

הערכת חדשנות בחברות פארמה גלובליות

עדי זמיר¹, פרופ' רחלי מגנזי¹, פרופ' אמיר יוסף אלאוף¹, ד"ר אירנה רודיק¹, ד"ר עדי פינקלשטיין²

¹ אוניברסיטת בר אילן, המחלקה לניהול, התוכנית לניהול מערכות בריאות
² המרכז האקדמי לב, החוג לסיעוד, הפקולטה למדעי החיים והבריאות



רקע: תעשיית הפארמה הגלובלית ניצבת כיום בנקודת מפנה היסטורית, המאופיינת במעבר פרדיגמה מהתמקדות בלעדית במוצר, למודל הוליסטי של מתן ערך רחב למטופל (Beyond the Pill)

שינוי המונע על ידי 3 קטורים מרכזיים: שיבוש טכנולוגי מואץ הכולל שילוב של בינה מלאכותית ו-Big Data, המאפשרים רפואה מותאמת אישית; סביבה רגולטורית וכלכלית מאתגרת הדורשת מהחברות להוכיח ערך קליני וכלכלי ממשי מעבר ליעילות המולקולה; ושינוי בציפיות המטופל, שהופך לצרכן בריאות מעורב המחפש חוויה טיפולית רציפה. לכן, החדשנות בתעשייה אינה נמדדת רק בפטנטים או ב-Pipeline המסורתי, אלא ביכולת של הארגון לפתח שירותים משלימים, לייצר שיתופי פעולה אסטרטגיים בתוך האקו-סיסטם הבריאותי ולהטמיע תהליכים דיגיטליים המייצרים שיפור ממשי בתוצאי הבריאות ובאיכות החיים של המטופל.

מטרת המחקר: לזהות את הגורמים המעודדים ומעכבים חדשנות בתעשיית הפארמה

שיטה: 1. מחקר איכותני. נערכו 10 ראיונות עומק מובנים למחצה עם מובילי חדשנות בחברות פארמה גלובליות הפועלות בישראל
2. ניתוח תמטי על פי Braun and Clarke, 2006

Beyond the Pill: המהפכה בעולם הפארמה



החידוש המשמעותי: מעבר ממוצר למטופל מעכבים מול מעודדי חדשנות

מעכבים	מעודדים
פחד	סיכון
רגולציה	גמישות
מידה	ערך
מנהיגות	אומץ ניהולי

6 ממדים להערכת חדשנות



תוצאות: גורמים המעכבים חדשנות:

פחד מכישלון | עומס רגולטורי ובירוקרטיה | קושי במדידת תפוקות החדשנות | היעדר שיח מנהיגותי

גורמים המעודדים חדשנות:

לקיחת סיכונים והכלה של כישלונות כהזדמנות ללמידה | הגמשה והתאמה של מסגרות הרגולציה | מענה לצרכים שלא נענו וגישה ממוקדת-מטופל | מנהיגות, חזון ואומץ ניהולי | שיתוף פעולה פנימי וחיצוני | תחרותיות והצורך בבידול | שינוי תפיסתי ותרבותי Mindset

מסקנות: מעבר מ"מה" ל"איך":

החדשנות אינה נמדדת רק במוצר הסופי, אלא באופן שבו הערך מוגש בפועל למטופל ולמערכת הבריאות. **השפעה רב-זרועית:** הצמיחה אינה תוצר של גורם בודד. היא נובעת משילוב סינרגטי בין הנהגה חזקה, תרבות ארגונית המעודדת לקיחת סיכונים, ושיתופי - פעולה חוצי-מגזרים. **הרחבת גבולות הפארמה:** כדי לייצר ערך ממשי, על הארגון להשקיע בחדשנות תהליכית ושירותית, מעבר לפיתוח המסורתי של מולקולות. **ההון האנושי כמתניע:** המחקר מדגיש כי גורמים אנושיים ורגולטוריים מאפשרים את הטמעת הטכנולוגיה בשטח.