دوهفته نامه طبیب از جمله علمهای ما

طبیب با نظارت علمی دانشگاه علوم پزشکی تهران منتشر می شود

تلفن مستقیم برای بیان نظرات ، پیشنهادها و انتقاد ها : ۵۹ ۵۸ ۸۹ ۸۸

تلفن سازمان آگهی ها ۹۰ ۹۰ ۸۰ ۸۸ (۱۲ خط)

▌صاحب امتیاز و مدیر مسئول : دکتر فرهاد تیمورزاده ▌ دبیر علمی : دکتر عطاءالله پورعباسی دکتر آرش بدایت ▌ دبیر فرهنگی اجتماعی : دکتر یاشا نهرینی
▌مدیر اجرایی : شهرام علی حسینی ▌ مدیر روابط عمومی : نسیم اخگر ▌صفحه آراء : محمد طاهری قزوینی ▌ عکاس: محسن جزایری
▌ مدیر بانک اطلاعاتی : اعظم صادقی ▌ حروف نگار : محبوبه خرم نیک ▌ ویراستار : زهرا صفری
▌ نشانی : میدان هفتم تیر، ابتدای خیابان قائم مقام فراهانی، شماره ۵، کد پستی: ۱۵۸۹۹ ▌ تلفن ۹۰ ۹۰ ۸۰ ۸۸ (۱۲ خط) ▌
دورنگار: ۹۸ ۹۸ ۸۰ ۸۸ ▌شمارگان: ۸۸۸۸۸ هزار نسخه
▌ لیتوگرافی و چاپ : ایرانچاپ (بلوار میرداماد، نفت جنوبی)

مصاحبه دکتر غلامحسین فرزندی، مدیرعامل شرکت داروسازی اکسیر

فراتر از یک شرکت داروسازی

در مطب خود نشسته‌اید و نشریه طبیب روی میزتان است. اگر حال و حوصله داشته باشید، نگاهی به آن می‌اندازید. چند خبر که برایتان جالب است را می‌خوانید. شاید هم مقاله‌ای بخوانید. شایدهم اگر مریض‌های زیادی نداشته باشید، وقت بیشتری برای خواندن بقیه صفحات صرف کنید. فکر می‌کنید چقدر از اولین شماره‌ای که به دستتان رسیده، می‌گذرد؟ می‌تواند از چند ماه تا یک سال باشد.!

اکنون فعالیت طبیب با تمام مشکلاتی که می‌تواند در مسیر یک فعالیت فرهنگی وجود داشته باشد، به یک سال رسیده است. به همین خاطر، تمام کسانی که به نوعی خواسته یا ناخواسته در این فعالیت با ما همراه بوده‌اند را همکار خود می‌دانیم.

شرکت داروسازی اکسیر نیز با انتخاب نشریه طبیب به منظور تبلیغ محصولات خود، یکی از این همکاران است. شاید اگر تبلیغات شرکت اکسیر نبود، نمی‌توانستیم این نشریه را به طور رایگان در اختیار همکاران پزشک قرار دهیم. رویکرد فرهنگی این شرکت در جهت حمایت از فعالیت‌های فرهنگی و اطلاع‌رسانی نشریه طبیب در جامعه پزشکی قابل تقدیر است. به همین خاطر به منظور آشنایی بیشتر با فعالیت‌های این شرکت با مدیرعامل شرکت داروسازی اکسیر، دکتر غلامحسین فرزندی، گفتگویی انجام داده‌ایم.

پیام کشاورز - امیرحسین رحمانی

شرکت داروسازی اکسیر کار خود را با نام شرکت داروسازی لرستان آغاز کرد، داروسازی لرستان تا اکسیر چه راهی را طی کرده و چه تفاوتی بین داروسازی لرستان و اکسیر وجود دارد؟

در واقع اکسیر تداوم کار بنیانگذاران شرکت داروسازی لرستان است. این شرکت در سال ۷۲ شروع به کار کرد و ما سعی کردیم اهداف و پایه‌های اولیه شرکت را حفظ کنیم و بالطبع به خاطر گذشت زمان مواردی را هم به آن اضافه کردیم. در آن زمان عمده‌ترین محور پایه‌گذاری شرکت داروسازی لرستان احداث واحدهای داروسازی جدید در کشور با توجه به پیش‌بینی نیاز و رشد بالای جمعیت بود. در آن زمان به علت رشد جمعیت و مسائل جنگی، معضلات پایه سلامتی در کشور خیلی جدی بود. محور دومی که در تاسیس شرکت مورد توجه قرار داشت، بحث تمرکز زدایی و توسعه واحدهای صنعتی در مناطق دورتر بود. به همین دلیل مکان کارخانه داروسازی در بروجرد تعیین شد. شاید بتوان گفت بزرگ‌ترین اقدام شرکت داروسازی در این مسیر، تدوین برنامه پنج ساله بوده است.

آقای دکتر فرزندی، برنامه پنج ساله این شرکت چه محورهایی را در برمی‌گیرد؟

این برنامه تحت عنوان برنامه‌ریزی استراتژیک انجام شد. روش تدوین برنامه و اساس آنالیز SWOT و در واقع شناسایی نقاط ضعف و قدرت، تهدیدها و فرصت‌ها بود و بر اساس آن یک نمای پنج ساله برای شرکت تعریف شد. می‌توان گفت وجه غالب داروسازی اکسیر تدوین برنامه با سه محور، نیروی انسان، تکنولوژی و مشتری است. طبق تعریف، هر مدیری در ذهنش یک استراتژی دارد ولی مشخصه برنامه‌ریزی مدون این است که استراتژی را مکتوب می‌کند. ویژگی این برنامه‌ریزی مکتوب این است که در سطح سازمان منتشر می‌شود و این امکان را می‌دهد که مورد نقد و بررسی قرار گیرد و به روز شود.

به طور دقیق‌تر، سه محور اصلی برنامه که از آنها نام بردید، چه مواردی را دربر می‌گیرد؟

در تدوین این برنامه بر سه عنصر تأکید اساسی داشتیم که یکی از آنها بحث نیروی انسانی بود. در مورد نیروی انسانی، ساختار، ارتباطات، آموزش و انگیزش مورد توجه قرار گرفت. نکته دوم بحث تکنولوژی است که ما در این برنامه به تکنولوژی تولید، اتوماسیون و روش‌های جدید تولید و GMP خیلی تأکید داشتیم. سومین نکته هم بحث مشتری است. مشتری‌ها در سطوح مختلف پزشکان، بیماران، داروخانه‌ها و کل جامعه طبقه‌بندی شدند. برای ارتباط با هر کدام و برآوردن خواست‌ها و انتظاراتشان برنامه خاصی طراحی شد. در واقع شناسایی و طبقه‌بندی مشتری‌ها و داشتن برنامه برای برآوردن خواست‌های مشتری (که یکی از مهم‌ترین ذینفع‌ها هستند) مدنظر بوده است.

- شما توجه به خواست و انتظارات مشتری را از اهداف اصلی شرکت می‌دانید و مسائلی از قبیل تنوع دارویی، قیمت دارو، توزیع زمانی و جغرافیایی مناسب، بیشتر مورد توجه مشتری قرار می‌گیرد، اکسیر در این زمینه چه اقداماتی انجام داده است؟

در مورد تولید داروهای بیشتر و اقلام جدید تولیدات رشد سریعی داشته است.

اکسیر از سال ۷۳ به طور عملی تولید را آغاز کرد و تا اکنون بیش از ۱۰۰ قلم پروانه دارویی کسب کرده و تعداد زیادی از اقلام هم در مرحله ثبت دارویی هستند. ما سعی کردیم ضمن رعایت الزامات GMP از لحاظ تداخل متقابل، محصولات جدید را همیشه در دستور کارمان داشته باشیم و با انعطاف‌پذیری بالا و استفاده از اتوماسیون، طراحی خطوط تولید را به گونه‌ای داشته باشیم که بتواند به سرعت تغییر محصول داشته باشد و به نیازهای بازار به موقع پاسخ دهد. رشد فروش در طول سال‌های فعالیت شرکت نشان می‌دهد که در پاسخ‌گویی به نیازها و فرصت‌هایی بازار موفق بوده‌ایم. این در حالی است که نیاز بازار بسیار بالاتر از پیش‌بینی‌های ما بوده است. به طور کلی رشد مصرف دارو در واقع market demand و پتانسیل مصرف در کشور فراتر از پیش‌بینی‌ها بوده است. فکر می‌کنم همه شرکت‌های داروسازی به این موضوع پی برده‌اند. شاید یکی از دلایلش رشد اقتصادی و توسعه امکانات بهداشتی و درمانی در سطح کشور و توانایی مردم برای استفاده از خدمات دارو درمانی بوده است. دلیل دیگرش کانون‌های بحران در کشورهای اطراف ما است که مقدار زیادی دارو به آنجا منتقل می‌شود. در هر حال با دلایل گوناگون می‌توان گفت که شرکت‌های داروسازی در مقابل این حجم زیاد بازار غافلگیر شده‌اند.

- قیمت دارو یکی از مهم‌ترین اولویت‌ها از دیدگاه مشتریان است. چه اقداماتی در تعدیل قیمت دارو انجام داده‌اید؟

ما مطالعه وسیعی در مورد قیمت انجام دادیم. در سال گذشته موجی در کشور و به خصوص در شرکت‌های بیمه پدید آمده بود که دارو خیلی گران شده است. در تحقیقی که ما انجام دادیم، سهم دارو در سبد خانواده ۰/۷ درصد تخمین زده شد. این نسبت با کشورهای دیگر، البته نه کشورهای خیلی متفاوت با ما، بلکه کشورهایی که از لحاظ GDP تقریباً شبیه به کشور ما هستند، مقایسه شد. سهمی که مردم ما صرف دارو می‌کنند، به هیچ وجه قابل مقایسه با کشورهای دیگر نبود. هزینه متوسط دارو برای مردم در دنیا چیزی حدود ۱۰۰ دلار است و در کشورهای پیشرفته این عدد به ۸۰۰-۷۰۰ دلار می‌رسد. در کشور ما محاسبه این رقم کمی مشکل است (چون بحث سوبسید و مسائل دیگری هم مطرح می‌شود) ولی اعداد بین ۱۲ تا حداکثر ۲۰ دلار است. در واقع هر فرد ایرانی نسبت به متوسط جهانی حداکثر ۵-۱ برای دارو هزینه می‌کند. این را هم باید در نظر داشته باشیم وقتی می‌گوییم متوسط دنیا کشورهای بسیار فقیر، کشورهایی با دستیابی محدود به دارو را هم مشمول می‌شود.

- با این حساب شما معتقدید که قیمت دارو در کشور، مناسب حال مصرف کننده است. قیمت پایین دارو در کشور چه تأثیری بر صنعت داروسازی کشور خواهد داشت؟

بدون اینکه بخواهیم تعصب شغلی داشته باشیم، قیمت دارو در کشور ما بسیار مناسب است. دولت سعی کرده، با فشار به صنعت داروسازی این قیمت را حفظ کند که البته به اعتقاد من این موضوع در درازمدت به نفع صنعت داروسازی و به نفع جامعه نخواهد بود. یعنی اینکه فرصت رشد توسعه تکنولوژیک را از صنعت داروسازی می‌گیرد. بدون در نظر گرفتن داروهایی که موارد استثنایی هستند، به طور عمده خرید دارو در مقایسه با سایر هزینه‌های مردم کار راحتی است. شما با ۱۰۰ یا ۲۰۰ تومان می‌توانید یک بسته داروی سردرد تهیه کنید، در حالی که با همین قیمت نمی‌توانید تنقلات عادی بچه‌ها را خریداری کنید.

> **وجه غالب داروسازی اکسیر تدوین برنامه با سه محور، نیروی انسانی، تکنولوژی و مشتری است.**
>
> **در تحقیقی که انجام دادیم سهم دارو در سبد خانواده ۰/۰۷ درصد تخمین زده شد.**
>
> **تنوع در محصولات باید اجازه انتخاب را به پزشک و بیمار بدهد اکنون در بعضی از حوزه‌ها چنین تنوعی وجود ندارد.**

ولی بسیاری از بیماران از قیمت بالای دارو شکایت دارند و تحت فشار هستند.

در طول این مدت صادرات ما رشد چشمگیری داشته است. از ۵ سال پیش با حدود ۴۰۰ هزار دلار صادراتمان را شروع کردیم. در سال گذشته صادرات اکسیر بر اساس ارزش اظهارنامه گمرکی ۹ میلیون دلار و بر اساس ارزش فاکتوری ۵/۲ میلیون دلار بود. در حال حاضر به کشورهایی، مثل عراق، افغانستان، آسیای میانه و روسیه و غیره که در مجموع ۱۲ کشور می‌شود، دارو صادر می‌کنیم، صادرات داریم و در ۱۰ کشور دیگر در حال ثبت محصولاتمان هستیم (برای صادرات دارو لازم است که ابتدا دارو در آن کشور ثبت شود). همچنین در بازارهای آفریقایی هم حضور داریم و در بعضی کشورهای دورتر در حال ثبت داروهایمان هستیم. همان‌طور که در مورد بازار داخلی تخمین پایینی زده بودیم، در مورد بازارهای صادراتی هم غافلگیر شدیم. بسیاری از مشتری‌های ما در بازارهای هدف تقاضای بسیار بالایی دارند که بیشتر از آمادگی ماست. تقاضای بالای بازار خارجی برای مصرف کننده‌های داخلی و جامعه ما این پیام را دارد که وقتی با وجود رقابت شدید در بازارهای خارجی داروی ما مورد استقبال قرار می‌گیرد، بنابراین مردم سهولت دسترسی در داخل را باید به عنوان یک فرصت تلقی کنند. ضمن اینکه قیمت داروی ما در کشورهای هدف از لحاظ موقعیت بالاتر از داروهای چینی و هندی قرار می‌گیرد. یعنی قیمت داروهای ما در بازارهای صادراتی تقریباً برابر با قیمت داروهای کره‌ای طبقه‌بندی می‌شود و با فاصله زیاد از داروهای هندی، داروهای چینی و پایین‌تر از داروهای اروپایی و شرکت‌های بزرگ چند ملیتی قرار می‌گیرد. همین موقعیت نشان می‌دهد که داروهای ما از لحاظ کیفی داروهای مناسبی هستند. می‌توان امیدوار بود که سهم صادرات از فروش شرکت‌های دارویی به ۳۰ درصد که در برنامه ۵ ساله چهارم پیش‌بینی شده برسد. در حال حاضر این سهم در اکسیر چیزی حدود ۱۰ - ۸ درصد است. به راحتی می‌شود این عدد را به ۳۰ درصد نزدیک کرد.

- آقای دکتر، واردات دارو چه تأثیری بر صنعت داروسازی داخلی گذاشته است؟

هیچ کشوری ادعا نمی‌کند که همه داروهای مورد نیازش را خودش تولید می‌کند. این یک ارزش حساب نمی‌شود. ما به عنوان یک تولیدکننده واردات قانونی (و نه واردات قاچاق و غیرقانونی) را در چارچوب سیاست‌های ملی دارو برای خودمان یک فرصت می‌دانیم، چون واردات ایجاد رقابت می‌کند و اگر وارداتی نباشد، ممکن است شرکت‌ها به آنچه که تولید می‌کنند بسنده کنند. اما وقتی واردات انجام شود، نسل‌های جدید، فرم‌ها و بسته‌بندی‌های جدید به بازار می‌آید و ذائقه بازار و مصرف کننده‌ها و سطح انتظار را بالا می‌برد. شرکت‌ها هم تلاش می‌کنند که خودشان را با این تقاضا و انتظار وفق دهند. بنابراین اگر بخواهیم به مقوله واردات از دید یک تولیدکننده نگاه کنیم، تولید کننده می‌تواند واردات را یک فرصت تلقی کند. واردات باعث توسعه بازار می‌شود و طبعاً فضای بیشتری را برای فعالیت شکل می‌دهد.

بسیاری از افراد شرکت داروسازی اکسیر را به خاطر فعالیت‌های فرهنگی آن می‌شناسند. فعالیت‌های فرهنگی اکسیر در چه راستایی است؟

در استراتژی شرکت تمرکز خاصی بر مشتری داریم و طبعاً این فعالیت‌ها در آن راستا قرار می‌گیرد. البته یک شرکت داروسازی کار مستقیم فرهنگی انجام نمی‌دهد، چون کار فرهنگی یک کار تخصصی است و عمل کردن در حوزه فرهنگ دانش تخصصی خودش را می‌خواهد. ما در راستای اطلاع‌رسانی به جامعه پزشکی، مردم و مصرف کننده‌ها در مورد داروهای تولیدی و جنبه‌های مرتبط با این داروها فعالیت‌های اطلاع‌رسانی انجام می‌دهیم. به طور مثال برای بیماران دیابتی با همکاری معاونت سلامت وزارت بهداشت کتابچه‌هایی را در مورد راهنمایی بیماران دیابتی در زندگی روزمره و مسافرت و... آماده کرده‌ایم. در واقع این فعالیت‌ها اطلاع‌رسانی در راستای بسط و گسترش فرهنگ سلامت در کشور است.

با توجه به پدیده قاچاق دارو در کشور، چه آسیب‌هایی از طرف این پدیده به شرکت‌های داروسازی مانند شرکت اکسیر وارد می‌شود؟

پدیده قاچاق د رکشور بیشترین آسیب را به بخش تولید وارد می‌کند و ما هم در بخش تولید دارو با چنین مشکلی مواجه هستیم. برخی از شرکت‌ها از طریق واردات غیرقانونی رقابتی ناسالم را در بازار دارو ایجاد می‌کنند که مطمئناً باعث آسیب به تولید داخلی می‌شود. در یکی از اقلام تولیدی شرکت که به صورت قاچاق وارد بازار می‌شد، پیگیری بسیاری انجام دادیم، ولی از آنجایی که مبارزه با قاچاق مستلزم حفاظت از مرزهای کشور است و کنترل مرزها کار مشکلی است، نمی‌توان کار خاصی انجام داد، به خصوص زمانی که این مشکل مربوط به یک شرکت باشد. می‌توان با تسهیل قوانین واردات انگیزه قاچاق را پایین آورد. ولی به طور کل در این زمینه باید سیاست مدونی به وسیله سیاستگزاران کلان در تمامی بخش‌های تولیدی صورت پذیرد.

برای ورود یک دارو به داروهای ژنریک کشور از طرف شرکت‌های تولیدی چه مشکلاتی وجود دارد و به نظر شما چگونه می‌توان این مشکل را تسهیل نمود؟

در همه کشورهای دنیا محدودیت‌هایی وجود دارد. به این ترتیب که دارو باید ابتدا در لیست ملی دارویی آن کشور قرار گیرد تا اجازه تولید دارو داده شود و امروز شرکت ماتوانسته آن دسته از مولکول‌هایی را که قصد تولید داشته، وارد فهرست کند. باوجوداین به نظر من تنوع در محصولات باید اجازه انتخاب را به پزشک و بیمار بدهد. اکنون در بعضی از حوزه‌ها چنین تنوعی وجود ندارد و انتظار ما به عنوان یک شرکت تولیدی این است که با واقع بینی نسبت به نیاز بازار و حق انتخاب متقاضیان ورود و عرضه دارو به بازار صورت پذیرد.

دولت چگونه می‌تواند از صنعت داروسازی حمایت کند؟

با توجه به اینکه صنعت داروسازی به طور مستقیم بر روی سلامت جامعه مؤثر است، شاید این انتظار شکل بگیرد که نگاه متفاوت‌تری به این بخش شود، به خصوص که در دوران جنگ تأمین دارو بر دوش این شرکت‌ها بود و این شرکت‌ها نتوانسته‌اند با توجه به گذشت زمان به نوسازی و بازسازی بخش‌های مختلف خود بپردازند.

باوجود این تنها در یک دوره زمانی کوتاه دولت با ارز دولتی شرایطی را فراهم نمود تا شرکت‌های داوسازی نسبت به تجهیز و نوسازی خطوط تولید خود اقدام نمایند. متأسفانه همان‌طوری که گفته شد، این بازده زمانی اندک بود و به نظر می‌رسد چنین فرصت‌هایی برای شرکت‌های تولیدی دارو ضروری است. به روز کردن سایت‌های تولیدی هزینه بسیار بالایی دارد ولی سیاست قیمت گذاری داروها بر اساس قیمت تمام شده است که موجب شده تا شرکت تولیدی سود کمتری داشته باشد.

شعبه بابل: ۴۹ ۵۹ ۳۲۲ - ۰۱۱۱ خیابان مدرس خیابان ضرابپوری (رسولی ۲۴)، نرسیده به مدیریت جهاد کشاورزی

شعبه کرج: ۶۶ ۹۳ ۲۲۳ - ۰۲۶۱ بلوار طالقانی شمالی، پایین‌تر از پارک شرافت، شماره ۵۷۹

شعبه کرمان: ۷۳ ۵۰ ۳۳۳ - ۰۳۴۱ بلوار ۲۲ بهمن، چهارراه شعبانیه، جنب کلینیک نیمه شعبان

شعبه کرمانشاه: ۷۲۹۸۸۵ - ۰۸۳۱ خیابان مدرس، روبروی مسجد جامع، مجتمع تجاری ایران، طبقه دوم

شعبه ها

ارومیه خیابان امام، خیابان طرزی، موسسه فرهنگی انتشاراتی شاهد ایثارگران تلفن: ۰۴۴۱-۲۲۲۰۵۳۴

تبریز خ امام، اول خیابان دانشگاه، فلکه دانشگاه، کتابسرای علامه تلفن: ۰۴۱۱-۳۳۴۱۶۶۹

شیراز خیابان زند، دانشگاه علوم پزشکی شیراز، مرکز کتاب شیراز تلفن: ۰۷۱۱-۲۳۵۱۸۶۵

اصفهان فروشگاه مرکزی: خیابان هزار جریب، ۱۰۰ متر بالاتر از دروازه شیراز، نبش کوچه دوازدهم پلاک ۹۸
فروشگاه شماره یک: ابتدای چهارباغ بالا، مجتمع تجاری هزارجریب، نیم‌طبقه اول، انتشارات کیا، پلاک ۲۲۲ تلفن: ۰۳۱۱-۶۲۵۳۴۸۲

زاهدان خیابان امیرالمومنین، جنب بیمارستان بوعلی، کتابفروشی بیماران خاص تلفن: ۰۵۴۱-۳۲۲۹۶۲۶

کاشان چهارراه آیت الله کاشانی، روبروی جهاددانشگاهی، خانه کتاب کاشان تلفن: ۰۳۶۱-۴۴۵۰۳۱۳

زنجان میدان انقلاب، جنب کفش ملی، بازارچه سعدی، کتابفروشی کسری تلفن: ۰۲۴۱-۳۲۳۹۶۶۱

یزد بلوار طالقانی، مجتمع تجاری گلستان، طبقه زیرین، کتاب ابن سینا تلفن: ۰۳۵۱-۷۲۴۸۸۷۴

تبریز خیابان دانشگاه، روبروی بیمارستان امام، کتابفروشی شیرنگ، تلفن: ۰۴۱۱-۲۳۴۱۹۰۸

مشهد حاشیه میدان دکتر شریعتی، پاساژ امیر، کتابفروشی دانشجو تلفن: ۰۵۱۱-۸۴۴۱۰۱۶

نمایندگی ها