимается попытка перевести их в плоскость рецептурных. Что Вы думаете по этому поводу?

— Часто в СМИ звучат заявления о том, что в Украине в отличие от стран Западной Европы слишком много безрецептурных средств. Но вот парадокс: за границей пациент, приняв решение купить один из немногих доступных без рецепта препаратов, платит за него сам, тогда как стоимость рецептурных — а их подавляющее большинство — оплачивает государство либо

страховая компания, либо больничная касса. В этом, наверное, и состоит причина такого количества безрецептурных препаратов в украинских аптеках. За них, впрочем, как и за большинство рецептурных, наш покупатель платит сам. (Лишь ограниченный перечень рецептурных средств — инсулины, онко- и противотуберкулезные препараты — оплачивается за счет средств государственного бюджета.) Какой смысл, к примеру, пожилому человеку выстаивать длинную очередь в поликлинике, чтобы получить рецепт на лекарство, которое он принимает уже 30 лет, чтобы потом пойти и заплатить за него? Сегодня он, по крайней мере, экономит время.

Мне кажется, необходимо менять систему: все лекарственные средства должны отпускаться по рецепту врача, но при этом платить за них должны страховые компании, государство. Чтобы стать равноправным членом Европейского Союза, Украина должна реформировать систему здравоохранения таким образом. Думаю, рано или поздно мы придем к этому. Подобный опыт уже давно внедрен в странах Балтии. В России тоже реализуются программы по реимбурсации, в результате чего российский фармацевтический рынок за последний год увеличился на 30%. Украине нужны действенные реформы и медицинское страхование.

**?** Но ведь не все лекарственные препараты будут оплачиваться страховыми компаниями. Фармкомпаниям придется побороться, чтобы их препараты были включены в список лекарств, оплачиваемых государством...

— Разумеется, не все препараты будут доступны для лечения по страховке. Специальные комиссии проведут оценку качества препаратов, соотношения «эффективность/цена» и по ее результатам определят победителей конкурса. При этом производителям качественного недорогого продукта можно не опасаться конкуренции.

Думаю, после введения обязательного медицинского страхования выиграют все: пациенты получат доступ к бесплатным препаратам, врачи смогут выписывать проверенные лекарства, а клиники и аптеки — получить гарантированную прибыль. Это очень позитивное решение. Любое движение отечественной медицины в сторону европейских стандартов — это плюс. Западным компаниям однозначно станет легче работать в таких условиях на нашем рынке. Если же пациент захочет обслуживаться по более высокому стандарту, существует практика дополнительного страхования. К примеру, в Германии, кроме обязательной медицинской страховки, каждый пациент за дополнительную плату может расширить перечень желаемых услуг в специальных страховых фондах.

**?** Как Вы относитесь к возможному запрету рекламы лекарственных средств в СМИ? Каковую маркетинговую политику в такой ситуации будет проводить «Берлин-Хеми»?

— Подобный запрет был введен только однажды — в Азербайджане, однако и в этой стране в 2009 г. он был отменен. Насколько мне известно, во всех странах Евросоюза и в СНГ реклама безрецептурных средств разрешена. В Америке даже некоторые рецептурные препараты рекламируются.

Мы готовы к любому варианту развития событий. Главное, чтобы правила игры

для всех участников рынка были одинаковыми. А то на практике выходит, что лекарства, к примеру, рекламировать нельзя, а биологически активные добавки — можно, потому что они не являются лекарственными средствами. Обязательным условием рекламы является предупреждение потребителей: «Перед началом приема лекарства проконсультируйтесь с врачом и ознакомьтесь с инструкцией». Следовательно, право пациента на информирование учтено.

Что касается возможного запрета, то компании «Берлин-Хеми», собственно, бояться нечего, ведь как только «выключат» рекламу, актуализируется то, что врачи и пациенты видели и слышали в течение последних пяти лет. Благодаря продуманной рекламной стратегии наша продукция хорошо известна потребителям. А вот новым препаратам и компаниям выходить на рынок будет очень сложно. Не думаю, что это нововведение поспособствует развитию отечественного фармрынка. Относительно маркетинговой стратегии, то в отсутствие рекламы в СМИ будем делать акцент на работе с врачами.

**?** Как повлиял кризис на покупательскую способность украинцев? Каким препаратам наши сограждане отдают предпочтение?

— В наше время покупатель руководствуется принципом: «Мы не настолько богаты, чтобы покупать дешевые вещи». Украинцы стали серьезнее относиться к своему здоровью — единственному доступному ресурсу в наше время. Последние тенденции рынка — количество проданных упаковок не увеличилось, возможно, даже сократилось, но при этом в денежном эквиваленте продажи выросли. Даже если стоимость продукции несколько выше, первостепенным при выборе препаратов для большинства людей остается ее качество, но в то же время дешевых лекарств почти не осталось. Национальные производители активно меняют цены в сторону увеличения, не отстают от них и многие западные компании. «Берлин-Хеми» как социально ориентированная компания очень бережно относится к ценовому фактору.

**?** Какие тенденции развития фармацевтической отрасли Вы наблюдаете сегодня? Что радует, а что — не очень?

— Мировой фармацевтический рынок сегодня развивается в направлении удешевления лекарственных препаратов во всех странах. Можно говорить о том, что прослеживается рост популярности сегмента генериков, особенно актуален этот тренд в европейских странах. После финансового кризиса экономика многих стран нуждается в определенной коррекции, компенсации затрат, да и покупательская способность не выросла. В этом отношении разработка качественных генериков является перспективным подходом.

Что касается Украины, искренне верю, что перечисленные тенденции коснутся и нас. Важно развивать честную конкуренцию, когда все игроки находятся в равных условиях; необходимо также контролировать соблюдение антимонопольного законодательства. И самое главное — государство должно поддерживать не какого-то конкретного производителя, а потребителя, пациента. А пациент и врач уже сами определяют, какой препарат безопаснее и эффективнее.

Подготовила Виктория Куриленко

