



هوش مصنوعی در قیمت گذاری

دارو و دسترسی به بازار دارویی

دکتر مجتبی سرکندی

طی مطالعه این مقاله، در نظر داشته باشید که این مطلب یک بحث علمی را مطرح می‌کند و نحوه قیمت گذاری‌های بیان شده در آن توسط شرکت‌های دارویی بین‌المللی، ربطی به قیمت گذاری دستوری در ایران ندارد.

۱. مدل‌های قیمت گذاری پویا

هوش مصنوعی شرکت‌های داروسازی را قادر می‌سازد تا مدل‌های قیمت گذاری پویا را توسعه دهند و قیمت‌ها را براساس پویایی بازار در زمان واقعی، نوسانات تقاضا و استراتژی‌های قیمت گذاری رقبا تنظیم کنند. الگوریتم‌های یادگیری ماشینی حجم عظیمی از داده‌ها، از جمله جمعیت‌شناسی بیمار، نتایج درمان و ترجیحات پرداخت کننده را تجزیه و تحلیل می‌کنند تا تصمیمات قیمت گذاری

هوش مصنوعی به‌طور فزاینده‌ای نقش مهمی در قیمت گذاری دارو و استراتژی‌های دسترسی به بازار در صنعت داروسازی ایفا می‌کند.

این مقاله، جنبه‌های کلیدی را که در آن هوش مصنوعی به کار می‌رود، بررسی می‌کند و در مورد تأثیر، چالش‌ها و پیامدهای آینده آن برای قیمت گذاری دارو و دسترسی به بازار بحث می‌کند.

دسترسی به بازار استفاده می‌کنند. بینش‌های مبتنی بر هوش مصنوعی، شرکت‌های داروسازی را قادر می‌سازند تا ارزش بالینی و اقتصادی محصولات خود را به پرداخت کنندگان نشان دهند، در مورد شرایط بازپرداخت مطلوب مذاکره کنند و به نفوذ گسترده‌تر در بازار دست یابند.

۴. هوش رقابتی و بهینه‌سازی (Benchmarking)

ابزارهای هوش رقابتی مبتنی بر هوش مصنوعی، بینش‌های بلادرنگ را در مورد استراتژی‌های قیمت‌گذاری رقیب، روندهای بازار و تحولات نظارتی در اختیار شرکت‌های داروسازی قرار می‌دهند. الگوریتم‌های پردازش زبان طبیعی داده‌های بدون ساختار را از مقالات پزشکی، خبری و رسانه‌های اجتماعی تجزیه و تحلیل می‌کنند تا فعالیت‌های رقیب و پویایی بازار را نظارت کنند و بهینه‌سازی رقابتی به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا استراتژی‌های قیمت‌گذاری و دسترسی به بازار را به‌طور فعال تطبیق دهند، از فرصت‌های بازار سرمایه‌گذاری کنند و محصولات خود را در یک چشم‌انداز رقابتی متمایز سازند.

۵. بهینه‌سازی قیمت و مدیریت درآمد

هوش مصنوعی بهینه‌سازی قیمت و مدیریت درآمد را با مدل‌سازی کسب و کار، تقاضا، کسب قیمت و پتانسیل درآمد در بخش‌های مختلف بازار تسهیل می‌کند. الگوریتم‌های یادگیری ماشینی سناریوهای قیمت‌گذاری را

را بهینه‌سازی می‌کند. مدل‌های قیمت‌گذاری پویا تضمین می‌کنند که قیمت دارو رقابتی باقی می‌ماند و در عین حال درآمد و سهم بازار را به حداکثر می‌رساند و چالش‌های شفافیت قیمت‌گذاری و مقرون به صرفه بودن را برطرف می‌کند.

۲. استراتژی‌های قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش

هوش مصنوعی با ارزیابی اثربخشی بالینی، مشخصات ایمنی و ارزش اقتصادی داروها نسبت به نتایج بیمار، از استراتژی‌های قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش پشتیبانی می‌کند. الگوریتم‌های یادگیری ماشینی شواهد دنیای واقعی، نتایج گزارش شده توسط بیمار و داده‌های استفاده از مراقبت‌های بهداشتی را برای تعیین ارزش پیشنهادی محصولات دارویی تجزیه و تحلیل می‌کنند. قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش، قیمت دارو را با مزایای درمانی آن‌ها هماهنگ، نوآوری را تشویق و دسترسی به درمان‌های مقرون به صرفه را برای بیماران و سیستم‌های مراقبت‌های بهداشتی تضمین می‌کند.

۳. بهینه‌سازی دسترسی به بازار

هوش مصنوعی با شناسایی جمعیت‌های هدف بیماران، درک ترجیحات پرداخت‌کننده و پیمایش مسیرهای پیچیده بازپرداخت، استراتژی‌های دسترسی به بازار را افزایش می‌دهد. مدل‌های تجزیه و تحلیل پیش‌بینی کننده از داده‌های مربوط به سیاست‌های مراقبت‌های بهداشتی، تصمیمات فرمول‌بندی و الزامات نظارتی برای بهینه‌سازی استراتژی‌های

استراتژی‌های قیمت‌گذاری، انطباق با دستورالعمل‌های نظارتی و مقررات قیمت‌گذاری را افزایش می‌دهد. الگوریتم‌های یادگیری ماشینی چارچوب‌های نظارتی، دستورالعمل‌های قیمت‌گذاری و الزامات انطباق را تجزیه و تحلیل می‌کنند تا تخلفات احتمالی را شناسایی کرده و از پایبندی به استانداردهای اخلاقی اطمینان حاصل کنند. راه‌حل‌های انطباق مبتنی بر هوش مصنوعی، خطرات قانونی را به حداقل می‌رسانند، حاکمیت شرکتی را افزایش می‌دهند و با ترویج شیوه‌های قیمت‌گذاری منصفانه و شفاف، اعتماد عمومی را حفظ می‌کنند.

۸. ملاحظات اخلاقی و مشارکت ذینفعان

هوش مصنوعی در قیمت‌گذاری دارو و دسترسی به بازار، ملاحظات اخلاقی مربوط به مقرون به صرفه بودن، دسترسی بیمار و مسؤولیت اجتماعی را افزایش می‌دهد. شرکت‌های داروسازی از هوش مصنوعی برای مشارکت ذینفعان، از جمله گروه‌های حمایت از بیماران، ارایه دهندگان مراقبت‌های بهداشتی و سیاست‌گذاران در بحث‌های قیمت‌گذاری استفاده می‌کنند. چارچوب‌های اخلاقی هوش مصنوعی رفاه بیمار، برابری در دسترسی به درمان‌های نوآورانه و شیوه‌های قیمت‌گذاری مسؤولانه را در اولویت قرار می‌دهند و اعتماد و همکاری را در اکوسیستم مراقبت‌های بهداشتی تقویت می‌کنند.

شبیه‌سازی می‌نمایند، تجزیه و تحلیل حساسیت را انجام می‌دهند و نقاط قیمت را برای به حداکثر رساندن درآمد و در عین حال حفظ رقابت در بازار بهینه می‌کنند. استراتژی‌های بهینه‌سازی قیمت، ثبات قیمت، سودآوری و پایداری را در طول چرخه عمر محصول تضمین و از رشد درآمد بلندمدت و سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه حمایت می‌کنند.

۶. ارزیابی ریسک و برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریو

ابزارهای ارزیابی ریسک مبتنی بر هوش مصنوعی، ریسک‌های مالی، نظارتی و اعتباری مرتبط با قیمت‌گذاری دارو و تصمیمات دسترسی به بازار را ارزیابی می‌کنند. روش‌های تجزیه و تحلیل پیش‌بینی کننده داده‌های تاریخی، روندهای بازار و عوامل خارجی را برای ارزیابی خطرات احتمالی مانند تغییرات نظارتی، فشارهای قیمت‌گذاری و اقدامات رقبا تجزیه و تحلیل می‌کنند. برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریو به شرکت‌های داروسازی اجازه می‌دهد تا برنامه‌های اضطراری را توسعه، خطرات را کاهش و استراتژی‌های قیمت‌گذاری را با رویدادهای پیش‌بینی نشده تطبیق دهند و از انعطاف‌پذیری در محیط‌های تجاری پویا اطمینان حاصل کنند.

۷. انطباق و همسویی مقررات

هوش مصنوعی با خودکارسازی بررسی‌های انطباق، نظارت بر شیوه‌های قیمت‌گذاری و اطمینان از شفافیت در

فایزر می‌تواند استراتژی‌های قیمت‌گذاری آگاهانه‌تری را توسعه دهد و تصمیمات دسترسی به بازار را برای بهبود سودآوری و دسترسی بهینه کند.

۲. مدل‌های قیمت‌گذاری پویا با هوش مصنوعی

●● شرکت: جانسون & جانسون

جانسون و جانسون از هوش مصنوعی برای پیاده‌سازی مدل‌های قیمت‌گذاری پویا استفاده می‌کند. سیستم‌های هوش مصنوعی آن‌ها داده‌های بازار در زمان واقعی، قیمت رقابتی و نوسانات تقاضا را تجزیه و تحلیل می‌کنند تا قیمت دارو را به صورت پویا تنظیم نمایند، موقعیت رقابتی را تضمین کنند و درآمد را به حداکثر برسانند.

۳. استراتژی‌های قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش با هوش مصنوعی

●● شرکت: Novartis

نوارتیس از هوش مصنوعی برای توسعه استراتژی‌های قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش استفاده می‌کند. ابزارهای هوش مصنوعی نتایج بیمار، مقرون به صرفه بودن و داده‌های بالینی را تجزیه و تحلیل می‌کنند تا قیمت‌ها را براساس ارزش درک شده دارو تعیین نمایند و قیمت‌گذاری را با مزایای آرایه شده به بیماران و سیستم‌های مراقبت‌های بهداشتی هماهنگ کنند.

هوش مصنوعی با فعال کردن مدل‌های قیمت‌گذاری پویا، بهینه‌سازی دسترسی به بازار و افزایش هوش رقابتی، در حال تغییر شکل استراتژی‌های قیمت‌گذاری دارو و دسترسی به بازار در صنعت داروسازی است. همان‌طور که فناوری‌های هوش مصنوعی به تکامل خود ادامه می‌دهند، کاربرد آن‌ها در قیمت‌گذاری دارو باعث نوآوری می‌شود، دسترسی بیمار به درمان‌ها را بهبود می‌بخشد و از رشد کسب و کار پایدار حمایت می‌کند. شرکت‌های داروسازی که از هوش مصنوعی استفاده می‌کنند، می‌توانند چالش‌های نظارتی را هدایت نمایند، خطرات را کاهش دهند و ارزش محصولات خود را به حداکثر برسانند و در عین حال استانداردهای اخلاقی و اعتماد ذینفعان را در چشم انداز مراقبت‌های بهداشتی که به سرعت در حال تحول است، حفظ کنند.

در ادامه، نمونه‌هایی از این هوش مصنوعی که در شرکت‌های بزرگ مورد استفاده قرار می‌گیرند، ذکر می‌شوند.

۱. هوش مصنوعی در قیمت‌گذاری دارو و دسترسی به بازار

●● شرکت: Pfizer

فایزر از هوش مصنوعی برای بهبود استراتژی‌های قیمت‌گذاری دارو و دسترسی به بازار استفاده می‌کند. با تجزیه و تحلیل حجم زیادی از داده‌ها در مورد شرایط بازار، قیمت‌گذاری رقبا و نتایج بیماران،

قیمت‌گذاری را تجزیه و تحلیل می‌کنند و جریان‌های درآمد را بهینه می‌سازند و باعث می‌شوند تا AstraZeneca قیمت‌های بهینه را تعیین و درآمد را به‌طور موثرتری مدیریت کند.

۷. ارزیابی ریسک مبتنی بر هوش مصنوعی و برنامه‌ریزی سناریو

●● شرکت: سانوفی

سانوفی از هوش مصنوعی برای ارزیابی ریسک استفاده می‌کند و برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریو در قیمت‌گذاری دارو و دسترسی به بازار. مدل‌های هوش مصنوعی سناریوهای مختلف بازار را شبیه‌سازی می‌کنند و خطرات احتمالی را ارزیابی کرده و به سانوفی کمک می‌کنند تا تصمیمات استراتژیک برای کاهش عدم قطعیت‌ها بگیرد.

۸. انطباق و مقررات مبتنی بر هوش مصنوعی

●● شرکت: GSK (GlaxoSmithKline)

GSK از هوش مصنوعی برای اطمینان از انطباق و همسویی نظارتی در قیمت‌گذاری دارو استفاده می‌کند. ابزارهای هوش مصنوعی به GSK کمک می‌کنند تا الزامات نظارتی پیچیده را هدایت نمایند، تغییرات در مقررات را ردیابی و اطمینان حاصل کنند که استراتژی‌های قیمت‌گذاری با استانداردهای قانونی و نظارتی همسو هستند.

۴. بهینه‌سازی دسترسی به بازار مبتنی بر هوش مصنوعی (Roche)

●● شرکت: روش (Roche)

روش از هوش مصنوعی برای بهینه‌سازی استراتژی‌های دسترسی به بازار استفاده می‌کند. تجزیه و تحلیل مبتنی بر هوش مصنوعی روندهای بازار، محیط‌های نظارتی و الزامات پرداخت کننده را برای اصلاح استراتژی‌های دسترسی به بازار ارزیابی کرده و راه‌اندازی سریع‌تر و موثرتر محصول را تسهیل می‌کند.

۵. هوش رقابتی و بهینه‌سازی با هوش مصنوعی

●● شرکت: Merck & Co

Merck & Co از هوش مصنوعی برای هوش رقابتی و بهینه‌سازی یا محک زدن استفاده می‌کند. سیستم‌های هوش مصنوعی قیمت‌گذاری، موقعیت بازار و استراتژی‌های تبلیغاتی رقیب را تجزیه و تحلیل می‌کنند تا مرکز را جهت تصمیمات قیمت‌گذاری و استراتژی‌های دسترسی به بازار آگاه سازند.

۶. بهینه‌سازی قیمت و مدیریت درآمد با هوش مصنوعی

●● شرکت: AstraZeneca

AstraZeneca از هوش مصنوعی برای بهینه‌سازی قیمت و مدیریت درآمد استفاده می‌کند. الگوریتم‌های هوش مصنوعی، تقاضا را پیش‌بینی کرده، سناریوهای

۹. تجزیه و تحلیل هوش مصنوعی برای استراتژی‌های قیمت‌گذاری

●● شرکت: Eli Lilly

Eli Lilly از تجزیه و تحلیل هوش مصنوعی برای اصلاح استراتژی‌های قیمت‌گذاری بهره می‌جوید. سیستم‌های هوش مصنوعی داده‌های بازار، جمعیت شناسی بیمار و عوامل اقتصادی را تجزیه و تحلیل کرده تا استراتژی‌های قیمت‌گذاری را توسعه و تنظیم کنند و از قیمت‌گذاری رقابتی و دسترسی به بازار اطمینان حاصل نمایند.

۱۰. مدل‌های دسترسی به بازار و بازپرداخت مبتنی بر هوش مصنوعی

●● شرکت: بایر

بایر از هوش مصنوعی برای توسعه مدل‌های دسترسی به بازار و بازپرداخت استفاده می‌کند. بینش مبتنی بر هوش مصنوعی در مورد الزامات پرداخت کننده، روند بازپرداخت و چالش‌های دسترسی به بازار به بایر کمک می‌کند تا رویکرد خود را برای تضمین شرایط بازپرداخت مطلوب بهینه سازد.

۱۱. مراقبت‌های بهداشتی مبتنی بر ارزش با هوش مصنوعی

●● شرکت: AbbVie

AbbVie هوش مصنوعی را در ابتکارات مراقبت‌های بهداشتی مبتنی بر ارزش خود ادغام می‌کند. مدل‌های هوش مصنوعی نتایج مراقبت‌های بهداشتی و داده‌های مقرون به

صرفه را تجزیه و تحلیل کرده تا از قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش پشتیبانی کنند و ارزش اقتصادی درمان‌های آن را به پرداخت‌کنندگان و ارائه دهندگان مراقبت‌های بهداشتی نشان دهند.

۱۲. تحقیقات نتایج هوش مصنوعی و اقتصاد سلامت (HEOR):

●● شرکت: Boehringer Ingelheim

Boehringer Ingelheim از هوش مصنوعی برای تحقیقات نتایج اقتصاد سلامت (HEOR) برای حمایت از قیمت‌گذاری دارو و دسترسی به بازار استفاده می‌کند. تجزیه و تحلیل مبتنی بر هوش مصنوعی از داده‌های اقتصاد سلامت و نتایج بیمار به Boehringer Ingelheim کمک می‌کند تا استراتژی‌های قیمت‌گذاری مبتنی بر شواهد را توسعه و ارزش درمان‌های آن را نشان دهد.

هوش مصنوعی با ارائه تجزیه و تحلیل‌ها و بینش‌های پیشرفته که تصمیم‌گیری آگاهانه‌تر را هدایت می‌کند، قیمت‌گذاری دارو و استراتژی‌های دسترسی به بازار را در صنعت داروسازی متحول می‌سازد. شرکت‌هایی مانند Novartis و Pfizer، Johnson & Johnson از هوش مصنوعی برای توسعه مدل‌های قیمت‌گذاری پویا، استراتژی‌های قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش و برنامه‌های بهینه دسترسی به بازار استفاده می‌کنند. ابزارهای هوش مصنوعی از AstraZeneca، Roche، Merck & Co و رقابتی، بهینه‌سازی قیمت و ارزیابی ریسک را

پیش‌بینی کننده برای تقسیم‌بندی موثر بازارها استفاده کنند. الگوریتم‌های یادگیری ماشینی مجموعه داده‌های گسترده‌ای از جمله جمعیت‌شناسی بیماران، شیوع بیماری و الگوهای استفاده از مراقبت‌های بهداشتی را تجزیه و تحلیل می‌کنند تا جمعیت بیماران هدف را شناسایی نمایند. با درک تقسیم‌بندی بازار از طریق هوش مصنوعی، شرکت‌ها می‌توانند استراتژی‌های قیمت‌گذاری را براساس نیازهای مختلف بیمار و پویایی پرداخت کننده تنظیم کرده و از نفوذ بهینه بازار و مزیت رقابتی اطمینان حاصل کنند.

۲. تجزیه و تحلیل چشم‌انداز رقابتی

ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی

بیش‌های بلادرنگ را در مورد چشم‌انداز رقابتی بازارهای دارویی ارائه می‌دهند. الگوریتم‌های پردازش زبان طبیعی (NLP) استراتژی‌های قیمت‌گذاری رقبا، موقعیت‌یابی در بازار و آرایه محصولات را از منابع زیادی مانند مقالات علمی، کارآزمایی‌های بالینی و پرونده‌های نظارتی تجزیه و تحلیل می‌کنند. این تجزیه و تحلیل به شرکت‌های داروسازی اجازه می‌دهد تا استراتژی‌های قیمت‌گذاری خود را به صورت پویا تنظیم نمایند، در برابر رقبا قرار بگیرند و ضمن کاهش ریسک‌های مرتبط با فشارهای رقابتی، از فرصت‌های بازار سرمایه‌گذاری سود جویند.

امکان‌پذیر می‌کنند، در حالی که شرکت‌هایی مانند Eli Lilly، GSK و Bayer از هوش مصنوعی برای انطباق، مدل‌های بازپرداخت و مراقبت‌های بهداشتی مبتنی بر ارزش استفاده می‌کنند. با ادغام هوش مصنوعی در این زمینه‌ها، شرکت‌های داروسازی می‌توانند استراتژی‌های قیمت‌گذاری خود را افزایش دهند، دسترسی به بازار را بهبود بخشند و با الزامات نظارتی همسو شوند و در نهایت، منجر به نتایج بهتری هم برای بیماران و هم برای صنعت شوند.

تجزیه و تحلیل هوش مصنوعی برای استراتژی‌های قیمت‌گذاری

در صنعت داروسازی، تجزیه و تحلیل AI محور، نقش اساسی در توسعه استراتژی‌های قیمت‌گذاری موثر داروها، اطمینان از دسترسی به بازار و بهینه‌سازی درآمد ایفا می‌کند. این موضوع جنبه‌های کلیدی را بررسی می‌کند که در آن هوش مصنوعی در استراتژی‌های قیمت‌گذاری به کار می‌رود و در مورد تأثیر، چالش‌ها و پیامدهای آینده آن برای قیمت‌گذاری دارو و دسترسی به بازار بحث می‌کند.

۱. تجزیه و تحلیل پیش‌بینی کننده و بازار

●●● تقسیم‌بندی

هوش مصنوعی شرکت‌های داروسازی را قادر می‌سازد تا از تجزیه و تحلیل

۳. بهینه‌سازی قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش

هوش مصنوعی با ارزیابی اثربخشی بالینی، مشخصات ایمنی و ارزش اقتصادی داروها، استراتژی‌های قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش را تسهیل می‌کند. مدل‌های یادگیری ماشینی شواهد دنیای واقعی، داده‌های نتایج بیمار و ارزیابی‌های اقتصادی را برای تعیین کمیت ارزش پیشنهادی محصولات دارویی ادغام می‌کنند. این رویکرد قیمت داروها را با مزایای درمانی آن‌ها هماهنگ می‌سازد، دسترسی به بازار را با نشان دادن مقرون به صرفه بودن به پرداخت کنندگان افزایش می‌دهد و دسترسی بیمار به درمان‌های نوآورانه را از طریق شیوه‌های قیمت‌گذاری پایدار تقویت می‌کند.

۴. مدل‌های قیمت‌گذاری پویا

مدل‌های قیمت‌گذاری پویا مبتنی بر هوش مصنوعی، قیمت دارو را در پاسخ به پویایی بازار در زمان واقعی، نوسانات تقاضا و فشارهای رقابتی تنظیم می‌کنند. الگوریتم‌های یادگیری ماشینی روندهای بازار، کشش قیمت‌گذاری و ترجیحات بیمار را برای بهینه‌سازی تصمیمات قیمت‌گذاری تجزیه و تحلیل می‌کنند. قیمت‌گذاری پویا تضمین می‌کند که شرکت‌های داروسازی در استراتژی‌های قیمت‌گذاری چابک باقی می‌مانند، درآمد را به حداکثر می‌رسانند و در عین حال رقابت‌پذیری را حفظ می‌کنند و چالش‌های مقرون به

صرفه بودن را در سیستم‌های مراقبت‌های بهداشتی برطرف می‌کنند.

۵. انطباق با مقررات و شفافیت قیمت‌گذاری

هوش مصنوعی با خودکارسازی تأییدیه‌های قیمت‌گذاری، نظارت بر پایبندی به مقررات قیمت‌گذاری و اطمینان از شفافیت در شیوه‌های قیمت‌گذاری، انطباق با مقررات را افزایش می‌دهد. الگوریتم‌های یادگیری ماشینی چارچوب‌های نظارتی، دستورالعمل‌های قیمت‌گذاری و الزامات انطباق را برای شناسایی خطرات احتمالی و کاهش مسایل حقوقی و اعتباری تجزیه و تحلیل می‌کنند. راه حل‌های مبتنی بر هوش مصنوعی با ارتقای شفافیت قیمت‌گذاری و شیوه‌های قیمت‌گذاری اخلاقی، شرکت‌های داروسازی را قادر می‌سازد تا با ذینفعان، از جمله بیماران، ارایه دهندگان مراقبت‌های بهداشتی و مقامات نظارتی تعامل برقرار کنند.

۶. ارزیابی ریسک و برنامه‌ریزی مبتنی بر سناریو

ابزارهای ارزیابی ریسک مبتنی بر هوش مصنوعی، ریسک‌های مالی، نظارتی و بازار مرتبط با استراتژی‌های قیمت‌گذاری را ارزیابی می‌کنند. مدل‌های تجزیه و تحلیل پیش‌بینی‌کننده داده‌های تاریخی، پیش‌بینی‌های بازار و عوامل خارجی را برای شبیه‌سازی سناریوهای قیمت‌گذاری و شناسایی خطرات بالقوه مانند فشارهای قیمت‌گذاری،

و مسؤولیت اجتماعی را مطرح می‌کند. شرکت‌های داروسازی از هوش مصنوعی برای مشارکت ذینفعان، از جمله گروه‌های حمایت از بیماران، ارایه دهندگان مراقبت‌های بهداشتی و سیاست‌گذاران در بحث‌های قیمت‌گذاری استفاده می‌کنند. چارچوب‌های هوش مصنوعی، اخلاق، رفاه بیمار، شفافیت در تصمیمات قیمت‌گذاری و شیوه‌های قیمت‌گذاری مسؤولانه را در اولویت قرار می‌دهند، اعتماد و همکاری را در اکوسیستم مراقبت‌های بهداشتی تقویت کرده و نوآوری مراقبت‌های بهداشتی پایدار را تضمین می‌کنند. تجزیه و تحلیل هوش مصنوعی، استراتژی‌های قیمت‌گذاری دارو را در صنعت داروسازی با فعال کردن تجزیه و تحلیل پیش‌بینی، بهینه‌سازی قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش و اطمینان از انطباق با مقررات و شفافیت قیمت‌گذاری تغییر می‌دهد. همان‌طور که فناوری‌های هوش مصنوعی به تکامل خود ادامه می‌دهند، کاربرد آن‌ها در استراتژی‌های قیمت‌گذاری باعث نوآوری می‌شوند، دسترسی بیمار به درمان‌ها را بهبود می‌بخشند و از رشد پایدار برای شرکت‌های داروسازی حمایت می‌کنند. با استفاده از بینش‌های مبتنی بر AI، شرکت‌های داروسازی می‌توانند پیچیدگی‌های قیمت‌گذاری را هدایت کنند، خطرات را کاهش دهند و مشارکت ذینفعان را در زمینه مراقبت‌های بهداشتی پویا که با الزامات نظارتی در حال تحول و پارادایم‌های مراقبت بیمار محور مشخص می‌شود، افزایش دهند.

اقدامات رقابتی و تغییرات نظارتی تجزیه و تحلیل می‌کنند. تجزیه و تحلیل بر مبنای سناریو، شرکت‌های داروسازی را قادر می‌سازند تا برنامه‌های اضطراری را توسعه دهند، استراتژی‌های قیمت‌گذاری را بهینه کنند و ریسک‌ها را کاهش دهند و در عین حال، رشد درآمد پایدار و ثبات بازار را تضمین نمایند.

۷. دسترسی بیمار و مقرون به صرفه بودن

هوش مصنوعی با ارزیابی معیارهای مقرون به صرفه، نابرابری‌های مراقبت‌های بهداشتی و موانع دسترسی بیمار، از استراتژی‌های قیمت‌گذاری بیمار محور پشتیبانی می‌کند. الگوریتم‌های یادگیری ماشینی داده‌های اجتماعی-اقتصادی، پوشش بیمه‌ای و ترجیحات بیمار را تجزیه و تحلیل می‌کنند تا استراتژی‌های قیمت‌گذاری را بهینه کنند که دسترسی بیمار به درمان‌ها را افزایش می‌دهد. بینش‌های مبتنی بر هوش مصنوعی، باعث می‌شود تا شرکت‌های داروسازی برنامه‌های کمک به بیمار را توسعه دهند، در مورد شرایط بازپرداخت مطلوب مذاکره کرده و ضمن حفظ سودآوری و تقویت راه‌حل‌های مراقبت‌های بهداشتی بیمار محور، چالش‌های مقرون به صرفه بودن را برطرف کنند.

۸. ملاحظات اخلاقی و مشارکت ذینفعان

هوش مصنوعی در استراتژی‌های قیمت‌گذاری، ملاحظات اخلاقی مربوط به انصاف، عدالت در دسترس بودن درمان‌ها

منابع

1. Tingle TC · Patel H · Horea I. HPR88 Revolutionizing Market Access: AI-Driven Pricing Strategies in the Pharmaceutical Industry. *value in health* 2023; 27(12): S292.
2. Farah L. Borget I. Martelli N. International Market Access Strategies for Artificial Intelligence-Based Medical Devices: Can We Standardize the Process to Faster Patient Access. *Mayo Clin Proceed* 2023;1(3):406-412.
3. Gensorowsky D. Witte J. Batram M. Greiner W. Market access and value-based pricing of digital health applications in Germany. *Cost Eff Resour Alloc* 2022; 20 (1): 25.
4. Apell P. Eriksson H. Artificial intelligence (AI) healthcare technology innovations: the current state and challenges from a life science industry perspective. *Technol Anal Strateg Manag* 2023; 35 (2): 179-193.
5. Vokinger KN. Gasser U. Regulating AI in medicine in the United States and Europe. *Nat Mach Intell* 2021;3 (9): 738-739.
6. Farah L. Murriss JM. Borget I. Guilloux A. Assessment of performance, interpretability, and explainability in artificial intelligence-based health technologies: what healthcare stakeholders need to know. *Mayo Clinic Proceedings: Digital Health* 2023;1 (2) : 120-138.
7. Panteli D. Eckhardt H. Nolting A. Busse R. Kulig M. From market access to patient access: overview of evidence-based approaches for the reimbursement and pricing of pharmaceuticals in 36 European countries. *Health Res Policy Syst* 2015;13 (9): 39.