



گفت‌وگو با مهندس فرامرز اختراعی

منم و این صنم و عاشقی و باقی عمر



فانسالاران

Fansalaran

مجله تخصصی حوزه سلامت و صنعت داروی کشور • شماره دهم • تیر ۱۴۰۳

تی پی کو؛ به روز بازنجیره‌ای کامل در صنعت



ششمین نمایشگاه فارمکس ورود بازیگران اصلی به میدان



یکی از پالادوست دارو

تازه‌های API و چشم‌انداز بازار مواد موثره دارویی

مطالعه موردی:

مرک؛ داروسازی با قدمت



Femimycin

clindamycin+clotrimazole

درمان عفونت های باکتریایی واژینال



ژل لوبریکانت

مناسب برای سونوگرافی / مناسب برای معاینات واژینال
مناسب روابط زناشویی / بدون اثر نامناسب بر کاندوم



فن سالاران، شماره دهم، تیر ۱۴۰۳
مجله تخصصی حوزه سلامت و صنعت داروی کشور



♦ صاحب امتیاز و سردبیر: رضا درستکار

♦ زیر نظر: شورای نویسندگان

♦ عکاس: مائده میر موسوی

♦ طراحی و صفحه‌آرایی:

افشین ضیائی‌ان، لیلی اسکندرپور

♦ طراح روی جلد این شماره: خدایار قاقانی

♦ با قدردانی از همکاران و همراهان این شماره:

دکتر عقیل آراین‌نژاد، مهندس علی آقایی، دکتر اشکان احسانی، مهندس فرامرز اختراعی، دکتر مرتضی اعیانی، دکتر زهره افسرطلا، دکتر حبیب‌الله افشنگ، محمد پناهی، دکتر امیرحسین حاجی میری، رزاحسینی، دکتر عاطفه حکمت، دکتر مریم خلیلی، دکتر مهدی خلیلی، محمد دانشخواه، دکتر رامین رضائی کلمر، دکتر ژانت سلیمانی، مهندس پویان شریعتی پناه، دکتر احمد رضا طاهری، سیدشایان طباطبایی، دکتر هوشنگ قاسمی، دکتر میثم کریمی، دکتر مسعود کیهان، دکتر امیرهومن محمدی، مهندس حمیدرضا مرادی، دکتر سید آرش مطهری، مهندس سیداحمد موسوی، دکتر یحیی میرزایی و رضا درستکار

✱

با تشکر از همکاری واحدهای بازاریابی، و روابط عمومی و ارتباطات شرکت‌های آنتی‌بیوتیک‌سازی ایران، البرزبالک، ابوریحان، دارویی امرتات شیمی، تماد، تولیددارو، توزیع داروپخش، توفیق دارو، تی‌پی‌کو، داروسازی دانا، ره‌آورد تامین، ژلاتین کیسول ایران، سل‌تک فارمد، دارو درمان سپهر، سینادارو، شیمی آذرجام، شیمی دارویی داروپخش، داروسازی طاها، طلایه‌داران صنعت فرآیند، داروسازی فارابی، فرآیند شیمی حکیم، کلرپارس، کیبکس، هودیس پارس و Skytechbridge Co.Ltd

♦ پشتیبانی و اجرا: پویان درستکار

♦ روابط عمومی و ارتباطات: نیما خرم‌منش

♦ تماس با واحد بازرگانی:

۰۹۱۹-۵۵۳۵۸۱۳ ۰۲۱-۸۸۳۵۰۴۹۹

www.sitefansalaran.ir

@fansalaran

@fansalaranir

@fansalaranir

Info@sitefansalaran.ir

www.linkedin.com/in/fansalaran

این روزها صنعت داروسازی و مواد اولیه دارویی به قدری با اقتصاد گره خورده است که پرداختن و دقت بیشتر به ملزوماتی چون طراحی، تولید و توزیع دارو را اجتناب‌ناپذیر می‌کند. پیشرفت‌های تکنولوژیک از یک سو، نوآوری‌ها در تحقیق و توسعه و همچنین تقاضای روزافزون مردم برای محصولات دارویی و مکمل‌های غذایی، این صنعت مهم را پیش از پیش در مرکز توجه قرار داده است. این، یکی از بیشترین صنایع در کل بازارهای جهانی است؛ و باز به دلیل الزامات قانونی و محدودیت‌های بسیاری که دارد؛ عملکردهایش هم با سایر صنایع متفاوت است. یکی از مهم‌ترین و اساسی‌ترین مراحل این صنعت ممتاز، تهیه مواد اولیه و باکیفیت، مواد جانبی و... است.

فهرست مطالب

♦ گشایش

۴ یکی آن بالا مرا دوست دارد

♦ نمایشگاه

۵ نگاهی گذرا به CPHI شانگهای ۲۰۲۴

♦ نگاه

۶ هشتم نبود، نگردها نیست

♦ روز برمی‌آید

۸ نقدها را بود آیا که عیاری گیرند

♦ سکانس دوم

۱۰ شش پرده از یک درام؛ صادرات دارو یا زیبای خفته!؟

♦ پول جادویی

۱۲ ارزشهای دیجیتال حوزه سلامت

♦ یادداشت روز

۱۴ تحلیل احساس در نظرات مشتریان صنعت داروسازی

♦ مطالعه موردی

۱۶ مرک؛ داروسازی با قدمت

♦ زن خوب

۲۲ سلول‌درمانی و شیب صعودی سرمایه‌گذاری در آن

♦ ویژه فارمکس

۲۴ گپ و گفت با مریم خلیلی، مدیر اجرایی ششمین نمایشگاه فارمکس ۲۰۲۴

♦ یادداشت

۲۶ آغاز برنامه‌های ما شروع شد!

♦ نامحدود

۲۸ دستورالعمل کاربردی بهره‌برداری از نمایشگاه‌های تخصصی حوزه دارو

♦ ویژه فارمکس

۳۲ ۲۰ یادداشت کوتاه درباره‌ی نمایشگاه‌ها

♦ گفت‌وگوی ویژه

۳۴ گفت‌وگوی ویژه فن‌سالاران با مهندس فرامرز اختراعی

♦ ویژه فارمکس

۴۴ برچسب‌ها و آرت‌ورک‌ها در علوم زیستی

۴۵ تازه‌های API چشم‌انداز بازار مواد مؤثره دارویی

۴۶ یک یادداشت برای استانداردسازی، برای دارو

۴۸ یک یادداشت در نمایشگاه فارمکس اهدافی داریم

۵۰ فارمکس و چند یادداشت کوتاه برای تنفس نمایشگاهی

۵۲ سه یادداشت کوتاه از چتر تی‌بی‌کو در فارمکس ۲۰۲۴

۵۴ گفت‌وگو با دکتر عقیل آراین‌نژاد

۵۸ گپ و گفت با دکتر یحیی میرزائی

۶۲ گپ و گفت با مهندس سیداحمد موسوی

۶۴ گپ و گفت با مهندس علی آقایی

۶۸ گپ و گفت با دکتر هوشنگ قاسمی

۷۰ گپ و گفت با دکتر رامین رضائی کلمر

۷۲ گپ و گفت با دکتر احمدرضا طاهری

۷۴ گفت‌وگو با دکتر مرتضی اعیانی



رضا درستکار

یکی آن بالا مرا دوست دارد

* فرصت‌های دوستی و مرافقت و زندگی، گاهی خیلی کم اتفاق می‌افتد. اوقاتی که با دوست گذشت، بهره ما از دنیا بود. شگفت که برخی، خود را در دایره تنگ رقابت می‌اندازند و غرق می‌شوند و بی‌بهره و بی‌معاد می‌گذرد دنیا و روزگارشان! هان! که گوهر مرافقت و عشق را باید دریافت؛ که زندگی خیلی کوتاه است.

* ما در این شماره ناچار شدیم تعدادی از مطالب‌مان را کنار بگذاریم و موکول کردیم به شماره بعد! چرا؟! چون یک نمایشگاه خوب برگزار می‌شود و ما هم می‌خواستیم سوار بر این قطار باشیم و کنار عزیزان نفس بکشیم. پس سهم خود را هم پرداختیم. یک شماره یادگاری، از فقط چند درصد ظرفیت‌مان.

* به عزیزان اعضای سندیکای تولیدکنندگان مواد دارویی، شیمیایی و بسته بندی دارویی تبریک می‌گوئیم برای برپایی ششمین نمایشگاه فارمکس ۲۰۲۴ (ما و ام‌دار این عزیزان هستیم، سال گذشته، مجله فن‌سالاران در همین نمایشگاه رونمایی شد)، به مدیران و دوستان اجرایی، میثم کریمی و همکارانش (در آلدن) تبریک می‌گوئیم. همت‌شان بلند. به شرکت سرمایه‌گذاری دارویی تامین (تی‌پی‌کو) و شرکت معظم تماد تبریک می‌گوئیم. به واحدهای روابط عمومی و مدیران کارآ تبریک می‌گوئیم.

این کارها عزم و جهدی بالا می‌خواهد. با احترام به ایشان و همه کسانی که به نمایشگاه می‌آیند دهمین شماره مجله را پیشکش‌تان می‌کنیم. برای این مرافقت‌ها، شکر گذاریم. چون یکی آن بالا هست که همه‌ی شما را دوست می‌دارد.

می‌دانستم که از سر قلمم، باید روزنه‌ای از نور و امید بتابانم؛ و کار من تصویر دادن از سیاهی‌ها و تاریکی‌ها نیست. من در این بخش جهان ایستاده‌ام، انتخاب کرده و منتخبی شده‌ام برای ایجاب و نه "سلب". نقد سلبی بنیادش بر باد است؛ و نمی‌توان و نباید غیر خود بود. آری! دوست نازنین من! من معذرت می‌خواهم. من نباید غیر من باشم و از تذکر رفیقانه شما ممنونم. دوستی یعنی همین.

* ناشکری است اگر بگویم که با رنج به شماره دهم رسیدیم. خیر؛ با رنج و سرمستی رسیدیم. چرا ناشکری؟! این همه مهربانی و پشتیبانی و ارزش‌های نهفته در نگاه مردمان نیک‌پندار، دوستان تازه و جان‌آگاه، داروساز و متخصص و مهرورز یافته‌ام و یافته‌ایم. مگر چه می‌خواستیم از دار



دنیا؟! جز همین جان مکرر و جاری و همیشگی، همجواری با تنی چند از بهترین آدم‌های زندگی‌مان، که کنار هم زیست کنیم، با هم باشیم در تمام این مسیری که می‌رویم و می‌آئیم و از خودمان اثری بر جای می‌گذاریم! من به همین لطف و صنع الهی معترف و قانع و شکرگذارم. بیش از لیاقت‌مان بوده این داستان‌ها، بیشتر دریافته‌ایم. ممنون و سپاسگزاریم خدای را. آن قدیم‌ها، یک فیلم بود که عنوان‌اش این بود: یکی آن بالا مرا دوست دارد؛ و چه فیلم خوبی هم بود.

گفت: هرگز هوادار نباش، دنباله‌رو نباش. هرگز عضوی از هیچ بساط و تشکیلاتی نباش، وفادار خودت باش، به خودت خیانت نکن!

الماس‌های آگاهی

به دهمین شماره مجله فن‌سالاران رسیدیم. الهی شکر.

آن روزها که کار نقد فیلم می‌کردم، هرگز فکرش را هم نمی‌کردم که روزی روزگاری سر از صنعت دارو در بیاورم و علاقم را به این سمت وسوسه سوق دهم! اما وقتی هم وارد شدم دیدم که این حوزه هم مانند سایر حوزه‌ها است و به‌نسبتی می‌توان در آن فعال بود و اتفاقاً تعداد آدم‌های اصلی و به‌دردبخورش هم بیشتر است. (ببخشید!) منتقدم و سخت‌گیر، و این حرف‌ها را از باب خبر عرض می‌کنم، نه از روی کنایه.

* در شماره قبل، مانند گشودن جعبه سیاه یک هواپیمای سقوط کرده، مطالبی را قلمی کردم که بعد از انتشارش، پشیمان شدم. چون هم هواپیمایی سقوط نکرده بود و هم جعبه سیاهی در کار نبود!

یکی از عزیزان که احترامی نزد این نگارنده‌ی حقیر دارد، ضمن تمشیت بنده، از ماجرای "حسن منصور حلاج" برایم گفت؛ و این که "جرمش آن بود که اسرار هویدا می‌کرد"...

سر تعظیم و ارادت به پیشگاه دوست ارجمند فرود آوردم. بله! من حتی در تمام آن سال‌ها که نقد می‌نوشتم، رویکردی به جریان سلب نداشتم و دیگران چه خوب این‌را می‌دانند و حواس‌شان به اصحاب فرهنگ هست. مردم؛ آن مردم خوب و فرحناک ما؛ همیشه نگاهبان آن حقیقت لایزال هستند و به هر نحوی که شده، فرزندان خود را مراقبت می‌کنند.

من در آن روزگار نقد، هر چیزی را هم که نمی‌دانستم، این یکی را نیک می‌فهمیدم و



نگاهی گذرا به CPPI شانگهای ۲۰۲۴

CPPI & PMEC یک رویداد مهم در صنعت داروسازی جهان است که هر سال تامین کنندگان و خریداران را از کل زنجیره تامین دارویی با هدف تجارت، به اشتراک گذاری دانش، و ایجاد ارتباط بین متخصصان دارویی چینی و جهانی گرد هم می‌آورد.

CPPI & PMEC سال ۲۰۲۴ از ۱۹ تا ۲۱ ژوئن ۲۰۲۴ در مرکز نمایشگاه بین‌المللی شانگهای چین با بیش از ۲۱۰ هزار متر مربع مساحت، بیش از ۹۰ هزار بازدیدکننده، بیش از ۳۵۰۰ شرکت داخلی و بین‌المللی در زمینه مواد موثره دارویی (API) محمول‌ها، فرمولاسیون نهایی، بیوداروها، عصاره‌های طبیعی، CMO، CRO، تامین کنندگان دارو، بسته‌بندی و تحویل دارو، ماشین‌آلات و تجهیزات، تجهیزات آزمایشگاهی، اتاق تمیز و کنترل آلودگی، و ... و بیش از یکصد کنفرانس برگزار شد و امسال ایرانیان داروساز و غیر داروساز رکورد شکستند و بیشترین حضور را داشتند.

PMEC یک رویداد پیشرو در زمینه ماشین‌آلات داروسازی آسیا هم است که فرصت‌های منبع‌یابی، یادگیری، و ایجاد ارتباط را برای تصمیم‌گیری‌های کلیدی در صنعت داروسازی فراهم می‌کند.





دکتر مسعود کیهان

آشنای دارویی داری؟

گشتم نبود، نگرد نیست

همچنین رئیس سازمان غذا و دارو در مصاحبه‌هایی جداگانه تاکید کردند که ۹۹ درصد از داروهای مورد نیاز در داخل کشور تولید می‌شوند اما همان‌طور که در بالا به‌طور نمونه عنوان شد همچنان برخی از بیماران برای تهیه داروهای خود با چالش‌های مختلفی روبه‌رو هستند.

بحث کمبودهای دارویی همیشه یکی از مباحث مهم و پرتکرار در حوزه سلامت کشور بوده است و البته دغدغه بسیاری از دغدغه‌مندان.

شهرام کلانتری خاندانی، ریاست انجمن داروسازان ایران معتقد است که بخشی عمده از درمان‌های بیماران، دارودرمانی است که اگر دارو در دسترس نباشد، بیمار نخواهد توانست از درمان بهره بگیرد.

محمدعلی محسنی بندپی، عضو کمیسیون بهداشت و درمان مجلس یازدهم هم با انتقاد از کمبود دارو در

متاسفانه هر جا را گشتم، پیدا نکردیم. خواهشا اگر می‌تونی یه کمکی بکن ثواب داره!

۳- یکی از بستگان، نسخه‌ای را برایم می‌فرستد و می‌گوید داروی ردیف ۳ را پیدا نکردیم. مربوط به یک بیماری ویروسی شایع است، اما در بازار پیدا نمی‌شود!

۴- در یک محیط کاری خارج از شرکت، کارگر مجموعه وقتی متوجه می‌شود در شرکت داروسازی مشغول کار هستم، از من آمار یک قرص بیماران قلبی را برای مصرف خواهرش می‌گیرد و می‌گوید قرص در حال اتمام است و هر جا می‌روم نیست که نیست!

۵- یکی از کارگران تولید شرکت، برای تهیه یک دارو به من و دیگر افرادی که فکر می‌کنند ارتباطاتی دارند رو می‌زند و...!

سال گذشته، وزیر بهداشت و

۱- برای یک ماموریت اداری، سوار خودروی آژانس طرف قرارداد شرکت می‌شوم. راننده پیرمرد که از مدت‌هاست می‌شناسمش با لهجه شیرین آذری لب به سخن می‌گشاید. آقای دکتر (پیش فرض اش این است که من که در شرکت داروسازی کار می‌کنم و لابد دکتر داروساز هستم) چرا این‌قدر بعضی از داروها گیر نمی‌آد؟! یه اسپری تنفسی که همیشه استفاده می‌کردم، الان خیلی وقته پیداش نمی‌کنم شما می‌تونید برام پیداش کنی؟

۲- تلفن همراهم زنگ می‌خورد. خانم معاون مالی یک شرکت خدمات مسافری است که به پرسنل شرکت ما خدمات ارائه می‌دهد. خانم معاون می‌گوید: این دارو را برای یک کودک سرطانی می‌خوام خیلی خانوادش نگران هستند



کشور مدعی شده که کمبود دارو به گونه‌ای شده است که برخی داروی تاریخ گذشته مصرف می‌کنند! چهارم اردیبهشت ماه امسال بود که سلمان اسحاقی، سخنگوی کمیسیون بهداشت و درمان مجلس یازدهم گزارش این کمیسیون درباره دلایل کمبود دارو و تجهیزات پزشکی را طبق ماده ۲۳۴ آئین‌نامه داخلی مجلس قرائت کرد که در بخشی از این گزارش آمده بود: «قریب به ۱۵۰ قلم داروی پر مصرف دارای کمبود و

پزشکی جمهوری اسلامی نیز با توجه به شرایط خاص این موضوع، در دی ماه سال گذشته در جلسه‌ای ضمن بحث و گفت‌وگو درباره وضعیت نگران‌کننده کمبود داروها در کشور، اعلام کردند به اعتقاد کارشناسان عمده‌ترین دلایل کمبودها، عدم تخصیص بوجه کافی برای تأمین داروهای مورد نیاز کشور، عدم پرداخت به موقع بودجه تخصیص یافته به دلیل عدم همکاری و هماهنگی کامل بین وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی،

اعضای گروه علوم دارویی فرهنگستان علوم پزشکی عدم دسترسی زنجیره تأمین داروها به منابع و تسهیلات بانکی، عدم پشتیبانی وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی از حوزه دارو، عدم توجه کافی مسئولان کشور به مکاتبات و پیشنهادهای متعدد گروه علوم دارویی فرهنگستان و گزارشات کمیسیون بهداشت و درمان مجلس برای بهبود وضعیت دارویی کشور را از جمله چالش‌های این حوزه برشمردند.



محدودیت جدی بوده و نزدیک به ۶۵ قلم در شرایط کمبود حاد قرار دارند. وضعیت ذخایر استراتژیک برخی از اقلام دارویی نیز مناسب نبوده به گونه‌ای که اکنون موجودی مواد اولیه برای ۵۳ قلم دارو و موجودی نهایی تعداد ۶۸ قلم از داروهای ساخته شده کمتر از یک ماه است. هرچند طی سالیان اخیر اقداماتی مناسب به‌ویژه در شرکت‌های دانش‌بنیان برای تولید محصولات دارویی مورد نیاز کشور به ویژه داروهای سرطانی صورت گرفته، اما کمبودهای دارویی کشور قابل کتمان نیست. گروه علوم دارویی فرهنگستان علوم

بحث کمبودهای دارویی همیشه یکی از مباحث مهم و پرتکرار در حوزه سلامت کشور بوده است و البته دغدغه بسیاری از دغدغه‌مندان

باری، به نظر می‌رسد دلایل کمبودهای دارویی روشن است و نیاز به عزمی جدی برای حل مشکلات وجود دارد. حل این مشکل باید در اولویت مسئولان و دست‌اندرکاران نظام سلامت کشور قرار گیرد چرا که این موضوع مشکلی فراگیر است و کمتر فردی است که خود یا اطرافیانش درگیر این موضوع نشده باشند و چه ناراحت‌کننده وقتی که فردی درگیر بیماری است، دغدغه تأمین دارو به دردهای بیماری افزون شود. امید است که هر فرد دغدغه‌مندی در حوزه متبوع خود قدم‌هایی بلند برای حل این معضل بردارد.

سازمان برنامه‌بودجه، بانک مرکزی و سازمان‌های بیمه‌گر و در نتیجه کمبود شدید نقدینگی زنجیره تأمین داروها (صنایع تولید و پخش داروها و داروخانه‌ها) به دلیل عدم دریافت به موقع مطالبات است.



نشانه‌ها و معنا در سازمان غذا و داروی کشور!

نقدها را بود آیا که عیاری گیرند



ژانت سلیمانی
عضو هیئت مدیره انجمن داروسازان
اهواز و حومه

سیاست‌گذاری‌هایی که در سازمان غذا و دارو در طول دولت سیزدهم صورت گرفت به‌ویژه در زمان تصدی و مدیریت آقای سیدحیدر محمدی را می‌توان دوره‌ای خاص نامید. حداقل ما در سه شاخه و به‌قسمی که معروض می‌شود، خلاصه به این خاص بودن، می‌پردازیم.

داروسازی کشور را مضطرب و نگران کرد. آن سخن‌گو گفته بود: اگر قرار است دارو درب منزل بیماران جانباز و خانواده شهدا اجرا بشود، پس چرا برای بقیه مردم این اتفاق نیفتد؟! و همان مجوز دادن آبی و بدون مطالعه، و در ظاهر دلسوزانه، دستاویز و بهانه‌ای شد برای زمین بازی بزرگ‌تر! و فرسایش روان و روان داروسازان کشور! پلتفرم‌ها با سرعت نور، برای عرضه اینترنتی دارو وارد شدند و اشتباه، رخ پنهان خود را باز نمود. خود آقای سیدحیدر محمدی با این مجوز علنا ارتباط چهره به چهره بیمار با داروساز را نادیده گرفت و...

ارزشمند نظام دارویی کشور نبود و نیست.

۲. پلتفرم‌ها:

اولین بار با امضای آقای سیدحیدر محمدی بود که به بیمه دی مجوز داده شد تا دارو درب منازل بیماران جانباز و خانواده‌ی محترم شهدا تحویل داده بشود! که این مجوز راه را باز کرد تا داستان پر پیچ و خم پلتفرم‌ها جامعیت عمل به خود بگیرد، و همان‌طور که سخن‌گوی کمیسیون اصل ۹۰ مجلس گفت؛ صورت‌بندی آن به‌شکلی نامتعین توسعه یابد! (این توسعه ارزش‌آفرین نبود و تقریباً قاطبه جامعه

۱. ابلاغ آئین‌نامه جدید داروخانه‌ها:

بر ضرورت این که آئین‌نامه باید تغییر کند، شکی نیست؛ ولی این که آئین‌نامه چگونه و به چه شکلی تغییر یابد، مهم است. با وجود تمام مخالفت‌های کارشناسان نخبه داروسازی این آئین‌نامه ابلاغ شد و ما هم شاهد بودیم که چه مشکلاتی ایجاد کرد، مناطق کم‌برخوردار "تهی" شدند، اما مناطق بالای شهر در کلان‌شهرها پر از داروخانه‌های رنگ به‌رنگ! و نظام سطح‌بندی رعایت نشد، و یکی از مشکلاتی که در نتیجه اجرای این آئین‌نامه ایجاد گردید، مشارکت داروساز جوان با پراتیک سرمایه‌دار بود؛ و این زمینده شمایل

۳. طرح دارویار:

اکثر کارشناسان به این موضوع اذعان داشتند که دارو از سبب ارزش ترجیحی باید خارج بشود، و دارو نیز سرانجام از سبب ارزش ترجیحی خارج گردید، ولی این تعسیر ارزش چگونه صورت گرفت؟

این گونه بود که در سال اول، مابه‌التفاوت ارزش را سازمان برنامه‌بودجه از طریق بیمه‌ها به داروخانه‌ها پرداخت می‌کرد و سال دوم، سازمان هدفمندی یارانه‌ها از طریق بیمه‌ها به داروخانه‌ها پرداخت را صورت می‌داد. حالیا که داروخانه‌ها با هیچ کدام از این دو سازمان، یعنی برنامه‌بودجه و هدفمندی یارانه‌ها، اساساً قراردادی نداشتند!

شکل اجرای صحیح این بود که این مابه‌التفاوت ارزش، یعنی حذف ارزش ترجیحی صورت می‌گرفت، ولی محاسبه مابه‌التفاوت ناشی از تعسیر ارزش به بیمه‌ها داده می‌شد که بیمه‌ها نیز قوی‌تر شوند و هم پاسخ‌گوی

داروخانه‌ها با این حجم از بحران

نقدینگی مواجه بوده باشند!

طرحی که قرار بود این بحران را بهبود بخشد، ناگهان بدل به پاشنه‌ی آشیل آن شد و بحران را از سطح تامین به آخرین سطح؛ یعنی عرضه (داروخانه‌ها) که با بیمار دردمند تماس مستقیم دارد؛ منتقل کرد!

*

اتفاق بدتر دقیقاً با همین سازوکار (و اشتباه) در خصوص شیر خشک اتفاق افتاد! یعنی دقیقاً همین طرح دارویار را با همین سازه فکری در یک زمین دیگر اجرا کردند! به جای این که ببینند این مابه‌التفاوتی را که با توجه به تغییراتی که در نرخ ارزش در بودجه بوده به ۵ شرکت تولیدکننده شیر خشک یا به سرپرست خانوارها که می‌توانستند این مابه‌التفاوت را از طریق سازمان هدفمندی یارانه‌ها دریافت کنند، بدهند؛ به داروخانه‌ها واگذار

مسئول فقط با صدور دستورالعمل که نمی‌تواند مشکلات را از پیش پای مردم بردارد، او باید همه جوانب را در نظر بگیرد و وقتی شما و حوزه‌استحفاظی مدیریت‌تان، بدل به تیتیر یک رسانه‌ها می‌شوید، یعنی کارتان و دستورات‌تان نقائصی داشته است و...

*

راستی! چگونه است که این سیاست‌هایی که چالش ایجاد می‌کند، بلافاصله و بدون مذاقه و مشورت و همفکری، فوراً اجرا می‌شود و اصرارهای زیاد هم بر اجرایشان است، ولی سند جامع خدمات سلامت در داروخانه‌ها که شهریور ماه سال ۱۳۹۸ توسط وزیر وقت بهداشت، دکتر نمکی ابلاغ شد، معطل و روی زمین مانده است؟! اجرای آن سند باعث می‌شد لاقلاً چهره داروخانه‌ها مطابق کشورهای پیشرفته از "فروش محور" به "خدمات محور" تغییر پیدا بکند و جایگاه داروساز هم در جامعه و



سیاست‌هایی که چالش ایجاد می‌کند، بلافاصله و بدون مذاقه و مشورت و همفکری، فوراً اجرا می‌شود و اصرارهای زیاد هم بر اجرایشان است، ولی سند جامع خدمات سلامت در داروخانه‌ها که شهریور ماه سال ۱۳۹۸ توسط وزیر وقت بهداشت، دکتر نمکی ابلاغ شد، معطل و روی زمین مانده است!؟

مطالبات داروخانه‌ها باقی بمانند. الان بیمه‌ها در قبال سهم ارزش ترجیحی؛ که با افزایش قیمت دارو، تقریباً ثابت مانده؛ هیچ مسئولیتی ندارند و نمی‌پذیرند و این مهم باعث شده که بحران نقدینگی هم در سطح تامین، توزیع و عرضه ایجاد بشود! شما چه زمانی را در طول تاریخ داروسازی ایران به خاطر دارید که

کردند و این باعث شد که عدم پرداخت سهم ارزش به داروخانه‌ها، اکنون بدل به یک بحران تازه شود؛ بحران کمبود شیرخشک! و مشکلاتی که از پی کمبودها برای مردم و نوزادان ایجاد شده است.

خب! به‌علت بحرانی شدن مطالبات داروخانه‌ها، موسسان نمی‌توانند و تمایلی هم ندارند تا شیر خشک بخرند. می‌بینید؟! یک

حوزه سلامت ارتقا پیدا بکند. می‌بینید؟! چنین سندهایی مسکوت می‌ماند و انگار نه انگار که چنین پروژه‌هایی هم تهیه و ابلاغ شده است، آن وقت طرح‌هایی با فوریت، نوشته و سریعاً اجرا می‌شود و شده است که در این سال‌ها وزارت بهداشت و حوزه سلامت را در چالش‌های ذهنی ناتمام مستقر کرده است. آیا ما می‌توانیم پیرسیم چرا؟

شش پرده از یک درام صادرات دارو یا زیبای خفته؟!



دکتر اشکان احسانی
داروساز

مبلغ کل صادرات دارویی ما قریب به ۱۰۰ میلیون دلار شده است! و این میزان، حداقل در ده سال گذشته در همین حدود تاب خورده است یعنی از ۶۰ و ۷۰ میلیون دلار تا نهایتاً ۱۲۰ و ۱۳۰ میلیون دلار (در نوسان) که رقمی مطلوب و مورد نظر قوانین بالادستی نبوده و نیست. در گذشته یکی از اهداف برای صادرات محصولات سلامت محور، رسیدن به ارزش یک سوم ارز مورد نیاز واردات محصولات سلامت محور بوده و به تازگی در برنامه هفتم توسعه کشور، ماده ۷۲ به طور شفاف ذکر کرده است که صادرات دارو و تجهیزات پزشکی باید به ۲ میلیارد دلار برسد! حال فارغ از اینکه با توجه به شرایط موجود و زیرساخت‌ها آیا امکان رسیدن به این هدف عالی و مهم در دسترس هست یا خیر؛ به کنار! نگارنده قصد دارد توجه عزیزان و علاقه‌مندان را به موارد ذیل برای رسیدن به جایگاه واقعی صادرات در حوزه دارو جلب نماید.

بلکه در اسناد حاکمیت، همیشه تولید دانش‌بنیان و صادرات غیر نفتی به عنوان دو شاخصه مهم پیشرفت و توسعه مورد تاکید قرار گرفته است. با این همه، حمایت‌ها و ارزش‌گذاری‌ها، صادرات محصولات High Tech منجمله صادرات دارو، هنوز با آنچه که مطلوب و زینده کشور است، فاصله‌ای بسیار بعید دارد. در ۷ ماهه سال ۱۴۰۲ نسبت صادرات محصولات High Tech به کل صادرات غیر نفتی ما، فقط یک‌دهم درصد بوده است، این در حالی است که در ترکیه نسبت صادرات محصولات High Tech به صادرات محصولات با سطح فناوری پایین به حدود ۱۰ درصد رسیده است. در صادرات دارو هم با همه مناقشاتی که برای به حساب آوردن ارسال پلاسما به کشورهای اروپایی برای واردات فرآورده‌های کنونی به وجود آمده، باز هم با احتساب این مورد مناقشه برانگیز به عنوان صادرات دارویی، شوربختانه

طبق تعریف سازمان توسعه و همکاری اقتصادی و سایر سازمان‌های بین‌المللی، دارو و به‌ویژه داروهای نانو تکنولوژی و بیوتکنولوژی جزئی از محصولات High Tech به حساب می‌آیند. در همه دنیا منجمله ایران، این گروه محصولات با توجه به ارزش بالای اقتصادی و حجم کمی که برای نقل و انتقال دارند اولوی مهم برای توسعه اقتصادی و تجاری کشورها محسوب می‌شوند. از طرف دیگر صادرات و به‌ویژه صادرات محصولات High Tech یکی از مهم‌ترین اهدافی است که همه دولت‌ها برای به دست آوردن بازارهای بین‌المللی و رو به رشد دنیای امروز برای آن رقابت می‌کنند. صادرات، نه تنها عاملی مهم برای کسب درآمد است، که به‌غیر از سود اقتصادی می‌تواند برای تقویت روابط سیاسی اجتماعی و تثبیت امنیت ملی نقشی بزرگ را ایفا کند. در کشور ما هم، این مهم نه تنها در قوانین بالادستی مورد توجه واقع شده،

صادرات در کشور ما توجه ویژه به صادرات خدمات دارویی است. اکنون در دنیا دو حوزه صنعت تولید قراردادی و صنعت Clinical Trial فضایی مناسب را برای کشورهای که زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری لازم را داشته باشند، فراهم می‌نماید.

در حال حاضر ظرفیت تولیدی کارخانجات دارویی ما حداقل ۲ تا ۳ برابر نیازهای دارویی کشور است و ظرفیت خالی مناسبی برای گسترش صنعت تولید قراردادی بین‌المللی و منطقه‌ای را داراست.

۵- الان بسیاری از کشورهای همسایه منجمه عراق زیرساخت‌های تولیدی ما را ندارند و اکنون در حال ساخت‌وسازهای فراوان و پرهزینه برای تاسیس کارخانجات دارویی و سلامت‌محور هستند و اینک بسیاری از نیازهای خود را با تولید قراردادی و واردات از کشورهای همسایه و منطقه، مرتفع می‌کنند و در این احوالات، فقط سهمی ناچیز از صادرات محصولات دارویی ساخته شده به ایران تعلق می‌گیرد.

۶- در انتها لازم می‌دانم این نکته را یادآور شوم که این مهم در کشور، زمانی می‌تواند اجرایی شود که اولویت همه دستگاه‌ها منجمه دولت، سند یکاها و شرکت‌ها همسو و هم‌جهت با تولید صادرات‌محور باشد و حقیقتاً تولید درون‌زا و برون‌نگر که در برنامه ۲۰ ساله توسعه کشور بیان شده، در اولویت قرار گیرد.

همه اینها با تلاش همه ذی‌نفعان قطعاً شدنی است به شرط آن‌که استراتژی اقتصادی ما اولویت صادرات‌محوری خود را به دغدغه جایگزینی واردات که در جای خود بسیار مهم است، تحمیل کند و آن آرزوی همیشگی اداره امور جاریه کشور آن‌هم بدون پول چاه‌های نفت (سرانجام) تحقق یابد.

موجب گسترش روابط دوجانبه گردند. یک نمونه بسیار قوی و موثر از این ارتباط‌های دوجانبه توافق کشور آمریکا و هند برای توسعه صادرات دارویی هند است که با دو رویکرد صادرات محصولات تولید داخل هند برای حضور در بازار آمریکا و همچنین حضور آمریکا به صورت مستقیم که شامل صدور مجوز برای واحدهای تولیدی تحت لیسانس و تاسیس کارخانه‌های بزرگ دارویی آمریکا در هند است، پیگیری می‌شود. آن‌ها مترصدند تا بتوانند نیازهای داخلی کشور هند را مهیا، و با صادرات مجدد منافع اقتصادی مشترک را تامین نمایند و از طرف دیگر ارائه خدمات Clinical Trial

۱- یکی از موارد مهم برای توسعه صادرات، مشخص کردن اهداف صادراتی و ایجاد ارتباط با کشورهای هدف و تامین نیازهای مورد علاقه آنان خواهد بود. که خوشبختانه اهداف صادراتی ما در حوزه دارو، کشورهای همسایه و کشورهای در حال توسعه هستند که این منطبق با اهداف صادراتی کل کشور بوده و مورد توجه و حمایت سیاست‌گذاران کلان کشور نیز هست.

۲- با توجه به این مهم در سیستم صادرات دارویی کشور، حضور ایران در پیمان‌های شانگهای و بریکس که پیمان‌هایی قوی در حوزه اقتصادی و سیاسی برای کشورهای در حال توسعه خارج از بلوک غرب به حساب می‌آیند، باید بتوان از فرصت به دست آمده استفاده کرده و با مذاکرات و پیگیری‌های فنی و دیپلماتیک با کشورهای عضو، بتوان راه را برای ایجاد بسترهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مناسب با توجه به مزیت‌های رقابتی مهیا کرده و زمینه توسعه صادرات محصولات و خدمات دارویی را فراهم نمود.

۳- بدون شک یکی از موارد مهم برای صادرات دارو کسب مدارک مورد تایید بین‌المللی برای تایید کیفیت محصولات و کارخانه‌های تولید دارو و مواد اولیه دارویی است که باید هر چه زودتر با توجه به ارتباط‌های بین‌المللی ایجاد شده و همچنین تجربیات گذشته، بتوانیم با اعتمادسازی، یک استاندارد معین برای مشتریان بین‌المللی محصولات خود فراهم نماییم.

در تمامی کشورهای پیشرفته در حوزه صادرات دارویی همانند آلمان، سوئیس، چین و هند علاوه بر حضور در پیمان‌های بین‌المللی و منطقه‌ای، مذاکراتی موثر با کشورهای مهم هدف به صورت دوجانبه صورت می‌پذیرد تا بتوانند با ایجاد محرک‌ها و راهکارهای تعرفه‌ای و غیر تعرفه‌ای

باید بتوان از فرصت به دست آمده استفاده کرده و با مذاکرات و پیگیری‌های فنی و دیپلماتیک با کشورهای عضو، بتوان راه را برای ایجاد بسترهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مناسب با توجه به مزیت‌های رقابتی مهیا کرده و زمینه توسعه صادرات دارویی را فراهم نمود

برای شرکت‌های بزرگ بین‌المللی در هندوستان که می‌تواند با توجه به داشتن نیروی انسانی مجرب و هزینه‌های بسیار مناسب فرصتی ایده‌آل را برای دو طرف ایجاد کند.

۴- حال با توجه به تمامی این تجربیات در سطح بین‌الملل ما هم باید بتوانیم با ایجاد بستر مناسب برای کمک به تقویت صادرات دارو، تمامی تلاش خود را انجام دهیم. یکی از مهم‌ترین موضوعات برای گسترش توسعه



محمد دانشخواه
فعال در صنعت دارو

ارزهای دیجیتال حوزه سلامت

صنعت مراقبت‌های بهداشتی استفاده شوند. توجه به این نکته مهم است که عملکردها و کاربردهای خاص Health Tokens بسته به طراحی پروژه یا پلتفرمی ویژه که با آنها مرتبط است، می‌تواند بسیار متفاوت باشد. توکن‌های سلامت می‌توانند تعدادی از مزایای بالقوه را ارائه دهند. به عنوان مثال، آنها می‌توانند با پاداش دادن به کاربران با توکن‌هایی که دارای ارزش واقعی هستند، رفتارهای سالم را تشویق کنند. این به طور بالقوه می‌تواند منجر به بهبود نتایج سلامت برای افراد و جوامع شود. علاوه بر این، توکن‌های سلامت می‌توانند تراکنش‌ها و تعاملات در صنعت مراقبت‌های بهداشتی را تسهیل کنند و به طور بالقوه آن را کارآمدتر و شفاف‌تر کنند. برای مثال، می‌توان از آنها برای ساده‌سازی فرآیند پرداخت برای خدمات مراقبت‌های بهداشتی یا برای ردیابی ایمن و شفاف حرکت تجهیزات پزشکی استفاده کرد. علاوه بر این، توکن‌های سلامت می‌توانند راهی برای مشارکت افراد و بهره‌مندی از رشد بخش مراقبت‌های بهداشتی مبتنی بر بلاکچین فراهم کنند. آینده توکن‌های سلامت تا حدی زیاد به

به‌عنوان انقلاب دوم بعد از اینترنت به جهان معرفی کرد. ارائه ارزها و توکن‌های بیشتر بر روی شبکه بلاکچین، گستره‌ی بهره‌گیری این سیستم را در زندگی بشر امروز بیشتر کرده است، ورود شبکه بلاکچین به حوزه‌های مالی، بیمه، هنر و فهرستی بلند و بالا از حوزه‌ها و زمینه‌ها، مسیری تازه از ذخیره و استفاده از دیتا را فراهم کرده است. در این میان حوزه سلامت هم از این قاعده مستثنا نیست. اینک ارائه ارزها و توکن‌هایی که توسعه‌دهندگان آنها نقشی مهم در حفظ، توسعه و بقای شاخص‌های سلامت را در دنیا ایفا می‌کنند، در حال افزایش است.

توکن‌های سلامت چیستند؟

توکن‌های سلامت، نوعی دارایی دیجیتال هستند که معمولاً با پروژه‌های مبتنی بر بلاکچین در بخش مراقبت‌های بهداشتی مرتبط هستند. این توکن‌ها می‌توانند طیفی وسیع از ارزش‌ها و کاربردها را در اکوسیستم مربوطه خود نشان دهند. به عنوان مثال، آنها ممکن است برای دسترسی به خدمات خاص، پاداش دادن به کاربران برای رفتارهای سالم، یا تسهیل تراکنش بین طرف‌های مختلف در

سال ۱۹۹۱ توسط دو ریاضی‌دان آمریکایی (استوارت هابر و دبلیو اسکات استورتا) ایده‌ای به جهان معرفی شد که روشی نوین در ثبت و ضبط اطلاعات با امنیت بالا را میسر می‌نمود.

هابر و اسکات اعلام کردند می‌توان هر نوع اطلاعاتی را در محفظه‌ای به نام بلاک با ثبت زمان مشخص قرار داد و پس از آن با مفهومی دیگر به نام هشینگ تعدادی زیاد بلاک را به هم متصل کرد و این یعنی داشتن امکان ذخیره بی‌نهایت دیتا با زمان مشخص و غیر قابل نفوذ، به زبان ساده‌تر ما با مجموعه‌ای از اطلاعات که در هر بلاک ذخیره شده‌اند و به صورت زنجیروار به هم متصل هستند و دارای امنیت بالا که امکان دستکاری آنها به دلیل رمزنگاری شدن بلاک‌ها عملاً غیر ممکن است، روبه‌رو هستیم.

به این ترتیب مفهوم شبکه بلاکچین شکل می‌گیرد، اولین کارکرد این سیستم جدید ارایه ارز دیجیتالی به نام "بیت‌کوین" بود که در سال ۲۰۰۸ توسط شخص یا تیمی به نام ساتوشی ناکاموتو ارائه شد.

بستر امن و غیرقابل دستکاری بلاکچین آن‌را به عنوان یک نوآوری ساختارشکن و اساساً

آلن و وکیون خود دارای لیسانس علوم از موسسه علوم و فناوری پیشرفته کره، کارشناسی ارشد در علوم کامپیوتر از دانشگاه کلمبیا (نیویورک) و کارشناسی ارشد دندانپزشکی از دانشگاه کیونگ هی (گروه دندانپزشکی) است. خوی یک مهندس نرم افزار پیشرو در سامسونگ الکترونیک است که در آن عمیقاً در فرآیند توسعه نرم افزار Galaxy S مشارکت داشت.

*

اهداف اصلی MediBloc شامل ایجاد یک پلتفرم داده سلامت بیمار محور، توانمندسازی داده‌ها و تشویق کاربران به حفظ سبک زندگی سالم است. هدف این پروژه ایجاد انقلابی در بخش مراقبت‌های بهداشتی با تبدیل شدن به یک پایگاه داده یکپارچه در زمان واقعی بیماران است. پلتفرم غیرمتمرکز بیماران، ارائه‌دهندگان مراقبت‌های بهداشتی و محققان پزشکی را گرد هم می‌آورد. بیمار مالک نهایی داده‌های سلامتی، سوابق، سابقه درمان و موارد دیگر است.

از دست دادن داده‌ها با پشتیبان‌گیری جلوگیری می‌شود و فقط موسسات پزشکی معتبر و شرکت‌های وابسته به مراقبت‌های بهداشتی قابل اعتماد مجاز به ایجاد تغییرات هستند. علاوه بر این، سیستم بلاکچین سطحی بالاتر از امنیت شبکه را فراهم می‌کند و خطراتی مانند تقلب و هک داده‌ها را به حداقل می‌رساند؛ و طبق این پروتکل، درمان ساده، مراقبت‌های پزشکی کارآمد و دقت بیشتر تشخیص‌ها را تضمین می‌کند. این پلتفرم یک سیستم انگیزشی عینی ارائه می‌کند که در آن به همه مشارکت‌کنندگان (صاحبان داده‌ها) در توکن‌های MED پاداش داده می‌شود.

MED یک توکن ایزار بومی پلتفرم MediBloc است. برای پرداخت‌های ذخیره‌سازی، پرداخت‌های بیمه و تراکنش‌ها لازم است. MED همچنین برای پاداش دادن به کاربرانی که در رشد اکوسیستم MediBloc نقش داشته‌اند، استفاده می‌شود.

در MediBloc (MED) برای خرید است: Bithumb، Bittrex، Gate، Osmosis، Upbit، Korbit، io.

این پلتفرم سه دسته از حساب‌ها ارائه می‌دهد: برای کاربران عمومی (بیماران)، ارائه‌دهندگان مراقبت‌های بهداشتی (پزشکان و موسسات پزشکی) و دانشمندان داده، دو دسته آخر نیاز به اثبات اعتبار آن‌ها دارند. این پروژه با هدف بهبود کیفیت خدمات و زیرساخت‌های پزشکی با بهینه‌سازی فرآیندهای ذخیره‌سازی اطلاعات و دادن حق حاکمیت کاربران بر داده‌های خود انجام می‌شود.

MediBloc در سال ۲۰۱۷ توسط تیمی از پزشکان واجد شرایط و با همکاری کارآفرینان با تجربه و توسعه‌دهندگان با استعداد راه‌اندازی شد. دکتر آلن و وکیون خوی و دکتر یونسولی از بنیان‌گذاران این شرکت کره جنوبی هستند. آن‌ها متخصصان مراقبت‌های بهداشتی با تجربه و دستاوردهای متعدد در پزشکی و همچنین مهندس نرم افزار هم هستند.



توکن‌های سلامت، نوعی دارایی دیجیتال هستند که معمولاً با پروژه‌های مبتنی بر بلاکچین در بخش مراقبت‌های بهداشتی مرتبط هستند. این توکن‌ها می‌توانند طیفی وسیع از ارزش‌ها و کاربردها را در اکوسیستم مربوطه خود نشان دهند

توسعه کلی و پذیرش فناوری بلاکچین در بخش مراقبت‌های بهداشتی بستگی دارد. اگر راه‌حل‌های مبتنی بر بلاکچین به‌طور گسترده در این صنعت مورد استفاده قرار گیرند، احتمالاً استفاده و ارزش توکن‌های سلامت نیز افزایش خواهد یافت. پیشرفت‌های بالقوه آینده می‌تواند شامل سیستم‌های پاداش پیچیده‌تر برای رفتارهای سالم، تراکنش‌های مراقبت‌های بهداشتی کارآمدتر و شفاف‌تر، و افزایش فرصت‌ها برای مشارکت افراد و بهره‌مندی از رشد بخش مراقبت‌های بهداشتی باشد. با این حال، توجه به این نکته نیز مهم است که آینده توکن‌های سلامت تضمین نشده است و عواملی زیاد وجود دارد که می‌تواند بر توسعه و پذیرش آن‌ها اثر بگذارد. ارزش‌های MED، GALEON، FITFI، GRND، در واقع پروژه‌هایی است که بر اساس شبکه بلاکچین در حال انجام است مجموعه ارزش‌های موجود دارای ارزش بازار معادل ۱۷۰ میلیون دلار است که این ارزش‌ها نیز در صرافی‌های معتبر خارجی، دارای ارزش بازار مخصوص به خود هستند و با قیمت تعیین شده در حال معامله شدن هستند و همه مردم دنیا می‌توانند با مراجعه به صرافی‌های مورد نظر اقدام به خرید و یا فروش آن‌ها کنند.

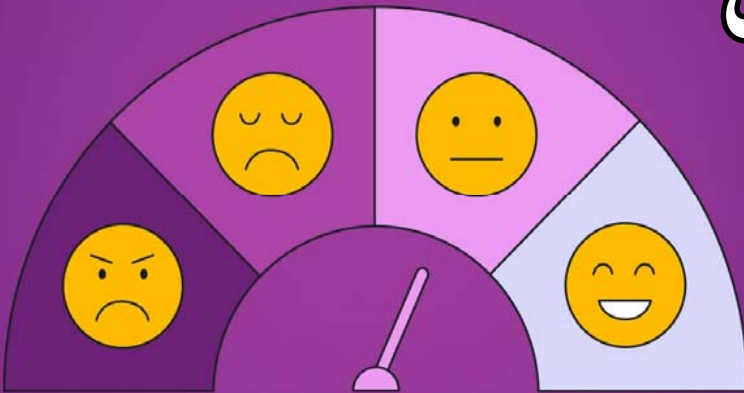
بررسی ارز (MED) MediBloc

این ارز اکنون دارای بالاترین ارزش بازار حوزه سلامت است که معادل ۹۱ میلیون دلار و قیمت ۰،۰۰۱ دلار است.

MediBloc (MED) یک پروتکل بلاکچین غیرمتمرکز در کره جنوبی برای صنعت مراقبت‌های بهداشتی است که از طریق آن موسسات پزشکی می‌توانند به‌طور ایمن داده‌ها را انتقال، جمع‌آوری، ذخیره و مدیریت کنند. با MediBloc، پزشکان می‌توانند به اطلاعات بیمار، سابقه پزشکی، داروهای تجویز شده، مسائل بیمه و موارد دیگر دسترسی یابند. MediBloc با اجازه دادن به همه افراد درگیر برای ردیابی و ثبت شرایط پزشکی، قرار ملاقات‌ها، معاینات، درمان‌ها و موارد دیگر، داده‌های پزشکی را در دسترس‌تر می‌کند.



تحلیل احساسات در نظرات مشتریان صنعت داروسازی



سیدشایان طباطبائی
کارشناس ارشد تجارت الکترونیک

صنعت داروسازی به‌عنوان یکی از صنایع مهم و حساس کشور شناخته می‌شود که به جهت بازاریابی حرفه‌ای و شناخت بازار همانند صنایع به‌روز دیگر در جهان نیازمند هوشمندسازی و تحلیل است. از این رو با توجه به تکنیک‌های هوش مصنوعی مانند دیتا مایننگ (Data Mining) و با تمرکز بر روی تحلیل احساسات بر آن شدم تا با تحلیل بیش از ۲۱۰ هزار داده سایت معتبر Drug.com به تحلیل خروجی نظرات مشتریان در صنعت داروسازی بپردازم.

مختلف به دو شبکه عمیق بازگشتی BiLSTM و شبکه کانولوشن ارائه شده است و ویژگی‌های استخراج شده از دو شبکه با یکدیگر پیوست شده و در نهایت با استفاده از یک لایه تمام متصل و یک لایه طبقه‌بندی نظرات بیماران در خصوص داروها دسته‌بندی شده است. این روش در بهترین حالت توانسته است به معیار $F = 82,37\%$ دست یابد.

۳. یکی از مراحل که در موفقیت سیستم‌های تحلیل احساس بسیار موثر است مرحله پیش‌پردازش و تبدیل متن به ماتریسی از اعداد است.

شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان مهم‌ترین عضو دنیای مجازی، منبعی عظیم از داده‌های غیر ساخت‌یافته (بدون ساختار) و دانش پنهان هستند. نتایج کاربردی حاصل از تحلیل و بررسی احساسات پنهان در متون غیر ساختار یافته کاربران، باعث توجه بیش از

۱. امروزه تجزیه و تحلیل احساسات تبدیل به ابزاری قدرتمند برای مشاغل، دولت‌ها و محققان برای استخراج و تجزیه و تحلیل دیدگاه‌های عمومی، و حصول بینش تجاری و تصمیم‌گیری‌های بهتر شده است. اغلب روش‌هایی که در این حوزه تاکنون معرفی شده‌اند، مبتنی بر روش‌های یادگیری الکترونیکی و یادگیری عمیق در شبکه‌های اجتماعی توئیتر و فیس‌بوک و سایر شبکه‌های اجتماعی هستند.

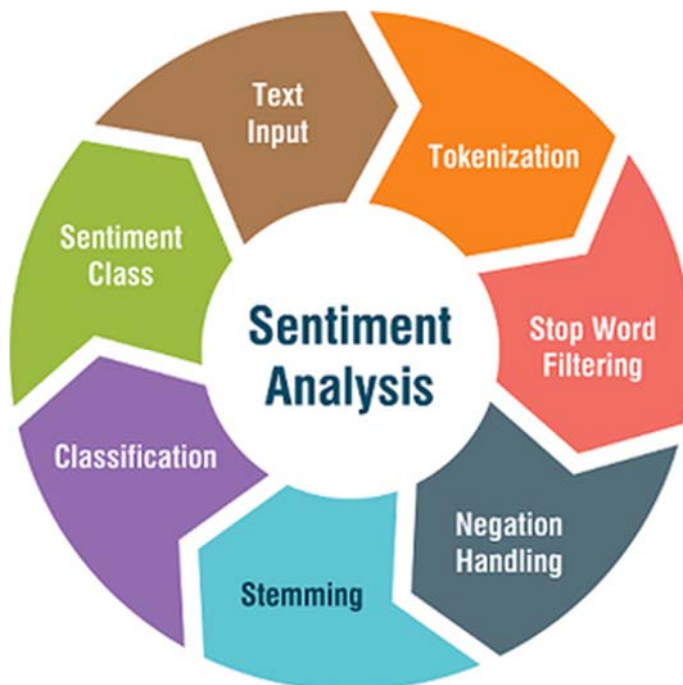
۲. اتفاقاً در زمینه و در حوزه دارو هم مطالعاتی محدود انجام شده است؛ از جمله آخرین پژوهش‌هایی که کاربرد تحلیل احساس رادر صنعت دارو بررسی کرده، روش کلن رویز و همکاران او در سال ۲۰۲۰ است. در این روش نظرات بیماران در تحلیل احساسات در نظرات مشتریان صنعت داروسازی با استفاده از یادگیری عمیق در خصوص داروهای

با افزایش روزانه کاربران شبکه‌های اجتماعی، ثبت نظرات آن‌ها در خصوص انواع خدمات و محصولات افزایش یافته است. این نظرات را می‌توان به‌عنوان منبعی از اطلاعات پنهان در نظر گرفت، که تحلیل و استخراج دانش از آن‌ها در مسیر بهبود کیفیت محصولات و خدمات مورد استفاده کارآ خواهد بود.

فواید متعدد حاصل از تحلیل نظرات کاربران و پرهیز از تحلیل دستی و سنتی از آن‌ها، باعث شده تکنیک‌های تحلیل احساسات، بیش از پیش مورد توجه محققان و تحلیل‌گران قرار گیرد. نظرات کاربران تأثیری مستقیم بر بهبود کیفیت محصولات، خدمات، بازاریابی، ترجیحات سیاسی و رویدادهای اجتماعی دارد. برای مثال، تحلیل نظرات کاربران شبکه اجتماعی توئیتر در پیش‌بینی محبوبیت موارد سیاسی موثر بوده است (مانند توئیتهای ایلان ماسک و سیاسیون).

حوزه داروسازی، ترکیب دو شبکه عصبی عمیق کانولوشنی و شبکه عصبی بازگشتی GRU در یک معماری واحد، انجام شده است. ترکیب مناسب لایه‌های دو شبکه فوق در یک معماری عمیق و همچنین استفاده از شبکه تعبیه کلمات پیش آموزش دیده FastText باعث شده معماری پیشنهادی در مقایسه با معماری‌های ترکیبی دیگر به نتایجی موفق‌تر دست یابد.

نتایج تجربی معماری عمیق ترکیبی پیشنهادی بر روی داده‌های Drug reviews نشان می‌دهد که مدل پیشنهادی توانسته به صحت ۹۰٫۷٪ دست یابد که در مقایسه با روش‌های پیشین در حدود ۲٫۲ درصد صحت تحلیل احساس را در صنعت دارو بهبود بخشیده است. این موضوع بدان معناست که با استفاده از تحلیل احساسات مشتریان که در قسمت نظرات مشتریان وبسایت‌های دارویی درج شده، می‌توان به اطلاعاتی صحیح از نظرات تعداد زیادی کاربر صنعت دست یافت که با تحلیل احساس به وسیله ماشین به دست آمده‌اند.




به صورت انفرادی و یا ترکیبی هستند و در بسیاری از روش‌ها دو شبکه عمیق به صورت مجزا ترکیب شده‌اند و البته نتایجی موفق هم ارائه ندادند. این مطلب در راستای تحلیل احساس در

پیش سازمان‌های مالی و تجاری مختلف به این حوزه شده است. این مسئله موجب معرفی حوزه تحلیل احساس مبتنی بر تکنیک‌های یادگیری شده و مطالعات مبتنی بر شبکه‌های عصبی عمیق

Reduction of IOP in patients with open-angle glaucoma or ocular hypertension.
Store at 2-8 °C, Protect from freezing



Antiglaucoma Single Use Sterile Eye Drops



Sina Darou
57th Blvd., 15th Km., Karaj Mahkoods Rd., Tehran / Iran
Tel: (+98 21) 44 19 45 21 - 23 Fax: (+98 21) 44 19 46 03
Sales Office: (+98 21) 44 19 82 30 - 31
Email: info@sinaidarou.com
www.sinaidarou.com

Glucoprost 0.01%
Bimatoprost

Antiglaucoma Preservative Free Long-Term Control

مِرک؛ داروسازی با قدمت



دکتر حبیب‌الله افشنگ



تاریخچه و تاسیس:

مِرک، قدیمی‌ترین شرکت داروسازی و شیمیایی جهان است. این شرکت توسط فردریش ژاکوب مِرک، داروساز، که داروخانه‌ای به نام "داروخانه فرشته" در دارمشتات آلمان (به سال ۱۶۶۸) خریداری کرده بود، تاسیس شد. طی دو قرن بعدی، این شرکت تحت رهبری نسل‌های متوالی خانواده مِرک تکامل یافت و از یک داروخانه به یک تولیدکننده مواد شیمیایی و دارویی تبدیل شد.

در سال ۱۸۱۶، امانوئل مِرک، از نوادگان بنیانگذار اصلی، داروخانه را به‌دست گرفت و شروع به جداسازی و مشخص کردن آلکالوئیدهای مختلف کرد. او تولید تجاری این مواد را در سال ۱۸۲۷ آغاز کرد که شامل مورفین، کدئین و کوکائین بود. در زمان مرگ او در سال ۱۸۵۵، محصولات ساخته شده توسط شرکت او، معروف به E. Merck AG، در سراسر جهان مورد استفاده قرار گرفت. در سال ۱۸۸۷، امانوئل مِرک نماینده‌ای

جدید، از جمله اولین واکسن سرخک در سال ۱۹۶۳ و واکسن گارداسیل HPV ادامه داد.

عصر مدرن

امروزه مِرک یک شرکت داروسازی جهانی است که در بیش از ۱۴۰ کشور فعالیت دارد. این شرکت به سه خط تجاری تقسیم می‌شود: مراقبت‌های بهداشتی، علوم زندگی و الکترونیک. مِرک در اروپا، آفریقا، آسیا، اقیانوسیه و قاره آمریکا با دارا بودن حدود ۶۲۰۰۰ نیروی کار متنوع با مراکز تحقیق و توسعه عمده در دارمشتات، بوستون، توکیو و پکن فعالیت می‌کند. شرکت مِرک هنوز هم متعلق به خانواده است و خانواده مِرک بخش اعظم سهام آن را در اختیار دارد.

نمونه کارها و موفقیت‌های محصول

مِرک دارای مجموعه‌ای متنوع از محصولات دارویی در زمینه‌های مختلف درمانی است. این شرکت در زمینه

به نام تئودور ویکر را برای راه اندازی یک دفتر فروش به ایالات متحده فرستاد. جورج مِرک، نوه ۲۴ ساله هاینریش امانوئل مِرک، در سال ۱۸۹۱ به ویکر پیوست. این شروع مِرک و کو (Merck & Co) زیرمجموعه ایالات متحده گروه مِرک بود.

در طول جنگ جهانی اول، مِرک و کو توسط دولت ایالات متحده در سال ۱۹۱۷ ملی شد. جورج مِرک از ترس احساسات ضد آلمانی، بخشی قابل توجه از سهام مِرک را به نهبان املاک خارجی ایالات متحده واگذار کرد و عملاً به عمر و بقای این شرکت پایان داد!

پس از پایان جنگ، مِرک و کو به‌خاطر رهبری میهن‌پرستانه خود پاداش دریافت کرد و این شرکت باری دیگر تا سال ۱۹۱۹ کاملاً دولتی اعلام شد.

پس از جنگ، مِرک و کو به رشد و توسعه ادامه داد. در سال ۱۹۲۶، جورج مِرک درگذشت و پسرش جورج دبلیو مِرک به‌عنوان رئیس موقت شرکت انتخاب شد. این شرکت به نوآوری و توسعه محصولات

سرطان شناسی، ایمونولوژی، باروری و واکسن‌ها و سایر موارد فعالیت دارد.

انکولوژی و ایمونولوژی

-کیترودا/

کیترودا، یک موفقیت بزرگ در سرطان شناسی، به‌ویژه در درمان سرطان ریه سلول غیر کوچک (نوعی سرطان) بوده که دارای مزیت حرکت اول است و داده‌های بالینی عالی را نشان داده، که این دارو را به یک محرک اصلی رشد برای شرکت تبدیل می‌کند.

- باونسیو

این دارو با مشارکت فایزر ساخته شده است. باونسیو یک داروی انکولوژی ایمنی است که رشدی قابل توجه به‌ویژه در چین داشته است. انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۵ به یک داروی پر فروش تبدیل شود و فروش سالانه آن به یک میلیارد یورو برسد.

-گارد/سیل

واکسن HPV مرک موفقیتی بزرگ داشته است و در برابر ویروس پاپیلومای انسانی (HPV) و سرطان‌های مرتبط محافظت ایجاد می‌کند.

* سایر زمینه‌های درمانی

- باروری

محصولات باروری مرک با افزایش تقاضا، به‌ویژه در ایالات متحده و چین، به رشد کلی شرکت کمک کرده است.

- عصب شناسی و ایمونولوژی

مجموعه مرک شامل داروهایی مانند ماونکلاد برای ام.اس است که رشد فروش بالایی را به ثبت رسانده است.

استراتژی کسب و کار و چشم‌انداز

استراتژی تجاری مرک بر ترکیبی از تحقیق و توسعه داخلی، خریدهای هدفمند و مشارکت‌ها برای تقویت

سرمایه‌گذاری زیادی کرده است. در سال ۲۰۲۲، این شرکت هزینه‌های تحقیق و توسعه را حدود ۷,۴ میلیارد دلار گزارش کرد که حدود ۱۴,۴٪ از کل درآمد آن را تشکیل می‌داد.

مجموعه تحقیقاتی مرک متنوع و گسترده است و حوزه‌های درمانی مختلفی را پوشش می‌دهد.

فعالیت این شرکت در زمینه بیماری‌های عفونی قابل توجه است. مرک بیش از یک قرن است که در خط مقدم مبارزه با تهدیدات جهانی بهداشت ناشی از بیماری‌های عفونی قرار داشته است. این شامل تحقیقات پیشگام در علم HIV، توسعه آنتی‌بیوتیک‌ها و کشف واکسن می‌شود. این شرکت به اکتشافات علمی برای مبارزه با بیماری‌هایی مانند تب دنگی، ابولا و کووید ۱۹ ادامه می‌دهد.

همچنین مرک در مجموع دارای ۱۴ مرکز تحقیقاتی و تأسیسات در سراسر جهان است. این مراکز به جنبه‌های

فعالیت این شرکت در زمینه بیماری‌های عفونی قابل توجه است. مرک بیش از یک قرن است که در خط مقدم مبارزه با تهدیدات جهانی بهداشت ناشی از بیماری‌های عفونی قرار داشته است



دیابت و قلب و عروق

- جانوویا

جانوویا یک داروی دیابت پر فروش است که در رقابت ژنریک روبه‌رو است و انتظار می‌رود این رقابت در سال ۲۰۲۳ تشدید شود.

واکسن‌ها

- واکسن سرخک

مرک اولین واکسن سرخک را در سال ۱۹۶۳ ساخت که نقطه عطفی مهم در توسعه واکسن بود.

مختلف تحقیق و توسعه از جمله کشف اولیه، توسعه پیش‌بالینی و آزمایشات بالینی اختصاص دارند. شبکه تحقیقاتی این شرکت برای تسهیل همکاری و به اشتراک‌گذاری دانش بین دانشمندان طراحی شده است و اطمینان حاصل می‌کند که آخرین پیشرفت‌ها به‌سرعت به درمان‌های جدید برسند.

برخی از برجسته‌ترین مراکز تحقیقاتی مرک عبارتند از:

۱. مرکز تحقیقات پیشرفته در دارمشتات، آلمان

پایپ‌لاین و کاهش زیان‌های ثبت اختراع متمرکز است. موقعیت مالی شرکت با جریان نقدی قوی و تمایل به خریدهای استراتژیک برای تقویت پایپ‌لاین در مراحل پایانی خود، پایدار است.

تحقیق و توسعه

شرکت مرک دارای یک شبکه تحقیقاتی جهانی قوی است که نقشی مهم در ایجاد نوآوری و ارائه درمان‌های جدید دارد.

مرک در تلاش‌های تحقیق و توسعه خود با هزینه‌های قابل توجهی در تحقیق و توسعه



معروف‌ترین رسوایی Vioxx است، جایی که این شرکت متهم به پنهان کردن خطرات قلبی عروقی مرتبط با داروی ضد درد Vioxx شد.

مرک Vioxx (روفکوکسیب) را در سال ۱۹۹۹ برای درمان استئوآرتریت، درد حاد و دیسمنوره اولیه معرفی کرد. با این حال، شواهدی در اواخر دهه ۲۰۰۰ ظاهر شد که نشان می‌داد استفاده طولانی مدت از Vioxx و داروهای مشابه می‌تواند با افزایش خطر حملات قلبی و سکته مغزی مرتبط باشد. با وجود اطلاع از این عوارض جانبی بالقوه، مرک به دلیل نام‌گذاری نادرست Vioxx و ادعاهای ناصحیح و گمراه‌کننده در مورد ایمنی قلبی عروقی آن برای افزایش فروش، مقصر شناخته شد. در سال ۲۰۰۴، مرک داوطلبانه Vioxx را از بازار خارج کرد. آن روزها مرک با هزاران شکایت از طرف بیمارانی مواجه شد که پس از مصرف Vioxx دچار حمله قلبی یا سکته شده بودند. در سال ۲۰۰۷، این شرکت با پرداخت ۴٫۸۵ میلیارد دلار برای تسویه اکثر این مطالبات موافقت کرد. مرک همچنین ۹۵۰ میلیون دلار برای تسویه مسئولیت‌های کیفری و مدنی مربوط

در سال ۱۹۶۳، این شرکت اولین واکسن سرخک را تولید کرد و در سال ۱۹۶۷ اولین واکسن اوریون را. این دستاوردهای برجسته موقعیت مرک را به‌عنوان یک رهبر در تولید واکسن مستحکم کرد

مرک گارداسیل، واکسن HPV آن است. گارداسیل که در سال ۲۰۰۶ معرفی شد، در پیشگیری از سرطان‌های دهانه رحم، و سایر سرطان‌های مرتبط با HPV نقشی به‌سزا داشته و جان افرادی بی‌شماری را در سراسر جهان نجات داده است.

جنجال‌ها و مسائل حقوقی

مرک در طول سال‌ها با مناقشات و مسائل حقوقی قابل توجهی روبرو بوده است.

۲. مراکز تحقیق و توسعه فرمولاسیون در ایالات متحده و اروپا
۳. مرکز تحقیقات واکسن در کونشوگون، پنسیلوانیا، ایالات متحده آمریکا

میراث مرک از نوآوری واکسن

تلاش مرک برای تولید واکسن در اواخر قرن نوزدهم آغاز شد. در سال ۱۸۹۸، این شرکت اولین واکسن آبله را در ایالات متحده به فروش رساند. این آغاز سفر مرک به‌عنوان تولیدکننده واکسن بود. در دهه‌های بعد، مرک به کمک‌های پیشگامانه در زمینه واکسن‌شناسی ادامه داد. در سال ۱۹۶۳، این شرکت اولین واکسن سرخک را تولید کرد و در سال ۱۹۶۷ اولین واکسن اوریون را. این دستاوردهای برجسته موقعیت مرک را به‌عنوان یک رهبر در تولید واکسن مستحکم کرد. مجموعه واکسن مرک طیفی گسترده از بیماری‌های عفونی، سرخک، اوریون، سرخچه (MMR)، هپاتیت B، آبله مرغان، زونا، بیماری پنهان‌کوی، و ویروس پاپیلوماوی انسانی (HPV) و غیره را شامل می‌شود. یکی از برجسته‌ترین موفقیت‌های واکسن

ناشی از عملکرد قوی در زمینه سرطان و واکسن‌ها، با محصولات کلیدی مانند کیترودا و گارداسیل بوده است. مرک در چندین بخش از جمله داروسازی، سلامت حیوانات، خدمات بهداشتی و درمانی و اتحادها فعالیت می‌کند. بخش داروسازی ۱۴,۳ میلیارد دلار درآمد ایجاد کرد و فروش کیترودا با رشد ۲۰ درصدی به ۶,۹ میلیارد دلار رسید. بخش سلامت حیوانات نیز عملکردی خوب داشت و درآمد آن با افزایش ۱۰ درصدی به ۱,۵ میلیارد دلار رسید. بخش خدمات بهداشت و درمان شاهد افزایش ۱۰ درصدی درآمد به ۸۱۰ میلیون دلار بود، در حالی که بخش اتحادها با مشارکت شرکت با آسترانکا، ۶۳۶ میلیون دلار درآمد ایجاد کرد. عملکرد مالی مرک توسط آژانس‌های رتبه‌بندی اعتباری پیشرو به رسمیت شناخته شده است. سرویس سرمایه‌گذاران مودیز چشم‌انداز رتبه‌بندی با ثباتی را به این شرکت اختصاص داده است که



جهانی ترویج می‌کند و از رویدادها و طرح‌هایی حمایت می‌کند که درکی عمیق‌تر از علم و تحقیق را تقویت می‌کنند. ۳. جایزه بینش آینده: مرک سالانه جایزه بینش آینده را برای قدردانی از دستاوردهای پژوهشی برجسته در زمینه‌های سلامت، تغذیه و انرژی اعطا می‌کند. این جایزه شامل حداکثر یک میلیون یورو جایزه نقدی است و هدف آن ارج نهادن به تحقیقاتی است که در خدمت بشریت قرار دارند.

به تبلیغ و بازاریابی غیرقانونی Vioxx پرداخت کرد. شرکت مرک با مشکلات قانونی با سایر محصولات از جمله داروی پوکی استخوان فوزامکس و داروهای دیابت ژانویا و ژانومت هم مواجه بوده است. بیماران عوارض جانبی مختلفی را از این داروها گزارش کرده‌اند، از جمله زوال استخوان فک، شکستگی و پانکراتیت. صدها پرونده شکایت علیه مرک تشکیل شده، که ادعا می‌شود این شرکت از خطرات آن اطلاع داشته است اما نخواست به مصرف‌کنندگان به اندازه کافی هشدار دهد. در حالی که برخی از این دعاوی رد شده‌اند، بسیاری از آنها هم هنوز ادامه دارند. با وجود این جنجال‌ها، مرک همچنان یکی از بزرگ‌ترین و موفق‌ترین شرکت‌های داروسازی در جهان است. این شرکت کمک‌هایی قابل توجه به جامعه پزشکی کرده است و درمان‌هایی را برای طیفی گسترده از بیماری‌ها پیشنهاد می‌دهد و...

مرک سالانه جایزه بینش آینده را برای قدردانی از دستاوردهای پژوهشی برجسته در زمینه‌های سلامت، تغذیه و انرژی اعطا می‌کند. این جایزه شامل حداکثر یک میلیون یورو جایزه نقدی است و هدف آن ارج نهادن به تحقیقاتی است که در خدمت بشریت قرار دارند



منعکس‌کننده انتظار آن است که مرک در سال ۲۰۲۴ پس از سال ۲۰۲۳ با قدرت به رشد درآمد خود بازگردد. مرک به طور مداوم در بین شرکت‌های دارویی برتر در سطح جهان قرار دارد. در فهرست فورچون ۵۰۰، مرک در سال ۲۰۲۳ در رتبه ۶۴ قرار گرفت، در حالی که در فوربز جهانی ۲۰۰۰ رتبه ۱۴۴ را به خود اختصاص داد. عملکرد مالی قوی و بخش‌های تجاری متنوع این شرکت به رتبه بالای آن در بین شرکت‌های دارویی پیشرو جهان کمک کرده است.

۴. برنامه‌های مشارکت در جامعه: برنامه‌های مشارکت اجتماعی مرک از سازمان‌های غیرانتفاعی محلی و طرح‌های داوطلبانه کارمندان حمایت می‌کند، که نشان‌دهنده تعهد شرکت به بازپرداخت به جوامعی است که در آن به خدمت‌رسانی مشغول‌اند.

عملکرد مالی

در سه ماهه اول سال ۲۰۲۴، شرکت درآمد کل ۱۵,۸ میلیارد دلار را گزارش کرد که نشان‌دهنده افزایش ۹ درصدی نسبت به مدت مشابه در سال ۲۰۲۳ است. این رشد

ابتکارات و مشارکت‌های مهم

برخی از ابتکارات و مشارکت‌های قابل توجه توسط مرک عبارتند از: ۱. بنیاد مرک: یک سازمان خیریه خصوصی که توسط مرک تأسیس شده و تأمین مالی می‌شود، بنیاد مرک به‌طور مستقل عمل می‌کند و بر بهبود دسترسی به مراقبت‌های بهداشتی و رسیدگی به چالش‌های بهداشت جهانی تمرکز دارد. ۲. سفیر موسیقی مرک (Deutsche Philharmonie Merck): موسیقی کلاسیک و تبادل فرهنگی را در سطح



مرک و دنیای مهم رسانه

مرک، این شرکت داروسازی پیشرو آلمانی، از طریق ابتکارات و فعالیت‌های مختلف، فعالانه با رسانه‌ها و مطبوعات در تعامل است. هدف از این تلاش‌ها انتقال موثر راه‌حل‌ها، محصولات و خدمات بهداشتی نوآورانه شرکت به مخاطبان جهانی است.

مرک یک کتابخانه رسانه‌ای جامع دارد که تصاویر قابل بارگیری را برای استفاده غیرتجاری از جمله گزارش اخبار و اهداف تحقیقاتی ارائه می‌دهد. این کتابخانه شامل دارایی‌های چند رسانه‌ای شرکت‌ها و محصولات، مانند آرم، دفتر مرکزی، امکانات تولیدی و محصولاتمانند کیت‌رودا است. این شرکت همچنین اطلاعات تماس را برای روابط رسانه‌های جهانی ارائه می‌دهد، که می‌توانید از طریق ۹۰۸-۷۴۰-۵۶۳۳+ یا mediarelations@merck.com به آن دسترسی پیدا کنید.

مرک یک تیم اختصاصی از مخاطبان رسانه‌ای هم دارد، از جمله اکسل لوبر، رئیس ارتباطات جهانی و تعامل با ذی‌نفعان، و استر دورینگر، رئیس روابط رسانه‌ای. این مخاطبان برای درخواست‌های تحریریه در خدمت هستند و می‌توان از طریق مرکز

نوآورانه، حضور خود را در ایران حفظ کرده است.

با وجود چالش‌های ناشی از تحریم‌های آمریکا، مرک به حفظ حضور خود در ایران متعهد بوده و در سال ۲۰۱۹، به گسترش فرصت‌های تجاری و مشارکت با اکتور امتداد بخشیده است. بر اساس گزارشی در سال ۲۰۱۳، مرک از جمله شرکت‌های آلمانی بود که به‌طور فعال به دنبال افزایش حضور و فعالیت خود در بازار ایران بوده و از رشد صنعت داروسازی و تقاضا برای راه‌حل‌های بهداشتی نوآورانه استقبال کرده است.

مرک در سال ۲۰۲۳، یک مرکز جدید هم در تهران افتتاح کرد که برای تولید طیفی وسیع از داروهای خود، از جمله داروهای قلب و عروق، سرطان و درمان ام‌اس طراحی شده است. این تاسیسات که با نام اکتور ۲ شناخته می‌شود، با ۴۲۰۰ مترمربع فضای اتاق تمیز و خطوط تولید متعدد، یکی از پیشرفته‌ترین مراکز در ایران است. این مرکز قادر به تولید بیش از ۷ میلیارد قرص و سرنگ، سوزن، و سایر لوازم پزشکی است.

شرکت اکتور، شریک قابل اعتماد مرک در انتقال پیشرفته‌ترین فناوری‌های دارویی به ایران بوده است.

بر اساس گزارشی در سال ۲۰۱۳، مرک از جمله شرکت‌های آلمانی بود که به‌طور فعال به دنبال افزایش حضور و فعالیت خود در بازار ایران بوده و از رشد صنعت داروسازی و تقاضا برای راه‌حل‌های بهداشتی نوآورانه استقبال کرده است

رسانه‌ای شرکت به آن‌ها دسترسی داشت. مرک همچنین بیانیه‌های مطبوعاتی خود را از طریق وب‌سایت و کانال‌های رسانه‌های اجتماعی خود توزیع می‌کند و به انتشار به‌موقع و گسترده اخبار و اطلاعیه‌های خود همت می‌کند.

مرک و ایران

مرک به‌رغم چالش‌های ناشی از تحریم‌های ایالات متحده، با تمرکز بر گسترش فعالیت‌ها و ترویج راه‌حل‌های بهداشتی

Pharmagelitan®

Dietary supplement



Active Life With Unique
Ginseng G115, Multivitamins And minerals



www.daanapharma.com

[daanapharma.co](https://www.instagram.com/daanapharma.co)

GELOFEN®400

Ibuprofen

Soft Gelatin Capsule



ژلوفن® را فقط با نام ژلوفن® از داروخانه ها بخواهید.



www.daanapharma.com

[daanapharma.co](https://www.instagram.com/daanapharma.co)

چیست و به چه سمت می‌رود؟



دکتر زهره افسرطلا
مدیرعامل شرکت دارو، درمان سپهر

سلول درمانی و شیب صعودی سرمایه‌گذاری در آن



سلول درمانی پروسه‌ای هست که در آن سلول‌ها و یا بافت‌های آسیب‌دیده و با عملکرد ناقص، با سلول‌های سالم و با عملکرد طبیعی جایگزین می‌شود.

معمولا از سلول‌های بنیادی برای درمان‌های پیچیده سلول درمانی استفاده می‌شود؛ چرا که این سلول‌ها توان تبدیل به سلول‌های اختصاصی مورد نیاز برای بازسازی سلول‌ها و یا بافت آسیب‌دیده و یا بد عملکرد را دارند.

*

پزشکی بازساختی به حیطة‌ای از علم اشاره دارد که تلاش آن به حفظ، بهبود و بقای سلول، بافت و یا عملکرد ارگان و به‌کارگیری سلول درمانی هست. بعلاوه سلول درمانی شامل استفاده از سلول‌های خون، مغز استخوان، سلول‌های بالغ، غیر بالغ، سلول‌های بافت جامد (Solid tissue) سلول‌های بنیادی بالغ و سلول‌های بنیادی جنینی است.

*

سلول‌های پیوند شده نظیر سلول‌های بنیادی القایی (iPSCs)، سلول‌های بنیادی جنینی (ESCs)، سلول‌های بنیادی عصبی (NSCs)، سلول‌های بنیادی مزانشیمی (MSCs) به دو گروه اساسی تقسیم می‌شوند: سلول درمانی اتولوگ و سلول درمانی غیر اتولوگ.

*

افزایش سرمایه‌گذاری در مطالعات بالینی سلول درمانی، توسعه گایدلاین‌های معتبر برای تولید محصولات سلول درمانی

دولتی را برگزار کرد که اندازه این بازار در سال ۲۰۲۴ را برآورد می‌کند. در آن نشست ویژه، گفته شده که این حجم بازار در این سال چیزی حدود ۴۶۷ میلیارد دلار خواهد بود. در همان نشست، کشور امارات ۲,۶۸ میلیارد دلار را در همین سال برای خود در نظر گرفت.

*

همچنین تاکنون حدود ۷۳ شرکت معتبر در این عرصه وارد شده‌اند و سرمایه‌گذاری‌هایی قابل توجه دارند. به‌طور مثال شرکت Roche تا کنون ۹۰ میلیارد دلار در این عرصه سرمایه‌گذاری کرده است و در نمونه‌های دیگر، هزینه خرید دانش فنی یک درمان سلولی برای درمان یک نوع از سرطان خون چیزی بالغ بر ۹۰ میلیارد دلار بوده است. این مبحث ویژه را پی خواهیم گرفت...

و اثر آن‌ها در شرکت‌های موثر در این حوزه منجر به افزایش رشد این بازار شده است.

اکنون بازیگران دولتی و خصوصی فراوانی در حال اخذ سهم خود از این بازار بزرگ هستند. در سال ۲۰۰۸، ارزش بازار سلول درمانی چیزی حدود ۴۱۰ میلیون دلار برآورد شده بود که این عدد در سال ۲۰۱۴ به ۵,۱ میلیارد دلار رسید.

نکته قابل توجه این است که نصف حجم این بازار متعلق به آمریکا و اروپا است و نصف دیگر آن متعلق به آسیا. رشد سالانه این بازار ۳۶,۵ درصد در هر سال بوده که منجر به آن شده است که این بازار در سال ۲۰۲۱ به ۱۸۱ میلیارد دلار گردش سرمایه برسد. در سال ۲۰۲۲ کشور امارات متحده عربی در شهر دبی نشست



Under license of VITANE German & USA

www.vitanepharma.com
www.sepehrdarou.com

VITANE
 Quality to Life **sepehr**



گپ و گفت با مریم خلیلی، مدیر اجرایی ششمین نمایشگاه بین المللی فارمکس ۲۰۲۴

کاملاً آگاهانه؛ مثل افسانه سیزیف!



اشاره: مریم خلیلی، امسال هم مدیر اجرایی ششمین نمایشگاه بین المللی فارمکس ۲۰۲۴ است. او از جمله زنان دغدغه مند و جدی در حوزه مدیریت اجرایی نمایشگاه‌ها و از خوش ذوق ترین آن‌ها در اجرای

یک نمایشگاه دارویی کلان در سطح کشور به حساب می آید. ما در این گپ و گفت از او پرسیدیم که در نمایشگاه فارمکس امسال چه خبر است؟ اکنون پاسخ‌های ایشان را می‌خوانید.

مریم خلیلی:

ببینید! فارمکس یک نمایشگاه بسیار نوآور در حوزه دارو و به ویژه مواد موثره دارویی، بسته بندی، تجهیزات داروسازی و مشتقات آن است و به گفته بسیاری از کارشناسان، می‌تواند در سطح نمایشگاه‌های هم‌ردیف خارجی خود قلمداد و ارزیابی شود. البته ما هرگز چنین ادعایی نداریم، اما در سفرهایی که در طول سال به انواع این نمایشگاه‌ها داشته و می‌رویم، مدام خودمان را در مسیر بهبود و ارتقای

نمایشگاه خودمان قرار داده‌ایم و به رغم شباهت‌هایی، و با رعایت استانداردهایی، می‌توانیم مدعی شویم که اتفاقاً فارمکس را در ایران، خیلی هم یونیک و خاص برگزار کرده و می‌کنیم و امسال هم که دیگر کلی برنامه و کارگاه و موضوعات تازه به آن افزوده‌ایم و همین‌طور در حال توسعه آن هستیم...

*

البته این آقای دکتر میثم کریمی، مدیر نمایشگاه است که در بطن ریز جزئیات

آن است، اما من هم می‌توانم عرض کنم که فارمکس، فرصتی استثنایی برای صنعت ارزشمند دارویی کشور است و در مسیر اعتلای آن گام برمی‌دارد.

*

رکن اصلی این نمایشگاه، بر مینا و منشا صنایع دارویی، پایه‌ریزی شده است و این قرارگاهی برای تولیدکنندگان ساده اولیه دارویی، شرکت‌های چاپ و بسته‌بندی، شرکت‌های حوزه مواد شیمیایی، آزمایشگاه‌ها و شرکت‌های

می کشیم و راه را هموار می کنیم تا قله؛ و وقتی به آن رسیدیم، دوباره به پایین می غلتیم و از اول شروع می کنیم و باز هم خودمان را اثبات می کنیم، عشق و علاقه و احترام را باید همیشه و همواره مکرر کرد و ما مکرراً هموار کرده ایم پیمودن راه های سخت را.

این یکی دو سال، سال هایی سخت برای صنعت دارو بوده، بنابراین ما هم جانانه کوشیده ایم تا ارزش های درون آن را بهتر و بیشتر بشناسانیم و یک رویداد تمیز و در اندازه شمایل آن تدارک ببینیم. به نمایشگاه امسال هم خیلی امیدواریم. خیلی خوب شده است.

به رغم کمیت فزاینده کارگاه ها و مستر کلاس ها و رخدادهای داخل آن،

نمایشگاه، علاوه بر اضافه کردن یک بعلاوه جلوی صنعت محترم دارویی کشورمان، هم به دانش و شناخت بیشتر از این حوزه کمک بکنیم و هم روزهایی خاطره انگیز و دوست داشتنی از آن به جای بگذاریم.

دوره های قبلی نمایشگاه هم، همینطور بوده، ما همیشه فکر کرده ایم که یک خانواده بزرگ داریم و حالا باید در کنار هم باشیم و هر کدام از اشخاص و افراد این صنعت به پیشرفت همه ارکان آن کمک کنند. بنابراین از این که می توانیم در فارمکس هیمنه ی صنعت داروی کشور را به تماشا بگذاریم و بزرگی و عظمت آن را پدیدار و عینی کنیم برای همگان، خوشحالیم.

تجهیزات آزمایشگاهی، شرکت های حوزه ماشین آلات و اتاق تمیز و هواسازها، شرکت های گمرکی در حوزه ترخیص کالا و خدمات حمل و نقل، بانک ها، بیمه ها و هر شرکتی که با کارخانه های داروسازی، چه ماده اولیه و چه محصول نهایی، در ارتباط باشد، است. حالا خودتان حدس بزنید که چتر فارمکس چه دایره ای وسیع از صنعت را پوشش می دهد.

خوشبختانه امسال به رسانه های تخصصی دارویی هم از جمله خود فن سالاران، غرفه هایی اختصاص داده ایم و در صدد تقویت این شاخه شناختی و رسانه ای در صنعت داروی کشور هستیم و استقبال همکاران شما هم خیلی خوب بوده است.



از این که می توانیم در فارمکس هیمنه ی صنعت داروی کشور را به تماشا بگذاریم و بزرگی و عظمت آن را پدیدار و عینی کنیم برای همگان، خوشحالیم

حدس بزنید که چتر فارمکس چه دایره ای وسیع از صنعت را پوشش می دهد

ما نمایشگاه فارمکس را کاملاً کیفی می بینیم و به اصطلاح معروف، کلاس آن را استاندارد و جهانی در نظر گرفته ایم. امیدواریم بازدیدکنندگان هم به چنین دریافتی از آن برسند و با خاطره ای خوب آن را به پایان برسانند.

ما هر سال تجربه هایی متفاوت و تازه صورت داده ایم و امسال هم برای برگزاری نمایشگاه، به شهر آفتاب رفتیم! مثل "افسانه سیزیف" در اساطیر یونان باستان، کاملاً آگاهانه و از روی انتخاب راه بهتر، پیش رفتیم و به زحمتهای جدید و اضافه اش هم اصلاً فکر نکردیم. ما هستیم و زحمت

امسال در ششمین دوره برگزاری نمایشگاه فارمکس می توانیم ادعا کنیم تجربه هایی ذی قیمت در این مسیر بلند و طولانی، گاهی هموار و گاهی ناهموار به دست آورده ایم و با جهد و کوشش و تقلایی عمیقاً دلی، همه کارها را روی یک روال منطقی پیش برده ایم و من امیدوارم در این دوره

یک صنعت مهم، یک رویداد مهم



میثم کریمی
مدیر نمايشگاه فارمکس

آغاز برنامه‌های ما شروع شد!

ما به آن دسته از شرکت‌های ایرانی هم که هنوز نتوانسته‌اند خود را با ترتیبات و تنظیمات جهانی تطبیق دهند، کمک‌های فکری داده‌ایم و باز هم خواهیم داد و نیک می‌دانیم که این داستان تغییرها و به‌روزشدن‌ها، سرانجام همه‌ی شرکت‌ها را می‌پوشاند و همه سازندگان و تولیدکنندگان باید قابلیت انطباق را در خود و بیزنس‌هایشان زنده و بیدار کنند و هر چه سریع‌تر جای خودشان را بگیرند؛ و می‌گیرند؛ قطعاً. به‌قول شخصیت سید در فیلم تاریخی گوزن‌ها؛ آغاز برنامه‌های ما شروع شد...

*

همین نمایشگاه‌ها و رویدادها به جایگاه فعلی کشور چین در صنایع دارویی جهان، کمک‌هایی کم‌نظیر کرده و موقعیتی بخشیده است که دیگران به آن غبطه می‌خورند...

*

ما در ایران و با برگزاری نمایشگاه فارمکس (با یاری سندیکای تولیدکنندگان مواد دارویی، شیمیایی و بسته‌بندی دارویی)، کانسپت تخصصی و درون‌زای این رویداد را شکل داده و پایه‌ریزی‌های آن را جوری انجام داده‌ایم تا بتوانیم زمینه‌ای برای صنعت فراهم کنیم و آوردگاهی باشیم برای نمایش و اکران دستاوردها و خلاقیت‌ها و پیشرفت‌های صنعتی که با جان و دل دوستش داریم.

امروزه برگزاری رویدادها در دنیا به یک امر بسیار تخصصی و پیچیده تبدیل شده است و یک نفر که در یک کشور در حال توسعه و یا پیشرفته به دنیا می‌آید، از زمان تولد تا زمان مرگ درگیر صدها رویداد مهم می‌شود. همین تولد و مرگ هم، آغاز و پایان زندگی در کره خاکی است؛ هر دو هم رویداد؛ هر دو هم مهم.

*

در توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوین نیز این‌گونه است و اغلب شرکت‌ها و اشخاص برای پیشبرد اهداف خود به دنبال برپایی و یا برگزاری برخی رویدادها هستند و یا اینکه رویدادهای در حال برگزاری را رصد می‌کنند که چگونه در راستای اهدافشان پیش می‌رود و آن‌ها چگونه می‌توانند از آن بهره‌مند شوند.

رویدادها در دنیا به شدت رو به تخصصی شدن رفته‌اند و دیگر نمی‌توان بدون شناخت و تخصص و آشنایی با مناسبات و اشخاص و نقش‌های یک صنعت، یک رویداد موفق را برنامه‌ریزی و اجرا کرد. داستان خیلی فرق کرده است!

*

من بیش از ۱۶ سال است که مستقیم درگیر برگزاری برخی از رویدادها در کشورم هستم و معتقدم که هنوز ابعاد اثرگذاری آن‌ها حتی در کشورهای پیشرفته جهان، به‌طور کامل شناخته نشده است و تازه در سال‌هایی که چندین دور با جادوی رویدادها مواجه خواهیم بود. داستان تازه دارد شروع می‌شود.

*

نمایشگاه‌ها هم بخشی کوچک از همین رویدادها بوده و به‌شدت در حال رشد و تخصصی شدن هستند. مثلاً در حوزه صنعت داروسازی در کشور چین، سالانه بیش از ۸۰ نمایشگاه تخصصی برگزار می‌شود که همه، مخاطبانی خاص دارند و برگزاری



ما امروز ششمین دوره فارمکس را شروع می‌کنیم و از حالا برای هفتمین فارمکس، فایل‌های مان را گشوده‌ایم... داریم نهایت تلاش‌های مان را می‌کنیم و روی برنامه‌هایی تمرکز کرده‌ایم که اهداف را نزدیک و نزدیک‌تر کند. گفتم نهایت تلاش‌ها؛ نهایت تلاش‌های امروز را گفتم. نهایت تلاش‌های دوره بعدی خیلی خیلی با امروز متفاوت خواهد بود. به امید دیدارتان در نمایشگاه...

اکنون دیگر بعد از ۵ دوره برگزاری نسبتاً موفق نمایشگاه فارمکس، و بهره‌گیری از تجربیات بزرگان این صحنه‌ی کم‌نظیر، بسیاری از فعالان صنعت ماده اولیه و بسته‌بندی دارویی هم باورمان کرده‌اند و خودشان اذعان دارند که در این داستان بیگ پروداکشن به چه جایگاهی ارزنده دست یافته‌اند.

*



Alborz Bulk Product List

NAME	CAS NO.	SPECIFICATION
1. APREPITANT	170729-80-3	USP 44
2. ATORVASTATIN CALCIUM	134523-03-8	USP 44
3. BETAMETHASONE SODIUM PHOSPHOATE	151-73-5	USP 44
4. BETAMETHASONE VALERATE	2152-44-5	USP 44
5. CARBAMAZEPINE	298-46-4	USP 42
6. CEFIXIME TRIHYDRATE	79350-37-1	USP 44
7. CIPROFLOXACIN HYDROCHLORIDE	86393-32-0	USP 44
8. CITALOPRAM HYDROBROMIDE	59729-32-7	USP 44
9. CYPROTERONE ACETATE	427-51-0	BP 2022
10. DAPOXETINE HYDROCHLORIDE	129939-20-1	IN-HOUSE
11. DEXAMETHASONE SODIUM PHOSPHATE	2392-39-4	USP 44
12. DEXTROMETHORPHAN HYDROBROMIDE	125-69-9	USP 44 & BP 2022
13. DICLOFENAC SODIUM	15307-79-6	USP 44
14. DICLOFENAC POTASSIUM	15307-81-0	USP 44
15. ESCITALOPRAM OXALATE	219861-08-2	USP 43
16. FLUVOXAMINE MALEATE	61718-82-9	USP 44 & BP 2022
17. GABAPENTIN	60142-96-3	USP 44
18. LIDOCAINE	137-58-6	USP 44
19. LOSARTAN POTASSIUM	124750-99-8	USP 44
20. LORATADINE	79794-75-5	USP 44
21. METHYL PARABEN	99-76-3	USP 44 & BP 2022
22. METOPROLOL SUCCINATE	98418-47-4	USP 44
23. METOPROLOL TARTRATE	56392-17-7	USP 44
24. OXYMETHOLONE	434-07-1	USP 44 & BP 2022
25. PROPYL PARABEN	94-13-3	USP 44
26. RIVAROXABAN	366789-02-8	USP 44
27. ROSUVASTATIN CALCIUM	147098-20-2	BP 2022
28. SERTRALINE HYDROCHLORIDE	79559-97-0	USP 44
29. SITAGLIPTIN PHOSPHATE MONOHYDRATE	654671-77-9	USP 44
30. TRIAMCINOLONE ACETONIDE	76-25-5	USP 44

UNDER DEVELOPMENT PRODUCTS

NAME	CAS NO.	SPECIFICATION
1. AZITROMYCINE	117772-70-0	USP 44
2. BOSENTAN	157212-55-0	USP 44
3. BISOPROLOL FUMARATE	104344-23-2	USP 44
4. DESLORATADIN	100643-71-8	USP 44
5. FOSCARNET SODIUM	34156-56-4	USP 44
6. GEMFIBROZIL	60142-96-3	USP 44
7. IBUPROFEN	25812-30-0	USP 44
8. METFORMIN HYDROCHLORIDE	11154-70-4	USP 44 & BP 2022
9. MYCOPHENOLATE MOFETIL	128794-94-5	USP 44
10. MOLNUPIRAVIR	2349385-89-4	WHO
11. ONDANSETRON HYDROCHLORIDE	103639-04-9	USP 44
12. PREGABALIN	1488553-50-8	USP 44





دکتر امیرحسین حاجی میری
فعال صنعت داروسازی
متخصص اقتصاد و مدیریت دارو

دستورالعمل کاربردی

بهره‌برداری حداکثری از

نمایشگاه‌های تخصصی حوزه دارو



با بازیگران کلیدی صنعت و ایجاد یا تقویت همکاری‌هایی که می‌تواند منجر به خلق نوآوری و پیشرفت در این بخش شود، ایجاد می‌کند.

با پتانسیل شکل‌دهی اثرات ماندگار و تضمین شکل‌گیری همکاری‌های تجاری قابل توجه، برای غرفه‌داران و بازدیدکنندگان بسیار مهم است که با ذهنیت راهبردی و اهداف روشن در نمایشگاه‌های تخصصی حوزه دارو حاضر شوند. در این مقاله برخی نکات کاربردی در قالب یک چک‌لیست جامع متناسب با نیازها و اهداف ذی‌نفعان ارائه شده تا بتوانند اطمینان حاصل کنند که برای استفاده از فرصت‌های ایجاد شده در این رویدادها آمادگی کامل دارند.

در چشم‌انداز همیشه در حال تحول صنعت داروسازی، شرکت در نمایشگاه‌های تخصصی به یک مؤلفه حیاتی برای ذی‌نفعان تبدیل شده است و کمک می‌کند تا ضمن بهره‌برداری از فرصت، برای رشد و شبکه‌سازی اقدام نمایند. نمایشگاه‌های تخصصی حوزه دارو به‌عنوان یک پلتفرم ارزشمند از یک سو به غرفه‌داران کمک می‌کند تا آخرین محصولات، نوآوری‌ها و خدمات خود را برای طیفی وسیع از مشتریان بالقوه و بالفعل و همچنین متخصصان و تصمیم‌گیرندگان صنعت به نمایش بگذارند و از سویی دیگر، برای بازدیدکنندگان نیز فرصتی مغتنم برای کسب بینش در مورد روندهای نوظهور، تعامل

۲- تحقیق در خصوص مخاطب هدف

قبل از شروع نمایشگاه، مخاطبان بالقوه را شناسایی کنید. یافتن نام این مخاطبان کافی نیست. با رویکردی نظام‌مند نیازها، چالش‌ها، علایق و تجربیات فعلی مخاطبان خود را ردیابی کنید. پس از این مرحله، محتوای قابل ارائه، پیام‌ها و پیشنهادهای

اهداف خاص، قابل اندازه‌گیری، قابل دستیابی، مرتبط و محدود به زمان تعیین کنید. اهداف خود را کمی تعیین کنید که مثلاً می‌خواهید چه تعدادی مشتری جدید در چه حیطه‌ای با چه کیفیتی به شبکه خود اضافه کنید. مهم است تک تک اعضای تیم خود را در خصوص این اهداف آگاه کنید.

۱- چک‌لیستی برای غرفه‌داران

۱-۱ برنامه‌ریزی قبل از نمایشگاه

۱- تعیین اهداف با هماهنگی کامل اعضای تیم بر اساس اصول SMART
هدف خود از حضور را محدود به معرفی شرکت و ایجاد آگاهی از برند قرار ندهید. در این راستا، بر اساس اصول SMART¹

1- Specific, Measurable, Achievable, Relevant and Time-bound

۷- آموزش اعضای تیم

روی آموزش جامع تمام اعضای تیم خود سرمایه‌گذاری کنید. تلاش کنید تیم شما به دانش عمیق در خصوص شرکت، مأموریت، چشم‌انداز و ارزش‌های شرکت، محصولات و خدمات رسیده و با رعایت اصول حرفه‌ای و پیاده‌سازی مهارت‌های ارتباطی موثر بیشترین اثربخشی را ایجاد نمایند. آنچه در نهایت به یاد مخاطبان شما خواهد ماند، نوع برخورد و نحوه تعامل اعضای تیم شما است.

۲-۱ در طول نمایشگاه

۱- برنامه‌ریزی برای افزایش منطقی ترافیک غرفه

برای جذب مخاطبان، فعالیت‌های جذاب در طول نمایش برنامه‌ریزی کنید. ارائه نمایش محصولات، اهدای هدایا و جوایز، میزبانی از افسراد سرشناس، ارائه برنامه آموزشی مفید در مورد حیطه فعالیت می‌تواند اثرگذار باشد.

جذابیت و درگیر کردن مخاطبان، از تابلوهای دیجیتال یا ابزارهای تعاملی استفاده کنید.

۴- بازاریابی قبل از شروع نمایشگاه

قبل از نمایشگاه در بسترهای مناسب مورد توجه مخاطبان بالقوه اطلاع‌رسانی کنید. برای تمام مخاطبان خود دعوت‌نامه بفرستید. دعوت‌نامه‌های اختصاصی به نام افراد به مراتب جذابیت و اثربخشی بیشتری در مقایسه با دعوت‌نامه‌های عمومی دارند. از بازاریابی ایمیلی، کمپین‌های رسانه‌های اجتماعی و تبلیغات آنلاین هدفمند برای دسترسی به شرکت‌کنندگان بالقوه و تشویق بازدید از غرفه استفاده کنید.

۵- تولید محتوای موثر منطبق با اهداف شرکت و نیاز مخاطب

برای تمام محتوای قابل ارائه اعم از فایل‌های معرفی، بروشورها، کتابچه‌های تبلیغاتی و هدایای قابل ارائه برنامه‌ریزی کنید تا ضمن یک طراحی یکپارچه و هوشمندانه بتواند به خوبی مزیت‌ها و ویژگی‌های شما را به



برای تمام محتوای قابل ارائه اعم از فایل‌های معرفی، بروشورها، کتابچه‌های تبلیغاتی و هدایای قابل ارائه برنامه‌ریزی کنید تا ضمن یک طراحی یکپارچه و هوشمندانه بتواند به خوبی مزیت‌ها و ویژگی‌های شما را به نمایش بگذارد و به نکات مورد درخواست احتمالی مخاطب هدف شما نیز بپردازد

بالحق تجاری خود را بر اساس اطلاعات جمع‌آوری شده تنظیم نمایید.

۳- انتخاب و طراحی هدفمند غرفه

مطمئناً یک غرفه در محل مناسب با طراحی و دکوراسیون چشم‌نواز توجه مخاطبان را به‌طور موثر به خود جلب می‌کند، اما مطمئن شوید که هزینه‌اتربخش‌ترین اقدام را بر اساس اطلاعات جمع‌آوری شده در این خصوص انجام داده‌اید. بسته به نوع فعالیت و برنامه‌های تعیین شده، فضاهای منطقی را برای نمایش محصولات، اتاق‌های ملاقات و جلسات، پذیرایی و همچنین بستر مناسب برای نمایش اطلاعات اختصاص دهید. برای افزایش

نمایش بگذارد و به نکات مورد درخواست احتمالی مخاطب هدف شما نیز بپردازد.

۶- آماده‌سازی کارت ویزیت به‌روزرسانی شده

مهم‌ترین ابزار مورد تبادل در نمایشگاه‌ها کارت ویزیت است. برای تمامی اعضای مرتبط در تیم خود کارت ویزیت آماده کنید. ضروری است کارت ویزیت شامل اطلاعات اصلی (نام، پست سازمانی، اطلاعات تماس) بوده و به‌روزرسانی شده باشد. از ایده‌های خلاقانه در طراحی کارت ویزیت خود بهره بگیرید تا کارت شما در یاد افراد بماند و آن را نزد خود نگاه دارند.

۲- جذب مخاطبان و جمع‌آوری اطلاعات
یک سیستم یکپارچه برای دریافت اطلاعات مخاطبان آماده کنید تا از طریق آن اطلاعات مربوط به تمام مراجعان را دریافت نمایید. برای این موضوع می‌توانید صندوق جمع‌آوری کارت ویزیت مخاطبان قرار دهید. ابزارهای دیجیتال نیز بسته به شرایط می‌تواند کمک‌کننده باشد به‌طوری‌که افراد با اسکن یک کد اطلاعات خود را وارد نمایند.

۳- ایجاد تجربه متفاوت برای مراجعان

از فناوری برای بهبود تجربه شرکت‌کنندگان استفاده کنید. کاتالوگ‌های تعاملی را در تبلت‌ها ارائه کنید. فرم‌های گیمیفای شده

۲- تحلیل نتایج و دستاوردهای شرکت در نمایشگاه

در جلسات با حضور اعضای تیم، داده‌های جمع‌آوری شده در طول نمایشگاه (به‌عنوان مثال، مشتریان جدید، فرصت‌های ایجاد شده، ترافیک غرفه و بازخوردهای دریافتی) را تجزیه و تحلیل کنید. در نهایت راهبردهای مورد نظر برای نمایشگاه‌های آینده و زمینه‌های بهبود را شناسایی کنید.

در سایر شبکه‌های اجتماعی پر مخاطب منعکس کنید. فعالیت‌های غرفه را به اشتراک بگذارید و از هشتگ‌های مرتبط برای افزایش تعامل و دیده شدن شرکت‌تان استفاده کنید. برای جذب فالوورهای جدید، چالش‌هایی در رسانه‌های اجتماعی برگزار کنید. در این مسیر می‌توانید از ظرفیت رسانه‌های تخصصی متمرکز در حیطه بهره بگیرید.

در اختیارشان قرار دهید تا بعد از تکمیل بتوانند پاداش یا جایزه‌ای دریافت کنند. از ابزارهای واقعیت مجازی برای نمایش محصولات یا خطوط تولید شرکت خود بهره بگیرید.

۴- شبکه‌سازی فراتر از غرفه

فقط منتظر نباشید تا شرکت‌کنندگان به سراغ شما بیایند. از قبل جلساتی را با

نکات کلیدی مربوط به فعالیت خود در نمایشگاه را به صورت زنده، توئییت یا در سایر شبکه‌های اجتماعی پر مخاطب منعکس کنید. فعالیت‌های غرفه را به اشتراک بگذارید و از هشتگ‌های مرتبط برای افزایش تعامل و دیده شدن شرکت‌تان استفاده کنید



۳- چک‌لیستی برای شرکت‌کنندگان

به عنوان یک شرکت‌کننده، نمایشگاه‌های تخصصی فرصت‌های زیادی را برای بینش ارزشمند در خصوص صنعت، آگاهی از دستاوردهای و تامین‌کننده‌های جدید و همچنین ایجاد ارتباطات سازنده ارائه می‌دهد. در ادامه مقاله یک چک‌لیست برای ارتقا تجربه شرکت در نمایشگاه ارائه شده است:

۱- پیگیری بعد از نمایشگاه

۱- پیگیری سریع

اجازه ندهید ارتباطات ایجاد شده به دست فراموشی سپرده شوند. همه سرنخ‌های دریافت شده را در عرض ۲۴ تا ۴۸ ساعت به سرعت پیگیری کنید. پیام‌ها یا ایمیل‌های بعدی خود را با ارجاع به بحث‌ها یا موارد خاص بیان شده در طول رویداد شخصی‌سازی کنید و از ارسال ایمیل‌های عمومی خودداری نمایید.

شرکا یا مشتریان بالقوه برنامه‌ریزی کنید. در رویدادها و کنفرانس‌های جانبی شرکت کنید تا سطح دسترسی خود را افزایش داده و شبکه‌ای بزرگ‌تر بسازید.

۵- بهره‌گیری از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی

نکات کلیدی مربوط به فعالیت خود در نمایشگاه را به صورت زنده، توئییت یا

۳-۱ آماده سازی قبل از نمایشگاه

۱- تعیین اهداف به طور مشخص

ضروری است قبل از نمایشگاه به این سوال پاسخ دهید که می‌خواهید به چه چیزی برسید؟ آیا به دنبال به‌روزرسانی دانش و اطلاعات خود در مورد آخرین روندهای صنعت هستید یا در مورد فناوری‌های جدید نیاز به اطلاعات دارید یا می‌خواهید شرکای بالقوه را شناسایی کنید یا به دنبال فرصتی

برنامه خود را از قبل تنظیم نمایید، زمانی را برای بازدید از غرفه‌های مورد نظر و فرصتی برای بهره‌گیری از جلسات آموزشی و فرصت‌های جانبی اختصاص دهید



برای تقویت ارتباطات قبلی خود هستید. داشتن اهداف روشن به شما کمک می‌کند به صورت بهینه زمان و انرژی خود را مدیریت و فعالیت‌ها را در زمان محدود نمایشگاه اولویت‌بندی کنید.

۲- تحقیق و شناسایی غرفه داران

با استفاده از وبسایت یا اپلیکیشن نمایشگاه فهرست غرفه‌داران را دریافت و

در مورد شرکت‌هایی که با علایق شما همسو هستند، کسب اطلاع کنید. غرفه‌هایی را که قصد بازدید از آن‌ها را دارید اولویت‌بندی کرده و یک فهرست ایجاد کنید.

در برخی نمایشگاه‌های بین‌المللی امکان تنظیم قرار ملاقات با غرفه‌ها در زمان مشخص مورد نظران نیز وجود دارد. همچنین ممکن است برگزارکننده امکانی فراهم کرده باشد که با افراد حقیقی شرکت‌کننده در نمایشگاه نیز از قبل آشنا شده و در فرصت برگزاری نمایشگاه با آن‌ها قرار ملاقات تنظیم نمایید.

۳- تنظیم برنامه

در نمایشگاه‌های تخصصی حوزه دارو عمدتاً برنامه‌های متعدد جانبی اعم از کنفرانس‌ها، پنل‌ها، کارگاه‌ها و رویدادهای تخصصی برگزار می‌شود. برنامه خود را از قبل تنظیم نمایید، زمانی را برای بازدید از غرفه‌های مورد نظر و فرصتی برای بهره‌گیری از جلسات آموزشی و فرصت‌های جانبی اختصاص دهید.

۴- آماده‌سازی کارت ویزیت

مهم‌ترین ابزار مورد تبادل در نمایشگاه‌ها کارت ویزیت است. کارت ویزیت خود را به تعداد کافی آماده کنید. ضروری است کارت ویزیت شامل اطلاعات اصلی (نام، پست سازمانی، اطلاعات تماس) بوده و به‌روزرسانی شده باشد.

۳-۲ در طول نمایشگاه

۱- مجهز بودن

یک دفترچه یادداشت، خودکار و یک شارژر قابل حمل همراه داشته باشید تا دستگاه‌ها بتوانند در طول روز روشن نگه دارید. یک بطری آب و تنقلات سالم همراه داشته باشید، مکرر آب بنوشید، این موضوع به بدن شما کمک می‌کند تا کمتر احساس خستگی کنید. به همراه داشتن یک کوله پشتی یا کیف چرخدار برای حمل راحت‌تر آنچه در نمایشگاه از غرفه‌ها دریافت می‌کنید کمک‌کننده خواهد بود.

۲- ایجاد تعامل و شبکه‌سازی

گشاده‌روی باشید و خجالت نکشید. با

۳- جمع‌آوری اطلاعات هدفمند

بروشورها و آگهی‌هایی که توسط غرفه‌ها ارائه می‌شوند آموزنده و کاربردی هستند، لذا بر جمع‌آوری اطلاعات به‌صورت هدفمند تمرکز کنید. با غرفه‌داران در خصوص موضوعات مورد تمرکزتان گفت‌وگو کنید. سؤالات خاصی در مورد محصولات، خدمات یا زمینه‌های تخصصی آن‌ها بپرسید و نظرات خود را به اشتراک بگذارید.

۳-۳ پس از نمایشگاه

۱- مرور و جمع‌بندی

بلافاصله پس از اتمام نمایشگاه به مرور اطلاعات جمع‌آوری‌شده و شبکه‌های ارتباطی جدیدتان بپردازید. طبیعی است که اطلاعات زیادی جمع‌آوری کرده باشید، موارد مهم‌تر را جداسازی کرده و روی بهره‌برداری از آن‌ها متمرکز شوید.

۲- برقراری ارتباط و پیگیری

قبل از آن که سرد شوید، با افرادی که در طول نمایشگاه آشنا شده‌اید، ارتباط برقرار کنید. آن‌ها را در شبکه‌های اجتماعی حرفه‌ای نظیر لینکدین پیدا کرده و به آن‌ها پیام اختصاصی بدهید. در صورتی که تعاملات تجاری برنامه‌ریزی کرده‌اید، اولین قدم‌های رسمی را نظیر ارسال تفاهم محرمانگی یا درخواست دریافت پروپوزال بردارید.

۳- به اشتراک‌گذاری تجربیات

در شبکه‌های اجتماعی حرفه‌ای تجربیات خود را به اشتراک بگذارید. این موضوع ضمن افزایش شبکه ارتباطی شما، منجر به بهره‌برداری سایر افراد از تجربیات شما خواهد شد. در صورتی که اطلاعات جمع‌آوری شده توسط شما ممکن است برای سایر افراد کمک‌کننده باشد، این اطلاعات و تجربیات را در اختیارشان بگذارید.



محمد پناهی

عضو انجمن متخصصان روابط عمومی ایران



۲۰ یادداشت کوتاه درباره‌ی نمایشگاه‌ها

با خودمان چند چندیم؟!؟

● ۵. برخی از شرکت‌های کوچک و نوپای خصوصی هستند که برای رشد سریع خود با تمرکز بر برندینگ و توجه و دقت در نحوه نمایش و حضور، چنان نمود می‌کنند که مخاطب را شیفته و مشتاق خدمات و یا سهام خود کنند و در این خصوص دقت کافی را دارند و از نمایشگاه به‌عنوان فرصت و مکانی جهت اعلام موجودیت و نمایش توانمندی‌ها و پیشرفت‌های خود بهره‌ها می‌برند. من غالباً چنین شرکت‌هایی را تقدیر می‌کنم، زودتر از همه می‌آیند، دیرتر از همه می‌روند و خیلی روی مخاطبان خود تمرکز دارند؛ و اگر برگزارکنندگان نمایشگاه، اجازه بدهند حاضرند شب را هم در محل غرفه خود و نمایشگاه بگذرانند. شگفت‌انگیز و قابل‌تعمل است این همه حساسیت و آن همه اختلاف!

● ۶. برگردیم به این سوی داستان! برخی از این شرکت‌های دولتی تقریباً از حضور در نمایشگاه‌ها هیچ بهره‌ای جز وقت تلف کردن نمی‌برند! غالباً به‌شان دستور می‌دهند که باشید! و آن‌ها هم می‌آیند و هستند. اما اگر تهاش پرسید که چه کردید؟! پاسخ عینی و قابل لمس، تقریباً هیچ است.

”برند” نامید، زیرا در نمایشگاه عواملی همچون تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان، مصرف‌کنندگان کالا یا خدمات و همچنین مسئولان و مقامات ذی‌ربط کشوری و از همه مهم‌تر؛ مردم؛ در یک زمان و در مکان مناسب، گرد هم می‌آیند و تماشایی کلی از دار و ندار و همه چیز شرکت به‌دست‌شان می‌رسد. اتفاقاً در جای خودش، سنگ محک خوبی هم می‌تواند به حساب آید. بنابراین و در درجه اول، برگزاری نمایشگاه‌ها را نباید (چندان که در بالا گفته شد) ساده گرفت!

● ۴. بگذارید قبلش یک نکته را هم بگویم و بگذرم. این که ما در شرکت‌های دارویی داخل بورس فعالیم و باید به خود ببالیم که خیلی شفاف همه چیزمان می‌رود روی کدال و مشخص است که در تابلوی نمودارها، چه کرده‌ایم و به‌قول فوتبالی‌ها چند چندیم! شرکت‌های غیربورسی واقعاً عملکردشان به شفافیت بورسی‌ها نیست و ملاک و روند پیشرفت‌ها یا عقب‌گردهایشان هم! بنابراین مشخص است که روی شرکت‌های بورسی (این‌جا دارویی) نورافکن‌هایی روشن است و باز باید در این نمایشگاه‌ها خیلی دقیق‌تر عمل کرد.

● ۱. در بررسی نقاط قوت و ضعف نمایشگاه‌ها و غرفه‌داران، نگاهی به بخش‌های خالی لیوان می‌اندازیم و موضوعاتی را رصد می‌کنیم که گاهی ناخواسته، و به‌شکلی باورنکردنی و در یک چشم به‌هم زدن، هویت سازمانی را ذبح می‌کنند!

● ۲. کلمه نمایشگاه از دو بخش نمایش و گاه، به‌معنای محل نمایش محصول، ترکیب شده است. اما نخستین برداشت غلط از کلمه نمایشگاه برای برخی از عزیزان در بعضی شرکت‌ها، این است که به‌جای به نمایش گذاردن کالاهای تولیدی و یا تجاری، بیشتر علاقه‌مندند تا خود را به نمایش بگذارند! این شیوه در تعدادی از مجموعه‌های عمومی به‌عینه قابل رصد است؛ در اصل نمایشگاه، بدل به محلی جهت دید و بازدیدها شده و از آن‌گذر، ارتباطاتی شکل می‌گیرد که در اهداف هیچ نمایشگاهی تبیین نشده است! تا این‌جا هم مشکلی نیست، تقدم و تاخر جابه‌جا شود، بد است!

● ۳. اما همه می‌دانیم در تعریفی گویا و کوتاه، نمایشگاه را هم می‌توان هویت زنده‌ی یک سازمان یا هویت زنده‌ی یک

مدیره، عارشان می‌شود که پا به غرفه گذاشته و احتمالاً با بازدیدکننده‌های هم‌کلام شوند!

۱۱. بعضی شرکت‌ها هم هستند که نمی‌خواهند در برابر شرکت‌های رقیب، کم بیاورند! آن‌ها با به رخ کشیدن امسال و عظمت دکوراسیون، ضمن تحمیل هزینه‌هایی هنگفت به سازمان‌شان، فقط شوآف می‌دهند و با پایان نمایشگاه ۳ روزه و تخریب غرفه، فقط حسرت و دریغ باقی می‌گذارند از تماشای هیچ، و اموال سوخته مردمی! شگفتا که این غرفه‌های عظیم، غالباً فاقد خلاقیت و زیبایی بصری هم هستند!

۱۲. غالب مدیران ارشد شرکت‌های دولتی و بعضاً خصوصی را فقط زمانی می‌توان در غرفه‌های‌شان یافت که منتظر ورود یکی از وزراء و یا مقامات ارشد دولتی باشند! و بله! عکس یادگاری و نصب‌العین کردن آن بر در و دیوار شرکت و باقی‌قضا یا...!

۱۳. بدیهی است که برای برگزاری نمایشگاه و غرفه‌داری، می‌توان آموزش‌های لازم را دید، از چند روز زودتر برنامه ریخت و از ساده‌ترین امور، نحوه غرفه‌داری و شیوه برخورد با بازدیدکنندگان بگیریم، تا تبلیغات و اطلاع‌رسانی‌های بجا و مطلوب و ارسال دعوت‌نامه‌های مناسب و... اقدام کرد. هر بار هم از نو، و هر بار هم با تجربه‌ای افزون‌تر و هر نمایشگاهی در تناسب با موضوع‌اش. رسانه‌های مجازی و سوشال مدیا را خیلی باید جدی گرفت. آن‌ها امروز در میدان رسانه‌ای، ترکتازی می‌کنند پس...

۱۴. البته که الان صنعت نمایشگاه‌داری و نحوه برگزاری نمایشگاه‌ها نسبت به گذشته ارتقاء یافته و رشدی قابل توجه را در آن شاهدیم؛ اما خوب، همه هم می‌دانیم که این دانسته‌ها هنوز و هنوز کافی و کامل نشده است! چه از نظر سخت‌افزاری و چه از نظر نرم‌افزاری.

۱۵. ارائه خدمت مطلوب به مراجعان نمایشگاهی و کسب رضایت و خشنودی آنان، الزاماً باید جزو هدف‌های اصلی سازمان و نهاد شرکت‌کننده باشد. شما سه روز وقت داری تا در خلال همه تراکم و تراجم نمایشگاه و در کنار هزار جور رقیب و رفیق، نتیجه لازم را برای برندینگ خود بگیرید و اگر شد کاری هم برای مارکت‌تان انجام داده باشید.

۱۶. مدیران و فروشندگان نیاز دارند تا با بهره‌گیری از خلاقیت و نوآوری با سلیقه‌ها و خواسته‌های گوناگون مشتریان همگام باشند تا با جذب بیشتر مشتری، اوضاع برند و حتی فروش محصولات خود را بهبود ببخشند. با پیشرفت تکنولوژی و فناوری‌ها، روش‌های سنتی فروش، قادر به برآورده کردن نیاز مردم و بازار نیست و نکته مهم در این میان نقش نیروی غرفه‌دار در نمایشگاه است که با آموزش مواردی همچون زبان بدن (بادی لنگویج) و یا آداب معاشرت بتواند اثرگذاری بیشتر بر بازدیدکنندگان و مشتریان داخلی و خارجی نمایشگاه‌ها پدیدار کند.

۱۷. نیروی غرفه‌دار نمایشگاه باید اطلاعات کافی درباره کالاها ارائه دهد و طرز استفاده از آن‌ها را بداند. مدیری ارزشمند یک روز به ما می‌گفت: نروید دخترخاله و پسرخاله‌اتان را برای غرفه‌داری به نمایشگاه بیاورید، این طوری قطعاً ۹۹ درصد پول و انرژی‌هایمان را دور ریخته‌ایم.

۱۸. حفظ نظم و نظافت کل غرفه از واجب واجبات است؛ از آن غافل نشوید. این‌را صریحاً از همکاران‌تان بخواهید. غرفه پاتوق نیست؛ این‌را بدانید. تفریح و سرگرمی را بگذارید برای بعد از اتمام ساعت کاری نمایشگاه!

۱۹. به برندگان احترام بگذارید. نمودار شخصیت شماست.

۲۰. به مارکت و محلی که برای تقویت آن اجاره کرده‌اید و زمان‌تان هم محدود است، ارزش قائل شوید، سه روز دیگر از این نورافکن و میز و صندلی و میل و لمیدن در آن، چیزی باقی نمی‌ماند. پس بدانید که برای چه در این نمایشگاه‌ها حضور یافته‌اید.

۷. غرفه داران این مجموعه‌ها غالباً (و نه همه‌شان) بدون آموزش و بدون آگاهی از وظایف کلیدی خود و بدون شناخت کامل و اطلاعات کافی از سازمان و محصولات خود و بعضاً با هدف اخذ هدایای تبلیغاتی و یا دادوستد این اقلام و حتی بی‌انگیزه و بی‌هیچ نشانه‌ای از شادابی و ناآشنا با تکنیک‌های زبان بدن، دست در جیب و بدون تسلط به زبان لاتین و اگر باشد در حد hello. how are you? در این میدان رقابتی حاضر می‌شوند! انگار بخشی مهم از شلختگی‌های سازمانی را هم به نام این‌جا ضرب کرده‌اند؛ و در هیچ کجای نمایشگاه‌های معتبر جهانی چنین چیزهایی قابل رؤیت نیست.

۸. تجربه نشان داده است که بازدیدکنندگان نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی، غالباً افراد عادی و غیر متخصص هستند. از همین رو، غیر متخصص بودن بازدیدکنندگان نمایشگاهی را باید یک پیش‌فرض گرفت، و به یک شیوه رفتاری مناسب و کلان رسید. زیرا گاهی اوقات، مراجعانی در انبوه جمعیت، از افراد متخصص، مدیران اجرایی خصوصی و دولتی و یا حتی از مقام‌های ارشد کشوری حضور دارند. بنابراین شیوهی برخوردها باید از یک منظر، و در نگاه اول، کلی، یکسان و بسیار محترمانه باشد.

۹. نمی‌دانم دیده‌اید یا نه؟! بعضی اوقات غرفه‌داران در حضور بازدیدکنندگان در وسط غرفه نشسته و در حال تناول‌اند! احترام به انتظار عمومی شامل حال همه ساعات نمایشگاه است و در یک ساعت خاص (مثلاً صرف ناهار!)، نمی‌توان تعطیلش کرد!

۱۰. شرکت‌های مشارکت‌کننده در نمایشگاه‌ها عموماً به دو دسته دولتی و خصوصی تقسیم می‌شوند که دسته اول یعنی شرکت‌های دولتی، راساً آنچنان انگیزه‌ای برای مشارکت در نمایشگاه‌ها ندارند، فلذا حضورشان در نمایشگاه‌ها عمدتاً از روی تکلیف از جانب مقام بالا است! گاهی دیده شده که برخی از مقام‌های بلندپایه و ارشد این شرکت‌ها اعم از مدیرعامل و اعضاء هیئت

۱۱. بعضی شرکت‌ها هم هستند که نمی‌خواهند در برابر شرکت‌های رقیب، کم بیاورند! آن‌ها با به رخ کشیدن امسال و عظمت دکوراسیون، ضمن تحمیل هزینه‌هایی هنگفت به سازمان‌شان، فقط شوآف می‌دهند و با پایان نمایشگاه ۳ روزه و تخریب غرفه، فقط حسرت و دریغ باقی می‌گذارند از تماشای هیچ، و اموال سوخته مردمی! شگفتا که این غرفه‌های عظیم، غالباً فاقد خلاقیت و زیبایی بصری هم هستند!

۱۲. غالب مدیران ارشد شرکت‌های دولتی و بعضاً خصوصی را فقط زمانی می‌توان در غرفه‌های‌شان یافت که منتظر ورود یکی از وزراء و یا مقامات ارشد دولتی باشند! و بله! عکس یادگاری و نصب‌العین کردن آن بر در و دیوار شرکت و باقی‌قضا یا...!

۱۳. بدیهی است که برای برگزاری نمایشگاه و غرفه‌داری، می‌توان آموزش‌های لازم را دید، از چند روز زودتر برنامه ریخت و از ساده‌ترین امور، نحوه غرفه‌داری و شیوه برخورد با بازدیدکنندگان بگیریم، تا تبلیغات و اطلاع‌رسانی‌های بجا و مطلوب و ارسال دعوت‌نامه‌های مناسب و... اقدام کرد. هر بار هم از نو، و هر بار هم با تجربه‌ای افزون‌تر و هر نمایشگاهی در تناسب با موضوع‌اش. رسانه‌های مجازی و سوشال مدیا را خیلی باید جدی گرفت. آن‌ها امروز در میدان رسانه‌ای، ترکتازی می‌کنند پس...

گفت‌وگویی ویژه فن‌سالاران با مهندس فرامرز اختراعی
ریاست سندیکای تولیدکنندگان مواد دارویی، شیمیایی و بسته‌بندی دارویی

منم و این صنم و عاشقی و باقی عمر



اشاره:

۲۲ خرداد ماه و دقیقا روز تولدش است؛ در دفتر کارش در میدان توحید، خیابان ستارخان منتظر نشستام تا مصاحبه با یکی از ناموران عرصه صنعت داروی کشور را رقم بزنم. دفتر کارش امروز به همین مناسبت، شلوغ و پر رفت‌وآمد است؛ چهره‌های خندان، همیشه دوست‌داشتنی‌ترند، و امروز این‌جا سعادت‌مندان همه مسرورند.

مهندس فرامرز اختراعی را چند سالی است که به واسطه مجاورت با دوست گرامی‌ام، میثم کریمی و فارمکس می‌شناسم. شناخت من همیشه مبتنی بر دریافت‌ها و تحلیل‌های خودم است، بنابراین به فیدبک‌ها و حرف‌های دیگران کاری ندارم. وقتی به پایان این مصاحبه طولانی و پرمحتوا؛ که شوربختانه ناچار شده‌ام به خاطر حجم‌اش، نیمی از آن‌را کنار بگذارم؛ می‌رسیم، علاقه و احترام من به وی دوچندان می‌شود. علاوه بر اخلاق حرفه‌ای توامان با افتاده‌حالی (که گمشده‌ی بزرگان ماست!) می‌توانی به‌عینه ببینی که دانش و تجربه و شخصیت قوام‌یافته چگونه با هم همزیستی کرده‌اند، و به‌جای طرح حرف‌ها و مسائل ناکارآمد، این پشتوانه‌های کاری و قریحه و دانش است که با تو سخن می‌گوید. حرف را کوتاه می‌کنم، هیچ‌کس بی‌دلیل، فرهیخته و با سواد و محترم و ارزشمند جلوه نمی‌کند، و این‌جا می‌توان قول حضرت حافظ بزرگ را جاری ساخت: ... قبول خاطر و لطف سخن خدادادست. سوال‌ها حذف و پاسخ‌ها را می‌خوانید.

سردبیر

ما سه برادر بودیم. برادر بزرگ‌ترم فریدون اختراعی در عملیات ۹ مهر ۱۳۶۱ در شب عملیات مسلم‌ابن عقیل در سومار به شهادت رسید؛ و الان منم و برادر دیگرم، امیرعباس که حدود ۱۰ سال از من کوچک‌تر است.

ما خانواده‌ای کم‌جمعیت بودیم و بعد از شهادت برادر بزرگ‌ترمان، به پدر و مادرم خیلی فشار آمد. آخر در همان زمان، من هم در عملیات سومار کنار برادرم بودم و به سختی مجروح شدم. توپخانه‌ی عراقی‌ها سنگر ما را هدف قرار داده بود و از هشت نفری که در سنگر بودند هفت نفر از جمله

مهندس فرامرز اختراعی: متولد ۲۲ خرداد ۱۳۴۲ در تهران هستم. مادرم هم اهل تهران، و پدرم اهل خلخال بودند. من در شرایط حکومت نظامی و در روز تبعید امام خمینی به ترکیه به‌دنیا آمده‌ام! به‌قول اخوی‌ام، در شرایط تق‌وتوق و تفنگ! آن شب، مادرم را برای وضع حمل، به بیمارستان می‌برند، و با آن‌که جیب ژاندامری و کلانتری آن روزگار اسکورت می‌کرده، داستان ایست‌وبازرسی و تیراندازی هوایی و اینها هم بوده و ترس و اضطراب و...! برای همین، این ۲۲ خرداد خودش داستانی دارد در خانواده ما...

کنی. من دیپلم ریاضی داشتم (دبیرستان البرز می‌رفتم) نمراتم عالی و دوران متوسطه را هم فوق‌العاده گذرانده بودم. نام‌نویسی کردم و به هر شکلی که بود ما را با برانکار و آمبولانس بردند میدان راه‌آهن سر جلسه امتحان؛ و با موفقیت کنکور را سپری کردم و به‌رغم داستان سهمیه خانواده شهدا و رزمندگان و غیره، در کنکور قبول و در دانشگاه (سال ۱۳۶۲) پذیرفته و سال ۱۳۶۶ هم با مهندسی شیمی فارغ‌التحصیل شده و بلافاصله هم جذب کار شدم.

من بعد از مجروح و درمان شدنم، باز هم دوست داشتم جبهه بروم، و اتفاقاً رفتم، اما شرایط بدنی‌ام طوری نبود که بتوانم ادامه بدهم. در یک عملیات (سمت مریوان و پنجوین) بودم و واقعا خیلی برایم سخت گذشت. دست و پایی ناکارآمد داشتم که بنیه بدنی و توان ادامه به‌ام نمی‌داد، دیدم که امکان ادامه حضور در جبهه را ندارم، بنابراین از سپاه هم (به‌سختی) مستعفی شدم و رفتم دانشگاه.

در دانشگاه یکی از دوستان هم‌دوره‌ای سپاهی من، آقای معظم (که الان دبیر سندیکای ما هستند) رفته بود وزارت بهداشتی آن موقع، و به من هم گفت بیا حوزه دارو. من هم مطالعاتی داشتم و اصلا به دانشگاه داروسازی زیاد رفت‌وآمد می‌کردم؛ با مرحوم دکتر شفیعی که رئیس دانشگاه بود، اساساً رفیق شده بودم؛ همیشه فکر می‌کردم من دانشجوی داروسازی هستم! یادش می‌رفت... (می‌خندد) من دانشجوی دانشکده فنی بودم و در کتابخانه ما، کتاب کمی‌کال ابسترکت {خدمات چکیده‌نامه شیمی (Chemical Abstracts Service) که از سال ۱۹۶۵ میلیون‌ها ماده را ثبت کرده است}، نداشتند، ولی در کتابخانه دانشگاه داروسازی موجود بود. این یک کتاب شیمی مفصل و عالی بود. آن موقع هم که اینترنت و از این چیزها نبود؛ فقط کتاب بود و کامپیوترها هم، فرم‌های دیگری بودند، کارت را پانچ می‌کردیم و کارت پانچ‌ها را به کامپیوترهای آی‌بی‌ام می‌دادیم. یک اتاق بود که این‌ها را می‌بردیم و می‌خواند، برنامه‌نویسی بود

ماشین‌سازی داشت (حوالی ۱۳۵۶ یا ۵۵). او ابزار وسایل نقلیه سنگین شرکت نفت را پیمان می‌کرد و می‌ساخت. پدرم یک شریک زرتشتی (اسفندیار) داشت و حدود ۱۸۰۰ متر سوله. اما بعد، سهم او را خرید و جنگ که شروع شد، پدر کارخانه را تعطیل کرد و راهی جبهه شد. دو سه سال ابتدای جنگ، ما هم‌زمان با پدر و برادرم جبهه بودیم. اتفاقاً برادرم سربازی‌اش در فروردین ۱۳۶۱ درست وسط عملیات آزادسازی خرمشهر تمام شد، ولی با ما و بچه‌های لشکر حضرت رسول (ص) ماند و در عملیات رمضان هم حضور داشت و بعد در عملیات مسلم‌ابن عقیل به شهادت رسید.

داروپخش در آن زمان حدود ۱۴۰ قلم دارو تولید می‌کرد و مرکز تحقیقات هم داشت (همین‌که حالا شرکت مستقل تحقیقاتی / مهندسی توفیق‌دارو شده است). در واقع مجموعه داروپخش متعلق به وزارت بهداشت بود، که سال ۱۳۷۴ سازمان تامین اجتماعی بعوض مطالبات‌اش از دولت گرفت و مدیریت‌اش را به شستا داد

من زنده ماندم و بیشتر از صدها قطعه ترکش در بدنم مهمان و ساکن شدند. اما خب تقدیر این چنین بود و با مشکلات بسیار زیاد، گذراندم و درمانم هم دو سالی طول کشید و انواع جراحی‌ها را هم در انواع بیمارستان‌ها داشتم؛ گوارشی، مغز، ریه، کلیه، روده‌ها، شکستگی پا و فوزک پیچ و مهره شده... (می‌خندد).

اوایل دهه ۱۳۶۰ بعد از انقلاب فرهنگی، اعلام کردند که دوباره برای کنکور ثبت‌نام خواهند کرد. من بیمارستان شهدا، بستری بودم؛ که مادر آمد و گفت باید نام‌نویسی

برادرم شهید شدند و من تنها بازمانده آن سنگر بودم با بدنی پر از ترکش! برای پدر و مادرم خیلی سخت بود که هم‌زمان یک پسرشان شهید و یک پسرشان به‌سختی مجروح شده باشد. آن‌ها اگر بچه‌های بیشتری داشتند، در آن شرایط، کمک‌حال‌شان می‌شد؛ و به گمانم خیلی بهتر بود.

اکنون پدرم دچار بیماری دمانس و خانه‌نشین و بیمار هستند؛ و مادر هم به رحمت خدا رفته‌اند.

من ۲ فرزند پسر دارم. علاقمند بودم سه یا چهار فرزند بیاوریم، اما خب این موضوعی است که همسر هم باید رضایتش را بدهد. مع‌الوصف پسر بزرگم مهندس شیمی از همان دانشگاهی است که خود من هم از داخل آن فارغ‌التحصیل شده‌ام یعنی دانشکده فنی دانشگاه تهران.

به هر تقدیر، پسر بزرگم هم رشته مهندسی مکانیک را خواند؛ و شما استحضار دارید که من در حوزه دارو خیلی فعال و درگیر بوده و هستم و مجموعه ما هم، کمی در حوزه دارو سرمایه‌گذاری‌هایی کرده است. برادرم امیرعباس هم ۳ فرزند دارد؛ پسر بزرگش مهندس مکانیک و دخترش هم که سال دوم دانشگاه است و مهندسی شیمی می‌خواند. یعنی در خانواده ما مهندسی "شیمی و مکانیک" تقسیم شده است؛ پسر کوچک برادرم هم فعلاً دبستانی است.

من در چهار راه مختاری (مرکز تهران) به دنیا آمده‌ام. آن موقع، مستاجر عمه‌مان بودیم. بعدش پدر در سپه‌غربی (بین جیحون و کارون) خانه خرید و ده سالی زندگی کردیم و سال ۱۳۵۳ یا ۱۳۵۴ منزل‌مان را عوض کردیم و رفتیم شرق دانشگاه شریف (خیابان آزادی). پدر هنوز هم همان‌جا زندگی می‌کند.

من سال ۱۳۶۶ ازدواج کردم، در قلهک آپارتمانی کوچکی خریدیم و بعد از آن هم نزدیک حسینیه ارشاد منزل داشتیم و الان هم که در خیابان شریعتی نرسیده به تجریش ساکن هستیم.

پدرم قبل از انقلاب یک کارخانه

ولی ارتباط نبود. مثلا اگر می‌خواستید جست‌وجویی کنید ۱۰ روز بعد نتیجه جست‌وجو را می‌رفتید و می‌گرفتید و...!

*

آقای معظم آن روزگار (سال ۱۳۶۶ که دکتر مرتضی آذرنوش، مدیرعامل کارخانجات داروپخش بود)، گفت برویم آن‌جا برای استخدام. ما هم رفتیم و اتفاقا خود دکتر آذرنوش با من مصاحبه کرد؛ و بعد هم مرا فرستاد پیش دکتر ذوالفقاری، که مرکز تحقیقات دارویی را اداره می‌کرد. همین جایی که الان شیمی‌دارویی داروپخش است (آن‌موقع اسمش شهید رزکانی بود). "تماد" هم یک کارگاهی بود نسبتا غیرفعال؛ و یک کارهایی را در سال

به آزمایشگاه تماد می‌آدمم و آن‌جا فعالیت می‌کردم. تماد هم هنوز شکل شرکت را نداشت؛ همه واحدها از جمله کارخانجات داروپخش در واقع زیرمجموعه و واحدهایی برای مجموعه داروپخش بودند. اصل داروپخش هم که اساسا یک شرکت پخش بود. یعنی مهم‌ترین بخش‌اش که درآمد زیادی هم داشت، شرکت پخش‌اش بود و بعد کارخانجات بود که درآمد خیلی خوبی به هم زده بود؛ چون در آن زمان حدود ۱۴۰ قلم دارو تولید می‌کرد و مرکز تحقیقات هم داشت (همین‌که حالا شرکت مستقل تحقیقاتی / مهندسی توفیق‌دارو شده است). در واقع مجموعه داروپخش متعلق به وزارت بهداشت بود، که سال ۱۳۷۴



۱۳۶۶ برای تولید ماده مؤثره شروع کرده و ناموفق و ناتمام باقی مانده بود.

*

راستش! من از این مجموعه خیلی خوشم آمد. دکتر وزیری هم که آن‌زمان از اعضای هیئت‌مدیره آن مجموعه بود، از من خواست تا در تماد فعالیت کنم. پس من به این صورت، وارد تماد شدم؛ و دیدم که چقدر جای پیشرفت و کار کردن دارد. قبل‌تر در دفتر طراحی البته با پروژه‌هایی مثل آسپیرین، آشنا و علاقمند شده بودم. دائم

سازمان تامین اجتماعی بعوض مطالبات‌اش از دولت گرفت و مدیریت‌اش را به شستا داد.

*

سال ۱۳۶۹ دیگر کلا من به تماد رفتم و مدیر آن‌جا شدم. البته پیش‌تر سوابق تحقیقاتی در آن‌جا داشتم؛ اما اشخاصی همچون دکتر مصطفوی، دکتر نیلفروشان و دکتر لطفی قبل از ورود من، آن‌جا خیلی زحمت کشیده بودند، مهندسان خیلی برجسته‌ای هم کارهایی انجام داده بودند و

در واقع، مجموعا یک دنیا تجربه در آن‌جا جمع شده بود؛ منتهی نمی‌دانم چرا این‌ها صنعتی نمی‌شدند!

*

دکتر لطفی یکی از اولین اشخاصی بود که به شدت از ایده‌های من حمایت کرد، فردی بسیار توانمند بود. بعد هم دکتر ذوالفقاری، یک دانشمند بسیار فرهیخته در حوزه اخلاق، علم و مدیریت بود. نفر بعدی هم، دکتر مصطفوی بود که آن‌جا را کارخانه کرده بود و من از ایشان، یک کارخانه تحویل گرفتم.

دکتر مصطفوی اولین کسی بود که یکی دو تا محصول سولفات باریوم دارویی را تولید کرد. البته در تولید الکل اَبسولوت ناموفق بود و من بعدش، تغییراتی در دستگاه دادم و بیشتر زحمات را هم آقای صادقی (مدیر تولید) کشید و تولیدمان سرانجام ثمر داد. اولین دستگاهی که در دنیا، الکل اَبسولوت را تولید کرد، تماد بود. در فرانس‌ها نوشته‌اند که این الکل برای اولین بار در انگلستان تولید شده است! این یک بی‌معرفتی بزرگ به حساب می‌آید! زیرا ۵ سال قبل ما در ایران برای اولین بار این الکل را ساخته بودیم و مستنداتش نیز موجود است. بگذریم...

*

مرحوم دکتر مصطفوی به کارخانه تماد شکل داده بود، اما کارخانه زیان‌ده، و تعداد پرسنل کم بود، تحقیقات هم روی مواد و داروهای مخدر شروع شده، اما هیچ وقت به صورت محصول بیرون نرفته بود!

من به دکتر شیبانی، مدیرکل وقت اداره دارو (آن‌موقع هنوز سازمان غذا و دارو نداشتیم) گفتم، ما می‌توانیم تعدادی از ماده‌ها را در شکل صنعتی تولید کنیم، آیا شما این‌ها را خریدارید؟! دکتر شیبانی زحمت کشید و جلسه‌ای را برگزار کرد؛ و تعدادی از داروسازان باتجربه از جمله مرحوم دکتر عبیدی به آن جلسه آمدند. در جلسه گفته شد که این جوان، مدعی است می‌تواند مواد مؤثره دارویی را تولید کند؛ و الان هم قیمت کدئین فسفات و سولفات مورفین بالا رفته و پول نداریم، سال‌هایی بود که تازه جنگ تمام شده بود و منابع ایران هم خیلی کم بود؛ آیا می‌توانیم به

ایشان اعتماد کنیم!؟

من یادم است تقریباً همه عزیزان بالاتفاق جوابشان منفی بود و گفتند چنین چیزی امکان ندارد. آن روز همه‌شان بالاتفاق قلب من را شکستند! آن موقع (سال ۱۳۶۹) مطلقاً مواد اولیه صنعتی در ایران تولید نمی‌شد. فقط محصولاتی مانند وازلین قبلش تولید شده بود، که حاوی ماده جانبی بود و نه ماده اولیه! ما می‌خواستیم یک کار استثنایی را صورت دهیم. و وقتش رسیده بود...

*

عجب روزی بود! هیچ‌وقت هیچ لحظه‌اش از یادم نمی‌رود! مرحوم دکتر عبیدی گفت: مواد موثره دارویی را در کره مریخ تولید می‌کنند! زمینی که نیست! حالا نمی‌دانم شوخی کرد یا جدی! من خیلی جوان بودم؛ ۲۵، ۲۶ سال بیشتر نداشتم؛ اما تسلط و یقین داشتم که این کار شدنی است. باورم نمی‌شد این همه مقاومت و سرسختی!

*

آن موقع پول و ماشین‌آلات و امکاناتی نبود. مرحوم دکتر ذوالفقاری اول انقلاب رفته بود یک سری رکتورهای گلس‌لایند از مجارستان به شکل یک مزایده گروهی و کوچولو خریده و آورده بود. بعد هم، جنگ شروع شده بود و برقش را هم، صنایع دفاع گرفته بودند و دو تا کارخانه تمام مجموعه‌ها دو واحد ساده داشت وسط بیابان!

ما این تجهیزات را از زیر خاک در آوردیم، کسی پول نمی‌داد و اعتماد نمی‌کرد؛ می‌گفتند این‌جا یک مجموعه تحقیقاتی است و همین‌طوری بلامتکلیف مانده بود! آن موقع ۹۱۳ میلیون تومان فروش سال ما بود که البته پول کمی نبود و همه‌اش هم زیان بود. اساساً تمام مشهور بود به مرکز تبعیدی‌های داروپخش.

*

ما در تمام، یک نگرهبانی داشتیم که از خانواده شهدا و فردی محترم بود. یک شب که منتظر بودم ماشین‌ها آماده شوند و ما را ببرند منزل، این آقای نگرهبان آمد و به من گفت: تو خیلی داری این‌جا چون می‌کنی، این‌جا فایده‌ای نداره؛ کسی که آجر این‌جا را کار گذاشته، یه یهودی بوده و هیچ‌وقت درست نمی‌شه! واقعا خیلی حرف سنگینی

بود. ما در تمام آن روزگار، اساساً شب‌وروز نداشتمیم! بعد هم این انرژی وحشتناک منفی آمد! من به او گفتم: برادر عزیز! پس منتظر باش و ببین که من این‌جا را به کارخانه‌ای بزرگ تبدیل می‌کنم که در دنیا نام‌اش مایه فخر باشد؛ و شگفتا که خیلی زود این اتفاق افتاد.

*

وقتی ما برای اولین بار موفق به تولید داروهای نارکوتیک و صادرات آن شدیم، ما را در جلسه‌ای (کنفرانس داروهای نارکوتیک) به «وین» دعوت کردند که در حاشیه آن، تمام بزرگان نارکوتیک حاضر بودند و نشستنی برگزار کردند که

**دکتر شیبانی از من پرسید
چند روزه می‌توانی کدئین
فسفات را تولید کنی؟
گفتم: این‌ها که مخالفت
کردند! اما اگر اعتماد
کنید، ۱۵ روزه. گفت: ۲
ماه بهت وقت می‌دهم، و
نمی‌گذارم یک گرم هم
کسی وارد کند. داشتم
شاخ درمی‌آوردم!**

بیزینس‌های بین‌المللی‌شان را هم آورده بودند و...

خب! ما صادراتمان خیلی بالا رفته بود. آن جلسه به ما گفتند؛ این بازار دنیا مثل یک کیک تقسیم شده است و هر کسی نمی‌تواند سرش بیندازد پایین و بیاید و سهمی طلب کند! یک آقای به نام «کلود پاریس» بود که از یک شرکت مرتبط با داروهای نارکوتیکش «فرانکوپری‌یا» می‌آمد. به من گفت: ببین، فرامرز! تو اصلاً حلیت نیست! این یک کیک تقسیم شده بین شرکت‌های مولتی‌نشنال است و اصلاً تو دهانت بوی شیر می‌دهد و عددی نیستی که آمدی این‌جا! این‌جا برای خطرناک

است!" پیرمردی با قد بلند بود و حدود ۹۰ سال سن، که از در تهدید حرف می‌زد! من هم گفتم: ببین کلود! ۹۰ درصد این کیک مال من است، ۱۰ درصدش مال هم شما؛ حالا بروید و تقسیم‌اش کنید. من آنچنان قیمت‌ها را پایین می‌آورم که هیچ‌کس از شما نخرد.

*

باید برگردیم به آن روز خاص! که دکتر شیبانی جلسه گذاشته بود و عزیزان متفق‌القول گفتند؛ نمی‌شود که نمی‌شود که نمی‌شود! من به دکتر شیبانی گفتم: من واقعا انتظار نداشتم مرا به این جلسه دعوت کنید و این‌طوری نابودم کنید!

او گفت: نه عزیزم! چند روزه می‌توانی کدئین فسفات را تولید کنی؟ گفتم: این‌ها که مخالفت کردند! اما اگر اعتماد کنید، ۱۵ روزه. گفت: ۲ ماه بهت وقت می‌دهم، و نمی‌گذارم یک گرم هم کسی وارد کند. داشتم شاخ درمی‌آوردم! در داخل جلسه منهدم‌م کردند، در بیرون ناگهان روزنه‌ای از حمایت تابید. اصلاً به شما بگویم که تمام ماده اولیه دارو در ایران، یعنی دکتر شیبانی...

*

به شرکت آمدم و تمام رآکتورها را از زیر خاک درآوردیم، ظرفیت‌ها را بالا بردیم و تحولاتی صورت دادیم که نگو و نپرس...؛ سانتریفیوژها، ابزار تقطیر، امکان آیزوروشن نداشتمیم، اصلاً خیلی از ملزومات موجود نبود، نداشتمیم؛ خیلی پیچیده بود و باید یک چیزی بین آزمایشگاه و صنعت، درست می‌کردیم. سانتریفیوژ پوسیده سوئدی دور بالا بود! منتهی بسکت جدا می‌چرخید و بدنه‌اش ثابت! هر لحظه که دور بالا می‌گرفت، ممکن بود بدنه بسکت به بدنه پوسته سانتریفیوژ بخورد و جرقه بزند؛ دی‌متیل‌آنیلین و متانول داخلش بود و ممکن بود آنی منفجر شود. (همه می‌رفتیم هوا...!) لاستیکی داشت که دم می‌کرد. آن لاستیک را بردیم ایران تایر که لاستیک می‌ساختند و گفتیم یک لاستیک با این خاصیت می‌خواهیم. خدا پدر و مادر مرکز تحقیقات‌شان و مهندس رحیم رحمانی را بیامرزد که یک چیز مناسب ساخت (چهار نمونه)، و ما اولی را که بستم، دیدیم

سانتریفیوژ همانی شد که می‌خواستیم. من فکر کنم آن سه تا نمونه دیگر هنوز در تباد دست‌نخورده باقی مانده است آن قدر که کیفیت‌شان عالی بود.

*

یک کارگر روستایی داشتیم که شب کار بود. یک روز، به‌اش گفتم تو در شیفت شب چی کار می‌کنی که این محصولی که ما صبح ازت تحویل می‌گیریم، فوق‌العاده از کار در آمده است؟ گفت: شب بمانید و ببینید. شب ماندم و دیدم و گفتم: من این را نرمش می‌دهم! بله! کدئین را روی سطح فیلتراسیون مدیوم، مشت‌ومال می‌داد. باورتان می‌شود؟! گفت: تمام ماده (لیکوئید) را این‌طوری با فشار بیرون

مرکز پژوهش‌ها، و توی سر این صنعت می‌زنند که خفیف و نابودش کنند که بگویند شما هیچی نیستید تا راه واردات را باز کنند! نگاه کنید و ببینید که همزمان دو تا سند تحول درباره آینده داروی کشور نوشته شده است که کاملاً مغایر و مخالف هم هستند! ...

*

تماد بزرگ شد؛ آسپیرین، کدئین، مورفین، نمک تزریقی، سیپروفلاکساسین و انروفلاکساسین و هر چه که بگویند تولید می‌کردیم. شیمی‌داری را راه انداختند؛ اروپایی‌ها و مجارستان و اتریش و ... به ما تکنولوژی‌اش را دادند و یک مولکولش هم راه نمی‌افتاد، آن‌همه آدم را، برای آموزش



می‌آورم. توی ماده ناخالصی داشت و ...؛ شما ببینید هوش یک روستایی ساده را.

*

ما با نوسکاپین دنیا را فتح کردیم. به ژاپن صادر می‌کردیم کیلویی ۳۸۶۰ یورو. اسنادش هست. نوسکاپین را الان به ۳۰۰ دلار هم نمی‌توانند صادر کنند! التماس‌مان می‌کردند. آقا! یعنی واقعا مصیبت‌ها کشیده شد تا ماده اولیه، ماده اولیه شد.

*

همین الان به دروغ مطلب می‌نویسند در

همین الان ما با الجزایر برای تولید استامینوفن قرارداد بسته‌ایم و بعدش انشالله رونمایی از ۸ داروی جدید سرطان را داریم و در شرف‌اش هستیم و بعد یک پرده‌برداری از مجموعه چند منظوره ماده مؤثره. آن دستاوردی که ما داشتیم و دنیا را متحول کرده و همه قدرت ایران را فهمیدند و باور کردند در کشور خودمان این‌طور نیست و من واقعا علت این که چرا در کشور خودمان دستاوردها را خفیف می‌کنند، نمی‌دانم!

*

در دوره کرونا آمدند گفتند: رمدسیویر جواب می‌دهد ما بلافاصله ماده اولیه آن را تولید کردیم، فابریک‌ها را جواب می‌دهد، بلافاصله ماده اولیه‌اش را تولید کردیم. هر چه که گفتند، ما این قدرت را داشتیم که بلافاصله انجام دادیم؛ ولی هیچ کس نمی‌گوید که این‌ها یعنی چه! هیچ کس نمی‌گوید در دوره کرونا اروپا فقط ۳۰ درصد ماده اولیه‌اش را تولید می‌کرد، ولی ما ۷۰ درصد را. هیچ کس نمی‌گوید این افتخار یعنی چه! حالا آن چیزهایی که مردم می‌بینند و می‌فهمند مثل ماسک و گان و ... انصافاً در آن حوزه هم افتخار آفرین بوده و هستیم. مردم الکل و استریل و ... را می‌بینند، ولی مواد اولیه کمی سخت است درک‌اش! دوره دکتر نمکی با دو میلیارد دلار ارز به دارو، اصلاً کمبودی نداشتیم؛ چرا؟ چون ما تولید می‌کردیم. حالا هی ماده اولیه را خفیف کنید، ارز ندهید واردات‌اش را باز کنید، ببینید به کجا می‌رسد! ولی من به شما می‌گویم که کشورهای دیگر که توانمندی‌های ایران را باور کردند از این توانمندی‌ها دارند بهره‌برداری می‌کنند و با کمک متخصصان ایران سطح خودشان را بالا می‌کشند. ما نباید این دستاورد را از دست بدهیم.

*

سال ۱۳۷۴ تماد شرکت شد و همه مجموعه‌های داروپخش از جمله کارخانجات داروپخش، پخش‌وتوزیع داروپخش، شیمی‌داری داروپخش شرکت شدند. توفیق‌دارو هم چند سال بعد شرکت شد آن‌هم با کمک دکتر ناصری و به همت آقای دکتر احمدیان که معاون

*

فرستاده بودند هیچ کدام‌شان نمی‌توانستند. دست و پاها همه قفل! ما بچه‌های تماد را برداشتیم و بردیم و آن‌جا را راه انداختیم؛ ۲۰ تا مولکول را هم در آن‌جا در آوردیم و کشور را به درجه‌ای رساندیم که امروز که من خدمت شما هستم از نیکاراگوئه، روسیه، کوبا، و به‌تازگی از الجزایر التماس می‌کنند که ما را در صنعت تولید مواد مؤثره دارویی به یک ارتقای تکنیکی برسانید.

وزیر و رئیس سازمان غذا و دارو شده بود.

*

دکتر ناصری که مدیرعامل شستا شد، دکتر امیدوار را مدیرعامل توفیق دارو کرد و بنده هم که رئیس هیئت مدیره بودم. به هر شکل، ما از توفیق دارو رفتیم؛ اما باز هم گفتند بیا و کارها را توسعه بده...

*

یک شرکت لنت خودرو بود که بعدها آن را به "برهان دارو" تبدیل کردیم که اسمش را کردند تماد مشهد؛ "تماد" هم آنجا را خریداری کرد و شد "تماد مشهد". همین الان ۱۵-۱۶ قلم مواد اولیه دارو و دامی را تولید می‌کنند که بسیار موفق است. من از سال ۶۹ تا ۸۵ در تماد بودم. سال ۸۵ مدیرعامل هلدینگ مواد موثره دارویی به نام "تیپک" شدم که در خیابان فاطمی غربی، کوچه سیمین قرار داشت. بعد، احمدی نژاد که آمد سر کار؛ و دکتر محمدزاده را آوردند، با هم نساختیم و من خارج شدم!

آن زمان، رئیس سازمان تامین اجتماعی، آقای مددی شد که رسماً با من چپ بود! من مشاور وزیر بودم و یک وقت‌هایی که در جلسه پرت‌وپلا می‌گفت، مثلاً این که؛ دارو را داروسازان گران کردند! من می‌گفتم: ۴۲ درصد دارو که در دست خود شماست، این چه حرفی است؟! ناراحت می‌شد و بازی را به هم می‌ریخت! می‌گفت: تو چرا پیش وزیر من را خراب می‌کنی؟! زیر دست من هستی و...؛ خب دیگر، حرف زدن فایده‌ای نداشت و...

*

تماد آن روزگار، از لحاظ ساختمانی و ساختاری و سازماندهی خرابه بود. تماد را ما مثل عروس از نو آراستیم. تمام زمین‌های اطرافش را خریدیم؛ زمین‌های بین دو شرکت را از زمین شهری خریداری کردیم، بعد یک مدعی آمد و پول مدعی را هم دادیم؛ چون طبق قرارداد باید این کار را می‌کردیم. زمین‌های پایین و بغلی تماد را خریدیم و تماد بسیار وسعت پیدا کرد. تماد چهار هزار متر زمین بود الان فکر می‌کنم قریب به سی و خورده‌ای هزار و شایدم بیشتر شده باشد. مصوبه پروژه کشت را سال ۸۴ از مجمع تشخیص

مصلحت نظام گرفتیم و یک کارهای تحقیقاتی هم صورت دادیم، ولی بعدش دیگر من سال ۸۵ از آن مجموعه بیرون آمدم. از آن سال دیگر کلاً از دولت بیرون خارج شدم.

*

من جانباز ۵۵ درصد بودم، بنابراین خودم را بازنشسته کردم تا دولت دیگر طرف من یکی نیاید! (می‌خندد و اضافه می‌کند که می‌توانستم ۸ سال زودتر بازنشسته شوم!) اما یک امر ویژه رخ داد و من دوباره تا آستانه موضوع پیش رفتم...

دوست بسیار بسیار عزیزم مرحوم آقای دکتر تربتی، از چهره‌های بسیار شاخص

کشورهای دیگر که توانمندی‌های ایران را باور کرده‌اند از این بهره‌بردار می‌کنند و با کمک متخصصان ایران سطح خودشان را بالا می‌کشند. ما نباید این دستاورد را از دست بدهیم

کشور بودند که خیلی به ایشان ارادت داشتیم. او از من خواست که به صندوق بازنشستگی بروم و آنجا یک مجموعه‌ی هلدینگ برای مواد اولیه دارویی، شیمیایی، پلیمر و... راه بیندازم. خب دکتر تربتی بود، نه نمی‌شد به‌اش گفت. خیلی هم همه چیز قطعی شد و ردیف. اما باز هم نشد! دوست‌مان آقای دکتر نجفی عرب که قبلش مدت‌ها رئیس ما بود، گفت: این‌جا دولتی و دوره احمدی‌نژاد است و به روحیات نمی‌خورد، اگر راست می‌گویند سهام بدهند. منم رفتم و خواستم؛ اتفاقاً، آن‌ها هم گفتند: ۱۰ درصد سهام مال شما! دوباره ایشان راهنمایی کرد و...؛ خلاصه

کنم استخاره کردم و آیه‌ای با این مضمون آمد: "مثل پیرزنی که لباسی را می‌بافد و می‌شکافد و با آن یک لباس دیگر می‌بافد، خیال می‌کند دو تا لباس بافته!" فهمیدم بهتر است که بیرون بیایم. بیرون آمدم.

*

بعدش دیگر من مستقل کار کردم تا الان. ما یک شرکت خانوادگی داشتیم، و آرزویم این بود که دوباره آن را احیا کنم؛ و این‌جا به هم آرزویم رسیدیم. نام شرکت، «طلاهداران صنعت فرآیند» بود و کارش هم مهندسی و ساخت‌وساز. البته! من نمی‌خواستم از صنعت دارو جدا شوم و وقتی آمدم بیرون، یک شرکت هندی بود و بعد هم یک شرکت پرتغالی که نمایندگان‌شان آمدند و اصرار کردند که شما بیا و با ما کار کن و مدیرعاملی شرکت سپیان را در پرتغال بر عهده بگیر! من گفتم من که خارج‌برو نیستم؛ خیلی هم اصرار کردند، نرفتم. شرکت «این سوئیفت» هندی هم مدیر بازرگانی و عضو هیئت مدیره‌اش، آقای بود به‌نام کومار، قبلاً هم در رِمبا کسی بود و من ایشان را می‌شناختم؛ آمدند و اصرار...؛ نرفتم. آقای کومار می‌گفت: شما را به‌عنوان مدیرعاملی یکی از ۵ شرکت بزرگ هندوستان دعوت می‌کنم. یک شرکت جدیدالتاسیس هم داریم با نام «این سوئیفت» در شهری با نام چندی‌گر. خلاصه رفتند و آمدند و اصرار و وعده‌های رنگین! من اما گفتم: اصلاً امکان ندارد که من از این مملکت پایم را بیرون بگذارم؛ منم و این صنم و عاشقی و باقی عمر / من از او گر بکشی جای دگر می‌نروم...

*

در خلال این اصرارها، وقتی دید که قبول نمی‌کنم، پیشنهاد شراکت در ایران را داد که تا حدی معقول بود و پذیرفتم. ما یک کارخانه‌ای را در اطراف تاجیکستان خریده بودیم و می‌خواستیم در آنجا یک کاتالیست نفتی تولید کنیم و...؛ گفت: بگذارید نقشه‌اش را، ما بدهیم؛ و دو تا محصول آتورواستاتین و کلومیپیرامین تولید کنیم که بزرگ‌ترین بازار دنیا مربوط به این دو دارو است.

سرمایه‌گذاری این‌ها هم مجموعاً دو میلیون دلار می‌شد و ایشان یک میلیون دلار نقد

می‌آورد و...؛ خلاصه کنم شراکت‌مان با فراز و نشیبی شکل گرفت، آن اوایل، خیلی راضی نبودند! ولی بعد، شرکت به تدبیری مرتب شد، توسعه پیدا کرد و شد همین شرکت "فرآیند شیمی حکیم"؛ که در سال ۸۸ به بهره‌برداری رسید. مشتری‌های اصلی‌مان هم، شرکت‌های اسوه و کیمیدارو بودند.

آن روزها دکتر تربتی تازه رئیس بانک ملی و گروه شفا دارو شده بود. به من گفت: می‌خواهم این کمپانی شما را بخرم. دکتر تربتی، فردی ملی، وطن‌پرست، مومن و یک مسلمان واقعی بود، یک الگوی درجه یک. هندی‌ها، آن اول خیلی مقاومت کردند، اما

یعنی نزدیک ۶۰ درصد مال ما است و ۳۴ درصد مال بانک ملی است و مدیرعاملش هم الان آقای دکتر نامی است.

ما اصالتاً کارخانه‌ساز هستیم و از اینکه برای دیگران کارخانه می‌سازیم، لذت می‌بریم، هم داخلی و هم خارجی؛ منافع خیلی خوبی هم دارد ولی من در دارو ماندم؛ به‌خاطر این‌که در نظام دارویی، اثربخش هستیم و اثر مفید داریم. و‌گرنه که اصل شرکت ما، شرکت مهندسی و ساخت است و تجهیزات گلاس‌لایند می‌سازیم که آن هم در معدود کشورهایی در دنیا هستند که بسازند. این برای ما واقعا یک افتخار ملی است.

افتخار این را هم داشتم که همیشه عضو هیئت مدیره و رئیس و عهده‌دار مسئولیت باشم. در واقع یک تاریخ ۳۰ ساله پشت این سندیکا است. فکر می‌کنم سال ۷۵ بود که رسمیت پیدا کردیم. در شروع این سندیکا افرادی که خیلی فعال بودند: آقای دکتر تحویل‌زاده، آقای دکتر امیدوار، آقای دکتر کریمیان، بنده، و آقای مهندس نوروزی بودیم.

در مقطعی و بنا به دلایلی یک دشمنی‌هایی عجیب با صنعت ماده موثره دارو شکل گرفت، و حتی شبکه‌ای درست شد و... وقتی شما زیرساخت‌های دارو را تولید و تنظیم می‌کنید، خیلی‌ها نمی‌توانند وارد کنند، بنابراین داستان‌های شبه‌مافیایی شروع می‌شود!

در بازار، کلاً ما ۸۰ میلیون دلار می‌گیریم ۷۰ درصد مواد موثره را تولید می‌کنیم. اگر یک ذره شل کنند، ما ۱۰۰ درصد ماده موثره را با ۱۰۰ میلیون دلار تولید خواهیم کرد. بنابراین ۴ میلیارد دلار، دیگر برای دارو مصرف نمی‌شود. به همین سادگی.

مافیا را چی تعریف می‌کنید شما؟! شرکت‌های فراملیتی به من می‌گویند تو اصلاً سهمی از این کیک نداری! یعنی مافیای آن بازار هستند و به هر ترفندی که شده، کار می‌کنند تا شما نتوانی چیزی را اثبات کنی!

شرکت‌های فراملیتی و نمایندگان این‌ها، همراه و همکارشان، خواسته و ناخواسته جزئی از گروه‌های سیاه محسوب می‌شوند. وقتی طرح ژنریک آمد، همه این بازی‌ها را آشکار کرد.

شما ببینید سرانه مصرف دارو در سال ۱۳۶۸ به ۱۳٫۶ دلار از ۵۲ دلار که در سال ۵۷ بود، رسید. در حالی‌که ما خانه‌های بهداشت را در ایران فعال کرده بودیم؛ تمام داروی مردم را در اقصی نقاط کشور تامین می‌کردیم و جاهایی که اصلاً نمی‌دانستند دارو چیست، داروهای اساسی به دست‌شان می‌رساندیم. دقت می‌کنید!؟

با شروع جنگ، مصرف دارو وحشتناک بالا رفت، ولی سرانه مصرف به شدت پایین



نتوانستند و ۳۴ درصد شرکت واگذار شد. من راضی بودم.

تقریباً دو سال پیش، شرکت «این سوئیفت» به‌علت فشار آمریکا، ناچار به واگذاری سهام خود شد که آقای مهندس موسوی در «کیمیگران امروز» آمد و سهم آن‌ها را خرید و آن شرکت کلا ایرانی شد. الان دو سال است که این شرکت و شرکت پرند دارو، که آن هم با شراکت مهندس موسوی و مال ما بود، سهام‌مان را جابه‌جا کرده‌ایم.

اکنون در شرکت داروسازی طاها در سبزوهر سهام داریم، و کارخانه‌اش را هم ما ساخته‌ایم. فکر می‌کنم در طاها ۱۶ درصد سهام‌اش مال ماست. یک شرکت دارویی دامی هم به‌تازگی برای یک موسسه خیریه ساخته‌ایم، آن‌جا هم خودشان ۵ درصدش را به نام ما کردند. می‌خواستند که ما آن‌جا باشیم و از جهت مدیریتی کمک‌شان کنیم.

سندیکای مواد اولیه را بنده و دوستان در سال ۱۳۷۲ راه‌اندازی کردیم. من از ابتدا

بزنم. این‌ها حرف علم است و حرف من نیست. منتهی من عرض کردم که در مورد داروهای بایوسیمیلار این ادعا را ندارم؛ و آن مقوله‌ای دیگر است.

شوکی که به صنعت دارو بعد از اجرای طرح دارویار وارد شد، و از آن طرف هم یکدفعه نرخ ارز خیلی افزایش یافت، نتایجی خوب را به همراه نیاورد (من آن ابتدا به شدت مخالف این طرح بودم و الان دیگر مخالف نیستم، بر طبل قدیم نباید مشکلات دارویار برطرف شده، و نتایجی خوب حاصل شود. قطعاً هر طرحی، یک سری امتیازات و مشکلات دارد. بدیهی است که نمی‌توان این همه سازمان و نهاد را با هم هماهنگ کرد! خسارات اقتصادی سنگینی هم به دولت و بیمه و مردم وارد شده است. من فکر می‌کنم صنعت در یک بحران نقدینگی قرار دارد؛ و اگر حل نشود، ممکن است صنعت داروی مان، صدماتی جبران‌ناپذیر بخورد و بسیاری از شرکت‌های متوسط و کوچک از بین بروند.

اصلاً صنعت دارو، صنعتی نیست که ما خیلی به فکر گنده‌شدن در بازار باشیم. این‌ها خیلی به من اعتراض می‌کنند. یکی از دلایلی که با ما دشمنی می‌کنند، همین است. ما می‌گوییم نعوذ بالله داروسازی مثل مرده‌شویی است. یک مرده‌شوی نباید دعا کند که همه بمیرند که کسب‌وکار من رونق بگیرد، نوبت خودش هم می‌رسد. یونانی‌ها می‌گفتند پزشک حق ندارد پول بگیرد. من نمی‌گویم این‌ها الان شدنی است ولسی معنی‌ای در این حرف خوابیده. حالا برعکسش را شما ببینید، پزشک محترم ما، بیمار را الکی جراحی می‌کند، الکی می‌فرستد به آزمایشگاهی که باهاش در ارتباط است، الکی ... این‌ها همه درد است. دارند آرام آرام همه ما را فاسد می‌کنند آخر چرا؟ قرار بر این نبود! مادی‌گرایی در اخلاق جامعه ما به‌عنوان یک فساد دامن‌گیر نفوذ کرده، ولی این فساد اگر "ماتیک" را گران کند خیلی عیبی ندارد، اما اگر بیمار نتواند دارویش را بخرد، می‌میرد آقا! اگر یک دلار دارو نخورد ۴۰ دلار هزینه درمان

لاکتام، آموکسی‌سیلین، کوآموکسی کلاو، جنتامایسین و ... این‌ها همه داخلی هستند. چه کسی تا حالا از عفونت مرده؟

با آقای دکتر احمدیانی رفته بودیم یک نشست در مرکز پژوهش‌های شیمی مهندسی شیمی. یک نفر راجع به داروی ایرانی؛ "که کیفیت ندارد" صحبت کرد. ایشان دست در جیب‌اش کرد و گفت: من چند تا قرص بیزاکودیل در جیبم گذاشتم. این‌ها قرص مسهل است و هر کسی می‌گوید کیفیت ندارد یکی از این داروها را بخورد، ۵ دقیقه بعد اگر توانست روی

سرانه مصرف دارو در سال ۱۳۶۸ به ۱۳،۶ دلار از ۵۲ دلار که در سال ۵۷ بود، رسید. در حالی که ما خانه‌های بهداشت را در ایران فعال کرده بودیم؛ تمام داروی مردم را در اقصی نقاط کشور تامین می‌کردیم و جاهایی که اصلاً نمی‌دانستند دارو چیست، داروهای اساسی به دست‌شان می‌رساندیم

صندلی‌اش بنشینند، من قبول می‌کنم. خب ما دیگر چه طوری باید ثابت کنیم که این دو دارو یکی است؟

پدر من زمین‌گیر است و آلزایمر، و چندین بیماری دیگر دارد. از جمله داروهایی که می‌خورد همین کلوپیدوگرل است من به ایشان اوسویکس می‌دهم. خدا شاهد است اگر من سر سوزنی در خصوص کیفیت آن شک کنم. بنابراین به شما می‌گویم در کیفیت داروی ژنریک و داروی برند هیچ تفاوتی، و هیچ تردیدی نیست و ضرورتی ندارد من این همه چانه

آمد؛ چون طرح ژنریک آمده بود. بعد آمدند به انحا و اقسام حیل‌ها متوسل شدند، مثل تولید تحت لیسانس، ورود ۱۰ درصد داروی برند! بازی را بر هم زدند و واقعا خیانت‌هایی عجیب کردند...

یعنی شما ۱۰ درصد داروی برند را وارد کردید؟! خب دروغ می‌گویند.

قرار بود ۱۰ درصد ارزشی وارد بشود، ولی ۱۰ درصد عددی حساب کردند که شد ۸۰ درصد بازار دارو!

بخش‌نامه‌های درون سازمانی، چرا باید راه‌های کار غیرقانونی را باز کنند؟! وقتی یک‌دهم قیمت، یک‌دوازدهم قیمت تولید می‌شود. چرا اجازه می‌دهند داروی تحت لیسانس بیاید در داخل؟! مگر آزمایشگاه کنترل، روشی دیگر برای شناسایی دو کیفیت دارویی دارند که این‌ها می‌گویند ما با کیفیت بازی نمی‌کنیم؟ چرا حرف مفت و بی‌اساس می‌زنید؟

در بحث کیفیت داروهای ایرانی، اگر در تمام مقالات شما پیدا کنید که داروی ژنریک با داروی برند تفاوت کیفی دارد، من به شما جایزه می‌دهم! اصلاً چنین چیزی وجود ندارد و برعکس، هزاران مقاله وجود دارد که این‌ها هیچ تفاوت کیفی با هم ندارند. ببینید! یک وقت‌هایی اطباء ما مدعی هستند که ما بر اساس تجربیات بالینی مان برای این دارو مثلاً بیشتر ارزش قائل هستیم. ضمن احترام به این حرف، که ۱۰۰ درصد غیرعلمی است، شما باید لااقل روی ۱۲۰۰ نفر تجربه کنید، تا چنین ادعایی، اندکی جدی گرفته شود. شما چه می‌دانی که بیمار، این دارو را سر ساعت خورده یا نخورده، چه می‌دانی به این دارو حساسیت داشته یا نداشته! خب برای این حرف‌ها باید مستندات داشت. چه کسی تا الان مستندی رو کرده است؟! این حرف‌ها در کشور پیشرفته واقعا خنده‌دار است.

از شما سوالی دارم؛ الان مد شده که گُر و گَر دارو وارد می‌کنند! آیا در این ۴۰ سال کسی آنتی‌بیوتیک وارد کرده است؟! همه‌ی آنتی‌بیوتیک‌ها، آنتی‌بیوتیک‌های داخلی بوده. همین آنتی‌بیوتیک‌های بتا-

آن فرد به گردن دولت می‌افتد. قانون اساسی گفته که دارو و درمان باید مجانی شود ولی ما یک‌دفعه ارز آن را این‌طوری جهش داده‌ایم و...

*

چرا شما تشکیلات سازمان کنترل‌کننده قیمت‌ها را موظف می‌کنید؟ برای این که نگران افزایش قیمت‌ها هستید. همین الان؛ اصلاً چرا دلار را ۳۰ هزار تومان به برخی از کالاها می‌دهید؟! دلار که ۶۰ هزار تومان است! آیا این قاچاق معکوس نیست؟ خب ۶۰ هزار تومان بده. چرا بنزین ۱۵۰۰ تومانی را، ۳ هزار تومان می‌دهید؟ این نشان می‌دهد که یک دلیل و ملاحظاتی وجود دارد که نمی‌توان آن‌را نادیده گرفت.

گران شود:

۱- دولت نباید این اشتباه (اجرای طرح دارویار) را مرتکب می‌شود. چرا؟ چون هماهنگی دستگاه‌ها کار داشت و...

۲- داروساز نباید سوداگری کند. چرا؟ چون اعتماد مردم، اطمینانی است که به نظام درمان دارند، وگرنه...

۳- نباید اجازه داد که دارویی را که می‌توان در داخل تولید می‌شود، با ۱۰ برابر قیمت از خارج وارد کنند! این‌ها اصطحکاک می‌آفریند و می‌بینیم که گاهی به صدور مجوزاتی...!

*

این‌که فرامی‌تبی‌ها در یک دوره‌ای، کشورهای جهان سوم را آزمایشگاه بالینی



این موضوعات حساب و کتاب دارد، دلیل دارد.

*

ما اقتصاد نفتی بودیم. برای اصلاح این موضوع (به‌خدا اگر قرار باشد اصلاح شود)، بنزین خیلی بیشتر از دارو ضرورت دارد. مثلاً یک بیمار دل‌پیچه گرفته، مرض ندارد که ششیاف مصرف کند، این‌راه درمانش است؛ شما دارید کاری می‌کنید که آن‌را هم استفاده نکند؟ من عرض می‌کنم که دارو نباید از سه ناحیه

خودشان کردند، من خیلی اطلاعاتی دقیق ندارم، ولی از این پدروسخته‌ها هیچی بعید نیست. مقالات در این‌باره زیاد است که الان در کشورهای آفریقایی و فقیر و... جاهایی که مثلاً بحران‌های اقتصادی سنگین است، این کارها را می‌کنند. از گذشته‌های دور این‌ها از این کثافت‌کاری‌ها زیاد داشته‌اند. شرم‌ن، مدیرعامل شرکت آپوتکس را مگر نکشتمند؟ فکر می‌کنید برای چه در کانادا زن و شوهر را سلاخی کردند؟! آیا ممکن است که پلیس امروز و ابزار و امکانات و...

متوجه نشوند که چه کسی ایشان و همسرش را کشته است؟ من عرض می‌کنم چون ایشان پتنت‌های فرامی‌تبی‌ها را باز می‌کرد و روش جدید می‌داد، بعد می‌آمدند معامله می‌کردند ۵۰۰ میلیون دلار، یک میلیارد دلار، یک میلیون دلار که پتنت‌شان را نگه دارند. چند دفعه به‌اش گفتند این کار را نکن، خلاف مقررات و منافع شرکت‌های فرامی‌تبی حرکت نکن! بعدش...!

*

ببینید درباره این نمایشگاه فارمکس، من اصلاً کاری به دارو و ماده اولیه و بسته‌بندی و ماشین‌آلات ندارم، من عزت و آقایی کشورم را مد نظر می‌گیرم. ما از برگزاری دوره‌های پیشین نمایشگاه، نتایجی خیلی خوب گرفتیم. رشدی زیبا و همه‌جانبه در نمایشگاه فارمکس صورت پذیرفته است و این‌همه انسان فرهیخته دارند آن‌را می‌بینند. آیا به شما نشان نمی‌دهد که این یک برنامه منظم و هدفمندی پشت سرش است؟ خدا می‌داند که اگر الان به ما بگویند که مثلاً صنعت چوب کشور، یک چنین روالی را طی کرده، من برای‌شان دعا می‌کنم و می‌گویم خدایا شرکت که کشور ما دارد رشد می‌کند. انشالله امسال هم جامع‌تر و بسیار درجه یک برگزار می‌شود و این اتفاقی ارزشمند برای صنعت و فرهنگ کشور است.

*

من از این‌که یک ایرانی هستم احساسی خوب دارم و امیدوارم مردم ما هم همین احساس را در درون‌شان جاری کنند. امیدوارم مسئولان رده یک کشور کمی هوشیارتر باشند تا بازی نخورند واقعا این‌طور نیست که هزینه‌های دارو و درمان این‌قدر سنگین باشد، که این‌ها تحت تاثیر آن نوع مشاوره‌هایی که معلوم نیست دانسته یا ندانسته است، قرار بگیرند و وضع را بدتر کنند. می‌توان خیلی راحت دارو را ارزان کرد و برای آن، برنامه‌هایی خوب ریخت. دهه ۷۰ را به‌یاد بیاورید، که بسیار بسیار داروسازان موفق بودند؛ اصلاً دارو قیمتی نداشت و مردم ما در این حوزه شرایطی به‌مراتب مطلوب‌تر از امروز داشتند. من دلم روشن است و واقعا به آینده امید دارم.

xبنا کیپس

Light • Isolate • Stable
بتن سبک کیمیای به روزی

تولید کننده بلوک بتن سبک
اتو کلاو شده (AAC)



مزایای بلوک کیپس



سرعت و سهولت نصب

نفوذناپذیر در برابر حشرات و میکروب

استفاده از مواد اولیه با کیفیت

وجود آزمایشگاه مجهز و نظارت

متخصصان فنی در طول فرایند تولید

مقاومت در برابر آتش تا ۴ ساعت

ویژه ساخت سوله های داریو
بلوک های بهداشتی و جدا کننده آزمایشگاه

دفتر فروش

۰۲۱۶۶۹۴۵۵۸۱

۰۹۹۴۴۳۵۶۴۲۷

آدرس کارخانه

کیلومتر ۲۰ تویان قم - تهران، شهرک صنعتی محمود آباد
فاز ۲، بلوار خلیج فارس، ک. ۱۳

برچسب‌ها و آرت‌ورک‌ها در علوم زیستی



رزا حسینی

دارد. شرکت‌ها نباید روی موفقیت‌های خود تکیه کنند. باید همیشه در تلاش باشند تا کارایی ارزشمند و جدیدی را برای مشتریان در زمینه علوم زیستی به ارمغان آورند.

متخصصان بسته‌بندی، طراحی خود را از عناصر خلاقانه آغاز می‌کنند. سپس به استودیو رفته و برای دیدن ظاهر آن در شرایط مختلف برای درک و مفهوم یک طراحی از نظر ساختاری، بصری با نمونه‌های اولیه سه بعدی برنامه‌ریزی می‌کنند. وقتی برچسب و ساختار با هم ترکیب می‌شوند همه فایل‌های بسته‌بندی را می‌توان به مرحله بعدی فرآیند تأیید اعم از داخلی یا خارجی به نهاد نظارتی، سایت تجارت الکترونیک و یا یک چاپخانه توزیع کرد. یکی از مؤلفه‌های اصلی کار برای هدایت تیم‌ها در هر مرحله «ارتباطات» است - چیزی که ما آن را مدیریت گردش کار می‌نامیم.

پایداری و دسترسی هر دو از موضوعات مهم هستند. اطلاعات روی محصولات دارویی باید به طوری واضح و مختصر به مشتری منتقل شود. در عین حال، باید به مشتریان مان کمک کنیم تا محیطی سبزتر ایجاد کنند و دوستدار محیط زیست باشند. ما می‌خواهیم نوآوری را وارد گفت‌وگو کنیم و پایدار بودن کیفیت بسته‌بندی و برچسب‌گذاری را نه تنها از منظر اخلاقی، بلکه از منظر اقتصادی به منصفه ظهور برسانیم.

آن سال‌ها یک بار که به نمایشگاه فتوکینا (کلن، آلمان) رفته بودیم، تمامی مشتقات عکس را به یک نمایشگاه درندشت آورده بودند و دیدن برندهای بزرگ عکاسی، در کنار انواع و اقسام مثلاً قاب عکس واقعا جالب و به خاطر سپردنی بود و حتی سازندگان «میخ» هم غرفه گرفته بودند تا عکس‌هایی که به سینه دیوار می‌چسبند، از میخ‌هایی مرغوب باشد و... آدم حیرت می‌کرد.

حالا در یکی از شگفت‌ترین نمایشگاه‌های دارویی مختص مواد موثره و صنایع وابسته، می‌توانیم مثل آن نمایشگاه ویژه جهانی، همه مشتقات دارویی را از ماشین‌آلات و تجهیزات تا چاپ و بسته‌بندی و غیره و ذالک ببینیم و اگر در این صنعت، نفس می‌کشیم، به فکر آرت‌ورک‌ها و پکیجینگ و غیره و ذالک هم باشیم و اصطلاحاً شماتیک کار را هم تا حد مقدورات ارتقا ببخشیم (همه می‌دانیم که صنعت دارویی مان، در بسته‌بندی ضعف‌هایی دارد). فارماکس این چنین نمایشگاهی است و ما هم در این مطلب، به گردآوری مطالبی پیرامون چاپ و بسته‌بندی پرداخته‌ایم.

در علوم زیستی، رعایت مقررات و دقت و بسته‌بندی محصول می‌تواند به معنای واقعی کلمه موضوع مرگ و زندگی افراد باشد. یک اشتباه تائیدی در بیانیه هشدار یا دستورالعمل‌های استفاده می‌تواند آسیب جدی به مصرف‌کننده‌های وارد کند که فقط به اطلاعات بروشور یا برچسب که در مورد نحوه استفاده یا عدم استفاده از محصول آموزش می‌دهد، وابسته است.

شرکت‌های علوم زیستی باید در نظر بگیرند که چگونه می‌توانند ریکال‌ها و بسته‌بندی مجدد ناشی از خطاها را به حداقل برسانند. این موارد برای یک شرکت داروسازی بسیار پرهزینه است؛ هم از نظر مالی و هم از نظر لکه‌دار شدن نام تجاری آن شرکت. به همین دلیل ابزارهای تجسم دیجیتال در نرم‌افزارهای برچسب‌گذاری بسیار مهم است.

بسته‌بندی محصولات، بسیار فراتر از یک هدف حفاظتی ساده در حمل و نقل آن است - بستگی به توجه دقیق برای حفظ ساختار و طراحی از پروسه مفهوم تا مصرف‌کننده

در دنیای بسته‌بندی، خلاقیت و دقت برای عرضه موفق یک محصول ضروری است. این امر مستلزم تسلط بر فرآیند محتوای محصول است. مصرف‌کنندگان قبل از خرید محصولات مورد نظرشان بیش از هر چیز از برندها انتظار دارند تا تجربه‌های شخصی شده‌شان را به بهترین نحو ممکن در معرض نمایش بگذارند.

بازار علوم زیستی یکی از منظم‌ترین محیط‌ها برای بسته‌بندی است. از محتوای اطلاعاتی مانند هشدارها گرفته تا اندازه فونت، برچسب و... نظارت و کنترلی کامل بر روی بسته‌بندی محصولات قبل از چاپ، که مسئول‌شان تیم‌های هنری هستند.

بدون کنترل و بدون قابل مشاهده بودن فرآیند طراحی برچسب، شرکت‌های علوم زیستی خود را در معرض خطاها و ریکال‌های پرهزینه قرار می‌دهند. بنابراین نرم‌افزار مناسب در فرآیند بسته‌بندی و برچسب‌گذاری بدون خطا در محصولات تولید شده ضروری است.

تازه‌های API چشم‌انداز بازار مواد مؤثره دارویی



پویان شریعتی پناه

شوند. اکثر داروها با مولکول‌های بزرگ از API‌های مولکولی بزرگ استفاده می‌کنند.

داروهایی با مولکول‌های بزرگ در داروهای پیچیده با توزیع چالش‌برانگیز به کار گرفته می‌شوند. آن‌ها با اختلالات عصبی و سرطان سر و کار دارند. داروهای مولکول بزرگ برای درمان شرایط یا بیماری‌هایی که ناحیه وسیع‌تری از بدن را تحت تأثیر قرار می‌دهند و اثر طولانی‌مدت دارند، استفاده می‌شوند.

ورود داروهای بی‌با وزن مولکولی بزرگ‌تر به جریان خون نسبت به مولکول‌های کوچک بیشتر طول می‌کشد. با وجود این، در مقایسه با داروهای ساخته‌شده از مولکول‌های کوچک اثراتی پایدارتر دارند.

بازار مولکول‌های بزرگ / API‌های بیولوژیکی شاهد سریع‌ترین نرخ رشد در ۶ سال آینده خواهند بود
بازار جهانی مولکول‌های بزرگ / API‌های بیولوژیکی تا سال ۲۰۲۸ به ۹۵.۸۲ میلیارد دلار خواهد رسید. شرکت‌های داروسازی از API‌های مولکولی بزرگ که از موجودات زنده منتج می‌شوند استفاده می‌کنند. خوب بودن دارو به نحوه عملکرد یک ارگانیسم بستگی دارد.

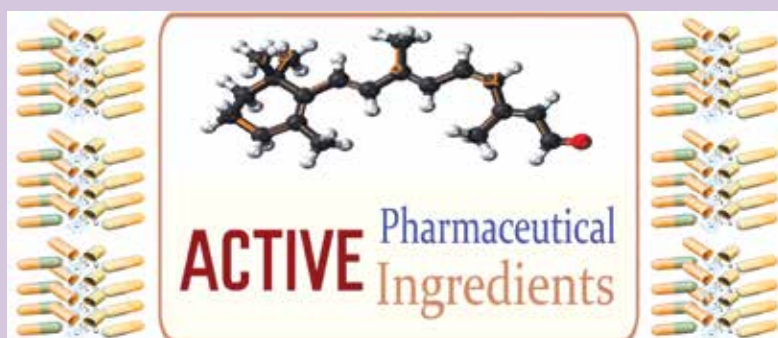
ساخت API‌های مولکولی بزرگ نیازمند استفاده از بانک‌های سلولی است. روندهای تحلیلی منطبق با عملکرد تولید خوب و خودکار (GAMP) باید به‌درستی رعایت

افزایش تقاضا برای ساخت داروهای ژنریک می‌تواند اثری مثبت بر بازار مواد مؤثره دارویی (API)‌ها بگذارد. علت این که، تولیدکنندگان داروهای ژنریک به‌حجمی بیشتر از API‌ها برای فرآیند تولید خود نیاز دارند.

این افزایش تقاضا می‌تواند منجر به تولید بیشتر API‌ها توسط تولیدکنندگان شرکت‌های داروسازی در حجم انبوه شده و در نتیجه رقابت را افزایش، و به‌طور بالقوه قیمت‌های API را کاهش دهد. هم‌چنین می‌تواند منجر به نوآوری و پیشرفت محصولات دارویی شده و متعاقباً قیمت‌های پایین‌تر و دسترسی بهتر را در پی آورد.

تقاضا و اهمیت API‌های جدید را نمی‌توانم بالغه‌آمیز در نظر گرفت، زیرا آن‌ها در ساخت داروهای مؤثر و ایمن برای بیماری‌ها و شرایط پزشکی مختلف نقش دارند.

داروهای کارآمدتر و مقرون‌به‌صرفه‌تر که به API‌های جدید متکی هستند با پیشرفت علم و فناوری ساخته می‌شوند. بنابراین انتظار می‌رود که تقاضا و اهمیت API‌ها در سال‌های آینده در سراسر جهان به رشد خود ادامه دهد.



یک یادداشت

برای استاندارسازی، برای دارو

امیر هومن محمدی
مدیر عامل شرکت مجتمع چاپ
و بسته‌بندی هودیس پارس



«مجتمع چاپ و بسته‌بندی هودیس پارس» چند سالی است که پشتیبان و حامی نمایشگاه فارمکس است و آن‌هایی که دقت و هوشی ویژه دارند، در بدو ورود به نمایشگاه فارمکس و در همان نگاه نخست، متوجه حضور و طراحی‌های فوق‌العاده زیبای هودیس می‌شوند.

ما به‌عنوان یک مجموعه تخصصی در طراحی و تولید بسته‌بندی‌های دارویی از ابتدای دهه ۱۳۸۰ شمسی فعالیت‌های رسمی خود را شروع کرده، و آنچنان پیش رفته‌ایم که اکنون ۹۵ درصد تولیدات مان را به‌صورت اختصاصی به حوزه دارو، و ۵ درصد هم به حوزه آرایشی اختصاص داده‌ایم. اگر شما متوجه علاقه‌ی ما شده‌اید؛ من باید عرض کنم که بله! ما خیلی علاقه‌مندیم.

طراحی‌ها و تولید بسته‌بندی‌های ما با کیفیت و مقرون به‌صرفه، با استفاده از تجهیزات پیشرفته و نیروی متخصص و رعایت تمامی الزامات و استانداردهای شرکت‌های داروسازی در فرآیند تولید بسته‌بندی‌های

بین‌المللی فارمکس را هم برای مجتمع «چاپ هودیس پارس» به فال نیک گرفته‌ایم زیرا که از اولین دوره برگزاری این نمایشگاه حضورهایی دقیق و همه‌جانبه داشته، و نشان داده‌ایم که بهترین بودن چگونه است. از آن طرف هم این نمایشگاه، روندهای صعودی را پیموده و پربار و بسیار پرثمر ظاهر شده و برای مجموعه‌هایی مثل مجموعه ما هم، انگیزه‌های داشته تا استمرار دهیم کارها و حضور مجتمع را. این رویداد با کلاس در معرفی و نمایش توانمندی‌هایش است و همچنین ما هم می‌کوشیم در معرفی تکنولوژی‌های روز دنیا در صنعت چاپ و بسته‌بندی هم‌آوردی کنیم و به‌گونه‌ای به نمایشگاه بیاییم، که رقابتی برای مان پیش نیاید. ما خدمتی ارزنده و مطمئن به حوزه صنعت داروی کشور و صنایع وابسته ارائه می‌دهیم و می‌دانیم که غالباً آن‌ها هم می‌دانند.

دارویی صورت می‌پذیرد. این روشی کلی و یک اصل در این «مجتمع» است، و ما برنامه‌ریزی‌ها را با نگاهی به تازه‌ترین خروجی‌های جهانی در این زمینه‌ها پیش می‌بریم. اکنون هم با بسیاری از شرکت‌های دارویی کشور و چندین شرکت معتبر خارجی در زمینه طراحی و تولید بسته‌بندی‌های ثانویه در حال همکاری هستیم.

اینک حضور در ششمین نمایشگاه





طراحی و چاپ تخصصی بسته‌بندی
محصولات دارویی و بهداشتی

نمایشگاه دارویی فارمکس 2024
سالن ملل، غرفه M6

Your Brand is OUR PROMISE
مجتمع چاپ هودیس پارس | تلفن: ۰۲۱ - ۹۱ ۰۰ ۲۴ ۲۴
@ hoodispars | www.hoodis.co



Pharmex
Middle East
Exhibition
Jul 2024

در نمایشگاه فارمکس اهدافی داریم

مهندس حمیدرضا مرادی
مدیرعامل شرکت دارویی امرتات شیمی

صورت‌دادن مذاکرات تجاری و تبادل اطلاعات بین فعالان این حوزه معرفی محصولات جدید این شرکت به بازدیدکنندگان محترم و شرکت‌های همکار بسترسازی مناسب در زمینه تامین، تولید و توزیع با شرکت‌های داخلی و خارجی تعاملات موثر با سندیکای مواد اولیه دارویی جهت ایجاد هم‌افزایی و سامان داد به فعالیت‌ها و استفاده از امکانات شرکت‌ها در قالب تشکل‌ها و کارگروه‌های تخصصی به‌طوری که شرکت‌های محترم عضو سندیکا در بهترین و موثرترین شیوه از محصولات و خدمات هم بهره‌مند شوند فراهم‌آوری تولید قراردادی در زمینه استفاده از ظرفیت‌های خالی و برگزاری جلسات هم‌اندیشی در جهت ارتقاء کیفیت محصولات و افزایش رضایت مشتری.

موثره دارویی قدم نهاده و پس از احداث و راه‌اندازی سایت مجهز تولید مواد موثر دارویی، موفق به کسب گواهینامه GMP از سازمان غذا و دارو شده است.

* ما همواره بر این باوریم که به‌زودی زود در این عرصه موفقیت‌هایی چشمگیر حاصل خواهد شد.

ما امسال هم مانند سال گذشته در نمایشگاه بین‌المللی فارمکس که معتبرترین نمایشگاه مواد اولیه دارویی کشور است، حضور یافته‌ایم و این توفیق را داریم که به‌عنوان اسپانسر در خدمت عزیزان باشیم.

* ما در این رویداد اهداف زیر را دنبال می‌کنیم:

➔ شرکت دارویی امرتات شیمی در سال ۱۳۸۸ با هدف تولید مواد خالص آزمایشگاهی و مواد موثره دارویی توسط جمعی از متخصصان صنایع شیمیایی و دارویی تاسیس شد.

این شرکت مخترع است که اولین تولیدکننده حلال‌های کرموتوگرافی و محلول تک جزیی کارل فیشر بدون پیریدین (دارای ثبت اختراع با شماره ۷۹۲۱۷) باشد.

* این شرکت با تکیه بر توان علمی متخصصان خود به عرصه تولید مواد





AMERETAT SHIMI

شرکت دارویی امرتات شیمی

دارای آزمایشگاه کنترل کیفی فوق العاده مجهز



KafiTitrant 5 (AMT188005)
شماره ثبت اختراع : ۷۹۴۱۷

- تولید کننده:
- انواع حلال های گرید آزمایشگاهی
 - انواع اسیدهای گرید آزمایشگاهی
 - انواع مواد حلالی آزمایشگاهی
 - تولید مواد موثره دارویی
(منفورمین هیدروکلراید، سیلدنافیل سینترات و
آرینرومابین دی هیدرات)



• درباره شرکت دارویی امرتات شیمی

شرکت دارویی امرتات شیمی در سال ۱۳۸۸ با هدف تولید مواد شیمیایی با خلوص بالا، حلال های کروماتوگرافی و محلول کارل فیشر توسط جمعی از متخصصین صنایع شیمیایی- دارویی، تأسیس گردید.

این شرکت تولید محصولات خود را مطابق با آخرین استانداردهای جهانی به مصرف کنندگان داخلی و خارجی ارائه کرده و سعی در فروش محصولات با قیمت رقابتی نسبت به مشابه خارجی آنها دارد. سیاست این دپارتمان تولید بر پایه شیمی سبز و سازگاری با محیط زیست است.

امرتات شیمی افتخار دارد که اولین تولیدکننده حلال های کروماتوگرافی و محلول تک جزئی کارل فیشر بدون پیریدین (دارای ثبت اختراع با شماره ۷۹۴۱۷) بوده است و بزودی تولید مواد موثره دارویی در سایت جدید تولیدی این شرکت قابل بهره برداری خواهد بود.



www.ameretatco.com

۲۲۸۹۴۲۰۱ ☎
۲۲۸۹۴۲۰۲
۲۲۸۹۴۲۸۸

📍 تهران، خیابان شریعتی، پانین تر از
حسینیه ارشاد، خیابان محمودگل نبی
ساختمان آریان، پلاک ۵۶، طبقه سوم،
واحد ۱۵



فارمکس و چند یادداشت کوتاه برای تنفسِ نمایشگاهی



دکتر سید آرش مطهری
معاون اجرایی هلدینگ تی پی کو

ورود بازیگران اصلی به میدان

سایه می‌شویم. این‌ها همه افتخار است؛ صنعت داروی ایران افتخار آفرین است؛ و باید به عزت و جلال خودش بازگردد.

پنجم، چه می‌خواهیم:

مادر کنار هم، معنا آفرینی را شکل می‌دهیم، ارزش‌های بودن و ارزشمند بودن را اثبات می‌کنیم. یعنی وقتی چنین نمایشگاهی کلان‌نگر شکل می‌گیرد و همگان متوجه می‌شوند که یک واحد و در کنار هم بودن، چقدر پر اهمیت است؛ فعل خواستن را صرف کرده‌ایم. چقدر خوب می‌شود که بدانیم از نمایشگاه بین‌المللی دارویی فارمکس چه می‌طلبیم، چه می‌خواهیم.

ششم، گسترش دیدگاه:

آمده‌ایم تا محصولات، خدمات و نام و برند تجاری‌مان را بشناسانیم. درها همه باز است، لب‌ها همه خندان، مردمان با لباس نو به دیدار هم و به دیدار ما می‌آیند. پس محیط کوچک‌مان را بسازیم، میزبانی

افزوده‌اند و هنوز هم پهلوان‌های زنده و سرافراز این میدان به‌شمار می‌روند.

سوم، ارکستر پیشرفت:

همه می‌دانند که روزی روزگاری ساخت و تولید مواد موثره و اولیه دارویی مثل یک رویا بود و امروز نه تنها در کنار تمامی تحریم‌ها، صنعت ما روی پای خودش ایستاده و بخشی اعظم از نیازهای داخلی خودش را تامین می‌کند، که صادرکننده با کیفیت داروهایی است که حداقل در همین منطقه اوراسیا و خاورمیانه و... حرف‌هایی مهم برای گفتن دارد. این شرکت‌های تی پی کو بخشی مهم و مثال‌زدنی از این ارکستر پیشرفت و سرمایه‌هایی مهم برای کشورمان هستند.

چهارم، صنعت یکه:

از آن گذشته، ما در برابر این کشورهای همسایه تا چند صد کیلومتر آن طرف‌تر و این طرف‌تر، یکه و خاصیم؛ صاحب صنعت و مدنیت و عقبه‌ی دارویی هستیم، و گاهی با بزرگان دارو، سایه به

اول، همجواری:

ششمین نمایشگاه بین‌المللی فارمکس، فرصتی استثنایی را فراهم آورد تا باری دیگر با همکاران گران‌قدرمان در گروه دارویی تامین، تی پی کو، همجواری و موافقتی ۴ روزه و از نزدیک را تجربه کنیم، و در خدمت و میزبان آن دسته از عزیزانی باشیم که به‌نحوی از انحاء، زلف‌شان با زلفان مجموعه گرانسنگ تی پی کو گره خورده است. زهی سعادت.

دوم، چتر تی پی کو:

این هفت شرکت تولیدکننده ماده اولیه، که امروز تحت عنوان «چتر تی پی کو» گرد هم آمده‌اند و تماشایی فاخر و عزت‌مندانه از صنعت ماده موثره را به تماشا می‌گذارند، اگر «نقطه‌ی نقل» صنعت داروی کشور نباشند، قطعا بازیگران ارزشمند و بزرگ صنعت دارویی کشور به حساب می‌آیند و در این سه دهه با حضور بزرگانی، به ارزش‌های صنعت و این حرفه‌ی بسیار غرور آفرین



دسترسی به بازار.

هدف جانسون & جانسون:

نمایش آخرین تحقیقات، عرضه‌ی تازه‌ترین محصولات و پیشرفت‌های تکنولوژیکی.

هدف Merck:

ایجاد مشارکت با توزیع‌کنندگان در بازارهای جدید.

هدف GlaxoSmithKline

(GSK):

ایجاد کمپین‌های رسانه‌ای برای پیگیری سرنخ‌ها و یافتن استعدادها و پرورش آن‌ها و غلتیدن به‌سوی مشارکت‌های جدید.

می بینید!:

اهداف ما و آن‌ها می‌تواند همواره یکی باشد، اساساً هم یکی است. ما چیزی از هم کم نداریم. وقتی که شما می‌دانید از رقیب خارجی هیچ چیزی کمتر ندارید، و تازه‌ای بسا که بتوانید خیلی هم بهتر باشید و ظهور کنید.

به دیدن هم برویم و از هم‌کناری‌ها لذت ببریم. ما در یک صنف بزرگ و موثر شاغلیم، قدر صنف و دسته و رده خود را بدانیم. قدر امروز و سلامت‌مان را بفهمیم.

نهم، ماموریت:

شرکت‌های داروسازی ما باید فعالانه مستقیماً شرکت‌کنندگان در نمایشگاه باشند و در حد مقدمات از جلسات آموزشی داخلش هم به‌سادگی نگذرند.

من و ما در پایان این ۴ روز، باید بسیار تجربه آموخته باشیم و بسیار دانسته باشیم و بدانیم که ماموریت ما، می‌تواند همانا همین ارتقای خودمان هم باشد.

دهم، اهداف:

بیا بیا ببینیم اهداف بعضی از این شرکت‌های بزرگ دارویی برای حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی چیست.

هدف فایزر (Pfizer):

برقراری ارتباط با شرکای بالقوه، توزیع‌کنندگان و مشتریان برای گسترش

گشاده‌رو و جذاب باشیم و از فرصت ذی‌قیمت نمایشگاه «فارمکس» نهایت بهره‌ها را ببریم، آن‌وقت خواهید دید که توانسته‌ایم جامعه‌مان را بسازیم.

هفتم، فرصت‌های جدید:

این نمایشگاه‌ها (و به‌ویژه فارمکس) فرصتی برای متخصصان صنعت است. می‌توان مشارکت‌های تجاری ارزشمند را رقم زد. بیهوده نباید بود، وقتی نمایشگاهی فقط یک بار در سال برگزار می‌شود، مانند سال تحویل است، قدر این لحظات و زمان را باید دانست. جامه نو باید پوشید، عطر و گلاب باید آورد. "سال نو مبارک" باید گفت.

هشتم، اطلاعات:

نمایشگاه‌ها فرصتی برای مشاهده روندهای صنعت هستند، کشف فناوری‌های جدید و درک فعالیت‌های رقیب، محورهای دانش، استراتژی‌ها و...، باید کوشید و همه ورودی‌ها را باز و اطلاعات را جذب کرد.



دکتر عاطفه حکمت
معاون تضمین کیفیت تی پی کو

سه یادداشت کوتاه از چتر تی پی کو در فارمکس ۲۰۲۴

برای تی پی کو، برای صنعت



دارویی، و یک گردهمایی ارزشمند و فرصتی واقعی بی نظیر در صنعت است. خدا کند که شکل و انرژی این هم‌افزایی‌ها در تی پی کو، به هم‌اندیشی و تبادل دانش و فناوری‌های به‌روز و برکات بزرگ بیانجامد.

من آرزو می‌کنم تا میان صنعتگران سخت‌کوش عرصه‌های مرتبط با دارو، و فعالان و فن‌سالاران با حمیت صنعت داروی کشور، یک زنجیره‌ی تفاهمی درست و سازنده شکل بگیرد و در پی آن، با حمایت همه‌جانبه‌ی مسئولان، شاهد رشد و تعالی و افتخار آفرینی دارو باشیم. نگاهی منصفانه به داشته‌ها، می‌تواند موجب درخشش و فروغ آینده این صنعت قابل اتکا شود.

راندمان محصولات، (و باز برخی دیگر) با به‌سازی خطوط تولیدی‌شان و (چند تایی) با اخذ و دریافت گواهینامه‌های GMP و (غالباً) با اجرایی دقیق‌تر از استانداردها، خود را به‌روزرسانی کرده‌اند و برای هلدینگ بزرگ تی پی کو مانند یک دستاورد در این دوره مطرح هستند. (اگر مطالب را نسبی به سمع و نظر مخاطبان ارجمند می‌رسانم، به این دلیل است که صنعت داروی ما، بسیار بسیار زیاد قابلیت رشد و پیشرفت دارد و این موضوعات، با عنایت به زیرساخت‌های قوی در شرکت‌های این گروه دارویی رخ داده است.)

فارمکس یک نمایشگاه بزرگ و قابل اتکا در صنعت مواد اولیه

تی پی کو با عنایت به فعالیت‌های صورت گرفته شرکت‌هایش در سال‌های اخیر؛ و به‌ویژه در آن دسته از شرکت‌های تولیدکننده مواد موثره دارویی؛ و پیشرفت‌های چشم‌گیری که داشته‌اند، امسال با قدرتی بیشتر در نمایشگاه فارمکس ۲۰۲۴ حضور یافته است؛ و به زبانی دیگر، می‌توان گفت که دست همه شرکت‌های ماده‌اولیه‌سازش پر است.

این مجموعه بی‌نظیر (۷ شرکت تی پی کویی حاضر در نمایشگاه فارمکس)، امسال با تمرکز بیشتر بر کیفیت، تولید محصولات دانش‌بنیان (و برخی) با دانش فنی پیچیده، (و برخی دیگر) با افزایش



مجمع عمومی عادی سالیانه صاحبان سهام شرکت داروسازی فارابی (دفارا) دوشنبه هفتم خرداد ماه ۱۴۰۳ با حضور بیش از ۷۳/۸۴ درصد از سهامداران و نماینده صاحبان سهام، نماینده سازمان بورس و اوراق بهادار و حسابرس و بازرس قانونی شرکت در محل سالن تلاش و امکان برخط (وبینار) برگزار شد.

اعضای هیات رئیسه مجمع: دکتر عقیل آرین نژاد، مدیر عامل شرکت سرمایه گذاری دارویی تامین به‌عنوان رئیس مجمع و دکتر محمد کریمی و دکتر علی‌اکبر عباسی به‌عنوان ناظرین و ذبیح اله صادقی به‌عنوان دبیر مجمع. دکتر علیرضا کنذری مدیر عامل شرکت داروسازی فارابی در ابتدای مجمع به فرانت گزارش عملکرد شرکت پرداخت و به سوالات سهامداران پاسخ داد و برخی از اهم دستاوردهای سال ۱۴۰۲ شرکت دفارا را اینگونه بیان کرد:

- افزایش ۴۶ درصدی فروش شرکت نسبت به دوره مشابه سال گذشته
- افزایش ۳۵ درصدی سود ناخالص شرکت نسبت به دوره مشابه سال گذشته
- افزایش ۴۲ درصدی سود عملیاتی شرکت نسبت به دوره مشابه سال گذشته

موارد مصرف

موثر در عفونت های

فارنژیت استرپتوکوکی، سینوزیت باکتریال، اوبونت صدیاء، مجاری تنفسی تحتانی

موارد مصرف

موثر در عفونت های

سینوزیت باکتریال، اوبونت صدیاء، مجاری تنفسی تحتانی، آبله پوستی، زخم پای دانه‌ای، گلبه و مجاری ادراری



فاراموکس 875
آموکسی سیلین دوبار در روز بزرگسالان



فارمنتین 1000
کو-آموکسی کلاو دوبار در روز بزرگسالان

معرفی
محصولات جدید
داروسازی فارابی

گفت‌وگو با دکتر عقیل آرین‌نژاد، مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری دارویی تامین

تی‌پی‌کو؛

همیشه به‌روز، با زنجیره‌ای کامل در صنعت

اشاره:

صنعت به‌شمار می‌آیند و نامی بلندآوازه در صنعت دارند. ممکن است فراز و نشیب‌هایی را در مقاطعی از سر گذرانده باشند، اما همچنان نام معنادار این عرصه بوده و اگر ثبات مدیریتی را تجربه کنند، ظرفیت برنامه‌ریزی و جهش را آماده و به اصطلاح در جیب‌شان دارند. گفت‌وگوی کوتاه ما را با مدیرعاملی می‌خوانید که به هم‌افزایی و «چتر بودن» و «هیمنه» و زنجیره دانش و به‌روز بودن و برندینگ و... در صنعت کاملاً مشرف و آگاه است. این‌جا ما سوال‌ها را حذف کرده و فقط پاسخ‌های دکتر آرین‌نژاد را می‌خوانیم.

سر دبیر

دکتر عقیل آرین‌نژاد، مدیرعامل یکی از بزرگ‌ترین هلدینگ‌های دارویی کشور، تی‌پی‌کو است. در فاصله‌ی همین کمتر از یک سالی که به مدیرعاملی این مجموعه ارزشمند منصوب شده، توانسته آرامش را به آن بازگرداند و الحق‌والانصاف تا حدی زیاد هم پشتیبان شایسته‌سالاری بوده و چون یک عقبه دانشی از حوزه اقتصاد دارویی دارد، در رتق‌وفتق امور تا حدی زیاد موفق بوده و در شرایط متاخر، به شرکت‌های این گروه دارویی نظم‌ونسقی بخشیده است. تی‌پی‌کویی‌ها همچنین با داشتن قریب به ۲۵ شرکت بزرگ در صنعت دارویی کشور، بی‌شک از بازیگران اصلی این

دکتر عقیل آرین‌نژاد:

شما خوب می‌دانید که تی‌پی‌کو، تامین‌کننده حجمی بزرگ از نیازهای دارویی و درمانی در ایران بوده و هنوز هم هست. زیرا سال ۱۳۸۲ و با درایت مسئولان آن زمان شستا، از بدنه قوی و ریشه‌دار داروپخش چون ققنوسی برخاسته و به‌عنوان تنها هلدینگ تخصصی دارویی زمان خودش، شماییلی نو یافته و رفته رفته هم توانسته به جایگاهی دست‌نیافتنی دست یابد. شما فکرش را بکنید که این هلدینگ چنان چرخه‌ای را رقم زده که خودش می‌تواند خودگردان و مستقل عمل کند.

*

تی‌پی‌کو ۸ شرکت تولیدکننده‌ی مواد موثره و اولیه دارد، ده شرکت تولیدکننده‌ی محصول نهایی، بزرگترین سیستم‌ها و شرکت‌های پخش و توزیع (۴ عنوان)، تجهیزات پزشکی و آمالگام و دندان‌پزشکی (اوزان)، تولیدکننده‌ی داروهای دامی، مکمل و گیاهی، و حتی در زمان‌هایی؛ داروخانه‌داری و بیمارستان‌های بزرگ مثل میلاد و...؛ این میزان از درایت در جای خود ستودنی است. تی‌پی‌کو واقعا هلدینگی منحصربه‌فرد است.



این واژه‌ها تماما تعمد و تاکید داشتم، زیرا همه این عبارات واجد معانی والا است؛ و هر کدام که نباشد، چرخه دارو در کشور دچار افت‌وخیز می‌شود. ما هستیم تا آرامش دارویی در نظام دارویی را رقم بزنیم.

*

شرکت‌های ما همگی فعال و با نگرشی آگاهانه و در راستای اهداف بلندمدت خود حرکت می‌کنند و جریان زندگی در همه این شرکت‌ها با قدرت جاری است. کادر علمی ما، متشکل از شیمیست‌ها، مهندسان شیمی و داروسازان

تی‌پی‌کو یک مجموعه سودآور، شفاف و چابک هم هست. زیرا سرمایه اصلی خود را نیروی انسانی جوان، نخبه و کارآمد می‌داند. همین مجموعه با قریب به ۱۰ هزار نفر نیروی ارزشمند (و خانواده‌هاشان قریب به ۳۰ هزار نفر که همه تی‌پی‌کویی محسوب می‌شوند)، نیازهای دارویی جامعه را با کیفیت بالا، و در زمان‌های سریع و کوتاه و با قیمت‌هایی متناسب در اختیار مردم عزیز ایران قرار می‌دهند. من در به‌کارگیری



مهندسی توفیق دارو" در این مجموعه به طور اختصاصی در زمینه تحقیق و توسعه داروهای با ارزش افزوده بالا فعالیت می کند.

*

مدیریت و مالکیت ۳ شرکت توزیع داروهای انسانی و یک شرکت پخش داروهای دامی هم با گروه دارویی تامین است و این مجموعه حدود ۳۵٪ سهم بازار پخش دارو در ایران را برعهده دارد. شرکت های پخش گروه دارویی تامین با رعایت الزامات استاندارد کیفی GDP سفارشات دارو را از داروخانه های سراسر کشور به صورت الکترونیکی دریافت و به وسیله دستگاه های PDA در اسرع وقت از انبارهای مختلف منطقه ای توزیع می کنند. انبارهای شرکت های پخش این گروه بالاترین استانداردهای سیستم کیفیت را تحت ممیزی های داخلی و خارجی سیستم مدیریت کیفیت GSP به اجرا درمی آورند.

*

تی پی کو از معدود شرکت هایی است که زنجیره تامین را از حدواسطها، مواد موثره دارویی، محصولات نیمه ساخته، محصولات نهایی و همچنین داشتن بزرگ ترین شبکه توزیع دارویی انسانی و دامی کشور می گرداند و با همکاری درون گروهی شرکت های تابعه، این زنجیره تامین را مدیریت و رهبری می کند.

*

ما در ششمین نمایشگاه فارماکس با ۶ شرکت ماده اولیه ساز تی پی کو؛ یعنی شرکت های تولید مواد اولیه داروپخش (تماد)، شیمی دارویی

تی پی کو تولید کننده محصولات نهایی در دوره های داروهای انسانی و دامی کشور هم هست. داروهای انسانی، ۹ شرکت و کارخانه تولید کننده این مجموعه با تولید بیش از ۸۰۰ قلم دارو در ۳۲ حوزه درمانی فعال هستند و تعدادی از این محصولات به طور انحصاری در این گروه دارویی تولید و به بازار عرضه می شوند

بی حس کننده ها، ضد التهاب ها، داروهای سوء هاضمه، محرک های رشد، ضد عفونی کننده ها، شوینده ها، ویتامین ها، درمان اعتیاد، عناصر معدنی، الکترولیت، نهاده های تغذیه ای و برخی داروهای درمانی دیگر از تولیدات دامی این گروه دارویی است. می بینید؟ حس خوبی دارد که می توانیم بخشی اعظم از داروهای مورد نیاز را بدون وابستگی تولید کنیم.

*

ما از معدود شرکت های صنعت دارو در ایران هستیم که مستقلاً واحدهای تحقیق و توسعه در زمینه توسعه مواد اولیه و فرآورده های جدید دارویی را در کشور داریم، که ماموریت بهینه سازی روش های تولید در شرکت ها را بر عهده دارند. همچنین شرکت دانش بنیان "تحقیقاتی /

متخصص و متعدد و سایر رشته های مهندسی و علوم پایه و بازرگانی است و در باز دیدها و گفت و گو هایی که با بسیاری از این عزیزان داشته ام، دیده ام که نوآوری را سرلوحه کار خود قرار داده اند، می توانم گفت که تی پی کو همیشه به روز است.

*

تی پی کو، بزرگ ترین مجموعه فعال در زمینه تولید مواد اولیه دارویی کشور هم به شمار می رود. مدیریت و مالکیت ۸ شرکت تولیدی در سطح ملی را بر عهده دارد و در جهت خود کفایی کشور، تقویت صنعت تولید مواد اولیه دارویی و ارتقاء سطح سلامت و بهداشت عمومی جامعه فعالیت می کند. اینها موضوعاتی کم مقدار نیستند، همان طور که می دانید تا چند سال پیش کشور ما اساساً مواد اولیه و موثره نداشت، الان ما نه تنها خودمان تولید کننده، که صادر کننده هم هستیم.

*

اشاره کردم که تی پی کو تولید کننده محصولات نهایی در دو رده داروهای انسانی و دامی کشور هم هست. داروهای انسانی، ۹ شرکت و کارخانه تولید کننده این مجموعه با تولید بیش از ۸۰۰ قلم دارو در ۳۲ حوزه درمانی فعال هستند و تعدادی از این محصولات به طور انحصاری در این گروه دارویی تولید و به بازار عرضه می شوند. داروهای دامی هم، ۳ شرکت و کارخانه این گروه قریب به ۱۵٪ سهم بازار داروهای دامی کشور را به خود اختصاص داده اند. محصولاتی چون آنتی بیوتیک، ضد انگل، هورمون ها، بیهوش کننده ها،



فعالیت‌های تی‌پی‌کو داشته‌ایم و هنوز هم داریم و پتانسیل‌هایی بسیار بسیار بالا هم در تامین نیازهایی دارویی کشورهای خارجی را. از این منظر، نمایشگاه فارمکس می‌تواند برای صادرات شرکت‌های تابعه هلدینگ ما، نقشی تسهیل‌گر پیدا کند. ما باید به مفهوم و توسعه "صادرات" بسیار ویژه توجه کنیم؛ و این فرصت‌ها را قدر بدانیم.

*

اگر داشته‌های یک شرکت دارویی را به دو بخش دارایی‌های مشهود، مثل سرمایه انسانی متخصص، تجهیزات، بنیه مالی، ذخایر مواد اولیه دارویی و... و دارایی‌های نامشهود تقسیم کنیم، قطعاً "برند" شرکت‌ها و محصولات‌شان جزو دارایی‌های نامحسوس و نامشهود قابل تعریف است. در واقع، موتور محرک و شتاب‌دهنده‌ی بازاریابی، ضریب نفوذ برند (برندینگ) است. بنابراین نمایشگاه فارمکس به عنوان آوردگاهی اقتصادی و بسیار مهم، هم در تقویت بازرگانی داخلی و هم تجارت بین‌المللی، نقش دارد و نقش‌اش هم می‌تواند موثر باشد، به شرطی که ما هم بخواهیم.

من امیدوارم در برندینگ محصولات و نام تجاری سازمان‌های اقتصادی شرکت‌های گروه دارویی تامین، همه‌ی همکاران ما بخواهند و این نمایشگاه هم بتواند راه‌گشایی کند و قدمی به پیش برای گروه دارویی تامین.

من برپایی نمایشگاه‌های دارویی را به‌عنوان یک ابزار در بحث بازاریابی و مارکتینگ و فروش محصولات دارویی بسیار موثر و درست می‌دانم. این نمایشگاه بزرگ و ارزشمند در حوزه تماشا دادن از صنعت داروی کشور از ملزومات این حوزه است و همه جای دنیا هم که صنعتی به این بزرگی دارند، از این نمایشگاه‌ها برگزار می‌کنند

دارویی تامین هم که مدل بیزینسی آن در هلدینگ تعریف شده، B2C، B2B و B2G. این نمایشگاه فرصتی بسیار مغتنم است. ما با هدف توسعه بازار، توسعه صادرات، به‌روزرسانی مشتریان جاری، گفت‌وگو با مشتریان بالقوه، دیدار با تامین‌کنندگان و شرکای آسیایی شرقی، نوسازی تجهیزات و انتقال دانش فنی به‌عنوان یکی از خدمات هلدینگ در این نمایشگاه حضور داریم.

*

ما یک سابقه صادرات دارو به بیش از ۵۰ کشور در اقصی نقاط دنیا را در سابقه

داروپخش، تحقیقاتی / مهندسی توفیق‌دارو، ژلاتین کپسول ایران، آنتی‌بیوتیک‌سازی ایران و ره‌آورد تامین حضور داریم و اصطلاحاً چتر تی‌پی‌کو را هم بر پا می‌کنیم. همچنین یک شرکت ویژه هم داریم؛ یعنی کلرپارس که این‌هم در حوزه کاری خودش (شرکت شیمیایی، تولیدکننده کلر و مشتقات آن و آب اکسیژنه)، شرکتی استثنایی است و امسال در چتر تی‌پی‌کو حضور دارد. امسال، غایب‌مان شرکت شیرین‌دارو (شیراز، با محصولات شیرین‌بیان و یک رقم صادراتی قابل بیان) است.

*

من برپایی نمایشگاه‌های دارویی را به‌عنوان یک ابزار در بحث بازاریابی و مارکتینگ و فروش محصولات دارویی بسیار موثر و درست می‌دانم. این نمایشگاه بزرگ و ارزشمند در حوزه تماشا دادن از صنعت داروی کشور از ملزومات این حوزه است و همه جای دنیا هم که صنعتی به این بزرگی دارند، از این نمایشگاه‌ها برگزار می‌کنند.

*

فارمکس در حوزه مواد اولیه دارویی، نمایش دادن تجهیزات، بسته‌بندی و چاپ، و آموزش‌های مرتبط با صنایع دارویی روندهای خوبی را پشت سر گذاشته است. شنیده‌ام که بیش از ۱۰۰ کارگاه و مسترکلاس خواهند داشت.

آن‌ها هم (برگزارکنندگان فارمکس) خوب توانسته‌اند اعتمادها را جلب کنند. برای گروه

شرکت سرمایه‌گذاری دارویی تامین (سهامی عام)



www.tpicoholding.com

ایمیل: info@tpicoholding.com

تهران، خیابان ولی عصر، روبروی پارک ملت، خیابان ناهید غربی، شماره 81

تلفن: 23539101-23539102-23539111

فکس: 22023915



گپ و گفت با دکتر یحیی میرزائی
مدیرعامل شرکت تولید مواد اولیه داروپخش (تماد)

گپ و گفت ما را با دکتر یحیی میرزایی، مدیرعامل تماد می‌خوانید که در فاصله دو سه روز مانده به شروع ششمین دوره آن، انجام شده. تماد یک پایه مهم و شاید از اثرگذارترین شرکت‌های ماده اولیه‌ساز در شکل‌گیری و برپایی فارمکس باشد.

هفت دلیل اهمیت فارمکس و حضور موثر تماد در آن

شده است؛ شرکتی دانش‌بنیان، بهره‌ور، صادرات‌محور و پیشگام در تولید با کیفیت مواد موثره دارویی و نیمه‌ساخته در غرب آسیا، که ضمن حفظ جایگاه اول در صنعت تولید مواد حدواسط و مواد موثره (API) و به‌عنوان صادرکننده نمونه در کشور شناخته شود، و با ارتقاء کیفیت و اخذ گواهینامه‌های GMP معتبر بین‌المللی و با توسعه سبد محصولات نهایی، تبدیل به قطب تولید فرآورده‌های دارویی نارکوتیک در غرب آسیا شود.

هدف‌گذاری شرکت تماد در سال ۱۴۰۳، مبلغ ۱۳٫۵ میلیون دلار است و در سال ۱۴۰۲ با رشد ۷۰ درصدی دلاری صادرات موفق شده‌ایم ۱۰٫۲ میلیون دلار صادرات کنیم. گشایش ۴ کشور جدید و ۱۲ مشتری جدید، کسب عنوان برترین صادرکننده هلدینگ دارویی تامین و رتبه اول صادرات

سایت مشهد) و بیش از ۱۲۰ قلم ماده موثره دارویی شامل نارکوتیک، غیرنارکوتیک، کورتون‌ها، محصولات نیمه‌ساخته شامل پلت و دی‌سی و محصولات نهایی است که مطابق با استانداردها و قوانین GMP و ضوابط WHO و بر اساس آخرین استانداردهای بین‌المللی USP، BP، EP، JP، و IP محصولات خود را تولید می‌کند.

این شرکت علاوه بر تامین بخشی عمده از نیازهای بازار داخل کشور، ۲۶ محصول خود را به ۵۶ کشور در ۵ قاره جهان صادر می‌کند و به عنوان یکی از رقبای بین‌المللی، سهمی مهم در حوزه تأمین داروهای نارکوتیک در بازارهای جهانی را بر عهده دارد.

چشم‌انداز شرکت تماد در افق ۱۴۰۶ (۲۰۲۷ میلادی) این‌طوری تعریف

دکتر یحیی میرزایی:

تماد اولین و بزرگ‌ترین تولیدکننده مواد اولیه دارویی کشور است که از سال ۱۳۷۵ در دو دسته عمده مواد موثره (API) و نیمه‌ساخته پلت و دی‌سی (Semi Finished) در صنعت داروسازی کشور تعریف شده و حضوری فعال دارد.

تماد در راستای توسعه‌ی کسب‌وکار خود با نگاه به بازارهای صادراتی از سال ۱۳۹۶ به حوزه محصولات نهایی (Finished) با حفظ بیشترین سهم بازار مواد اولیه نارکوتیک و غیرنارکوتیک جهت شرکت‌های داروسازی داخل کشور و خاورمیانه هم ورود کرد و ورودی موثر هم داشت.

اکنون تماد دارای ۲ سایت تولید با ۲۰ خط تولید (۱۰ خط سایت البرز و ۱۰ خط

شرکت‌های دارویی / بورسی در سال ۱۴۰۲ از جمله دستاوردهای تازه شرکت تماد در حوزه صادرات است.

*

نمایشگاه فارمکس را به‌عنوان ویتترین صنعت دارویی کشور به‌ویژه در صحنه‌ی مواد موثره دارویی، یک فرصت بسیار مهم و مغتنم می‌دانیم که در توسعه بازار و جهش صادرات می‌تواند بسیار نقش آفرین باشد.

با توجه به اینکه مدل بیزینسی صنعت مواد موثره دارویی B2B است، شرکت تماد برنامه‌ریزی‌های خوبی را جهت حضور موثر در ششمین دوره این نمایشگاه صورت داده است.

*

برخی از اهداف تماد در این نمایشگاه عبارتند از:

۱. **تامین:** پیگیری تسهیل و تسریع تامین حدواسط ها و مواد اولیه دارویی از شرکای آسیایی و مذاکرات بازرگانی کلیدی که می‌تواند در تامین به موقع مواد موثر باشد.

*

۲. **مشتریان جاری:** به‌روزرسانی و دیدار با مشتریان جاری جهت حفظ مقصدهای صادراتی از ابتدای تاریخچه تماد تا کنون. با توجه به فعالیت‌های رقبا، دیدار و مذاکره با مشتریان جاری و مراقبت از آنان در نمایشگاه یک فرصت یکه است.

۳. **توسعه بازار و صادرات:** تماد با مذاکرات بازرگانی و ارائه محصولات با کیفیت برتر و قیمت رقابتی محصولات نارکوتیک، سفارش‌هایی جدید را از مشتریان جدید خواهد داشت. بنابراین شناسایی مشتریان جدید جهت تحقق امر مهم صادرات، یکی از

۴. **دانش فنی:** تعدادی از کشورها در دیدارهای قبلی و بعضاً با بازدید از شرکت تماد، تقاضای خرید دانش فنی داشتند که نمایشگاه فارمکس می‌تواند پلی جهت تنظیم قراردادهای علمی و تبادل دانش فنی شود.

۵. **برندینگ:** یقیناً حضور در رویدادهایی مهم همچون فارمکس باعث تقویت ضریب نفوذ برند تماد خواهد شد.

۶. **تجهیزات:** بازدید از غرفه‌های تجهیزات جهت نوسازی، یکی دیگر از ثمرات حضور در فارمکس است.

۷. **بازدیدهای ویزیتوری:** بازدیدهایی نیز از غرفه‌های حاضر در نمایشگاه فارمکس با رویکرد آشنایی با شرکت‌ها، محصولات، قیمت‌ها و... با هدف امکان‌سنجی همکاری‌های فی‌مابین انجام خواهد شد که خود، فصلی جدید از ارتباطات در جهت توسعه بازار، توسعه محصول، تحقیق و توسعه و تبادلات علمی است.

*



به‌عنوان یکی از فعالان این صنعت محترم، بر خود فرض می‌دانم از زحمات تک تک همکاران ارجمند سندیکای مواد اولیه دارویی که اجرای نمایشگاهی با این وسعت را بر عهده دارند، قدردانی کنم و خداقوتی بگویم و آرزو کنم که این رویداد بین‌المللی؛ که هیئت‌های تجاری مختلفی از سراسر جهان در آن حضور خواهند داشت؛ با بهترین نتایج به سرانجام برسد و اتفاقاتی خوب برای صنایع دارویی کشور به‌ویژه در حوزه جهش تولید مواد موثره دارویی رقم بخورد؛ و نتیجه این زحمات، منجر به کام شیرین مردم عزیز کشورمان شود...

۲. **مشتریان جاری:** به‌روزرسانی و دیدار با مشتریان جاری جهت حفظ مقصدهای صادراتی از ابتدای تاریخچه تماد تا کنون. با توجه به فعالیت‌های رقبا، دیدار و مذاکره با مشتریان جاری و مراقبت از آنان در نمایشگاه یک فرصت یکه است.

۳. **توسعه بازار و صادرات:** تماد با مذاکرات بازرگانی و ارائه محصولات با کیفیت برتر و قیمت رقابتی محصولات نارکوتیک، سفارش‌هایی جدید را از مشتریان جدید خواهد داشت. بنابراین شناسایی مشتریان جدید جهت تحقق امر مهم صادرات، یکی از

۴. **دانش فنی:** تعدادی از کشورها در دیدارهای قبلی و بعضاً با بازدید از شرکت تماد، تقاضای خرید دانش فنی داشتند که نمایشگاه فارمکس می‌تواند پلی جهت تنظیم قراردادهای علمی و تبادل دانش فنی شود.

۵. **برندینگ:** یقیناً حضور در رویدادهایی مهم همچون فارمکس باعث تقویت ضریب نفوذ برند تماد خواهد شد.

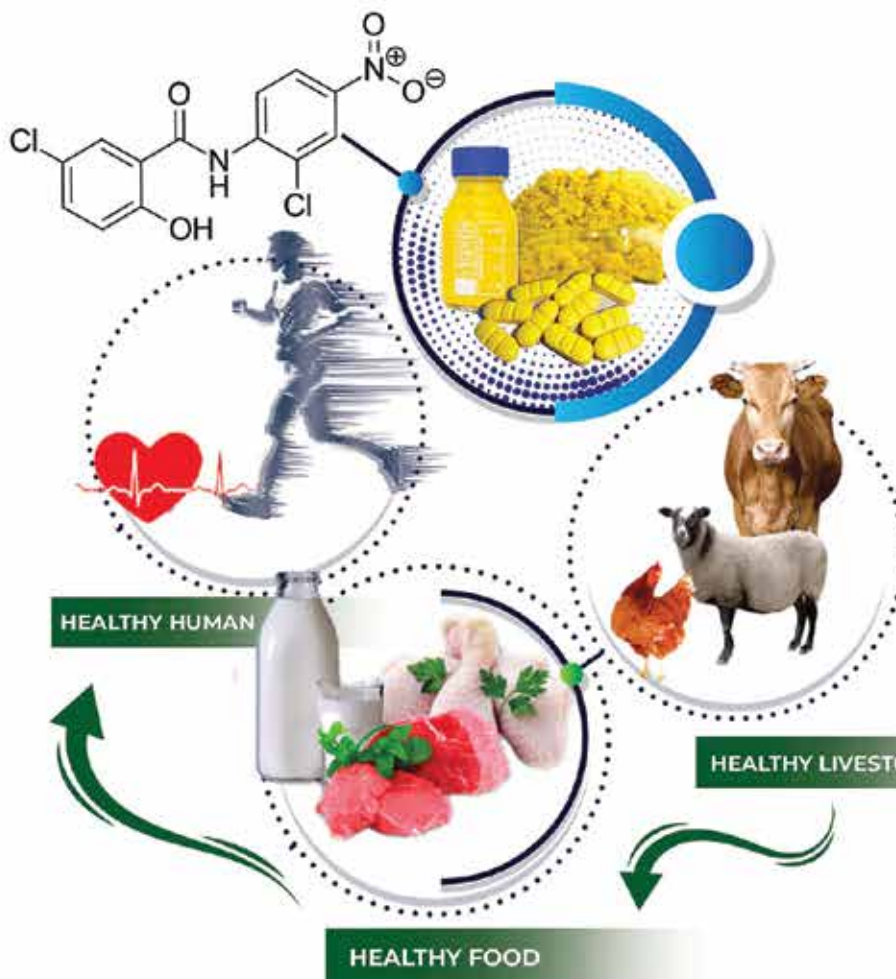
۶. **تجهیزات:** بازدید از غرفه‌های تجهیزات جهت نوسازی، یکی دیگر از ثمرات حضور در فارمکس است.

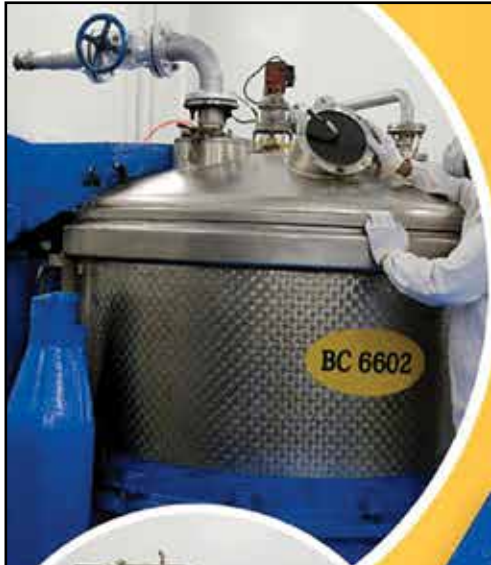
۷. **بازدیدهای ویزیتوری:** بازدیدهایی نیز از غرفه‌های حاضر در نمایشگاه فارمکس با رویکرد آشنایی با شرکت‌ها، محصولات، قیمت‌ها و... با هدف امکان‌سنجی همکاری‌های فی‌مابین انجام خواهد شد که خود، فصلی جدید از ارتباطات در جهت توسعه بازار، توسعه محصول، تحقیق و توسعه و تبادلات علمی است.

گشایش ۴ کشور جدید و ۱۲ مشتری جدید، کسب عنوان برترین صادرکننده هلدینگ دارویی تامین و رتبه اول صادرات شرکت‌های دارویی / بورسی در سال ۱۴۰۲ از جمله دستاوردهای تازه شرکت تماد در حوزه صادرات است

Veterinary Medicine

API (Product List)	Under Development			
	FINISHED PRODUCT	Drug Class/Group	Composition (Each ML Contains)	PACKAGING
Aspirin	Suitable powder	Anti Inflammatory	250 mg Acetyl Salicylic Acid	Bag in Drums
Enrofloxacin	Oral Solution 10% Injectable Solution 5% & 10%	Antibiotic	50 mg in injection & 100 mg in oral	Vial 50 ml & Oral Pet
Florfenicol	Oral Solution 10% Injectable Solution 30% & Powder 50%	Antibiotic	100 mg in oral & 500 mg in powder & 300 mg injection	Injection Vial 50 ml & Oral Pet
Nicosamide Piperazine	Oral Suspension 1250 mg in Blister as Tablet	Anti Helminthic	1250 mg in tablet & 200 mg in oral suspension	10 Blister in Box
Dexamethasone Phosphate	Injectable Solution	Anti Inflammatory	2.63 mg in injectable solution	Injection Vial 100 ml





شرکت آنتی بیوتیک سازی ایران
سهامی عام



ASICO

CALL :

011-33032261-74 | 011-33565043

MORE CONTACT INFO:

Fact@asico.org

www.asico.org

والزارتان

آسیکلوویر

سفالکسین

آمپی سیلین

سفیکسین

آزیترومایسین

آموکسی سیلین

کوئتیاپین فورمات

سیتاگلیپتین فسفات



گپ وگفت با مهندس سیداحمد موسوی، مدیرعامل شرکت آنتی بیوتیک سازی ایران

دلگرمی های نهفته، بزرگ و ظرفیت آفرین



مهندس سیداحمد موسوی به فن سالاران گفت:

رسالت شرکت آنتی بیوتیک سازی ایران، همان طور که از نامش برمی آید تولید و تامین مواد موثره دارویی آنتی بیوتیک و غیر آنتی بیوتیکی در کشور است؛ و این مجموعه هم مانند سایر شرکت های گروه دارویی تامین، علاوه بر اجرای منویات هلدینگ های بالادستی، مثل شستا و تی بی کو، در پنج سال گذشته، سیاست های اصلی خودش را به اجرا در آورده است.

*

ما با افزایش حداکثری ظرفیت های مان در تولید، بی گمان کوشیده ایم که به نیازهای داخلی پاسخ بدهیم و واقعا مجموعه ما، و همکاران عزیز ما، با حس عمیقاً مومنانه، بسیار هم مسئولانه عمل کرده اند؛ و نیک می بینیم که این موضوع نهادینه کردن و افزایش ظرفیت، و اجرایی کردن بازوهای فعال؛ هم کار آ و بسیار هم بسیار موثر واقع شده است و شرکت، به حول و قوه الهی در فرآیندهای افزایش فروش و سودآوری هم به توفیقاتی دست یافته.

*

ظرفیت تولید محصولات اصلی شرکت آنتی بیوتیک سازی ایران طی ۵ سال گذشته، افزایشی واقعا چشم گیر داشت. برای مثال ظرفیت آموکسی سیلین ما، از ۴۵۰ تن در سال ۱۳۹۷ تا اواخر ۱۴۰۲ به ۱۱۰۰ تن افزایش پیدا کرد؛ که بیش از نیاز کشور است و برای این مجموعه افتخار است. یا در همین مدت، افزایش ظرفیت تولید سفالوسپورین ها (سفالکسین و سفیکسیم) از ۱۲۰ تن در سال به ۳۵۰ تن در سال رسید؛ که به معنی حدوداً ۳۰۰ درصد افزایش ظرفیت تولید این محصولات است.

*

ما در مجموع حدوداً ۱۵۰ تا ۲۰۰ تن ظرفیت تولید محصولات عمومی (شامل آزیترومایسین، والزارتان، آسیکلوویر، کوئتیاپین، سیتا گلیپیتین و...) در واحدهای جدید ایجاد کرده ایم؛ که انشاء... با رفع مشکلات نقدینگی و سرمایه در گردش شرکت های دارویی، و

همچنین تخصیص ارز به اندازه کافی، حجمی بالا از نیاز مواد اولیه آنتی بیوتیک کشور (۵۰ تا ۷۰ درصد) را رفع خواهیم کرد. شرکت آنتی بیوتیک سازی ایران این امکان را در تولید و تأمین دارد و این، واقعا خودش یک دلگرمی بزرگ و نهفته است.

*

من می خواهم درباره فعالیت های حوزه تحقیق و توسعه و نوآوری و حوزه های دانش بنیان هم مطالبی را عرض کنم که در نوع خودش بسیار جذاب است. ما طی سال های گذشته، فرآیندهای تولیدی محصولات قبلی را به طور مستمر مورد بازنگری قرار می دادیم و در مبحث بهره رسانی ها هم، که خب همواره براساس آخرین تکنولوژی های روز دنیا عمل و حرکت کرده ایم؛ تا این جایش که یک خبر است و همیشه هم بحث اش باز و مطرح بوده. اما نکته اصلی در برنامه هایی است که خیلی منظم کوشیده ایم صورت دهیم.

*

ما فرآیندهای تولید محصولات مثل آموکسی سیلین، سفالکسین و آمپی سیلین را از روش های شیمیایی به روش آنزیمی (با یو کاتالیستی) تغییر داده ایم. همچنین با بهینه سازی های متعدد در راستای افزایش راندمان، افزایش ظرفیت های تولیدی و افزایش کیفیت محصولات ذکر شده را تضمین کرده ایم.

*

ببینید! تولید چندین محصول جدید در مقیاس صنعتی در گروه های دارویی مختلف از قبیل آزیترومایسین، سیتا گلیپیتین، آسیکلوویر و کوئتیاپین، فقط بخشی از نظام برنامه ریزی در آنتی بیوتیک سازی ایران بوده، و این تیراژهای تولیدی، فقط عدد نیست، ظرفیتی عظیم است.

*

خبر خوب این که، برنامه تولید حداقل ۵ محصول جدید را در مقیاس صنعتی در شش ماهه اول ۱۴۰۳ در گروه های درمانی قلبی و عروقی و آنتی دیابتیک در دستور کار برده ایم؛ و همچنین همکاری هایی متقابل همراه با امضاء تفاهم نامه با سه مرکز دانشگاهی و یک مرکز تحقیقاتی در سطح استان مازندران در راستای تولید مواد اولیه دارویی و افزودنی های دارویی و... این ها بخش های بعدی نظامنامه ما بوده است.

*

اهداف مشخص، فعالیت های شما را به سمت هارمونی و افزایش بهره وری می برد و ما می کوشیم از امکانات و اطلاعات تخصصی و علمی دانشگاه ها هم در پیوند زدن آن به تجربه صنعتی همکاران شرکت، نهایت استفاده را بکنیم و از مزیت های رقابتی استان (گیاهان دارویی، منابع سلولزی و آبیان دریایی و...) هم به سادگی نگذریم.

پروژه بعدی، پروژه توسعه و بازسازی اتاق تمیز واحد عمومی با حجم بالا بود که در سال ۱۳۹۹ آغاز شده و در شهریور ۱۴۰۱ به اتمام رسیده بودیم.

بودیم. خرید و نصب سیستم RO جهت تولید آب مورد نیاز کارخانه (سیستم قبلی رزینی بود!) را انجام داده‌ایم، خرید و نصب و راه‌اندازی دو دستگاه چیلر اسکرو، با ظرفیت ۵۰۰ تن جهت جبران کمبود تن تبرید کارخانه؛ خرید، نصب و راه‌اندازی سیستم تولید نیتروژن گازی در حجم بالا جهت مصرف در فرآیندهای تولید و سیستم‌های ابزار دقیق هم از موضوعاتی قابل اشاره است. البته بازسازی دو دستگاه کمپرسور هواهای فشرده ۲۰۰ کیلو وات، و پروژه تعویض و جایگزینی خطوط انتقال سیالات را هم به دامنه آن برنامه‌ریزی مفصلی که گفتیم، باید اضافه کنید.

من معتقدم یک شرکت تولیدی دارویی، باید مدام خود و سیستم‌اش را به‌روز و اصطلاحاً

پروژه دیگر آنتی‌بیوتیک‌سازی ایران، توسعه و بهینه‌سازی اتاق تمیز سفالوسپورین‌ها (سفالکسین، سفیکسیم و ...) بود که در دی ماه ۱۴۰۱ شروع و در بهمن ۱۴۰۲ به اتمام رسید و افتتاح هم شد. خب این پروژه هم علاوه بر افزایش ظرفیت تولید سفالوسپورین‌ها تا ۳۵۰ تن در سال، هم‌اکنون در حال اخذ گواهینامه GMP براساس آخرین استانداردها است. ما به‌شکل پارالل و موازی پروژه‌ها را پیش برده‌ایم.

پروژه توسعه و بهینه‌سازی و توسعه در شرکت هم باید یادآوری کرد که در سال‌های گذشته، اهتمامی بسیار جدی بر توسعه و بهینه‌سازی خطوط تولید براساس آخرین استانداردهای GMP و همچنین بازسازی و خرید و نصب تجهیزات در واحد پشتیبانی تولید صورت پذیرفته است که چند تایش را عرض می‌کنم.

در زمینه تولید حلال‌های جدید در شرکت (برای مثال دی‌متوکسی متان، DMM) و جایگزین آن با حلال‌های وارداتی (استن، متیلن کلراید و ...) اقداماتی بسیار خوب صورت داده‌ایم؛ که واردات حلال‌های خارجی را تا ۹۰ درصد کاهش می‌دهد. شرکت ما، آمادگی ارائه مشاوره‌های کارشناسی در خصوص جایگزینی این حلال‌ها با حلال‌های وارداتی برای سایر شرکت‌ها را دارد؛ و هر اقدامی که بتواند از خروج ارز کشور جلوگیری کند، ما پایه آن هستیم و از هیچ کمکی دریغ نخواهیم کرد.

خصوص پروژه‌های بهینه‌سازی و توسعه در شرکت هم باید یادآوری کرد که در سال‌های گذشته، اهتمامی بسیار جدی بر توسعه و بهینه‌سازی خطوط تولید براساس آخرین استانداردهای GMP و همچنین بازسازی و خرید و نصب تجهیزات در واحد پشتیبانی تولید صورت پذیرفته است که چند تایش را عرض می‌کنم.



اهداف مشخص، فعالیت‌های شما را به‌سمت هارمونی و افزایش بهره‌وری می‌برد و ما می‌کوشیم از امکانات و اطلاعات تخصصی و علمی دانشگاه‌ها هم در پیوند زدن آن به تجربه صنعتی همکاران شرکت، نهایت استفاده را بکنیم و از مزیت‌های رقابتی استان (گیاهان دارویی، منابع سلولزی و آبزیان دریایی و...) هم به‌سادگی نگذریم

آپدیت کند. ما همیشه در حال به‌روز کردن مجموعه هستیم، و هر جایی که بتوانیم سیستم را به سمت بهبود فرآیندها سوق دهیم، تردید نمی‌کنیم؛ چون می‌دانیم که کشور به تولیدات مجموعه ما نگاه می‌کند.

اما از خریده‌ها هم بگویم؛ ما خرید ۳ دستگاه دیژل ژنراتور را در حال پیگیری داریم که با هدف تأمین برق مورد نیاز کارخانه و ضرورت‌های آن پیش می‌رود. پروژه

ما یک پروژه توسعه و بازسازی اتاق تمیز در واحد پنی‌سیلین‌های آنزیماتیک (آموکسی‌سیلین، آمپی‌سیلین...) داشتیم که در سال ۱۳۹۸ شروع و در تابستان ۹۹ به اتمام رسیده بود. خب ما علاوه بر افزایش ظرفیت تولید در این پروژه، گواهینامه GMP دو ساله این خط را هم از سازمان غذا و دارو دریافت کردیم.

گپ وگفت با مهندس علی آقایی، مدیرعامل شرکت تحقیقاتی / مهندسی توفیق دارو

از شکستن انحصارهای دارویی تا ایجاد دانش فنی

اشاره:

شرکت توفیق دارو (دانش بنیان) ۲۵ سال است که تاسیس شده و فعالیت‌های خود را در این سال‌ها توسعه و رونق بخشیده است. شش خط تولید دارد و دارای مجوز GMP و تولید ۵۲ ماده موثره دارویی فناورانه و ارزشمند است. سبد محصولات این شرکت در حوزه‌های درمانی استراتژیک شامل داروهای ضد سرطان، تعدیل کننده سیستم ایمنی، ضد دیابت، ضد ویروس، ضد دردهای اپیوئیدی و قلبی / عروقی است.

از مهم‌ترین دستاوردهای آن، شکست انحصار تولید گلاتیرامر استات برای اولین بار در دنیا است که با ساخت آن در ایران، این محصول حیاتی و استراتژیک در حوزه سیستم ایمنی از انحصار شرکت توای اسرائیل خارج، و دانش تولید آن کاملاً بومی شد. "ایجاد دانش فنی برای تولید مواد موثره دارویی"، تولید و خالص‌سازی و فرمولاسیون داروهای پپتیدی، "تولید مواد موثره دارویی با ارزش بالا و حجم کم (LVHV) در حوزه‌های دارویی مختلف"، فرمولاسیون دارویی و سیستم‌های دارورسانی نوین، "ارائه خدمات مهندسی داروسازی مطابق با قوانین GMP" و کنترل کیفیت دارویی "از عمده ماموریت‌های این شرکت گروه دارویی تامین است. اینک گپ وگفت ما را با مهندس علی آقایی، مدیرعامل می‌خوانید.



مهندس علی آقایی:

با افزایش تعداد شرکت‌های تولیدکننده مواد اولیه دارویی در کشور، هر روز شاهد اتفاقاتی خوب در حوزه تولید و سنتز مواد اولیه دارویی هستیم. توفیق دارو تقریباً در زمینه تولید مواد اولیه دارویی در بسیاری از موارد پیشگام بوده و شاید جزو شرکت‌هایی است که برای اولین بار این مواد را سنتز و ارائه کرده.

*

امروز ما در بخش تحقیقات توفیق دارو در حال سنتز مولکول‌هایی هستیم که هنوز وارد فهرست دارویی کشور نشده‌اند. با نگاهی که همکاران مان به این مولکول‌ها و روندهای

رو به رشد در حال اتفاق دارند، ضرورت تولید آن‌ها را بیش از پیش احساس کرده و با تولید و ارائه این مولکول‌ها، شرکت‌های تولیدکننده محصول نهایی می‌توانند به سرعت از آن استفاده کنند.

*

مدیریت دانش، ذخیره دانش فنی و تجربه بیش از ۱۰۰ محقق که در طی ۲۵ سال گذشته در توفیق دارو ایجاد شده در کشور بی‌نظیر است. آنچه که امروز ما در توفیق دارو داریم، ورود آسان به پیچیده‌ترین سنتزهای شیمیایی است که ما حاصل مطالعه، به روز بودن و تجربه ۲۵ سال تلاش شبانه‌روزی است. از نکات بسیار ارزنده و با ارزش

توفیق دارو اشرافی است که محققان به سنتز مولکول‌ها دارند به طوری که به راحتی روی ناخالصی‌ها و بهبود کیفیت تغییرات لازم را ایجاد می‌کنند. همین امر موجب شده که صنعت و متولیان صنعت دارو به توفیق دارو به عنوان یک شرکت تولیدی که از مسیر تحقیق و توسعه محصولات خود را ارائه می‌کند ویژه‌تر نگاه کنند.

*

تعهدات و مسئولیت‌هایی که حوزه سلامت به عهده توفیق دارو گذاشته، رصد بازار دارویی برای ارائه مولکول‌های جدید است. تیم توسعه محصول و توسعه بازار ما، مرتباً بازارهای جهانی را رصد می‌کنند،

تجهیزات را نمی‌توانیم به‌روز کنیم. تجهیزات در حال فرسوده‌شدن هستند و روی کیفیت دارو اثر می‌گذارند. از طرفی قیمت‌گذاری دستوری هم، دست ما و همکاران را در شرکت‌های تولید محصول نهایی بسته است و بعضاً دیده شده که برخی به سمت مواد اولیه با کیفیت پایین‌تر رفته‌اند!

*

بنا بود که بیمه‌ها این وظیفه را به‌عهده بگیرند و قسمتی از هزینه‌ها از طریق بیمه‌ها پرداخت شود و به بیمار هم تحمیل نشود؛ ولی عمده این هزینه‌ها به دوش تولیدکننده‌ها افتاده و ضرر و زیان آن را امروز تولیدکنندگان مواد اولیه می‌پردازند! تسهیلات بانکی بسیار گران می‌گیریم با

کشور و بیماری‌هایی که در حال رخ دادن است، ما نیز در حال تغییر سبب محصول هستیم و به افق سال‌های آتی نگاه کرده و بر اساس آن برنامه‌ریزی می‌کنیم. مثلاً در بخش فناوری‌های نوین دارویی در حال کار بر روی روش‌های جدید دارورسانی هستیم. اکنون تولید داروهایی به‌صورت Encapsulation, Microsphere, بخشی

از پروژه‌های ما را شکل می‌دهند؛ و به‌زودی هم محصولات‌شان وارد بازار خواهد شد.

*

موضوع مابه‌التفاوت ارزی همچنان ادامه دارد و یک توقف چند ماهه را ایجاد کرده است. بحث مابه‌التفاوت ارزی شرکت‌های دارویی که با تغییر گروه کالایی توسط

و مولکول‌های جدید را پیشنهاد می‌دهند و تیم تحقیقاتی ما، پس از بررسی‌های لازم و امکان‌پذیری تولید به سنتز و تولید این مولکول‌ها ورود می‌کنند. ما تلاش داریم در همه حوزه‌های دارویی و داروهایی که با اندیکاسیون‌های مختلف امروز در دنیا استفاده می‌شود، با اولویت‌بندی ورود کنیم.

*

توجه اصلی ما در توفیق دارو به واردات مواد اولیه در گروه دارویی تامین (تی‌پی‌کو) است که بتوانیم بعضی از این مواد اولیه را سنتز و در داخل تولید کنیم تا این هم‌افزایی‌ها را توسعه بدهیم.

امروزه با وجود شرکت‌های قدیمی و با سابقه‌ی دارویی در ایران، بسیاری از مواد



توجه اصلی ما در
توفیق دارو به واردات مواد
اولیه در گروه دارویی
تامین (تی‌پی‌کو) است
که بتوانیم بعضی از این
مواد اولیه را سنتز و در
داخل تولید کنیم تا این
هم‌افزایی‌ها را توسعه
بدهیم

سود و بهره ۳۶ یا حتی ۳۸ درصد! مگر تولید دارو چقدر سود دارد که ما این اعداد و ارقام را پرداخت کنیم؟! *

مجموعی از مبتلا به‌های گفته و نگفته، موجب شده خروجی‌های ارزشمند ماده‌اولیه‌سازان ابر بمانند! به‌عنوان مثال، ما مواد اولیه‌ای داریم که شاید نزدیک یک‌سال‌ونیم است که موجودی انبار ماست و شرکت‌های تولید محصول نهایی رفته‌اند و همان را وارد کرده‌اند! این مسیر باید توسط نهادهای ناظر از جمله سازمان غذا و دارو بیشتر کنترل و رصد شود؛ هرچند که دغدغه آن دوستان هم هست و تلاش‌شان را هم می‌کنند.

دولت انجام شده و دولت نرخ ارز را تغییر داده، ضرر و زیان‌هایی بسیار به شرکت‌های دارویی از این مسیر وارد کرده و درگیرمان کرده است!

*

نمود نقدینگی امروز در صنعت دارو واقعا یک معضل بسیار اساسی شده است. سرمایه در گردش و نقدینگی برای صنعتگر شبیه جریان خون در کالبد یک انسان است. مگر می‌توان جریان گردش خون را متوقف کرد؟! *

ما امروز مطالبات بالای ۲۰۰ روز داریم و این عملاً دست صنعت‌گر و تولیدکننده را بسته است. به دلیل نبود نقدینگی بسیاری از

اولیه، از خارج از کشور وارد می‌شود! و ما از مسئولیت‌های مان می‌دانیم که روی آن‌ها برنامه‌ریزی کرده و بتوانیم بعضی را در زمانی کوتاه تولید کنیم. شرکت ما دارای پتانسیل‌هایی بسیار خوب است و ارتباط‌مان را روز به روز با دانشگاه‌های بزرگ در سطح کشور توسعه می‌دهیم تا بتوانیم از دانش استادان و محققان مان در دانشگاه‌ها برای سنتز مواد اولیه مورد نیاز کشور استفاده کنیم.

*

با توجه به تغییراتی که در هرم جمعیتی کشور در افق ۲۰۵۰ پیش‌بینی شده با رصد سبب دارویی مورد نیاز سال‌های آتی



TODACO
توفیق دارو



شرکت سرمایه‌گذاری دارویی تاپیکو (سای نام)



توفیق دارو

شرکت تحقیقاتی و مهندسی

توفیق دارو به عنوان شرکتی دانش‌بنیان و برخوردار از پیشینه‌ای آکنده از بدایع علمی در جامعه ایرانی، با اختصاص سرمایه‌ی قابل توجه به تحقیق و توسعه، بهره‌گیری از محققان جوان داخلی، استفاده از تمامی ظرفیت‌های موجود و برقراری تعامل دوسویه و سازنده با جامعه بین‌المللی در حوزه‌ی تولید مواد موثره دارویی پیشرفته در صنعت داروسازی کشور، فعالیت می‌کند. شرکت تحقیقاتی مهندسی توفیق دارو فعالیت خود را در سال ۱۳۷۸ به عنوان مرکز تحقیق و توسعه‌ی گروه دارویی شستا، «تیبیکو»، آغاز نمود و در سال ۱۳۸۱ وارد عرصه تولید مواد اولیه دارویی شد. از توفیقات این مجموعه دانش‌بنیان می‌توان به ایجاد و راه‌اندازی ۶ خط تولید دارای مجوز GMP و تولید ۵۲ ماده موثره دارویی فناورانه و ارزشمند به همراه بومی‌سازی دانش فرمولاسیون محصولات نهایی دارو اشاره نمود. این شرکت به شکل مستمر به توسعه سید محصولات خود در حوزه‌های درمانی استراتژیک شامل داروهای ضد سرطان، تعدیل‌کننده سیستم ایمنی، ضد دیابت، ضد ویروس، ضد دردهای ایبوتیدی و قلبی-عروقی فعالیت می‌نماید از مهم‌ترین دستاوردهای افتخار آمیز محققان و متخصصان توفیق دارو شکست انحصار تولید گلاتیرامر استات برای اولین بار در دنیا است که با ساخت آن در ایران، این محصول حیاتی و استراتژیک در حوزه سیستم ایمنی از انحصار شرکت تویای رژیم صهیونیستی خارج و دانش تولید آن کاملاً بومی شد. شرکت دانش‌بنیان توفیق دارو به عنوان یک مجموعه علمی و کاربردی اثرگذار در صنعت داروی کشور، با عزمی راسخ و نگاهی مصمم به آینده‌ای روشن و با هدف ورود به بازارهای جهانی در حوزه‌های زیر فعالیت جدی داشته و در تلاش است تا به سهم خود در اعتلای صنعت داروی ایران قدم بردارد:

- ایجاد دانش فنی برای تولید مواد موثره دارویی
- تولید، خالص‌سازی و فرمولاسیون داروهای پیتیدی
- تولید مواد موثره دارویی، با ارزش بالا و حجم کم (LVHV) در حوزه‌های دارویی مختلف
- فرمولاسیون دارویی و سیستم‌های دارورسانی نوین
- خدمات مهندسی داروسازی مطابق با قوانین GMP
- خدمات کنترل کیفیت دارویی

www.todaco.com

info@todaco.com

021.44988020

Darou paksh St (61th) .km 18Tehran-Karaj Highway



شیمی دارویی داروپخش

DPPCCO

تلفن: 02144982124

آدرس سایت: www.dppcco.com

ایمیل: dppc@dppcco.com

نام مدیر عامل: دکتر هوشنگ قاسمی

شیمی دارویی داروپخش یکی از بزرگترین تولیدکننده های ماده اولیه دارویی در کشور است. بیش از ۷۶ نوع مواد شیمی دارویی در این شرکت تولید و ۱۷ نوع ماده اولیه دارو در حال توسعه و دست یابی می باشند.

گپ وگفت با دکتر هوشنگ قاسمی، مدیرعامل شرکت شیمی دارویی داروپخش

همجواری خلاقیت و قریحه و زیبایی

اشاره:

دکتر هوشنگ قاسمی، مدیرعامل یکی از موفق ترین شرکت های ماده اولیه ساز گروه دارویی تامین (تی پی کو)، خودش سالها در ستاد، معاونت مواد اولیه هلدینگ بوده، و سابقه ای در معاونت کیفیت شرکت تماد، معاونت تولید و بهره برداری شرکت لابراتوارهای رازک، و ریاست هیئت مدیره شرکت ره آورد تامین و عضویت در هیئت مدیره شرکت آنتی بیوتیک سازی ایران را در کارنامه داشته و مسیرش، نشان دهنده علت موفقیت های دو سال اخیر شیمی دارویی داروپخش است. دکتر قاسمی با مدرک دکترای داروسازی از دانشگاه علوم پزشکی تبریز، همچنین موفق به دریافت مدرک MBA با گرایش بازاریابی دارویی از دانشگاه پینشو پینگ سوئد شده است. در این گپ وگفت سوالها را حذف و پاسخهای او را می خوانیم.



دکتر هوشنگ قاسمی:

من سالها با عشق؛ در همین مسیری که الان در میانهاش هستیم؛ زیسته ام و گاهی چنان غرق امورات و کارها می شوم که ممکن است حتی وظایف خانوادگی تحت الشعاع قرار بگیرد. اما زیست با عشق، ترکیبی دلنشین است و من در شرکت شیمی دارویی داروپخش؛ به عنوان یکی از بزرگ ترین تولیدکنندگان مواد اولیه دارویی در کشور؛ کار نه، زندگی می کنم و به اذعان همکاران گرامی، برای رونق و گسترش و توسعه ظرفیت های آن از هیچ موردی کوتاه نمی آیم.

*

ما ۱۰ خط تولیدی فعال داریم و دو سایت تولیدی هم در شهرهای تهران و کرمانشاه. نقش خودمان را هم به عنوان تامین کننده

یکی از الزامات رشد و توسعه، افزایش تنوع در سبد محصولات است. بازار مواد اولیه دارویی، بازاری با پتانسیل بالاست و توانمندی های فنی شرکت شیمی دارویی داروپخش این اجازه را به ما می دهد که با تقویت حوزه تحقیق و توسعه، بتوانیم محصولاتی جدید را به سبد محصولاتمان بیفزاییم.

*

تلاش می کنیم با کنترل بهای تمام شده از طریق ارتقای بهره وری، هم حاشیه سودی بالاتر کسب کنیم و خرسندی سهام داران را از این بابت رقم بزنیم و هم این که بتوانیم با قیمت هایی رقابتی تر، بازارهای صادراتی را تحت الشعاع قرار دهیم. ما ظرفیت های لازم را داریم و می توانیم و من اطمینان کامل دارم.

مواد اولیه شرکت های محصول نهایی در گروه دارویی تامین (تی پی کو)، به خوبی تعریف و ایفاء کرده ایم. می خواهم عرض کنم که ماموریت ها و اهدافمان روشن و مشخص است و به قول شما سینمایی ها؛ در مسیر سبز و Green Mile قدم برمی داریم.

*

راستش! امسال جسورتر شده ایم و می خواهیم یک گام دیگر هم به جلوتر برداریم و به صورتی جدی تر وارد بازار شرکت های خارج از گروه تی پی کو هم بشویم، به طوریکه با افزایش بهره برداری از ظرفیت ها نه تنها نیازمندی های شرکت های گروه را تامین کنیم، بلکه بتوانیم خدماتمان را به شکلی مشخص به شرکت های مطرح بخش خصوصی هم ارائه دهیم.

*



توانمندی‌هایش باشیم. طبعاً از این ظرفیت برای مذاکرات تجاری، توسعه بازارهای مان و تحقق توسعه راهبردی شرکت استفاده خواهیم کرد.

نمایشگاه فارمکس به دنبال ایجاد فرصت‌های جدید کسب و کار است و نمایشگاهی جامع در حوزه تولیدکنندگان

مواد اولیه دارویی هم که در ابتدای این زنجیره‌اند، مشکلاتی دارند و به‌نظرم نجیبانه، کمتر از دیگران زبان به نقد می‌کشایند و می‌باید توجهی جدی‌تر به آن‌ها بشود. خب! غالباً افزایش مطالبات از شرکت‌های محصول نهایی و افزایش دوره وصول مطالبات از پیامدهای همین وضعیت است. البته امیدواریم با تدابیر صورت گرفته، این مشکلات

چابک‌سازی و نظام‌مندسازی فرآیندها به‌ویژه فرآیندهای زنجیره تامین هم از برنامه‌های عملیاتی ماست که برای بهبود و ارتقای وضعیت به سمت آن خواهیم رفت. احتمال دارد برای تحقق این راهبردها، با چالش‌هایی هم مواجه شویم، به‌نظرم می‌ارزد که فاعل به انجام کارهای سازنده



می‌خواهیم به‌صورتی جدی‌تر وارد بازار شرکت‌های خارج از گروه تی‌پی‌کو بشویم، به‌طوریکه با افزایش بهره‌برداری از ظرفیت‌ها نه تنها نیازمندی‌های شرکت‌های گروه را تامین کنیم، بلکه بتوانیم خدمات مان را به‌شکلی مشخص به شرکت‌های مطرح بخش خصوصی هم ارائه دهیم

و تامین‌کنندگان مواد اولیه دارویی. توسعه صنعت مواد اولیه دارویی هم محقق نمی‌شود مگر با حضور در همین بازی برد-برد. شما به‌عینه دارید افزایش خوداتکایی و خودکفایی را در صنعت داروسازی کشور لمس می‌کنید وقتی این‌همه خلاقیت و قریحه و زیبایی همجواری می‌کنند و کار را برای پیشبرد نظام سلامت و عموم مردم عزیزمان هموار و همراه می‌سازند.

کم کم مرتفع شود. صنعت داروسازی، اهمیتی استراتژیک دارد و باید با درکی عمیق‌تر به بهبود شرایط فکر و کمک کرد.

ما باور داریم که بدون عملیات چابک در حوزه مارکتینگ، چشم‌اندازمان محقق نمی‌شود. ما به فارمکس آمدمیم تا هموند و هم‌مسیر گروه دارویی تامین بکشیم و معرف شرکت شیمی دارویی داروپخش، و

و مفید باشیم. نهایتاً نتیجه کار در عمل و اجراست که تبلور می‌یابد.

این روزها همه درباره صنعت داروسازی کشور نظر می‌دهند و از کمبود نقدینگی در زنجیره تامین دارو گلایه‌مندند. این حقی طبیعی است و ما هم معتقدیم که اوضاع کلی صنعت آن‌طور که باید و شاید خوب نیست! با این وصف باید عرض کنم که شرکت‌های

گپ‌وگفت با دکتر رامین رضانی کلمر، مدیرعامل شرکت ژلاتین کپسول ایران

یک نمایشگاه و امکان تبادل دانش روز



دکتر رامین رضانی کلمر به فن‌سالاران گفت: ما همواره از نمایشگاه فارماکس خاطراتی خوب داشته‌ایم و شاید یکی از معدود رویدادهایی باشد که به صنعت مواد اولیه دارویی و مشتقات دارویی کمک کرده تا جهات آن، بهتر از همیشه دیده شود. به‌نظر من متولی اصلی، یعنی سندیکای تولیدکنندگان مواد اولیه دارویی، چاپ و بسته‌بندی‌های دارویی در دوره‌های قبل، کاری بزرگ را صورت دادند، یعنی موجودیت بخشیدند به یک صنعت پایه. این گردهمایی ارزشمند را رقم زدند و برای خیلی از کسب و کارها فرصت‌سازی کردند.

*

وضعیت پروژه‌ها و تولید شرکت‌ها به گونه‌ای شده‌است که بعضاً در حال روزمرگی و تولید، آن‌هم در حد اقتضانات هستند! تازه، بسیاری از شرکت‌ها با فرسودگی دستگاه‌ها و تجهیزات هم روبرویند و بنا به دلایلی که ذکر شد امکان به‌روزرسانی و تجهیز ماشین‌آلات خود را ندارند! نمایشگاه برویم و در جریان این فرآیندها قرار بگیریم. کمک باید کرد که صنعت، تازه و رفرش شود. فاصله خودمان را با نظم تازه در همین نمایشگاه‌ها می‌توانیم، و باید رصد کنیم. بنگریم که کجای کاریم.

*

شرکت تولید ژلاتین کپسول ایران مثل یک فشارسنج است، یکی از اصلی‌ترین تامین‌کننده‌های مواد اولیه دارویی در صنعت داروسازی کشور است و با عنایت به این که تقریباً تمامی شرکت‌های تولیدکننده محصول نهایی از ما خرید می‌کنند، برای ما زودتر مشخص می‌شود که شرکت‌های یادشده دچار مشکلات شده‌اند یا نه!

ما در زمان سفارش‌گذاری و نسبت به میزان خرید، متوجه سرعت و حجم تولید شرکت‌ها

خب این یک نمایشگاه اصلی از شرکت‌های تولیدکننده مواد اولیه دارویی کشور است، اما بازدیدکنندگانی از اقصی نقاط جهان دارد. کار کمی نیست. شما دارید در داخل، یک رخداد را به‌صورت بین‌المللی و با استانداردهایی ملاحظه می‌کنید و سرتان را بالا گرفته‌اید. این کارها خیلی مهم است. گردهم آوردن فعالان صنعت داروسازی، امکان‌بخشی به تبادلات دانشی، آشنایی با نوآوری‌ها و فناوری‌های نوین و ایجاد شبکه‌های ارتباطی موثر و...؛ دستمیزاد دارد.

*

این روزها همه شاهدیم که شرکت‌های تولیدکننده مواد اولیه و همین‌طور تولیدکنندگان محصول نهایی در شرایطی سخت و با کمبود نقدینگی دست‌وپنجه نرم می‌کنند. اگر سازمان‌های مرتبط نظیر دانشگاه‌های علوم پزشکی، بیمه‌ها و دولت

می‌شویم و شاهدیم که کدام شرکت در حال تولید با حجم بالا و یا بالعکس است؛ کدامیک دچار ضعف در تولید است و کدامیک...

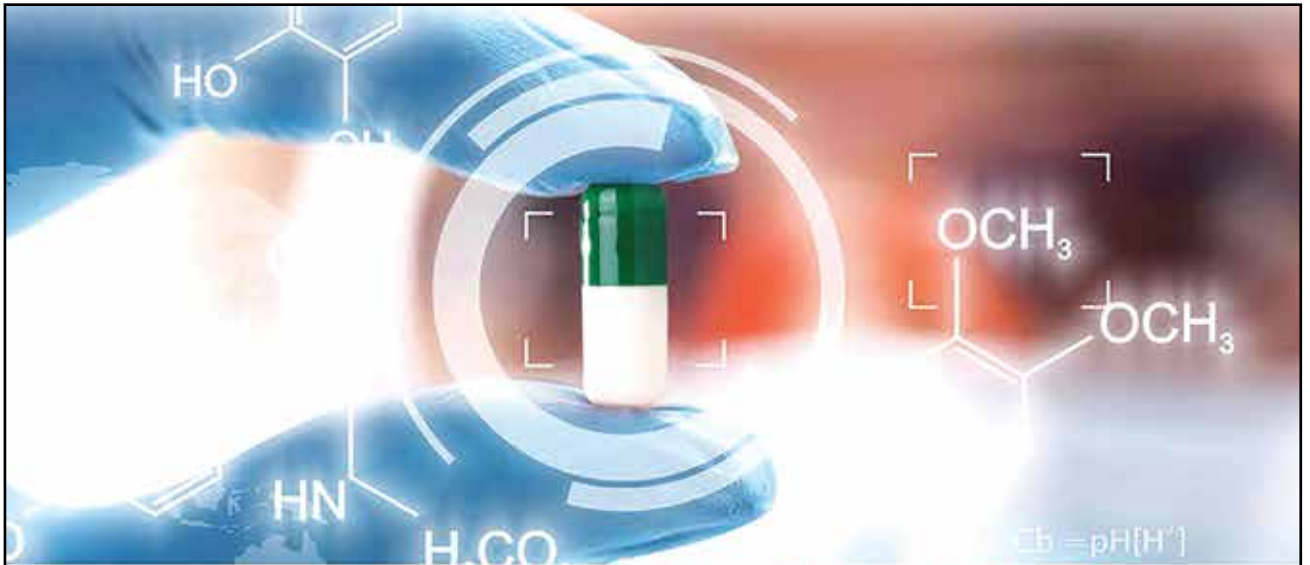
*

این صنعت علاوه بر اهمیتی که برای سلامت افراد جامعه دارد، می‌تواند نقشی موثر در توسعه اقتصادی و روابط بین‌الملل کشور هم تلقی شود. مثلاً همین حالا که اغلب شرکت‌های هلدینگ تی‌پی‌کو در حال تعامل با شرکت‌ها و دولت‌های مختلف در دنیا هستند، می‌توان فهمید چقدر جدیت دارند. نتایجی که به‌دست می‌آید، مشخص می‌کند رونق و جدیت را در صنعت داروسازی؛ و از همه مهم‌تر می‌تواند بدل به یکی از معیارهای مهم توسعه یافتگی کشورها شود.

*

امروز ما می‌توانیم از دولت جدید بخواهیم برای تامین نقدینگی شرکت‌های تولیدی، تدابیری جدی‌تر بیاندیشد تا شرکت‌هایی در این تراز مهم، برای تامین و افزایش تولیدات دارویی کشور، بیش از این با مشکلات و کمبود نقدینگی مواجه نشوند. کوچک‌ترین تعلق در این موضوع باعث ایجاد خساراتی جبران‌ناپذیر در صنعت داروسازی خواهد شد پس باید مطالبه کرد و نگران بود تا صنعت داروسازی ایران عزیزمان به روزهای اوج خودش بازگردد.





شرکت تولید ژلاتین کپسول ایران (سهامی عام)



- تنها تولید کننده پوکه کپسول سخت ژلاتینی در ایران
- تولید سالانه بیش از ۷ میلیارد پوکه کپسول
- دارای مجهزترین آزمایشگاه کنترل کیفی محصولات ژلاتینی

☎ ۰۲۱-۶۵۲۷۸۴۰۴-۵
 🌐 www.irancapsule.com
 @ info@irancapsule.com
 📷 igcmfgo



گپ‌وگفت با دکتر احمدرضا طاهری، مدیرعامل شرکت دارویی ره‌آورد تامین

در انتظار شکوفایی صنعت و توسعه متوازن

اشاره:

دکتر احمدرضا طاهری، مدیرعامل شرکت دارویی ره‌آورد تامین، مدرک دکترای تخصصی مهندسی صنایع پلیمر خود را از دانشگاه تهران دریافت کرده است. او از سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱ در شرکت ره‌آورد تامین در سمت‌هایی مختلف چون مدیر کارخانه، جانشین معاون بهره‌برداری، نماینده مدیرعامل و مدیر IMS، مدیر تحقیقات بازار، مدیر تولید کارخانه، مشاور پروژه‌های کلین‌روم و امور سازه‌ای فعال بوده تا دبیری کمیته‌های فنی، علمی، ریسک و استراتژیک؛ و به اصطلاح معروف پله‌های ترقی را یکی یکی پیموده تا به سمت مدیرعاملی نائل شده است و الحاق در دوران مدیریت‌اش تحولی جدی به ساختارها و تولید در این مجموعه داده و روزهای فعالیتش، مقرون به سود و فایده‌هایی برای صنعت دارویی و ره‌آورد تامین بوده است.



دکتر احمدرضا طاهری:

راستش را بخواهید من بیشتر آدم اجرا و کار بوده‌ام و کمتر شده بخواهم مطلبی را در جایی بیان کنم. درباره شرکت دارویی ره‌آورد تامین هم می‌توانم عرض کنم که ما خوشحالیم در فارماکس حضور داریم و شرکت کرده‌ایم و از هم‌افزایی و هم‌جواری در کنار سایر شرکت‌های گروه دارویی تامین لذت می‌بریم و امیدوارم که در این نمایشگاه پر بار و ارزشمند، واقعا آورده‌ای برای نظام سلامت و شرکت معظم تی‌پی‌کو رقم بخورد.

ما در راستای تحقق شعار امسال؛ "جهش تولید با مشارکت مردم"، برنامه‌هایی را تدارک دیده‌ایم و می‌کوشیم به سهم خود از بنیان‌های اجرایی شعار سال باشیم؛ و مطمئنا بیش از گذشته در مسیر تولید، توجه و جدیت از خود نشان خواهیم داد.

در حفظ و صیانت از امانت بر عهده گذاشته شده از طرف سهام‌داران عزیزمان، به‌عنوان یک شرکت دانش‌بنیان، و با تولید محصولات متنوع به‌فرد و استراتژیک مواد اولیه صنایع دارویی ایران، مهم‌ترین مأموریت خود را هم افزایش بهره‌وری تولید، تعریف کرده‌ایم. در تولید، مبحث کیفیت را بسیار جدی گرفته‌ایم و با به‌کارگیری به‌روزترین متدها و بر اساس

آخرین اصول GMP روز دنیا پیش رفته‌ایم. طرح این موضوعات طبعاً می‌تواند در مقیاس‌های موجود، نسبی تلقی شود، اما ما با همه‌ی توان اهتمام لازم را به‌کار گرفته‌ایم.

خرید مواد اولیه با کیفیت و قیمت مناسب و سپس رسیدن به کسب درآمد بعد از تولید، و دستیابی و سوددهی مستلزم تدابیری است و فرقی هم نمی‌کند که در چه شاخه‌ای باشید، گو آن‌که در دارو ما ملاحظاتی فراتر از سایر اصناف داریم، و می‌کوشیم از امکانات و امانات مردم صیانت کنیم؛ و مراجع بالادستی هم خیال‌شان راحت باشد.

رسیدن به صرفه‌جویی‌های ارزی هم فقط در شعار نیست و مثل دومینو با جریان تولید و کیفیت و سایر موارد در یک امتداد و پیوستگی قرار دارد، بنابراین این‌جا ما هم شاخک‌ها را تیز کرده‌ایم و در صدد دستیابی به بازارهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای در بحث صادرات هستیم؛ صدا البته که بعد از تامین و حفظ بازارهای داخلی میهن عزیزمان.

برای ما توسعه و به‌روزرسانی خطوط تولید و ماشین‌آلات از اهمیتی ویژه برخوردار است. اساساً این موضوع، این روزها نقل محافل هم است و مسئولیتی ویژه بر دوش

مدیر و مسئول می‌گذارد. ما هم کوشیده‌ایم بدون غفلت، و در حد اختیارات، دستگاه‌ها و روش‌های تولید را به‌روز کنیم و اگر بتوانیم مطابق استانداردهای جهانی راه را بررسی و باز کنیم، که شرکت خیلی پیش می‌افتد و می‌توان گفت؛ نور اعلی نور می‌شود.

راه‌حل همه مشکلات در حرف زدن و اقتناع است. اگر سهام‌داران گرامی بدانند که با نوسازی، تحولی جدی در صنعت رخ می‌دهد و اساساً این نیاز، دیر یا زود خود را تحمیل خواهد کرد و بهتر است با تقسیم منصفانه سود موافقت کرد و در راستای بهینه‌سازی‌ها، رضایت داد به نوسازی آرام و در دل کار، نظام تولید دارو خود را بهتر از قبل باز خواهد شناخت.

باور کنید شاهکار می‌شود که سهام‌داران معزز برای به‌روزرسانی‌ها داوطلبانه گام بردارند و کاری کنند اصطلاحاً کارستان. یک شرکت بزرگ تولیدکننده و موثر دارویی نباید در این موارد کاهلی کند و عقب بیفتد! ما هم در حد اطلاع‌رسانی‌ها، این دغدغه‌ها را به‌سمع و نظر عزیزان رسانده‌ایم و به‌نظر همه مسئولان رده بالا هم، نظری مساعد در این باره دارند. نظام دارویی کشور از افتخارات است و می‌تواند و می‌باید دوباره شکوفایی خود را جشن بگیرد.



شرکت دارویی ره آورد تامین

شرکت دارویی ره آورد تامین با بهره‌گیری از آخرین سطوح علم روز دنیا توانسته در مسیری با هدف متعالی رشد و بهینه‌سازی سرمایه‌گذاری در صنعت دارویی کشور آغاز بکار نماید. تولید انحصاری هوموپلیمرهای وینیل پیرولیدون توسط شرکت‌های بزرگ داروسازی جهان صنعتی امروز، بیانگر نیاز این مهم به دانش عمیق و پویای تخصصی از یک سو و اهمیت و استراتژیک بودن محصول از سوی دیگر می‌باشد. سیاست عالی این شرکت همواره مبتنی بر بازگشت بهینه سرمایه و حرکت در جهت برآوردن نیاز روزافزون صنعت مواد اولیه دارویی کشور مطابق با آخرین استانداردهای جهانی و همگام با آن، صنعت آرایشی و بهداشتی و دیگر صنایع بوده است.

در حال حاضر این شرکت تولید کننده انحصاری هوموپلیمرهای وینیل پیرولیدون (PVP) و مشتقات آنها در ایران و خاورمیانه است. این محصولات با داشتن خواص ویژه، قابلیت حل شدن در اکثر حلال‌ها به ویژه آب و سازگاری کامل با محیط زیست به شکل گسترده در صنایع دارویی بعنوان چسب قرص، تولید انواع ژل و کرم‌های دارویی، آرایشی و بهداشتی و همچنین سایر صنایع از قبیل رنگ و رزین، انواع چسب، پتروشیمی، سرامیک، کشاورزی نانو الیاف و ... کاربرد دارد.

تولید آزمایشی گرید K30 این محصول در شرکت دارویی ره آورد تامین در سال ۱۳۸۱ آغاز و تا سال ۱۳۸۳ به همراه محصول K25 به بازار عرضه گردید. از نظر تولید مونومر نیز این شرکت در سال ۱۳۸۴ به خودکفایی رسید. همچنین با تلاش و کوشش کارشناسان و گروه تحقیق و توسعه شرکت سایر گریدهای پیویدون، محصول پیویدون آیداین (PVPI) بعنوان ماده اصلی تولید ضد عفونی کننده‌های بتادین، محصول کوپلیمر متاکریلیک اسید و اتیل اکریلات (L100-55, L30 D-55) انواع روکش‌های رنگی قرص (اپادرای) و حلال ۲-پیرولیدون آغاز و در سبد محصولات شرکت قرار گرفت.

امروزه شرکت دارویی ره آورد تامین با ارائه محصولات خود مطابق با استانداردهای جهانی دارو (BP, USP, ...) و استانداردهای بین‌المللی شامل: Iso 9001: 2015, Iso 45001: 2015, Iso 14001: 2015 قادر به تامین نیاز کلیه صنایع داخلی می‌باشد و در جهت صادرات این ماده نیز گام‌های موثری برداشته است.

تهران، کیلومتر ۱۸ جاده مخصوص، خیابان داروپخش
خیابان فروردین سوم، درب شماره ۵ کارخانجات داروپخش
شرکت دارویی ره آورد تامین، کدپستی: ۱۳۹۷۱۱۶۳۹۶

تلفن: ۰۲۱ ۴۴۴۹۱۳۳۵

www.rahavardtamin.ir

گفت‌وگو با دکتر مرتضی اعیانی، مدیرعامل شرکت کلرپارس

بازگشت به آینده

ایشاره: هیئت مدیره شرکت سرمایه گذاری ارس گستر آذربایجان شرقی و معاونت اجرایی طرح ملی تولید آلومینا (سازمان ایمیدرو)، و دو سابقه شهرداری در شهرستان‌های "اهر" و "سراب" را در کارنامه دارد و به دلیل حضور و کار در کلرپارس (به عنوان مهندس صنایع)، کاملا به فضا و محیط این مجموعه نیز آشنا است.

دکتر اعیانی قریب به یک ماه است که سکان هدایت کلرپارس را به عنوان "مدیرعامل" در دستان خویش گرفته و این فرصت را فراهم کرده تا کلرپارس امروز (در میانه تیر ۱۴۰۳) را بهتر بشناسیم. (در این گفت‌وگو، سوال‌ها را حذف کرده ایم و پاسخ‌های دکتر اعیانی را مستقیما می‌خوانید.)

دکتر مرتضی اعیانی با سابقه "کارشناسی حقوق قضایی"، و "ارشد مهندسی صنایع" و دارای مدرک "دکترای مدیریت عالی کسب‌وکار و اقتصاد" از دانشگاه سراسری تبریز، قریب به یک ماه است که سکان هدایت یکی از ارزشمندترین شرکت‌های گروه دارویی تامین (تی‌پی‌کو) یعنی "کلرپارس" را برعهده گرفته است و آستین‌ها را بالا زده و در بدو ورود، تحرک و جوششی دوباره به این شرکت بخشیده است. او در سابقه کاری خود، مدیرعاملی و نائبرئیس هیئت مدیره شرکت بازرگانی صنایع شیر ایران، مدیرعاملی و نائبرئیس هیئت مدیره شرکت پگاه آذربایجان شرقی، مدیرعاملی و نائبرئیس

است که در تبریز و در یکی از مهم‌ترین شرکت‌های تولیدی کشور افتخار خدمت را پیدا کرده‌ایم. این فرصت تنفس دوباره در این فضا را گرامی می‌داریم و می‌توانیم با همکاران متخصص و متعهد کلرپارس مجددا روزهایی درخشان برای این مجموعه و شهر بزرگ و با افتخار تبریز رقم بزنیم.

*

رویکرد ما در کلرپارس، رویکردی شایسته‌محور، تخصصی و مهندسی است. کار را باید در حوزه کارشناسی به متخصص‌اش سپرد و من حتما این وضعیت را به وجود خواهم آورد.

*

هر مشکلی و هر فرآیندی در کلرپارس باید دقیقا از همه‌ی جوانب بررسی شود، تکنیکال، مکانیکال؛ و با کارشناسی، و با کمترین ضریب خطا پیش برود.



نیست، اما از شرکت‌های مهم گروه دارویی تامین است و ما مفتخریم که یک ماهی

دکتر مرتضی اعیانی: کلرپارس یک شرکت صرف دارویی



بدیهی است که مبنای کار بر اساس اصول فنی و تخصصی در کلیه بخش‌ها صورت پذیرد. وقتی ما به تخصص در یک محیط حرفه‌ای بها می‌دهیم، یعنی که جهد کرده‌ایم تا از اتفاقات نادرست پیشگیری کنیم. سعی ما، ایجاد چنین نگاهی در مدیریت است، نیازها را به چکش کاری و طوفان مغزی می‌سپاریم و خروجی‌ها باید خروجی‌های بزرگ و قابل اتکا باشند. ما و امدا مردمی هستیم که اثربخشی خوب از همه عوامل و فرآیندها می‌خواهند؛ و ما هم قطعاً به آن سمت میل خواهیم کرد.

گرایش اصلی این شرکت در تامین و تولید مواد شیمیایی گندزدا و ضد عفونی کننده (کلر و مشتقات آن و آب اکسیژنه) است و کلرپارس یکی از سرآمدان فعال این رشته، و همواره از شرکت‌های سودده و با ارزش و مفتخر در بازار بورس و اوراق بهادار بوده است.

کلرپارس در صورت مختلف و در شرایط و زمان‌های مختلف، تسویه آب شرب کشور، و تامین و تولید مواد ضد عفونی کننده دست و سطوح، نقشی بسیار قابل توجه در سطح کشور ایفا کرده، و کماکان به این منشور وفادار است.

با وجود محدودیت‌های ایجاد شده در جلوگیری از انتشار ویروس کرونا، از اسفند ماه سال ۹۸، کلرپارس لیدر تامین مواد ضد عفونی کننده بود و به سهم خود نقش آفرین شد و آمادگی خودش را به عنوان یکی از شرکت‌های پیشقراول در مبارزه با ویروس منحوس کرونا به خوبی نشان داد

کلرپارس چشم‌اندازی خیره کننده دارد، خوب؛ یکی از دو شرکت اصلی صنعت کلر آلکلی کشور است و با رویکرد سبز در منطقه فعالیت می‌کند؛ و دو محصول استراتژیک آب اکسیژنه و پارافین کلره‌اش، هم از شاخص ترین محصولات کلرپارس بوده و هم به صورت انحصاری تولید و به بازارهای داخلی و خارجی عرضه شده است و می‌شود.

کلرپارس پروژه‌هایی دیگر هم دارد که در حال سامان دادن به کم و کیف آن هستیم. واحد اسید کلریدریک و واحد تغلیظ سود ۳۰ به ۵۰ درصد در بهره‌برداری توفیقاتی داشته‌اند. کلرپارس به رکوردهایی خیلی خوب در تولید این محصولات و سایر دست یافته است.

من این جا لازم می‌بینم که از شستا و جناب آقای دکتر عقیل آرین‌نژاد، مدیرعامل محترم تی‌پی کو قدردانی کنم که با نگاهی سازنده به کلرپارس، فرصتی دیگر برای تجدید موفقیت‌ها را رقم زدند. امیدوارم با پشتیبانی تمامی همکاران گرامی‌ام در کلرپارس همان تصویری را از کلرپارس رقم بزنیم که همگان و مردم از آن انتظار دارند.

من که دلم بسیار روشن است.

یکی از افتخارات کلرپارس در اوج دوران پاندمی کرونا رقم خورد. با وجود محدودیت‌های ایجاد شده در جلوگیری از انتشار ویروس کرونا، از اسفند ماه سال ۹۸، کلرپارس لیدر تامین مواد ضد عفونی کننده بود و به سهم خود نقش آفرین شد و آمادگی خودش را به عنوان یکی از شرکت‌های پیشقراول در مبارزه با ویروس منحوس کرونا به خوبی نشان داد.

همان‌طور که مستحضرد کلرپارس یکی از شرکت‌های صادر کننده محصولات استراتژیک در صنایع کلر آلکالی و شیمیایی بوده و قطعاً توجه به صادرات با توجه به ارزآوری و ایجاد ارزش افزوده یکی از اولویت‌های کاری ما است. ما آن بخش سازنده‌ی قبلی را امتداد خواهیم داد و صادرات محصولات را هم با قدرت آغاز کرده‌ایم و به زودی هم گزارش‌های تکمیلی تقدیم حضور رسانه‌ها خواهیم کرد.

قبل تر محصولات این شرکت به کشورهای ترکیه، آذربایجان، عراق، ارمنستان، گرجستان، ترکمنستان، قرقیزستان، ازبکستان، تاجیکستان، افغانستان، روسیه و سوریه به صورت مستقیم و کشورهای برزیل، آفریقای جنوبی، مصر و اسپانیا به صورت غیرمستقیم صادر می‌شده، و ما هم برنامه‌هایی جدید به آن اضافه خواهیم کرد.



کلریپارس



- | | | | | | | | | |
|-----------------------------|---------------------|--------------------------------|----------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|
| کلر مایع
Liquid Chlorine | هیدروژن
Hydrogen | آب ژاول
Sodium Hypochlorite | سود سوزآور
Caustic Soda | آب اکسیژنه
Hydrogen Peroxide | پارافین کلره
Chlorinated Paraffin | پرکلرین
Calcium Hypochlorite | اسید کلریدریک
Hydrochloric Acid | کلرور فریک
Ferric Chloride |
|-----------------------------|---------------------|--------------------------------|----------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|-------------------------------|



www.chlorpars.com



فروشندگان برتر

اردیبهشت و خرداد ۱۴۰۳

اردیبهشت

فروشندگان برتر رتبه A+:

زهیر عالمی مرکز تهران یک (دو شاخص)، حمیدرضا امینی مقدم مرکز تهران یک، اسد حسین زاده مرکز تهران دو، سید حسین طاهری مرکز تهران یک

فروشندگان برتر رتبه A:

سیدرضا حسینی مرکز اصفهان، اسداله ناصری مرکز ساری، یاسر کریمی مرکز اصفهان، محمد ملکائی نژاد مرکز اصفهان، هادی غلامی مرکز مشهد

فروشندگان برتر رتبه B:

ناصر حسینی سعیدی مرکز کرمان، مهرشاد خالدی مرکز کرمانشاه، مهدی شوکت جلیلی مرکز رشت، ایمان مصطفی سلطانی مرکز کرمانشاه (دو شاخص)

فروشندگان برتر رتبه C:

علی اکبر موحدی فر مرکز همدان، علیرضا حسین پور مرکز بوشهر (دو شاخص)، مسلم داود مرکز سلسله، محمود رحیمی مرکز زاهدان

خرداد

فروشندگان برتر رتبه A+:

محسن شرکائی مرکز تهران دو، محمد حسین مهدوی نژاد مرکز تهران یک، حمیدرضا مشهدی مرکز تهران یک، اسد حسین زاده مرکز تهران دو

فروشندگان برتر رتبه A:

محمد بذرافشان مرکز مشهد، عین اله برزگر شلیمکی مرکز ساری، امین اسماعیل زاده مرکز مشهد، رسول نم نیات مرکز اصفهان

فروشندگان برتر رتبه B:

علی خالقی مرکز کرمان (دو شاخص)، محمد علی زاد مرکز ارومیه، مجید حرفه دوست مرکز ارومیه

فروشندگان برتر رتبه C:

مصطفی نکونام مرکز قم، علیرضا حسین پور مرکز بوشهر، محمدرضا باقری مرکز زاهدان، احمد چوپانی زنجان مرکز قزوین



طلایه داران

شرکت طلایه داران صنعت فرآیند فعالیت اولیه خود را در قالب مشارکت همکاران مؤسس شرکت از سال ۱۳۶۹ در قالب کارگاه ساخت تجهیزات صنعتی، آغاز نمود. در طی سال‌های فعالیت کارگاهی همواره دیدگاه سهامداران، رشد کمی و کیفی فعالیت های مجموعه بوده و با هدف رفع موانع توسعه در بنگاه های تولیدی در ساخت ماشین آلات صنایع دارویی و شیمیایی فعالیت روزافزون داشته است.



زمینه های فعالیت :

- صنعت مواد دارویی
- صنعت مواد شیمیایی و معدنی
- صنعت نفت، گاز و پتروشیمی
- ساخت تجهیزات صنایع
- پروژه های اجرایی

www.ipfarayand.ir

Email : info@ipfarayand.com

۰۲۱۶۶۵۹۱۳۴۶

دروسازی طاها

طاها

GEST_TA

کارخانه داروسازی طاها به عنوان بزرگترین واحد تولید مواد موثره داروهای هورمونی در ایران و در شمال شرقی کشور در شهر سبزوار است

تدبیر و توسعه سلامت

www.tahapharmacy.ir

کارخانه: خراسان رضوی، سبزوار، شهرک صنعتی شماره ۱، صندوق پستی ۲۳۲
دفتر تهران: میدان هروی، خیابان مکران شمالی، نبش امید، پلاک ۱۲ واحد ۳۱
دفتر تهران: ۲۲۹۸۰۷۱۸ (۰۲۱)



شرکت فرآیند شیمی حکیم

شرکت فرآیند شیمی حکیم (سهامی خاص)
یکی از شرکت های پیشرو و معتبر در صنعت
مواد موثره دارویی

تولید محصول قابل رقابت
خودکفایی در تولید

www.hfcapi.com

۰۲۱۸۷۷۰۰۰۴۵

پیشرو در صنعت مواد موثره دارویی

محصولات ما :

سیتاگپتین فسفات منو هیدرات

فکسوفنادین هیدروکلراید

کلومی دوگرل بی سولفات

فکسوفنادین هیدروکلراید

رزوواستاتین کلسیم

آتورواستاتین کلسیم



شیمی آذر جام

فعالیت در زمینه طراحی،
ساخت و نصب پلنت های شیمیایی

۰۲۱۶۶۹۱۲۴۳۵

www.azarj.ir

Email: info@azarj.ir



طراح و سازنده تجهیزات مقاوم به خوردگی شیمیایی

گلاس لایند و فلوروپلیمر لایند

(PTFE, PFA, FEP, ECTFE)

تولید کننده پوشش سیلیکونی RTV

تایلند؛

یک بازار جدید؛ تجارت دو سویه



Skytechbridge Co.Ltd

واردات، صادرات

نخستین شرکت ایرانی فعال در تایلند در زمینه واردات مواد اولیه دارویی
به ایران و صادرات داروی ایرانی به تایلند

Skytechbridge Co . Ltd

Tel : +۶۶۸۰۹۹۰۰۰۱۵

وارتو سل

سلول های بنیادی مزانشیمی زنده آلوژن
مشتق شده از ژله وارتون بند ناف انسان

- فلج مغزی
- استئوآرتریت
- سکتة قلبی
- اختلالات عضلانی
- ایسکمی بحرانی اندام
- نارسایی اولیه تخمدان
- سندرم دیسترس تنفسی حاد

جهت مشاوره، درمان و پذیرش با
شماره های ۰۲۱-۶۵۸۱۰۰۲۳ الی ۲۶
داخلی ۱۶۱ تماس حاصل نمایید.



فانسالاران

Fansalaran

Magazine No. 10

کرم مرطوب کننده و نرم کننده
اوره-ابوریحان ۵، ۱۰ و ۲۰
UREA-ABURAIHAN



شرکت داروسازی
ابوریحان



www.aburaihan.com