

جاذبه بازار چندین میلیارد دلاری دارو در جهان که درصد قابل ملاحظه‌ای از آن سود خالص می‌باشد، این تجارت را به لحاظ اهمیت بعد از تجارت تسلیحات قرار داده است. امروزه هزینه‌های تحقیقات به میزان دوپست



مثال در یکی از کارخانجات اروپایی در بخش تولید تنها یک داروساز به کار اشتغال داشته در حالی که در همان شرایط در بخش تبلیغات بیش از بیست دکتر داروساز فعالیت می‌نمودند.

این موضوع فشرده‌گی رقابت در عرضه‌های بین‌المللی را برای کنترل بازار و حفظ انحصارهای بزرگ نشان می‌دهد. این انحصارها دهها سال است که نه تنها با شیوه فوق بلکه با تأسیس کارخانجات تولیدی در اغلب کشورهای جهان، امکان رشد و رقابت صنایع محلی را سلب نموده‌اند. بیشترین سهم بازار، امروزه در اختیار شرکت‌های چندملیتی است و صادرات

میلیون دلار و صرف ۱۵ سال زمان برای عرضه یک داروی جدید کاملاً اقتصادی بوده و دهها برابر این هزینه در مدتی کوتاهتر از زمان پتنت، دوباره به جیب شرکت‌های چندملیتی سرازیر می‌گردد. حتی بنا به ادعای پاره‌ای از موسسات تحقیقاتی، فرمول‌های جدید نه با خواص برتر و متفاوت که فقط با فرمول و ساختمان ملکولی جدید برای حفظ حقوق انحصاری شرکت‌ها ثبت و به بازارها ارائه می‌گردند. بودجه تبلیغات برای توسعه بازار فروش اقلام دارویی از هزینه‌های تحقیقاتی نیز بیشتر است که معمولاً در آمارهای شرکت‌ها زیاد نشان داده نمی‌شود، به عنوان

وجود گونه‌های مختلف گیاهی در جای جای این مملکت، بیانگر این مدعا هستند که ایران به راستی جهانی در یک مرز است.

همیشگی خود در کشورهای جهان را با این روش تضمین نموده‌اند. جمهوری اسلامی ایران با ملی نمودن صنایع دارویی موجب گردید که عرضه دارو از انحصار شرکت‌های فراملیتی خارج و در مدت کوتاهی به رشد قابل ملاحظه‌ای برسد.

این رشد که جنبه کمی و کیفی داشته است شرکت‌های دارویی ما را به لحاظ G.M.P و قدرت تولید در شرایط مناسبی برای رقابت با شرکت‌های خارجی قرار داده است. با تکیه بر این امتیاز می‌توان در کشورهای مختلفی سرمایه‌گذاری نمود. بررسی بازارهای کشورهایمانند جمهوری‌های تازه استقلال یافته شوروی سابق، آفریقا، پاره‌ای از کشورهای اروپای شرقی، و حتی کشورهای عربی نشان داده است که صادرات، برای مدت‌های طولانی از طریق احداث صنایع مشترک تضمین می‌گردد. قطعاً روابط تجاری، با شرکت‌های چندملیتی تفاوت اساسی داشته و اهداف آن بر منافع مشترک و رشد صنایع دارویی در این کشورها مبتنی خواهد بود. گرچه این نوع سرمایه‌گذاری در ابتدا پیچیده به نظر می‌رسد، ولی اگر این اقدام با ایجاد واحدهای کوچک، با اقلام محدود و با استفاده از ماشین‌آلات ساخت ایران شروع گردد، قطعاً عملی و موفق خواهد بود. خصوصاً اغلب کشورهای یادشده اگر حسن نیت شرکت‌های ایرانی را در این راه درک نمایند، برای همکاری آمادگی

بیشتری از خود نشان خواهند داد. اصولاً هر کشوری به شرایط اجتماعی، سیاسی و مسائل خاص خودش توجه دارد. کشورهای تازه استقلال یافته که از سیستم متمرکز به طرف سیستم بازار آزاد هدایت می‌شوند و در شرایط کنونی از کمبود و حتی نبود دارو رنج می‌برند، می‌توانند خریداران مناسبی برای شرکت‌های ایران باشند. این بازار گرچه به دلیل محرمانه بودن اطلاعات و اصولاً عدم توانایی دولت‌ها برای تأمین داروهای مردم و فعالیت مستقیم شرکت‌های خارجی، آمار مشخصی ندارد ولی حدود آن را می‌توان بیش از یک میلیارد دلار برآورد نمود. صادرات به این کشورها در کوتاه مدت تنها از طریق فروش امانی امکان‌پذیر است. بیشتر شرکت‌های هندی، بلغاری، لهستانی و حتی اروپایی تنها از این طریق قادر به فروش به این جمهوری‌ها می‌باشند. تأسیس داروخانه و عرضه مستقیم دارو در این کشورها بهترین راه فعالیت و تضمین برگشت پول به کشور



می‌باشد.

□ در بررسی گونه‌هایی که در حال حاضر در صنعت داروسازی جهان مطرح می‌باشند، به این نکته جالب توجه می‌رسیم که بسیاری از آنها در ایران رویش طبیعی دارند.

بازار آفریقا نیز اهمیت فراوانی دارد و دو دروازه بزرگ در شرق (کنیا) و غرب (نیجریه) دارد. کشورهای شرقی آفریقا داروهای مورد نیاز خود را از کنیا و کشورهای غربی آفریقا از نیجریه تهیه می‌کنند. حمل و نقل کالا به این کشورها مشکلاتی دارد که خوشبختانه با توسعه روابط تجاری به خصوص با شرق آفریقا، از میزان این مشکل کاسته شده است. دوری این بازارها، همکاری فعال وابسته‌های بازرگانی سفارتخانه‌های جمهوری اسلامی ایران را برای بررسی دقیق‌تر بازار و شناسایی شرکت‌های فعال، طلب می‌نماید.

مستقل در شروع، به دلیل هزینه زیاد و فروش پایین اصولاً اقتصادی نبوده و اعزام کارشناسان صادرات به طور مستمر عملی نیست و تنها راه عملی کار، فعال نمودن وابسته‌های بازرگانی خارج از کشور برای پی‌گیری امور ثبت داروها می‌باشد.

متأسفانه سفارتخانه‌های ما در این زمینه فعالیت و علاقه لازم را ندارند، در حالی که تجارب کشورهایی مانند مجارستان، فنلاند و چین نشان دهنده موفقیت استفاده مناسب و فعال از سفارتخانه‌های این کشورها به خصوص در ایران بوده است. تأسیس شرکت‌های

بسیاری از کشورهای اسلامی به دلیل علاقه آن‌ها به خصوص در کشورهایمانند لبنان، پاکستان، آلبانی و افغانستان می‌توانند بازارهای اصلی محصولات دارویی کشور ما باشند ولی باید اذعان نمود به دلیل پراکندگی کار و عدم تربیت کارشناسان زبده صادراتی برای ثبت و بازاریابی موفقیت بایسته‌ای نداشته‌ایم که بررسی ریشه‌های ناکامی شرکت‌های دارویی می‌تواند موضوع مقاله جداگانه‌ای باشد.

صادرات مواد اولیه دارویی به دلیل پیچیدگی کمتر، عدم نیاز به ثبت و ارزش افزوده بالای ارزی موفق‌تر بوده است. فعالیت دو ساله شرکت داروپخش در این زمینه کاملاً موفق بوده و در حال حاضر این شرکت به عنوان یکی از سازندگان جهانی کدئین و نوسکاپین و بعضی دیگر از مواد اولیه شناخته شده است. با راه‌اندازی پروژه شهید رزکانی برای تعداد بیشتری از مواد اولیه می‌توان بازار جهانی مناسبی یافت به شرطی که تولید این اقلام اقتصادی باشد و در سطح قیمت‌های بین‌المللی بتوانند رقابت کنند.

