Quarterly Journal of Nursing Management (IJNV) Orginal Article
Volume 10, Issue 4, Winter 2022

Identifying and Prioritizing the Factors Affecting the Development of the Export Market in Pharmaceutical Companies with Emphasis on Export Competitiveness in the Context of the Corona Epidemic with the Fuzzy Delphi Approach

Hasanvand A[1], Karimi M.Sh[2*], Falahati A[2], Khanzadi A[3]

1- Ph.D. Candidate of Economics, Razi University, Kermanshah, Iran.
2- Associate Professor, Department of Economics, Razi University, Kermanshah, Iran.
3- Assistant Professor, Department of Economics, Razi University, Kermanshah, Iran.

Corresponding Author: Karimi M.Sh, Associate Professor, Department of Economics, Razi University, Kermanshah, Iran.
Email: sharifkarimi@yahoo.com

Abstract

Introduction: In order to reduce the dependence of the Iranian economy on crude oil exports and turn to a multi-product economy in exports, the orientation of export policies should be changed to the production and export of non-oil goods.One of these goods and non-oil industries is the pharmaceutical industry, which as a strategic industry has always been considered by economists and policy makers in this field.Due to the fact that medicine is a high-tech industry and has a relatively high use, so the expansion of competitiveness in this industry can increase employment and develop non-oil exports.

Methods: The statistical population of the study was drug production activists who were selected as sample members using purposive sampling method based on the principle of theoretical adequacy. The present research is based on a mixed method and qualitatively and quantitatively and in an inductive deductive approach; Which is applied in terms of purpose and descriptive-survey in terms of nature and method.The data collection tool in the qualitative part of the interview research is semi-structured; Also, the data collection tool in the quantitative section was the fuzzy Delphi questionnaire.

Results: The results showed that factors such as quality of raw materials in manufactured drugs, length of treatment of manufactured drugs, evaluation and quality control, design of new packages protected against viruses including corona virus and increase production by increasing productivity to Meeting the needs of the market is effective on the development of the export market in pharmaceutical companies.

Conclusions: For the success of the pharmaceutical industry in the world market, they should pay special attention to factors such as the quality of raw materials in manufactured drugs, treatment duration of manufactured drugs, evaluation and quality control, design of new protected packages to be able to compete with other active manufacturers. Compete in the world pharmaceutical industry.

Keywords: Pharmaceutical industry, Export competitiveness, Fuzzy Delphi, Coronavirus disease.

[Downloaded from ijnv.ir on 2026-11-22]

فصلنامه مدیریت پرستاری مقاله پژوهشی

دوره ۱۰، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۰

شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه بازار صادراتی در شرکت های دارویی با تأکید بر رقابت پذیری صادرات در شرایط همه گیری کرونا با رویکرد دلفی فازی

علی حسنوند[۱]، محمد شریف کریمی[۲*]، علی فلاحتی[۲]، آزاد خانزادی[۳]

۱- دانشجوی دکتری اقتصاد دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
۲- دانشیار گروه اقتصاد دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.
۳- استادیار گروه اقتصاد دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

نویسنده مسئول: محمد شریف کریمی، دانشیار گروه اقتصاد دانشگاه رازی،کرمانشاه، ایران.
ایمیل: sharifkarimi@yahoo.com

چکیده

مقدمه: به منظور کاهش وابستگی اقتصاد ایران به صادرات نفت خام و چرخش به طرف اقتصاد چند محصولی در صادرات، جهت گیری سیاست های صادراتی باید به سوی تولید و صدور کالاهای غیرنفتی تغییر یابد. یکی از این کالاها و صنایع غیر نفتی صنعت داروسازی است. که به عنوان یکی از صنایع استراتژیک همواره مورد توجه اقتصاددانان و سیاست گذاران در این زمینه بوده است. با توجه به این که دارو جزء صنایع با فناوری بالا محسوب می شود و از کاربری نسبی بالایی نیز برخوردار است لذا گسترش رقابتمندی در این صنعت می تواند افزایش اشتغال و توسعه صادرات غیرنفتی را به دنبال داشته باشد.

روش کار: جامعه آماری پژوهش فعالان حوزه تولید دارو بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و بر اساس اصل کفایت نظری ۱۸ نفر از آنان به‌عنوان اعضای نمونه انتخاب شدند. پژوهش حاضر بر پایه روش ترکیبی و به صورت کیفی و کمی و در رهیافت قیاسی استقرایی است؛ که از نظر هدف کاربردی و از حیث ماهیت و روش، توصیفی- پیمایشی است. ابزار گردآوری اطلاعات در بخش کیفی پژوهش مصاحبه نیمه ساختاریافته است؛ و همچنین ابزار گردآوری اطلاعات در بخش کمی، پرسشنامه دلفی فازی بوده است.

یافته ها: نتایج نشان دهنده این بود که عواملی مانند کیفیت مواد اولیه در داروهای تولیدی، طول درمان داروهای تولیدی، ارزیابی و کنترل کیفیت، طراحی بسته‌بندی‌های جدید محافظ شده در برابر ویروس ها از جمله ویروس کرونا و افزایش تولید از طریق افزایش بهره‌وری جهت پاسخ‌گویی به نیازهای بازار بر توسعه بازار صادراتی در شرکت های دارویی موثر است.

نتیجه گیری: برای موفقیت صنعت داروسازی در بازار جهانی باید به فاکتورهایی مانند کیفیت مواد اولیه در داروهای تولیدی، طول درمان داروهای تولیدی، ارزیابی و کنترل کیفیت، طراحی بسته‌بندی‌های جدید محافظ شده، توجه ویژه ای داشته باشند تا بتوانند در رقابت با سایر تولیدکنندگان فعال در حوزه صنعت دارویی جهان رقابت داشته باشند.

کلیدواژه ها: صنعت دارو، رقابت پذیری صادرات، دلفی فازی،کرونا.

مقدمه

در تجارت امروزی بشر دارو به دلیل تأثیر آن بر سلامت انسان از مهمترین کالاها است. امروزه صنعت داروسازی به عنوان یکی از کلیدی ترین و بزرگ ترین صنایع جهان مطرح است. در اختیار داشتن چنین صنعتی به منزله یکی از معیارهای مهم توسعه یافتگی کشورها شناخته می شود. دارو از چنان اهمیتی برخوردار است که همه دولتها ترجیح داده اند کنترل و نظارت بر تهیه و تولید و توزیع آن را خود به عهده بگیرند. در دهه های گذشته صنعت داروسازی دنیا در مقایسه با صنایع کالاهای پرمصرف، بهای لازم را به مقوله مدیریت بازاریابی نداده و این وضعیت در صنعت داروسازی

[Downloaded from ijnv.ir on 2026-11-22]

ایـران بـه دلیـل وابسـتگی تعـداد قابـل توجهـی از شـرکتهای داروسـازی بـه حمایـت هـای دولتـی و تولیـد داروهـای ژنریـک پررنـگ تـر اسـت. در ایـن بیـن صنعـت داروسـازی بـه واسـطه وسـعت بسـیار زیـاد از لحـاظ بـازار و سـطح بسـیار بـالای سـرمایه گـذاری اقتصـادی، علمـی و موقعیـت اسـتراتژیک کشـورمان بـرای بازاریابـی و تولیـد محصـولات دارویـی تحقیقـات عمیقـی نیـاز دارد. در فضـای کسـب وکار نویـن امـروزی، بسـیاری از بنگاه هـا بـا افزایـش رقابـت و رقابـت پذیـری در بازارهـای داخلـی کـه خـود ناشـی از جهانـی شـدن فضـای کسـب و کار مـی باشـد، بـه منظـور افزایـش و حفـظ میـزان فـروش، سـود و برتـری رقابتـی مبـادرت بـه گسـترش فعالیـت در خـارج از قلمروهـای پیشـین و ورود بـه بازارهـای جهانـی نمـوده انـد، بنـگاه هـا بـه منظـور دسـتیابی بـه موفقیـت هـای پایـدار در ایـن بازارهـا، بـه افزایـش مزیـت رقابتـی در مقابـل رقبـا نیـاز دارنـد (۱).

بـا توجـه بـه ایـن کـه دارو جـزء صنایـع بـا فنـاوری بالا محسـوب مـی شـود و از کاربـری نسـبی بالایـی نیـز برخـوردار اسـت لـذا گسـترش رقابتمنـدی در ایـن صنعـت مـی توانـد افزایـش اشـتغال و توسـعه صـادرات غیرنفتـی را بـه دنبـال داشـته باشـد. در پژوهشـی کـه توسـط آسـیابی اقـدم و همـکاران (۱۳۹۷) بـه شناسـایی و رتبـه بنـدی عوامـل موثـر بـر توسـعه صـادرات دارو در ایـران پرداختـه شـد عواملـی ماننـد عوامـل اقتصـادی، سیاسـی و قانونـی، عوامـل فرهنگـی و اجتماعـی ویژگـی هـای جمعیـت شـناختی و عوامـل مرتبـط بـا فنـاوری هـا در توسـعه صـادرات دارو را موثـر دانسـتند (۲)، مهـم تریـن یافتـه هـای تحقیـق کهیـاری حقیقـت و همـکاران (۱۳۹۸) حاکـی از تأییـد رابطـه مثبـت و معنـی دار نـوآوری بازاریابـی و عملکـرد بـازار شـرکت هـای داروسـازی اسـت. بـه عبارتـی، کاهـش نـوآوری در بازاریابی در نهایـت مـی توانـد منجـر بـه افـول برندهـای شـرکت هـای داروسـازی و کاهـش عملکـرد آنهـا در بـازار شـود (۳). نتایـج پژوهـش صفـرزاده بنـدری و همـکاران (۱۳۹۹) نشـان مـی دهـد ویژگیهـا و انتظـارات مشـتریان، مزیـت رقابتـی و افزایـش هزینـه هـای غیرتولیـدی زنجیـره ارزش بـر بـه کارگیـری هزینـه یابـی چرخـه عمـر تأثیـر مثبـت و معنـی داری دارد امـا کیفیـت نظـام اطلاعاتـی حسـابداری، فرهنـگ سـازمانی و اسـتقرار نظـام هزینـه یابـی هـدف بـر بـه کارگیـری هزینـه یابـی چرخـه عمـر تأثیـر معنـی داری نـدارد (۴). مطالعـه ویـرا و همـکاران (۲۰۲۱) بـا عنـوان عوامـل تعییـن کننـده جهانـی سـازی بـه عنـوان اهـرم هایـی جهـت پایـداری حاکـی از آن اسـت کـه فقـدان مزیـت هـای رقابتـی پایـدار، سـرمایه گـذاری نسـبتا کـم در تحقیـق و توسـعه (R&D)، نـوآوری ناکافـی در اسـتراتژی هـای بیـن المللی سـازی و همچنیـن حمایـت نهـادی کمیـاب کاسـتی هایـی بـرای جهانـی شـدن هسـتند (۵). مطالعـه رقابـت بیـن المللـی در بخـش داروسـازی در کشـورهای منتخـب توسـعه یافتـه کـه توسـط موسـوی و همـکاران (۲۰۱۸) انجـام شـد حاکـی از افزایـش رقابـت پذیـری در اکثـر کشـورهای منتخـب بـود. عـلاوه بـر این، یافتههـا حاکـی از آن اسـت کـه کشـورهای بـا سـطوح بالاتـر تجـارت بین‌المللـی کالاهـای دارویـی، پتانسـیل رقابت‌پذیـری بالاتـری بـر اسـاس شـاخص‌های مزیـت نسـبی دارنـد (۶). سـینگ و سـینگ (۲۰۱۸) در یـک تحلیـل تجربـی بـا موضـوع عملکـرد رشـد صـادرات دارویـی هنـد در تغییـر پارادایـم سیاسـت اشـاره مـی کننـد کـه دولـت بایـد سیاسـت هایـی را در راسـتای رشـد اقتصـادی بـه منظـور تسـریع در صـادرات صنعت داروسـازی هنـد بـه کار گیـرد. همچنیـن رشـد پایـدار تولیـد ناخالـص داخلی، پتانسـیل صـادرات صنعـت داروسـازی هنـد را افزایـش خواهـد داد (۷).

امـا آنچـه کـه بـازار صـادرات و رقابـت کنونـی را بـا بازارهـای صادراتـی و رقابتـی پیشـین متفـاوت کـرده اسـت. رقابـت در شـرایط همـه گیـری بیمـاری کرونـا اسـت کـه از سـال ۲۰۱۹ جهـان را دربرگرفتـه اسـت. در ایـران، شـیوع کرونـا ویـروس از انتهـای سـال ۱۳۹۸ و تـداوم آن در سـال ۱۴۰۰، اقتصـاد کشـور را در یـک وضعیـت رکـود همـراه بـا نااطمینانـی قـرار داده اسـت. کشـوری کـه پـس از سـپری دو سـال سـخت، دچـار کاهـش تشـکیل سـرمایه ثابـت شـده و ظرفیـت تولیـد بالقـوه اقتصـادی نیـز کاهـش یافتـه اسـت و دسـتیابی بـه سـطح رفـاه سـال ۱۳۹۰ و پیـش از آن دشـوار اسـت. تغییـرات عمیقـی کـه در پویایـی مراقبـت هـای بهداشـتی رخ داده اسـت، منجـر به سـرمایه گذاری گسـترده در زیرسـاخت هـای پیشـگیری از بیمـاری کرونا و شـتاب در تحـول دیجیتـال در ارائـه خدمـات درمانـی شـده اسـت (۸). در حـال حاضـر، کشـور ایـران بـا ۳۱۲ شـرکت داروسـازی یکـی از کشـورهای پیشـرو در صنعـت داروسـازی منطقـه‌ی خاورمیانـه بـه شـمار می‌آیـد و نسـبت بـه سـایر کشـورهای در حال توسـعه رشـد بسـیار زیـادی در ایـن حـوزه داشـته اسـت. شـیوع بیمـاری کرونـا اسـتفاده افـراد از مکمـل ویتامیـن هـا، داروهـای تسـکین دهنـده و درمانـی و ... را افزایـش داده اسـت. بـا توجـه بـه ایـن ظرفیـت عظیـم، شـرکت هـای داروسـازی مـی تواننـد نقـش مهمـی در صـادرات و ارزآوری داشـته باشـند. هـدف ایـن پژوهـش اولویـت بنـدی عوامـل موثـر بـر توسـعه بـازار صادراتـی در شـرکت هـای دارویـی بـا تأکیـد بـر رقابـت پذیـری صـادرات در شـرایط همـه

[Downloaded from ijnv.ir on 2026-11-22]

گیری بیماری کرونا است.

روش کار

پژوهش حاضر بر پایه روش ترکیبی و به‌صورت کیفی و کمی و در رهیافت قیاسی استقرایی است؛ که ازنظر هدف کاربردی و از حیث ماهیت و روش، توصیفی- پیمایشی است و از آنجا که پژوهش حاضر یک پژوهش آمیخته است، از این رو باید روش‌شناسی پژوهش به تفکیک کیفی و کمی ارائه شود. جامعه آماری پژوهش فعالان حوزه تولید دارو بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و براساس اصل کفایت نظری (اشباع داده ها) ۱۸نفر از آنان به‌عنوان اعضای نمونه انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری در این پژوهش روش نمونه‌گیری هدفمند بود. ابزار گردآوری اطلاعات در بخش کیفی پژوهش مصاحبه نیمه ساختاریافته است؛ و همچنین ابزار گردآوری اطلاعات در بخش کمی، پرسشنامه مقایسه زوجی است که روایی و پایایی آن‌ها به ترتیب با استفاده از شاخص روایی محتوای نسبی و آزمون کاپای کوهن و روایی محتوایی و پایایی آزمون مجدد تائید شد. داده‌های کیفی با روش کدگذاری و داده‌های کمی با روش دلفی فازی تحلیل شد. بدین شکل که ابتدا با استفاده از داده‌های کیفی به‌دست‌آمده از مصاحبه‌های اکتشافی عوامل مؤثر بر توسعه بازار صادراتی در شرکت های دارویی مشخص و سپس، با استخراج عوامل آن‌ها از طریق پژوهش کمی و روش دلفی فازی اولویت‌بندی می‌شوند. در این پژوهش برای آزمون روایی مصاحبه در بخش کیفی، از روش آزمون روایی محتوای نسبی و در خصوص پایایی ابزار گردآوری اطلاعات، از روش ضریب کاپای کوهن استفاده شده است. در بخش کمی پژوهش نیز روایی و پایایی ابزار گردآوری اطلاعات با استفاده از روایی محتوایی و پایایی آزمون مجدد تائید شد.

یافته‌ها

ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه در (جدول۱) نشان داده شده است.

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت شناختی اعضای نمونه

جنسیت	فراوانی	سابقه کار	فراوانی
مرد	۲۰	کمتر از ۱۰ سال	۹
زن	۱۰	۱۶ تا ۳۰ سال	۲۱
تحصیلات	فراوانی	مصاحبه‌شوندگان	فراوانی
کارشناسی ارشد	۱۳	مدیریت ارشد	۱۰
دکتری	۱۷	اساتید دانشگاه	۲۰

با استفاده از مصاحبه با خبرگان عوامل مؤثر بر توسعه بازار صادراتی در شرکت های دارویی شناسایی شدند که در (جدول۲) آورده شده است.

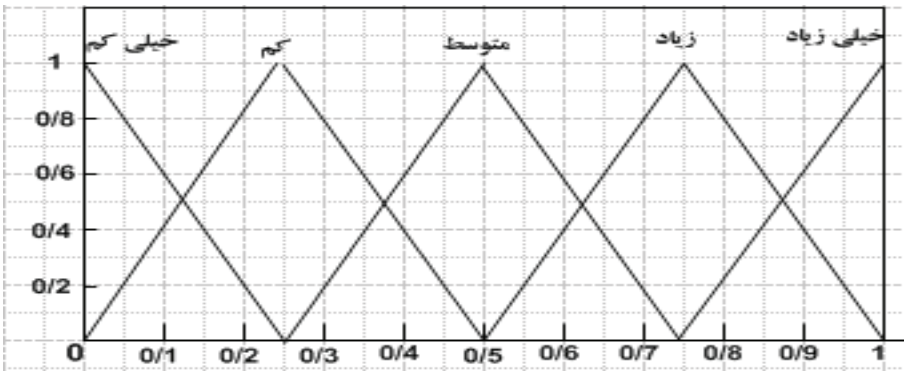
جدول ۲: عوامل مؤثر بر توسعه بازار صادراتی در شرکت های دارویی

کیفیت مواد اولیه در داروهای تولیدی	شناسایی نیازهای مشتری
قیمت داروهای تولیدی	ارزیابی و کنترل کیفیت
توجه بیشتر به کالاهای با مزیت نسبی بالا در کشور مانند مواد ضد عفونی وسایر اقلام دارویی	در دسترس بودن
طراحی بسته‌بندی‌های جدید محافظ شده در برابر ویروس ها از جمله ویروس کرونا	فراگیر بودن در بازار
توجه به‌تحقیق و توسعه در زمینه تولید داروهای جدید خصوصا در زمینه کرونا	ارائه در فضای اینترنتی
توجه به ظرفیت‌های تولید واکسن کرونا	نیروی انسانی
افزایش تولید از طریق افزایش بهره‌وری جهت پاسخ‌گویی به نیازهای بازار	پشتوانه مالی شرکت
طول درمان داروهای تولیدی	اعتبار شرکت
شرایط نگهداری داروهای تولیدی	فضا و محیط کاری شرکت داروسازی
تاریخ انقضای داروهای تولیدی	برند و نام تجاری
دیپلماسی و انعقاد قراردادها	تبلیغات و برندسازی
توانایی‌های علمی کشور در زمینه‌های پزشکی	استفاده از مواد اولیه گیاهی در تولید داروها
توجه به تهاتر داروهای صادراتی با اقلام مورد نیاز دارویی کشور	پیگیری پس‌از خرید جهت اطمینان از حصول بهبودی
تجهیزات و ماشین‌آلات تولید	مشاوره‌های پزشکی قبل‌از خرید دارو
ارزیابی و کنترل کیفیت	افزایش شعب مشاوره دارویی در بازارهای هدف
توجه به سوآپ در صادرات دارو	شناسایی بازارهای هدف

[Downloaded from ijnv.ir on 2026-11-22]

تعریف متغیرهای زبانی

بعد از مصاحبه با اعضای نمونه و شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه بازار صادراتی در شرکت های دارویی، عوامل در قالب پرسشنامه با هدف کسب نظر خبرگان ارائه گردید. خبرگان از طریق متغیرهای کلامی خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد میزان اهمیت عوامل را ابراز نمودند. از آنجایی‌که خصوصیات متفاوت افراد بر تعابیر ذهنی آن‌ها نسبت به متغیرهای کیفی اثرگذار است، لذا با تعریف دامنه متغیرهای کیفی، خبرگان با ذهنیت یکسان به سؤال‌ها پاسخ می‌دهند. این متغیرها با توجه به (شکل ۱) اعداد فازی مثلثی تعریف شده‌اند.



شکل ۱: تعریف متغیرهای زبانی

لازم به ذکر است که باید پس از تطبیق هر شاخص با مقادیر فازی و تخصیص سطح زبانی، اعداد فازی به اعداد کمی قطعی تبدیل شوند (فازی زدایی) که در ادبیات فازی چندین روش برای این کار ارائه شده است که می توان به روش های مرکز ثقل، کمینه میانگین و کمینه بیشینه اشاره کرد. یکی از روش های پرکاربرد در این زمینه استفاده از فرمول مینکووسکی است که در آن اعداد فازی به اعداد قطعی تبدیل می شوند (نظری و همکاران، ۲۰۱۲). رابطهٔ مینکووسکی به شکل زیر ارائه شده است که در این رابطه b حد بالا فازی مثلثی، a حد وسط عدد فازی مثلثی و M حد پایین عدد فازی مثلثی را نشان می‌دهد.

$$m+\frac{\beta-a}{۴}$$

نظرسنجی مرحله اول

در این مرحله، عوامل مؤثر بر توسعه بازار صادراتی در شرکتهای دارویی که در مرحله مصاحبه شناسایی‌شده در قالب پرسشنامه در اختیار خبرگان قرار گرفت و با توجه به گزینه پیشنهادی و متغیرهای کلامی تعریف شده نتایج حاصل از بررسی پاسخ‌های قید شده در پرسشنامه برای به دست آوردن میانگین فازی مؤلفه‌ها تحلیل شد. پس از مشخص شدن تعداد پاسخ‌های داده شده به هر عامل و بعد از محاسبه میانگین فازی مثلثی با استفاده از فرمول مینکووسکی، اعداد فازی قطعی شده برای هر مؤلفه محاسبه گردید. برای محاسبه میانگین فازی از روابط زیر استفاده می‌شود.

$$A_i=(a_1^{(i)},a_2^{(i)},a_3^{(i)}),i=1,2,3,\ldots,n$$

$$A_{ave}=(m_1,m_2,m_3)=(\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}a_1^{(i)},\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}a_2^{(i)},\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}a_3^{(i)})$$

در این رابطه Ai بیانگر دیدگاه خبره و iام و Aave بیانگر میانگین دیدگاه‌های خبرگان است. بعد از محاسبه میانگین فازی مثلثی برای مؤلفه‌ها از فرمول مینکووسکی، اعداد فازی قطعی شده برای هر مؤلفه محاسبه می‌شود؛ که در نظرسنجی مرحله اول نتایج شمارش پاسخ‌های داده شده در (جدول ۳) نشان داده شده است.

[Downloaded from ijnv.ir on 2026-11-22]

جدول ۳: نتایج شمارش پاسخ‌های مرحله نخست نظرسنجی

عوامل	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
کیفیت مواد اولیه در داروهای تولیدی	۱۲	۵	۱	۰	۰
قیمت داروهای تولیدی	۹	۶	۳	۰	۰
توجه بیشتر به کالاهای با مزیت نسبی بالا در کشور مانند مواد ضد عفونی وسایر اقلام دارویی	۷	۸	۳	۰	۰
طراحی بسته‌بندی‌های جدید محافظ شده در برابر ویروس ها از جمله ویروس کرونا	۱۱	۶	۱	۰	۰
توجه به‌تحقیق و توسعه در زمینه تولید داروهای جدید خصوصا در زمینه کرونا	۱۰	۶	۲	۰	۰
توجه به ظرفیت‌های تولید واکسن کرونا	۱۰	۶	۱	۱	۰
افزایش تولید از طریق افزایش بهره‌وری جهت پاسخ‌گویی به نیازهای بازار	۹	۹	۰	۰	۰
طول درمان داروهای تولیدی	۸	۸	۲	۰	۰
شرایط نگهداری داروهای تولیدی	۱۰	۵	۳	۰	۰
تاریخ انقضای داروهای تولیدی	۱۱	۳	۴		۰
دیپلماسی و انعقاد قراردادها	۱۰	۶	۲	۰	۰
توانایی‌های علمی کشور در زمینه‌های پزشکی	۹	۶	۲	۱	۰
توجه به تهاتر داروهای صادراتی با اقلام مورد نیاز دارویی کشور	۷	۵	۵	۱	۰
تجهیزات و ماشین‌آلات تولید	۱۰	۵	۱	۲	۰
ارزیابی و کنترل کیفیت	۱۱	۵	۲	۰	۰
توجه به سوآپ در صادرات دارو	۷	۵	۵	۱	۰
شناسایی بازارهای هدف	۸	۶	۴	۰	۰
شناسایی نیازهای مشتری	۹	۵	۲	۲	۰
ارزیابی و کنترل کیفیت	۱۰	۵	۳	۰	۰
در دسترس بودن	۶	۸	۲	۲	۰
فراگیر بودن در بازار	۸	۵	۵	۰	۰
ارائه در فضای اینترنتی	۸	۴	۲	۲	۲
نیروی انسانی	۷	۴	۷	۰	۰
پشتوانه مالی شرکت	۶	۶	۴	۲	۰
اعتبار شرکت	۱۰	۴	۴	۰	۰
فضا و محیط کاری شرکت داروسازی	۷	۷	۳	۱	۰
برند و نام تجاری	۸	۸	۲	۰	۰
تبلیغات و برندسازی	۶	۷	۵	۰	۰
استفاده از مواد اولیه گیاهی در تولید داروها	۶	۵	۷	۰	۰
پیگیری پس‌از خرید جهت اطمینان از حصول بهبودی	۶	۶	۶	۰	۰
مشاوره‌های پزشکی قبل‌از خرید دارو	۴	۶	۵	۳	۰
افزایش شعب مشاوره دارویی در بازارهای هدف	۴	۶	۷	۱	۰

پس از آن که نظرسنجی مرحله اول انجام شد، میانگین دیدگاه خبرگان محاسبه گردد. شرح میانگین دیدگاه خبرگان به صورت (جدول۴) است.

[Downloaded from ijnv.ir on 2026-11-22]

جدول ۴: میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از نظر سنجی مرحله اول

فازی زدایی	میانگین فازی‌مثلثی			عوامل	فازی زدایی	میانگین فازی مثلثی			عوامل
	β	α	m			β	A	m	
۰.۵۷۳	۰.۹۱۷	۰.۷۹۲	۰.۵۴۲	شناسایی نیازهای مشتری	۰.۶۷۴	۰.۹۸۶	۰.۹۰۳	۰.۶۵۳	کیفیت مواد اولیه در داروهای تولیدی
۰.۶۲۵	۰.۹۵۸	۰.۸۴۷	۰.۵۹۷	ارزیابی و کنترل کیفیت	۰.۶۱۵	۰.۹۵۸	۰.۸۳۳	۰.۵۸۳	قیمت داروهای تولیدی
۰.۵۴۲	۰.۹۱۷	۰.۷۵۰	۰.۵۰۰	در دسترس بودن	۰.۵۹۴	۰.۹۵۸	۰.۸۰۶	۰.۵۵۶	توجه بیشتر به کالاهای با مزیت نسبی بالا در کشور مانند مواد ضد عفونی وسایر اقلام دارویی
۰.۵۷۶	۰.۹۳۱	۰.۷۹۲	۰.۵۴۲	فراگیر بودن در بازار	۰.۶۶۳	۰.۹۸۶	۰.۸۸۹	۰.۶۳۹	طراحی بسته‌بندی‌های جدید محافظ شده در برابر ویروس ها از جمله ویروس کرونا
۰.۵۰۷	۰.۸۳۳	۰.۶۹۴	۰.۴۷۲	ارائه در فضای اینترنتی	۰.۶۳۹	۰.۹۷۲	۰.۸۶۱	۰.۶۱۱	توجه به‌تحقیق و توسعه در زمینه تولید داروهای جدید خصوصا در زمینه کرونا
۰.۵۳۸	۰.۹۰۳	۰.۷۵۰	۰.۵۰۰	نیروی انسانی	۰.۶۲۵	۰.۹۵۸	۰.۸۴۷	۰.۵۹۷	توجه به ظرفیت‌های تولید واکسن کرونا
۰.۵۱۴	۰.۸۸۹	۰.۷۲۲	۰.۴۷۲	پشتوانه مالی شرکت	۰.۶۵۶	۱.۰۰۰	۰.۸۷۵	۰.۶۲۵	افزایش تولید از طریق افزایش بهره‌وری جهت پاسخ‌گویی به نیازهای بازار
۰.۶۱۱	۰.۹۴۴	۰.۸۳۳	۰.۵۸۳	اعتبار شرکت	۰.۶۱۸	۰.۹۷۲	۰.۸۳۳	۰.۵۸۳	طول درمان داروهای تولیدی
۰.۵۶۶	۰.۹۳۱	۰.۷۷۸	۰.۵۲۸	فضا و محیط کاری شرکت داروسازی	۰.۶۲۵	۰.۹۵۸	۰.۸۴۷	۰.۵۹۷	شرایط نگهداری داروهای تولیدی
۰.۶۱۸	۰.۹۷۲	۰.۸۳۳	۰.۵۸۳	برند و نام تجاری	۰.۶۲۲	۰.۹۴۴	۰.۸۴۷	۰.۵۹۷	تاریخ انقضای داروهای تولیدی
۰.۵۵۶	۰.۹۳۱	۰.۷۶۴	۰.۵۱۴	تبلیغات و برندسازی	۰.۶۳۹	۰.۹۷۲	۰.۸۶۱	۰.۶۱۱	دیپلماسی و انعقاد قراردادها
۰.۵۲۸	۰.۹۰۳	۰.۷۳۶	۰.۴۸۶	استفاده از مواد اولیه گیاهی در تولید داروها	۰.۶۰۱	۰.۹۴۴	۰.۸۱۹	۰.۵۶۹	توانایی‌های علمی کشور در زمینه‌های پزشکی
۰.۵۴۲	۰.۹۱۷	۰.۷۵۰	۰.۵۰۰	پیگیری پس‌از خرید جهت اطمینان از حصول بهبودی	۰.۵۳۸	۰.۹۰۳	۰.۷۵۰	۰.۵۰۰	توجه به تهاتر داروهای صادراتی با اقلام مورد نیاز دارویی کشور
۰.۴۵۱	۰.۸۴۷	۰.۶۵۳	۰.۴۰۳	مشاوره‌های پزشکی قبل‌از خرید دارو	۰.۵۹۷	۰.۹۳۱	۰.۸۱۹	۰.۵۶۹	تجهیزات و ماشین‌آلات تولید
۰.۴۷۹	۰.۸۷۵	۰.۶۸۱	۰.۴۳۱	افزایش شعب مشاوره دارویی در بازارهای هدف	۰.۶۴۹	۰.۹۷۲	۰.۸۷۵	۰.۶۲۵	ارزیابی و کنترل کیفیت
					۰.۵۳۸	۰.۹۰۳	۰.۷۵۰	۰.۵۰۰	توجه به سوآپ در صادرات دارو
					۰.۵۹۰	۰.۹۴۴	۰.۸۰۶	۰.۵۵۶	شناسایی بازارهای هدف

[Downloaded from ijnv.ir on 2026-11-22]

نظرسنجی مرحله دوم

پس از آن که نظرسنجی مرحله اول ، مرحله دوم نظرسنجی نیز انجام شد. نتایج شمارش پاسخ‌های مرحله دوم در (جدول ۵) ارائه شده است.

جدول ۵: نتایج شمارش پاسخ‌های مرحله دوم نظرسنجی

عوامل	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
کیفیت مواد اولیه در داروهای تولیدی	۱۳	۵	۰	۰	۰
قیمت داروهای تولیدی	۱۰	۷	۱	۰	۰
توجه بیشتر به کالاهای با مزیت نسبی بالا در کشور مانند مواد ضد عفونی وسایر اقلام دارویی	۹	۸	۱	۰	۰
طراحی بسته‌بندی‌های جدید محافظ شده در برابر ویروس ها از جمله ویروس کرونا	۱۱	۶	۱	۰	۰
توجه به‌تحقیق و توسعه در زمینه تولید داروهای جدید خصوصا در زمینه کرونا	۱۰	۷	۱	۰	۰
توجه به ظرفیت‌های تولید واکسن کرونا	۱۰	۷	۱	۰	۰
افزایش تولید از طریق افزایش بهره‌وری جهت پاسخ‌گویی به نیازهای بازار	۹	۹	۰	۰	۰
طول درمان داروهای تولیدی	۸	۱۰	۲	۰	۰
شرایط نگهداری داروهای تولیدی	۱۰	۶	۲	۰	۰
تاریخ انقضای داروهای تولیدی	۱۱	۴	۳	۰	۰
دیپلماسی و انعقاد قراردادها	۱۰	۷	۱	۰	۰
توانایی‌های علمی کشور در زمینه‌های پزشکی	۹	۶	۳	۰	۰
توجه به تهاتر داروهای صادراتی با اقلام مورد نیاز دارویی کشور	۷	۵	۶	۰	۰
تجهیزات و ماشین‌آلات تولید	۱۰	۵	۳	۰	۰
ارزیابی و کنترل کیفیت	۱۱	۷	۰	۰	۰
توجه به سوآپ در صادرات دارو	۷	۵	۶	۰	۰
شناسایی بازارهای هدف	۸	۷	۳	۰	۰
شناسایی نیازهای مشتری	۹	۵	۳	۱	۰
ارزیابی و کنترل کیفیت	۱۰	۵	۳	۰	۰
در دسترس بودن	۶	۸	۳	۱	۰
فراگیر بودن در بازار	۸	۵	۳	۲	۰
ارائه در فضای اینترنتی	۸	۴	۲	۳	۱
نیروی انسانی	۷	۵	۶	۰	۰
پشتوانه مالی شرکت	۶	۶	۵	۱	۰
اعتبار شرکت	۱۰	۴	۴	۰	۰
فضا و محیط کاری شرکت داروسازی	۷	۷	۴	۰	۰
برند و نام تجاری	۸	۸	۲	۰	۰
تبلیغات و برندسازی	۶	۸	۴	۰	۰
استفاده از مواد اولیه گیاهی در تولید داروها	۶	۶	۶	۰	۰
پیگیری پس‌از خرید جهت اطمینان از حصول بهبودی	۶	۷	۵	۰	۰
مشاوره‌های پزشکی قبل‌از خرید دارو	۴	۶	۶	۲	۰
افزایش شعب مشاوره دارویی در بازارهای هدف	۴	۶	۸	۰	۰

پس از گردآوری نظرات خبرگان در مرحله دوم، میانگین فازی دیدگاه‌های خبرگان برای هر عامل محاسبه شد؛ که شرح آن به صورت (جدول۶) است.

[Downloaded from ijnv.ir on 2026-11-22]

جدول ۶: میانگین دیدگاه‌های خبرگان حاصل از نظرسنجی مرحله دوم

فازی زدایی	میانگین فازی‌مثلثی			عوامل	فازی زدایی	میانگین فازی مثلثی			عوامل
	β	α	m			β	A	m	
۰.۵۸۷	۰.۹۳۱	۰.۸۰۶	۰.۵۵۶	شناسایی نیازهای مشتری	۰.۶۹۸	۱.۰۰۰	۰.۹۳۱	۰.۶۸۱	کیفیت مواد اولیه در داروهای تولیدی
۰.۶۲۵	۰.۹۵۸	۰.۸۴۷	۰.۵۹۷	ارزیابی و کنترل کیفیت	۰.۶۵۳	۰.۹۸۶	۰.۸۷۵	۰.۶۲۵	قیمت داروهای تولیدی
۰.۵۵۶	۰.۹۳۱	۰.۷۶۴	۰.۵۱۴	در دسترس بودن	۰.۶۴۲	۰.۹۸۶	۰.۸۶۱	۰.۶۱۱	توجه بیشتر به کالاهای با مزیت نسبی بالا در کشور مانند مواد ضد عفونی وسایر اقلام دارویی
۰.۵۴۹	۰.۹۰۳	۰.۷۶۴	۰.۵۱۴	فراگیر بودن در بازار	۰.۶۶۳	۰.۹۸۶	۰.۸۸۹	۰.۶۳۹	طراحی بسته‌بندی‌های جدید محافظ شده در برابر ویروس ها از جمله ویروس کرونا
۰.۵۰۷	۰.۸۴۷	۰.۷۰۸	۰.۴۷۲	ارائه در فضای اینترنتی	۰.۶۵۳	۰.۹۸۶	۰.۸۷۵	۰.۶۲۵	توجه به‌تحقیق و توسعه در زمینه تولید داروهای جدید خصوصا در زمینه کرونا
۰.۵۵۲	۰.۹۱۷	۰.۷۶۴	۰.۵۱۴	نیروی انسانی	۰.۶۵۳	۰.۹۸۶	۰.۸۷۵	۰.۶۲۵	توجه به ظرفیت‌های تولید واکسن کرونا
۰.۵۲۸	۰.۹۰۳	۰.۷۳۶	۰.۴۸۶	پشتوانه مالی شرکت	۰.۶۵۶	۱.۰۰۰	۰.۸۷۵	۰.۶۲۵	افزایش تولید از طریق افزایش بهره‌وری جهت پاسخ‌گویی به نیازهای بازار
۰.۶۱۱	۰.۹۴۴	۰.۸۳۳	۰.۵۸۳	اعتبار شرکت	۰.۶۸۱	۱.۰۸۳	۰.۹۱۷	۰.۶۳۹	طول درمان داروهای تولیدی
۰.۵۸۰	۰.۹۴۴	۰.۷۹۲	۰.۵۴۲	فضا و محیط کاری شرکت داروسازی	۰.۶۳۹	۰.۹۷۲	۰.۸۶۱	۰.۶۱۱	شرایط نگهداری داروهای تولیدی
۰.۶۱۸	۰.۹۷۲	۰.۸۳۳	۰.۵۸۳	برند و نام تجاری	۰.۶۳۵	۰.۹۵۸	۰.۸۶۱	۰.۶۱۱	تاریخ انقضای داروهای تولیدی
۰.۵۶۹	۰.۹۴۴	۰.۷۷۸	۰.۵۲۸	تبلیغات و برندسازی	۰.۶۵۳	۰.۹۸۶	۰.۸۷۵	۰.۶۲۵	دیپلماسی و انعقاد قراردادها
۰.۵۴۲	۰.۹۱۷	۰.۷۵۰	۰.۵۰۰	استفاده از مواد اولیه گیاهی در تولید داروها	۰.۶۱۵	۰.۹۵۸	۰.۸۳۳	۰.۵۸۳	توانایی‌های علمی کشور در زمینه‌های پزشکی
۰.۵۵۶	۰.۹۳۱	۰.۷۶۴	۰.۵۱۴	پیگیری پس‌از خرید جهت اطمینان از حصول بهبودی	۰.۵۵۲	۰.۹۱۷	۰.۷۶۴	۰.۵۱۴	توجه به تهاتر داروهای صادراتی با اقلام مورد نیاز دارویی کشور
۰.۴۶۵	۰.۸۶۱	۰.۶۶۷	۰.۴۱۷	مشاوره‌های پزشکی قبل‌از خرید دارو	۰.۶۲۵	۰.۹۵۸	۰.۸۴۷	۰.۵۹۷	تجهیزات و ماشین‌آلات تولید
۰.۴۹۳	۰.۸۸۹	۰.۶۹۴	۰.۴۴۴	افزایش شعب مشاوره دارویی در بازارهای هدف	۰.۶۷۷	۱.۰۰۰	۰.۹۰۳	۰.۶۵۳	ارزیابی و کنترل کیفیت
					۰.۵۵۲	۰.۹۱۷	۰.۷۶۴	۰.۵۱۴	توجه به سوآپ در صادرات دارو
					۰.۶۰۴	۰.۹۵۸	۰.۸۱۹	۰.۵۶۹	شناسایی بازارهای هدف

با توجه به دیدگاه‌های ارائه شده در مرحله اول و مقایسه آن با نتایج مرحله دوم، درصورتی‌که اختلاف بین میانگین فازی زدایی شده در دو مرحله کمتر از (۰/۱) باشد در این صورت فرآیند نظرسنجی متوقف می‌شود. در جدول (۷)

[Downloaded from ijnv.ir on 2026-11-22]

جدول ۷: مقایسه اختلاف میانگین‌ها

عوامل مؤثر بر توسعه بازار صادراتی در شرکتهای دارویی	فازی زدایی مرحله دوم	فازی‌زدایی مرحله اول	اختلاف دو مرحله
کیفیت مواد اولیه در داروهای تولیدی	۰.۶۹۸	۰.۶۷۴	۰.۰۲۴
قیمت داروهای تولیدی	۰.۶۵۳	۰.۶۱۵	۰.۰۳۸
توجه بیشتر به کالاهای با مزیت نسبی بالا در کشور مانند مواد ضد عفونی وسایر اقلام دارویی	۰.۶۴۲	۰.۵۹۴	۰.۰۴۹
طراحی بسته‌بندی‌های جدید محافظ شده در برابر ویروس ها از جمله ویروس کرونا	۰.۶۶۳	۰.۶۶۳	۰.۰۰۰
توجه به‌تحقیق و توسعه در زمینه تولید داروهای جدید خصوصا در زمینه کرونا	۰.۶۵۳	۰.۶۳۹	۰.۰۱۴
توجه به ظرفیت‌های تولید واکسن کرونا	۰.۶۵۳	۰.۶۲۵	۰.۰۲۸
افزایش تولید از طریق افزایش بهره‌وری جهت پاسخ‌گویی به نیازهای بازار	۰.۶۵۶	۰.۶۵۶	۰.۰۰۰
طول درمان داروهای تولیدی	۰.۶۸۱	۰.۶۱۸	۰.۰۶۲
شرایط نگهداری داروهای تولیدی	۰.۶۳۹	۰.۶۲۵	۰.۰۱۴
تاریخ انقضای داروهای تولیدی	۰.۶۳۵	۰.۶۲۲	۰.۰۱۴
دیپلماسی و انعقاد قراردادها	۰.۶۵۳	۰.۶۳۹	۰.۰۱۴
توانایی‌های علمی کشور در زمینه‌های پزشکی	۰.۶۱۵	۰.۶۰۱	۰.۰۱۴
توجه به تهاتر داروهای صادراتی با اقلام مورد نیاز دارویی کشور	۰.۵۵۲	۰.۵۳۸	۰.۰۱۴
تجهیزات و ماشین‌آلات تولید	۰.۶۲۵	۰.۵۹۷	۰.۰۲۸
ارزیابی و کنترل کیفیت	۰.۶۷۷	۰.۶۴۹	۰.۰۲۸
توجه به سوآپ در صادرات دارو	۰.۵۵۲	۰.۵۳۸	۰.۰۱۴
شناسایی بازارهای هدف	۰.۶۰۴	۰.۵۹۰	۰.۰۱۴
شناسایی نیازهای مشتری	۰.۵۸۷	۰.۵۷۳	۰.۰۱۴
ارزیابی و کنترل کیفیت	۰.۶۲۵	۰.۶۲۵	۰.۰۰۰
در دسترس بودن	۰.۵۵۶	۰.۵۴۲	۰.۰۱۴
فراگیر بودن در بازار	۰.۵۴۹	۰.۵۷۶	-۰.۰۲۸
ارائه در فضای اینترنتی	۰.۵۰۷	۰.۵۰۷	۰.۰۰۰
نیروی انسانی	۰.۵۵۲	۰.۵۳۸	۰.۰۱۴
پشتوانه مالی شرکت	۰.۵۲۸	۰.۵۱۴	۰.۰۱۴
اعتبار شرکت	۰.۶۱۱	۰.۶۱۱	۰.۰۰۰
فضا و محیط کاری شرکت داروسازی	۰.۵۸۰	۰.۵۶۶	۰.۰۱۴
برند و نام تجاری	۰.۶۱۸	۰.۶۱۸	۰.۰۰۰
تبلیغات و برندسازی	۰.۵۶۹	۰.۵۵۶	۰.۰۱۴
استفاده از مواد اولیه گیاهی در تولید داروها	۰.۵۴۲	۰.۵۲۸	۰.۰۱۴
پیگیری پس‌از خرید جهت اطمینان از حصول بهبودی	۰.۵۵۶	۰.۵۴۲	۰.۰۱۴
مشاوره‌های پزشکی قبل‌از خرید دارو	۰.۴۶۵	۰.۴۵۱	۰.۰۱۴
افزایش شعب مشاوره دارویی در بازارهای هدف	۰.۴۹۳	۰.۴۷۹	۰.۰۱۴

با توجه به مطالب گفته شده، اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه بازار صادراتی در شرکت های دارویی در جدول (۸) نشان داده شده است. در اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه بازار صادراتی در شرکت های دارویی از میانگین فازی شده مرحله دوم استفاده شده است؛ یعنی هر عاملی که میانگین فازی‌زدایی شده آن بیشتر باشد، در اولویت اول قرار دارد.

[Downloaded from ijnv.ir on 2026-11-22]

جدول ۸: اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه بازار صادراتی در شرکت های دارویی براساس میانگین فازی‌زدایی شده مرحله دوم

اولویت	گویه ها
۱	کیفیت مواد اولیه در داروهای تولیدی
۲	طول درمان داروهای تولیدی
۳	ارزیابی و کنترل کیفیت
۴	طراحی بسته‌بندی‌های جدید محافظ شده در برابر ویروس ها از جمله ویروس کرونا
۵	افزایش تولید از طریق افزایش بهره‌وری جهت پاسخ‌گویی به نیازهای بازار
۶	قیمت داروهای تولیدی، توجه به‌تحقیق و توسعه در زمینه تولید داروهای جدید خصوصا در زمینه کرونا، توجه به ظرفیت‌های تولید واکسن کرونا، دیپلماسی و انعقاد قراردادها
۷	توجه بیشتر به کالاهای با مزیت نسبی بالا در کشور مانند مواد ضد عفونی وسایر اقلام دارویی
۸	شرایط نگهداری داروهای تولیدی
۹	تاریخ انقضای داروهای تولیدی
۱۰	تجهیزات و ماشین‌آلات تولید، ارزیابی و کنترل کیفیت
۱۱	برند و نام تجاری
۱۲	توانایی‌های علمی کشور در زمینه‌های پزشکی
۱۳	اعتبار شرکت
۱۴	شناسایی بازارهای هدف
۱۵	شناسایی نیازهای مشتری
۱۶	فضا و محیط کاری شرکت داروسازی
۱۷	تبلیغات و برندسازی
۱۸	در دسترس بودن، پیگیری پس‌از خرید جهت اطمینان از حصول بهبودی
۱۹	توجه به تهاتر داروهای صادراتی با اقلام مورد نیاز دارویی کشور ، توجه به سوآپ در صادرات دارو، نیروی انسانی
۲۰	فراگیر بودن در بازار
۲۱	استفاده از مواد اولیه گیاهی در تولید داروها
۲۲	پشتوانه مالی شرکت
۲۳	ارائه در فضای اینترنتی
۲۴	افزایش شعب مشاوره دارویی در بازارهای هدف
۲۵	مشاوره‌های پزشکی قبل‌از خرید دارو

بحث

هدف این تحقیق اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه بازار صادراتی در شرکت های دارویی با تأکید بر رقابت پذیری صادرات در شرایط همه-گیری کرونا با رویکرد دلفی فازی بود. نتایج نشان دهنده این بود که عواملی مانند کیفیت مواد اولیه در داروهای تولیدی، طول درمان داروهای تولیدی، ارزیابی و کنترل کیفیت، طراحی بسته‌بندی‌های جدید محافظ شده در برابر ویروس ها از جمله ویروس کرونا و افزایش تولید از طریق افزایش بهره‌وری جهت پاسخ‌گویی به نیازهای بازار بر توسعه بازار صادراتی در شرکت های دارویی موثر است. با توجه به این که مواد تولیدی صنعت داروسازی با نظام سلامت جامعه سر و کار دارد و بیماران در شرایط نیاز جسمانی از تولیدات آنها بهره می‌برند، می بایست مستمراً در افزایش کیفیت محصول مطابق با استانداردهای ابلاغی ملی و بین المللی تلاش نمایند تا ضمن اخذ رضایت دائم مصرف‌کنندگان، امکان ورود مواد دارویی بی‌کیفیت تهیه شده در شرایط غیراستاندارد از کشورهای خارجی مسدود گردد. در تولید دارو، کیفیت مواد اولیه و بسته‌بندی از اهمیت زیادی برخوردار است. مواد اولیه دارو شامل ماده موثره دارو و مواد جانبی است. ماده

[Downloaded from ijnv.ir on 2026-11-22]

موثره همان جزء موثر و فعال دارو به حساب می‌آید که تاثیر اصلی بر پیشگیری، کنترل یا درمان بیماری می‌گذارد. مواد جانبی به ماده موثره دارو اضافه می‌شوند تا هم به آن شکل دارویی دهند و هم به انحلال و جذب دارو کمک کنند. همچنین کیفیت مواد و شکل بسته‌بندی، تعداد دارو در هر بسته متناسب با میزان مصرف بیمار، مطالعات پایداری بر روی بسته‌بندی‌ها در شرایط کنترل شده دما و رطوبت و تمام آنالیزهای مرتبط انجام شود تا اطمینان حاصل شود که دارو با بالاترین کیفیت بسته‌بندی شده و در طول زمان کیفیت خود را حفظ می‌کند

نتیجه گیری

امروزه صنعت داروسازی به عنوان یکی از کلیدی ترین وعظیم ترین صنایع جهان مطرح است و در اختیار داشتن چنین صنعتی به منزله یکی از معیارهای مهم توسعه یافتگی کشورها شناخته می شود. در بازار جهانی، موقعیت صنعت داروسازی متفاوت از سایر صنایع با فناوری پیشرفته است. توسعه صنعت داروسازی بیشتر از سایر صنایع تابع تحقیقات نوآورانه، سرمایه گذاری و مقررات دولتی است. به طور کلی نتایج نشان داد که برای موفقیت صنعت دارو سازی در بازارجهانی باید به فاکتورهای مانند کیفیت مواد اولیه در داروهای تولیدی، طول درمان داروهای تولیدی، ارزیابی و کنترل کیفیت،طراحی بسته‌بندی‌های جدید محافظ شده ، فزایش تولید از طریق افزایش بهره‌وری، توجه به‌تحقیق و توسعه در زمینه تولید داروهای جدید توجه ویژه ای داشته باشند تا بتوانند در رقابت با سایر تولیدکنندگان فعال در حوزه صنعت دارویی در جهان رقابت داشته باشند و محصولات خود در سطح کلاس جهانی تولید و عرضه کنند.

محدودیت های تحقیق

این تحقیق همانند سایر تحقیقات با محدودیت های مواجه بود که شامل مشکلات مربوط به کمبود منابع معتبر، زمان بر بودن انجام مصاحبه و دسترسی به خبرگان می باشد.

سپاسگزاری

بدینوسیله از تمامی افراد و فعالان حوزه دارویی که در انجام این تحقیق نویسندگان را یاری داده اند کمال تشکر و قدردانی به عمل می آید.

تضاد منافع

هیچ گونه تعارض منافع توسط نویسندگان وجود ندارد و بیان نشده است.

References

1. Mohammadian Mahmoudi Tabar, M; Javani, N. The relationship between sustainable competitive advantage and key success factors in the pharmaceutical industry. Tbilisi: Georgia. First International Conference on Management and Industry. 12 September 2021 [persian] .
2. Asiyabi Aqdam L; Pour-Ali M; Mohammadzadeh Bana A. Identification and ranking of factors affecting the development of drug exports in Iran. Twelfth National Congress of Pioneers of Progress, Tehran. 2018. https://civilica.com/doc/844980. [persian].
3. Kahyari Haghighat, A; Kahyari Haghighat, K; Mohammadi Hosseini, A. Marketing Innovation and Brand Performance of Top Pharmaceutical Companies in 2017: A Descriptive Study. Journal of Rafsanjan University of Medical Sciences. 2019; 18 :920-902. [persian].
4. Safarzadeh Bandari M.H; Asna Ashari, H; Hooshmand Kashani, A. Factors affecting the use of life cycle costing in companies operating in the pharmaceutical industry from the perspective of financial managers, management accounting managers and management accounting experts. Journal of Health Accounting, 2020; 9 (2):113-90. [persian].
5. Vieira, J; Frade, R; Ascenso, R; Martinho, F; Martinho, D. Determinants of Internationalization as Levers for Sustainability: A Study of the Portuguese Pharmaceutical Sector. Sustainability. 2021; 13, 9792.
6. Mousavi, S. Z; Rasekhi, S; Golestani, Mina; Imani, A. Studying International Competitiveness In Pharmaceutical Sector In Selected Developed Countries. . Asian Journal Pharm Clin Res. 2018; 11 (3): 451-460.
7. Singh, J; Singh, P. Growth Performance of Indian Pharmaceutical Exports in Changing Policy Paradigm: An Empirical Analysis. Amity Journal of Economics. 2018; 3(1):16-30.
8. Taheri Nia, M; Hassanvand A. Economic Implications of Covid-19 Disease on the Iranian Economy; With an emphasis on employment. Nursing management. 2020; 9 (3): 58-43. [persian].

[Downloaded from ijnv.ir on 2026-11-22]