

در گفت‌وگو با مشاور اجرایی و مدیر آموزش و تعالی سازمانی شرکت بهستان پخش مطرح شد

زنگ خطری برای صنعت پخش دارو

دنیای اقتصاد - سعیده نبی‌زاده: با آنکه صنعت پخش نقش مهم و اساسی در زنجیره تامین دارو بر عهده دارد، اما برخی از سیاست‌های دولت اجازه نداده است این بخش با رشد متناسب سرمایه‌گذاری روبه‌رو شود. فعالان حوزه پخش دارو معتقدند دولت سیاست‌های مربوط به پایین نگه‌داشتن قیمت دارو را با ایجاد هزینه برای فعالان این صنعت اجرا می‌کند و همه نوع سختگیری اعم از حاشیه سود ناچیز یا بدهی‌های کلان را به شرکت‌های پخش تحمیل می‌کند. دولت با صنعت پخش که بخش زیادی از هزینه‌های خود را با ارز آزاد تقبل می‌کند، به گونه‌ای رفتار می‌کند که گویا این صنعت از رانت‌های ارزی برخوردار است و باید برای کنترل آن به هر نوع سیاست بازدارنده‌ای دست زد و این در حالی است که تنها طی یک سال گذشته هزینه‌های حمل‌ونقل در شرکت‌های پخش دو تا سه برابر شده و دولت حتی اجازه نداده بخشی از این هزینه‌ها که ارتباطی به ارز دولتی ندارند، جبران شوند. در چنین فضایی چند پیامد خطرناک وجود دارد که مهم‌ترین آن توقف سرمایه‌گذاری در صنعت پخش است که می‌تواند پروسه توزیع دارو را در بلندمدت با آسیب‌های زیادی مواجه سازد.



کاملی را ایجاد کند. در غیر این صورت، شرکت‌های تولیدی با خطر ورشکستگی روبه‌رو می‌شوند و مصرف‌کننده نیز منفعتی از محصولات مصرفی خود نمی‌برد.

به عقیده وی مشکلات حوزه دارو و به خصوص صنعت پخش ایران در شرایطی سرمایه‌گذاری در این صنعت را با چالش روبه‌رو کرده است که اصرارها به دولت برای اصلاح روش‌های قیمت‌گذاری و تعیین حاشیه‌های سود به هیچ‌جایی ختم نمی‌شود. پرهیزکاری ادامه داد: دولت با تخصیص ارز ۴۲۰۰ تومانی به ظاهر بارانه‌ای را در اختیار تولید دارو قرار می‌دهد، اما رانت زیادی ایجاد می‌کند که یکی از نتایج آن قاچاق معکوس است. کشور ما امروز تامین‌کننده بخش زیادی از داروی مورد نیاز کشورهای منطقه است که با قیمت‌های نازل آن را تهیه می‌کنند؛ درحالی که اگر قیمت ارز آزاد بود، هم از مصرف بی‌رویه دارو جلوگیری می‌شد و هم جلوی قاچاق دارو گرفته می‌شد.

وجود بیش از سه هزار و ۲۰۰ کد محصول در بهستان پخش

بهستان پخش در سال ۱۳۸۵ تاسیس شد و فعالیت خود را در حوزه توزیع و پخش دارو و تجهیزات پزشکی آغاز کرد. اکنون بعد از ۱۵ سال این شرکت حدود هزار فرصت شغلی مستقیم و غیرمستقیم در سراسر کشور ایجاد کرده است. بهستان پخش هم محصولات تولید داخل و هم محصولات وارداتی را توزیع می‌کند و به همین دلیل سبد دارویی متنوعی را در اختیار دارد و در کوتاه‌ترین زمان ممکن، کالای مورد نیاز را تامین و در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهد. این شرکت در شرایط فعلی بیش از سه هزار و ۲۰۰ کد محصول را در سبد دارویی خود در اختیار دارد. مشاور اجرایی و مدیر آموزش و تعالی سازمانی شرکت بهستان پخش می‌گوید: بهستان پخش سهمی حدود ۴ تا ۶ درصد از کل بازار دارویی کشور را در اختیار دارد و دارای بیش از ۵۵۵ میلیارد تومان سرمایه ثبتی با احتساب افزایش سرمایه اخیر است.



تغییر و تحولاتی روبه‌رو می‌شود که این تحولات نیازمند توسعه صنعتی و جذب سرمایه هستند و توجیه‌ناپذیر بودن سرمایه‌گذاری در این صنعت، کشور را از دانش روز عقب نگه می‌دارد.

دولت بی‌توجه به صنعت پخش

دکتر پرهیزکاری به بی‌توجهی‌های دولت به شرکت‌های پخش اشاره کرده و می‌گوید: دولت باید پخش را به عنوان حلقه مهمی از تولید دارو در نظر بگیرد، زیرا در حوزه دارو باید زنجیره تامین و عرضه مناسبی ایجاد شود تا ارزش‌افزوده

دولت باید پخش را به عنوان حلقه مهمی از تولید دارو در نظر بگیرد، زیرا در حوزه دارو باید زنجیره تامین و عرضه مناسبی ایجاد شود تا ارزش‌افزوده کاملی را ایجاد کند. در غیر این صورت شرکت‌های تولیدی با خطر ورشکستگی روبه‌رو می‌شوند و مصرف‌کننده نیز منفعتی از محصولات مصرفی خود نمی‌برد.

توزیع استاندارد حلقه مهم تولید

مشاور اجرایی و مدیر آموزش و تعالی سازمانی شرکت بهستان پخش در این رابطه در گفت‌وگو با دنیای اقتصاد با بیان اینکه صنعت پخش در ایران مهجور واقع شده، به نقشی که این صنعت در حوزه تولید دارو بر عهده دارد اشاره کرده و می‌گوید: پخش ابزار تولید است و در زنجیره ارزش‌افزوده باید به آن به چشم یک حلقه تولید نگاه شود، نه واسطه؛ زیرا اگر سیستم پخش فعال نباشد، ارتباطی بین تولیدکننده و مصرف‌کننده واسط و نهایی وجود نخواهد داشت.

ابودر پرهیزکاری ادامه داد: در صنعت دارو، سیستم پخش دارای یک جایگاه قانونی است؛ یعنی قانون به تولیدکننده اجازه نمی‌دهد کالای خود را مستقیماً به داروخانه‌ها عرضه کند و باید محصول در سیستم پخش توزیع شود. در کنار این جایگاه قانونی، باید الزاماتی هم توسط شرکت‌های پخش رعایت شود که یکی از این الزامات نحوه صحیح نگهداری دارو است. دما و رطوبت مناسب و ذخیره مناسب محصول از موضوعات مهمی هستند که اصول آنها باید رعایت شود و ضروری است کالایی که با کیفیت مناسب توسط تولیدکننده یا واردکننده به بازار عرضه می‌شود، با همان کیفیت مناسب توسط شرکت‌های پخش به دست مصرف‌کننده نهایی برسد؛ زیرا اگر دارو با کیفیت خوب تولید شود، اما در کانالی غیراستاندارد توزیع شود، طبیعتاً کیفیت دارو ممکن است از بین برود و حتی کالا در کانال‌های غیررسمی عرضه شود.

وی در ادامه صحبت‌های خود به استانداردهای توزیع دارو در ایران اشاره کرده و معتقد است این استانداردها به رده‌بندی‌های جهانی نزدیک است و قوانین، آیین‌نامه‌ها و... بر اساس الزامات سازمان جهانی بهداشت طراحی و اجرا می‌شوند و ابزارها، کنترل‌کننده‌های دما و رطوبت، سیستم‌های توزیع‌کننده و... همگی از استانداردهای بالایی برخوردار هستند.

به گفته مشاور اجرایی و مدیر آموزش و تعالی سازمانی شرکت بهستان پخش خوشبختانه از منظر نرم‌افزاری نیز کشور در شرایط خوبی است؛ ولی در گیر و دار بستر نرم‌افزار یعنی اینترنت و شبکه‌های مرتبط است که هرچند در مقایسه با گذشته بهتر شده، اما هنوز تناسب لازم را با کشورهای پیشرفته دنیا ندارد.

به عقیده وی امروزه در همه استان‌های کشور شاهد رشد سیستم‌های ارتباطی هستیم و نرم‌افزارهای پخش، همگی تحت وب اجرا می‌شوند و همه فعالیت‌ها به صورت آنلاین و در لحظه انجام می‌شود. نکته دیگر اینکه تمام نرم‌افزارهای موجود یکپارچه هستند و از فروش، انبار و مالی همگی به هم پیوسته‌اند که این مورد جزو الزامات پخش محسوب می‌شود.

سه استراتژی برای رشد بهره‌وری

پرهیزکاری در ادامه با اشاره به ضرورت توسعه بهره‌وری در شرکت‌های پخش به سه راهکار اجرایی در این زمینه اشاره کرد و گفت: اولین موضوع تربیت نیروی انسانی است.

شرکت‌های پخش بیش از هر چیز به نیروی انسانی خود متکی هستند و ارتقای دانش نیروی انسانی می‌تواند تضمین‌کننده این مساله باشد. راهکار دوم دسترسی به تکنولوژی‌های بروز است. نکته سوم نیز که رسالت مهمی برای شرکت‌های پخش محسوب می‌شود، رشد فرهنگ جایگاه توزیع - چه در دارو و چه در سایر بخش‌ها - در میان تولیدکننده‌ها و صنایع است.

پخش، مرکز هم‌افزایی تولیدکننده‌ها است که مصرف‌کننده را با یک سبد مرتب و متنوع کالا روبه‌رو می‌کند. این فعال حوزه پخش با اشاره به اینکه بیشترین سرعت رشد را در سیستم‌های

پخش داشته‌ایم، گفت: فروشنده در کنار مشتری است و در کوتاه‌ترین زمان از نیاز مشتری باخبر است؛ هرچند برخی امکانات سخت‌افزاری را در اختیار نداریم که دلیل آن نیز موضوعاتی همچون فضای ارزان یا نیروی انسانی ارزان‌قیمت است که سایر روش‌های بهره‌ورتر را محدود می‌کند. به عنوان مثال، به دلیل نیروی انسانی ارزان‌قیمت، به سمت روباتیک کردن فعالیت‌ها نمی‌رویم، در نتیجه مساله توجیه روش‌های انتخابی برای بهبود بهره‌وری از اهمیت زیادی برخوردار می‌شود.

به گفته وی، یک نکته مهم این است که در صنعت پخش باید به سمت کاهش قیمت تمام شده و حفظ کیفیت در حد بالای خود حرکت کنیم. ما نمی‌توانیم از کیفیت محصول کم کنیم تا هزینه‌های خود را کاهش دهیم و باید به سمت کاهش هزینه‌ها به عنوان مثال در حوزه مصرف انرژی - به عنوان یکی از عوامل مهم هزینه تمام‌شده - حرکت کنیم.

برای این منظور، نیازمند سرمایه‌گذاری‌های جدید در حوزه حمل‌ونقل هستیم.

حاشیه سود ناچیز پخش در ایران

پرهیزکاری با بیان این نکته که باید سیستم دارو را به سمت سرمایه‌پذیر بودن حرکت دهیم، به مقایسه صورت‌های مالی شرکت‌های پخش و تولید دارو پرداخت و گفت: بررسی صورت‌های مالی شرکت‌های پخش نشان نمی‌دهد که انگیزه‌های کافی برای توسعه سرمایه‌گذاری در این بخش وجود داشته باشد؛ زیرا این شرکت‌ها در حدود ۳ تا ۵ درصد از فروش کل سالانه خود سود می‌برند و این رقم برای شرکت‌های تولید دارو می‌تواند تا ۴۰ درصد نیز برسد.

از این‌رو، طبیعی است که انگیزه‌های سرمایه‌گذاری در حوزه توزیع به سرعت از بین برود. حال باید به این مسائل، حجم سنگین مطالبات شرکت‌های پخش از دولت که حدود ۵۰۰ میلیارد تومان است نیز اضافه شود، نکته جالب توجه این است که اگر بازار کل دارویی کشور ۲۰ هزار میلیارد تومان باشد، یک‌ششم آن در حال حاضر در دست دولت بلوکه شده است.

آسیب‌های پخش در برابر ضعف‌های اقتصاد کلان

پرهیزکاری در بخش دیگری از صحبت‌های خود به سیاست‌های دولت در حوزه پخش اشاره کرد و با بیان اینکه دولت این صنعت را مورد توجه قرار نمی‌دهد، گفت: همین مسائل باعث شده صنعت مذکور در برابر آسیب‌های اقتصاد کلان شکننده‌تر از سایر صنایع باشد. به گفته وی، تورم بالا در ایران توجیه سرمایه‌گذاری را در صنعت پخش با ابهام زیادی روبه‌رو کرده است؛ زیرا هیچ‌گاه مارجین و حاشیه سود شرکت‌های پخش به تناسب تورم رشد نمی‌کند و طبیعتاً سرمایه‌گذار در فضایی که نرخ رشد سرمایه‌اش از تورم پایین‌تر باشد، حضور نمی‌یابد.

به گفته وی اگرچه نرخ تورم، سرمایه‌گذاری در همه صنایع را از خود متاثر می‌سازد، اما صنعت پخش که با حاشیه سود فوق‌العاده کمی روبه‌رو است، بیش از هر صنعتی در فهرست خروج سرمایه‌گذاران قرار می‌گیرد. برخی از سرمایه‌گذاران این صنعت، در بخش‌های مختلف دیگر نیز سرمایه‌گذاری می‌کنند؛ در نتیجه مقایسه این وضعیت باعث می‌شود سرمایه‌گذار اولاً سرمایه خود را از بازار سلامت خارج کند و اگر به هر دلیلی در این حوزه باقی بماند، پروژه توسعه‌ای خود را متوقف کند.

به گفته وی در سال‌های اخیر که ارز دارو ارزان نگه داشته شده است، رشد سرمایه‌گذاری در صنعت پخش نیز به حداقل خود رسیده که بعدها کشور را با مشکل روبه‌رو خواهد کرد؛ زیرا صنعت دارو صنعتی پویا است و به سرعت با



کرده سرمایه‌گذاری دارویی به‌نادر

با شعار سلامت پیشه‌ی ماست، کل کشور عزیزمان را توسط ۱۸ شعبه پوشش

داده‌ایم و با تلاشی خستگی‌ناپذیر در راستای توزیع به موقع، سریع و با کیفیت

محصولات سلامت محور گام برداشته‌ایم.

