



جمهوری اسلامی ایران
وزارت امور اقتصادی و دارایی

معاونت سیاست گذاری اقتصادی

بررسی وضعیت عرضه اینترنتی دارو در
ایران و مرور تجربیات بین المللی
۱۴۰۲

دبیرخانه کارگروه اقتصاد دیجیتال
آذرماه ۱۴۰۲

به نام خدا

بررسی وضعیت عرضه اینترنتی دارو در ایران و مرور تجربیات بین‌المللی

اندیشکده اقتصاد دانش بنیان

علیرضا بهرامی

رضا ملکی، رضا مهری

عسگر سرمست، وحید فولادگر

پوریا فتحعلی

آذرماه ۱۴۰۲

تهیه و تدوین

نویسنده

همکاران

ناظران

تأییدکننده

تاریخ انتشار

۱.	مقدمه	۲
۲.	بیان مسئله	۲
۳.	تاریخچه تحویل غیر حضوری فرآورده‌های سلامت محور	۲
۴.	مجوز فروش اینترنتی اقلام سلامت محور غیر دارویی در داروخانه	۴
۵.	فرایند دریافت مجوز	۴
۶.	بررسی وضعیت فعلی داروخانه‌های دارای مجوز	۵
۷.	وضعیت خرید اینترنتی دارو در سایر کشورها	۷
۸.	چشم‌انداز اقتصادی دارورسانی بر خط	۸
۹.	جمع‌بندی و راهکارهای پیشنهادی	۱۰
۱۰.	پیوست	۱۱
۱۱.	منابع	۱۲
۱۲.	فهرست اشکال	۱۳

امروزه توزیع عادلانه دسترسی به خدمات پزشکی در جامعه، از اولویتهای هر کشور است. برای دستیابی به این هدف در بسیاری از کشورها، فراهم آوردن خدمات پزشکی از راه دور یکی از راهکارهای موفق در این زمینه است. خدمات درمانی و آزمایشگاهی در محل (خارج از مراکز درمانی) و پایش سلامت از راه دور از جمله مواردی هستند که زنجیره خدمات پزشکی از راه دور را تکمیل می کنند. با وجود قدمت دیرینه این خدمات، فناوری اطلاعات نقش مؤثری در رشد این حوزه داشته است. در این میان، مشاوره پزشکی از راه دور و تحویل دارو درب منزل را می توان از اساسی ترین خدمات سلامت الکترونیک قلمداد کرد. در این گزارش تلاش شده تا وضعیت عرضه اینترنتی دارو در ایران و تجربیات بین المللی مرتبط با این موضوع، مورد بررسی قرار گیرد.

۲. بیان مسئله

در اوایل همه گیری ویروس کرونا نیازمندی مردم به خدمات حوزه سلامت و جلوگیری از مراجعه حضوری به مطب پزشکان و داروخانه ها، اهمیت ثبت سفارش دارو از طریق داروخانه ها را به صورت اینترنتی بیشتر کرد. افزایش نیازهای این چنین باعث شده تا در سال ۱۳۹۹ برخی از فروشگاه های اینترنتی، بخش سلامت را به خدمات خود اضافه کنند تا در آن بخش اقلامی همچون مکمل های ورزشی، ویتامین ها و مکمل های تقویتی را با تهیه از داروخانه به مشتری عرضه نمایند. در کنار این موضوع، برخی از سکوها، امکان تهیه دارو با نسخه الکترونیکی را فراهم نمودند تا از حجم حضور بیماران در داروخانه بکاهند. اما در مقطع ذکر شده مخالفت هایی با این رویه مطرح شد. در واقع مخالفت ها برگرفته از شرایط موجود در دستورالعمل سازمان غذا و دارو برای مجوز فروش اینترنتی اقلام سلامت محور غیر دارویی بود. مطابق با این ضابطه [۱] داروخانه ها نمی توانند فرآورده های دارویی را در تارنمای اختصاصی خود به فروش برسانند. این موضوع موجب عدم رشد فروش اینترنتی داروها شد.

۳. تاریخچه تحویل غیر حضوری فرآورده های سلامت محور

در اوایل دهه ۹۰ شمسی با افزایش ضریب نفوذ اینترنت و همچنین افزایش تلفن های همراه هوشمند، تجارت الکترونیکی در ایران شکل گرفت. با افزایش کاربران و نیاز به اعتماد سازی برای سفارش اینترنتی، نهادهای مختلف سعی کردند که ضوابطی را برای کسب و کارهای اینترنتی مشخص کنند. سازمان غذا و دارو نیز متناسب با این موضوع در سال ۱۳۹۳ «دستورالعمل فروش اینترنتی اقلام غیر دارویی در داروخانه های کشور» را تهیه و ابلاغ کرد. در سال ۱۳۹۷ اصلاحاتی در این ضابطه از جمله تغییر در فرایند اخذ مجوز اعمال شد. [1] قابل ذکر است که طبق این ضابطه هر داروخانه که مجوز بهره برداری از سازمان غذا و دارو دریافت کرده باشد، با تأسیس تارنمای اینترنتی تنها می تواند اقلام غیر دارویی را به فروش برساند. اقلام سلامت محور غیر دارویی شامل مکمل های تغذیه، داروهای گیاهی، شیر خشک و لوازم آرایشی و بهداشتی است. مطابق این ضابطه حتی داروخانه دارای مجوز با حضور مسئول فنی، نیز امکان عرضه دارو به صورت اینترنتی ندارند.

این در حالی است که تحویل دارو درب منزل در ایران، از جمله اهداف محقق نشده مسئولین وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی حتی پیش از شیوع ویروس کرونا بوده است. به طور مثال سخنگوی وقت این وزارتخانه در آذر ۱۳۹۷، از تحویل داروهای بیماران خاص درب منازل بیماران خبر داد.^۱ همچنین وزیر وقت بهداشت در مرداد ۱۳۹۸، اعلام کرد که با طراحی سامانه‌ای، داروهای بیماران خاص در آینده نزدیک، درب منزل تحویل داده می‌شود.^۲ در ابتدای همه‌گیری ویروس کرونا (فروردین ۱۳۹۹)، ارسال دارو توسط داروخانه‌ها یکی از راهکارهای وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی برای مهار شیوع بیماری در داروخانه‌ها در توصیه‌نامه‌ها^۳ بود.



شکل ۱ توصیه‌نامه وزارت بهداشت برای مبارزه با ویروس کرونا در داروخانه

در سال ۱۳۹۹ سکوه‌های اینترنتی شناخته شده، تلاش کردند تا با ورود به حوزه سلامت، نقش خود را در زمینه مبارزه با ویروس کرونا ایفا کنند. به طور مثال سکوه‌های فعال در کشور امکان عرضه اقلامی مانند مکمل‌های ورزشی، ویتامین‌ها، مکمل‌های تقویتی و کیت‌های آزمایشی را از طریق داروخانه دارای مجوز فروش اینترنتی به مشتری فراهم آوردند.

اهمیت موضوع فوق‌الذکر، سبب شد تا تصمیم‌گیری در این رابطه در سطح هیئت وزیران صورت گیرد. در تیرماه ۱۴۰۱، آیین‌نامه حمایت از تولید، دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین در حوزه سلامت مصوب هیئت وزیران ابلاغ شد. در تبصره ۲ ماده ۸ این آیین‌نامه به موضوع توزیع دارو از طریق سکوها و کسب‌وکارهای اینترنتی اشاره شده و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی موظف شده است با همکاری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات دستورالعمل مربوطه را تدوین و ابلاغ نماید. با این حال پس از گذشت بیش از یک سال از تصویب آیین‌نامه، هنوز دستورالعملی از سوی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی ابلاغ نشده است.^۴

^۱ قابل دسترسی در: <https://www.mehrnews.com/news/4477961>

^۲ قابل دسترسی در: <https://www.mehrnews.com/news/4693556>

^۳ قابل دسترسی در: <https://salamat.iau.ir/file/download/regulation/1587445280-.pdf>

^۴ بند مذکور آیین‌نامه در پیوست قابل مشاهده است

در ۱۰ آذر ۱۴۰۱، به درخواست خانواده‌های بیماران S.M.A برای تأمین داروهای مصرفی این قشر، رئیس‌جمهور دستور تأمین این اقلام را تا تحویل دارو درب منازل بیماران صادر کرد.^۵ به سبب این موضوع امکان دارورسانی برای اقشار خاص جامعه از جمله جانبازان ۷۰ در صد و بیماران ام. اس. توسط سازمان غذا و دارو فراهم شد.^۶ سازوکار دارورسانی برای جانبازان ۷۰ در صد و بیماران ام. اس. بدین صورت است که شرکت بیمه مجری طرح با داشتن فهرست بیماران تحت پوشش و نسخه مصرف دوره‌ای، از طریق داروخانه اقدام به ارسال دارو برای بیماران نموده و از سوی مسئول فنی به صورت تلفنی دستورالعمل مصرف اقلام به بیمار اعلام می‌شود. طبق اعلام بیمه دی (مجری طرح فوق)، با تمدید مجوز سازمان غذا و دارو طرح دارورسانی در سراسر کشور از تاریخ مردادماه ۱۴۰۲ برای جانبازان در حال اجرا است.

۳-۱. مجوز فروش اینترنتی اقلام سلامت محور غیردارویی در داروخانه

همان‌طور که اشاره شد در تاریخ ۱۳۹۳/۱۲/۰۹ شرایط و سازوکار فروش اقلام سلامت محور غیردارویی برای داروخانه‌ها توسط سازمان غذا و دارو مشخص گردید. طبق این دستورالعمل، فروش اینترنتی اقلام غیردارویی توسط داروخانه صرفاً با تأسیس تارنما و اخذ مجوز نماد الکترونیکی از مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، امکان‌پذیر است. در ادامه به فرایند دریافت این مجوز، وضعیت فعالان دارای این مجوز و اتصال مجوز به درگاه ملی مجوزها پرداخته شده است.

۳-۲. فرایند دریافت مجوز

سیر اخذ مجوز در ابتدا که در شکل ۲ نیز آمده است، بدین صورت بوده است که داروخانه درخواست خود را به دانشگاه علوم پزشکی (تحت پوشش خود) اعلام می‌کند. در صورت تأیید واحد فناوری اطلاعات دانشگاه، داروخانه به مرکز توسعه تجارت الکترونیکی جهت دریافت نماد اعتماد الکترونیکی معرفی می‌شود. در صورت دریافت نماد اعتماد، درخواست داروخانه به کمیسیون ماده ۲۰ امور داروخانه‌ها ارجاع می‌شود. در صورت تأیید کمیسیون به داروخانه مجوز یک‌ساله اعطا می‌گردد و تمدید مجوز با درخواست مجدد داروخانه به دانشگاه و طرح در کمیسیون امکان‌پذیر است.



شکل ۲ مراحل اعطای مجوز فروش اینترنتی اقلام غیر دارویی

^۵ قابل دسترسی در: <https://www.iribnews.ir/00DocE>

^۶ قابل دسترسی در: <https://www.isna.ir/news/1401080704127>

ضابطه فروش اینترنتی فرآورده‌های سلامت غیردارویی در داروخانه در سال ۱۳۹۷ اصلاح و توسط رئیس سازمان غذا و دارو ابلاغ شده و همچنین دستورالعمل قبلی (۱۳۹۳) فاقد اعتبار اعلام می‌شود.^۷ در این ضابطه به تعریف اقلام سلامت محور غیردارویی، گیاهان دارویی به صورت فراوری نشده/دم‌نوش/فرآورده طبیعی، سنتی حاوی گیاهان دارویی اضافه شده و تأییدیه واحد فناوری اطلاعات دانشگاه و نیز طرح در کمیسیون ماده ۲۰ حذف گردیده است.



شکل ۳ مراحل اعطای مجوز فروش اینترنتی اقلام غیردارویی بعد از اصلاح

در این ضابطه علاوه بر ممنوعیت فروش اقلام دارویی، شرایط دیگری هم برای داروخانه‌ها اعمال شده است؛ به طور مثال «کلیه اشخاص حقوقی، داروخانه‌های آموزشی، دولتی و داخلی بیمارستان، درمانگاه، پلی کلینیک و دی کلینیک و مراکز جراحی محدود مشمول اخذ مجوز فروش اینترنتی از دانشگاه نبوده و فعالیت آنها در این زمینه ممنوع می‌باشد.» همچنین صدور بیش از یک مجوز فروش اینترنتی برای هر داروخانه ممنوع است. از دیگر شرایط دریافت مجوز، داشتن نمره ارزشیابی سالانه بیشتر از ۷۵۰ است. باتوجه به این شرط اعطای مجوز حداقل یک سال پس از تأسیس داروخانه فیزیکی انجام خواهد گرفت.

۴. بررسی وضعیت فعلی داروخانه‌های دارای مجوز

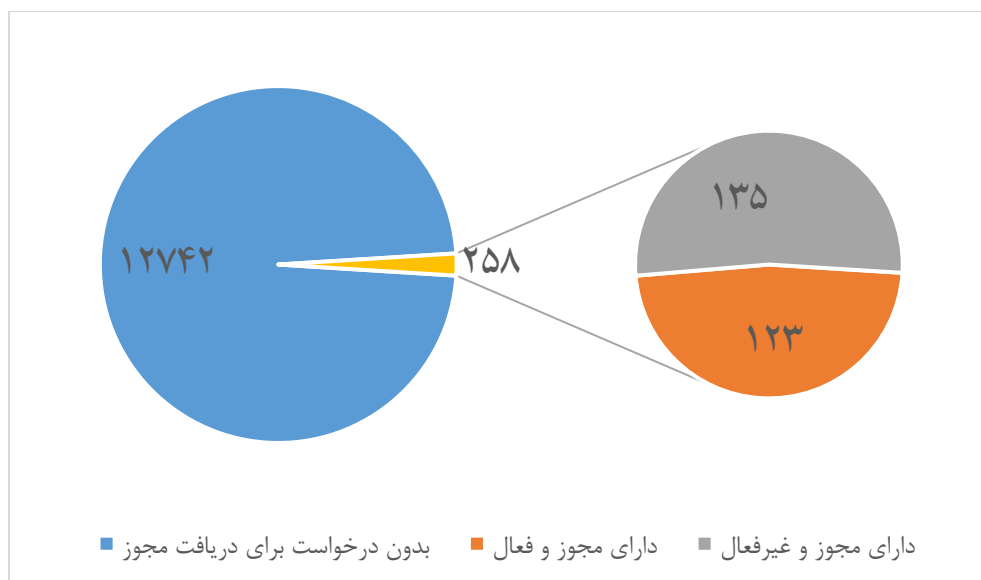
همان‌طور که گفته شد هر داروخانه صرفاً با ایجاد تارنمای اختصاصی خود می‌تواند فروش اینترنتی داشته باشد و از طریق پلتفرم‌های میزبان مثل «دیجی کالا» یا «باسلام» امکان فعالیت و دریافت مجوز وجود ندارد. این در حالی است که بیماران یا همراه‌شان لزوماً داروخانه محل مراجعه درمانگاه و بیمارستان خود را نمی‌شناسند، چه برسد که از سایت آن اطلاع داشته و بخواهند ثبت سفارش دهند. علاوه بر این بیماران اعتماد کمتری به تارنماهای گمنام و متعدد و کیفیت ارائه خدمات توسط آنها دارند.

^۷ با وجود اعلام بی اعتباری این ضابطه همچنان برخی از دانشگاه‌های علوم پزشکی طبق آن مجوز دهی می‌کنند. از نشانه‌های این اقدام، مجوز یکساله است که در ضابطه اصلی باید مجوز به اندازه اعتبار اعتماد الکترونیکی اعتبار داشته باشد که ۴ ساله می‌شود.

به این ترتیب در این مدل دسترسی راحت تر و سریع تر به خدمات دارویی برای بیماران و متقاضیان میسر نمی شود و با این رویه خریداران باید به چندین داروخانه مراجعه کرده تا شاید در یکی از آنها داروی مورد نظر پیدا شود. در حالی که سکوها می توانند نیاز کاربران را تقسیم کرده و به داروخانه نزدیک تر درخواست دهند و حتی در این صورت قیمت اقلام غیر دارویی یا هزینه ارسال مقایسه گردد. از طرفی دیگر، سکوهایی شناخته شده در سطح جامعه به جهت تجربه کاری و شناخت از سلاقی کاربران امکان ارائه خدمات با کیفیت و سرعت بالاتر و هزینه کمتر را خواهند داشت. این در حالی است که داروخانه ها به جهت کمبود تخصص ذکر شده به تنهایی و بدون تعامل با سکوها امکان ایجاد تجربه مثبت برای متقاضیان را ندارد؛ لذا در صورت تلفیق تجربه سکوهایی بومی با تجربه فنی دارو سازان امکان ایجاد ظرفیت جدید برای ارائه خدمات با کیفیت تر برای بیماران فراهم می شود.

به طور کلی داروخانه ها دارای مجوز باید در دسترس کاربران باشند. در حالی که کاربران در جستجوی داروخانه اینترنتی در موتورهای جستجو، تنها به برخی از داروخانه های در شهر تهران می رسند و پیدا کردن سایت یک داروخانه اینترنتی در دیگر مناطق کشور به راحتی امکان پذیر نیست. این دلیل نیز بیانگر نیاز داروخانه ها به حضور در سکوهایی خدمت رسان است.

در این خصوص شایان ذکر است فهرست داروخانه های دارای این مجوز (فروش اینترنتی اقلام غیر دارویی) توسط سازمان غذا و دارو تنها در سال ۱۴۰۰ منتشر شده است.^۸ از حدود سیزده هزار داروخانه فعال،^۹ فقط دویست و پنجاه و هشت داروخانه این مجوز را دریافت کردند.^{۱۰} طبق بررسی های صورت گرفته، تنها تارنمای صد و بیست و سه داروخانه فعال هستند.^{۱۱} این یعنی با اینکه کمتر از ۱ درصد از داروخانه های فعال کشور دارای مجوز فروش بوده، بیش از پنجاه درصد آن هم غیر فعال است.



شکل ۴ سهم داروخانه های اینترنتی در سال ۱۴۰۰

^۸ بنا به اعلام رئیس سازمان غذا و دارو در اسفند ۱۴۰۱، تنها ۵۰۰ داروخانه مجوز فروش آنلاین مکمل دریافت کرده اند. فهرست دارندگان این مجوز منتشر نشده است.

^۹ قابل دسترسی در: <https://www.imna.ir/news/558304>

^{۱۰} قابل دسترسی در: <https://media.mehrnews.com/d/2021/11/15/0/3957330.pdf>

^{۱۱} یافته های تحقیق

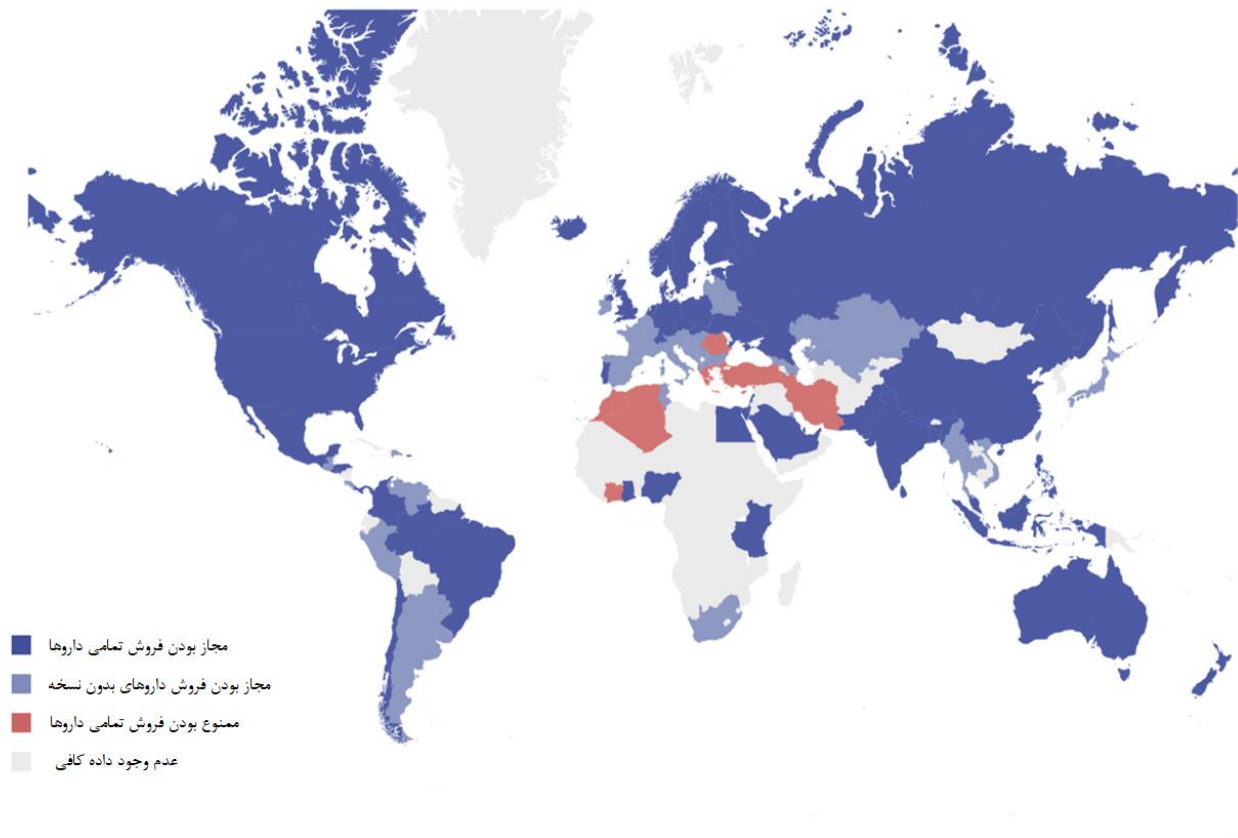
بررسی‌های به‌عمل‌آمده نشانگر این است که ضابطه فعلی، فاقد صرفه اقتصادی لازم برای اکثریت داروخانه‌های کشور است؛ چرا که تأمین هزینه‌های بالای طراحی و مدیریت زیر ساخت برای تارنمای اختصاصی فروش اقلام سلامت‌محور برای همه داروخانه‌ها امکان‌پذیر نیست و فضای انحصاری به وجود آمده ناشی از شرایط مندرج در مجوز، سبب شده تا با وجود علاقه داروخانه‌ها برای گسترش بازار خود، از این ظرفیت محروم بمانند؛ لذا در صورت حذف شرط معرفی تارنمای اختصاصی و امکان حضور در سکوها، ذکر شده هزینه شروع کسب‌وکار به شدت کاهش می‌یابد و فرصتی برابر برای داروخانه‌های سراسر کشور، در ارائه خدمات به صورت اینترنتی فراهم می‌شود. در نهایت لازم به ذکر است سیاست اعطای تارنمای اختصاصی به هر داروخانه به دلیل مشکلات فوق‌الذکر عملاً کارایی لازم را نداشته و به نظر می‌رسد کشور برای توسعه زیست‌بوم اقتصاد دیجیتال در حوزه سلامت نیاز به رسمیت‌شناختن فروش دارو از طریق پلتفرم‌های آنلاین است.

۵. وضعیت خرید اینترنتی دارو در سایر کشورها

امروزه یکی از موضوعاتی که همواره توسط تصمیم‌گیران نسبت به اجرای یک سیاست مورد توجه قرار می‌گیرد، تجربه اجرای آن سیاست توسط کشورهای مختلف است. به همین منظور ضرورت دارد تا موضوع فروش اینترنتی دارو در سایر کشورها بررسی شود. به طور مثال در یکی از مطالعات بین‌المللی که توسط گروه پژوهشی Convert Group در این حوزه انجام گرفته است وضعیت امکان دارورسانی برخط در ۹۶ کشور مورد بررسی قرار گرفته است که در نتیجه آن نقشه امکان‌پذیری خرید اینترنتی اقلام دارویی منتشر شده است (شکل ۵). بر اساس این پژوهش در ۴۷ کشور (آبی پررنگ) امکان خرید داروی نسخه‌ای و بدون نسخه به صورت برخط وجود دارد. همچنین در حدود ۹۰ کشور (آبی کم‌رنگ) که در نقشه آمده است، فقط امکان خرید داروهای بدون نسخه به صورت برخط فراهم است. لازم به ذکر است که در این پژوهش امکان خرید اینترنتی اقلام دارویی مورد بررسی قرار گرفته و امکان خرید اقلام غیردارویی در این پژوهش مورد بررسی قرار نگرفته است.^{۱۲}

باتوجه به شکل ۵ می‌توان دریافت که بخش قابل‌توجهی از کشورهای توسعه‌یافته توانسته‌اند با غلبه بر چالش‌های حوزه دارو رسان آنلاین، با بهره‌مندی از رشد اقتصاد دیجیتال در بخش سلامت، رفاه عمومی را در کشور خود افزایش دهند.

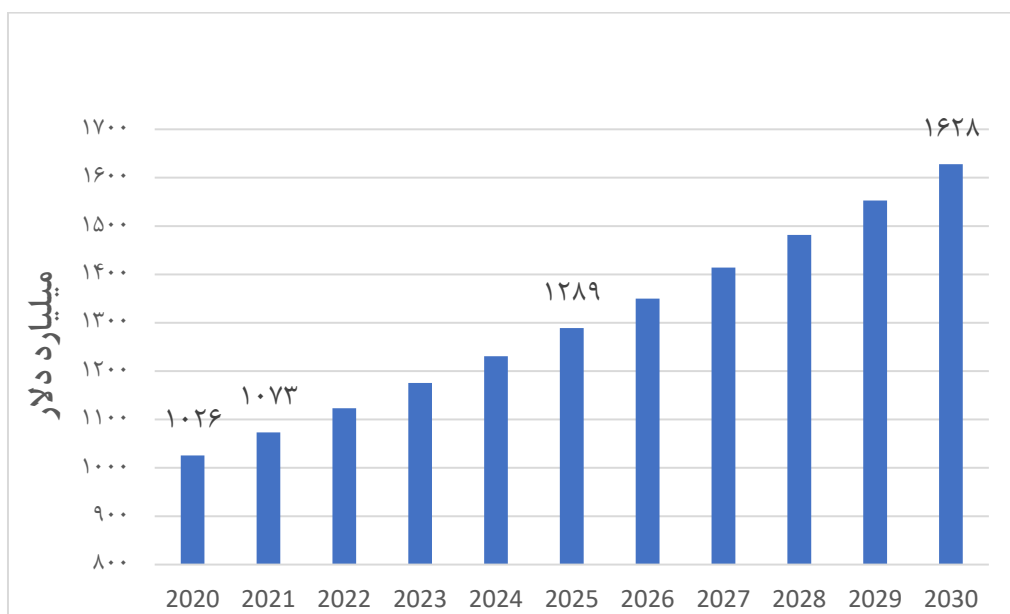
^{۱۲} قابل دسترسی در: <https://epharmacy-data-assets.s3.amazonaws.com/production/media/uploads/2022/10/21/b2-countries-rx-otc-2.png>



شکل ۵ وضعیت امکان خرید اینترنتی فرآورده‌های دارویی در جهان
در این پژوهش اقلام دارویی (داروهای با نسخه و بدون نسخه) مورد بررسی قرار گرفته و اقلام غیردارویی مورد بررسی قرار نگرفته است

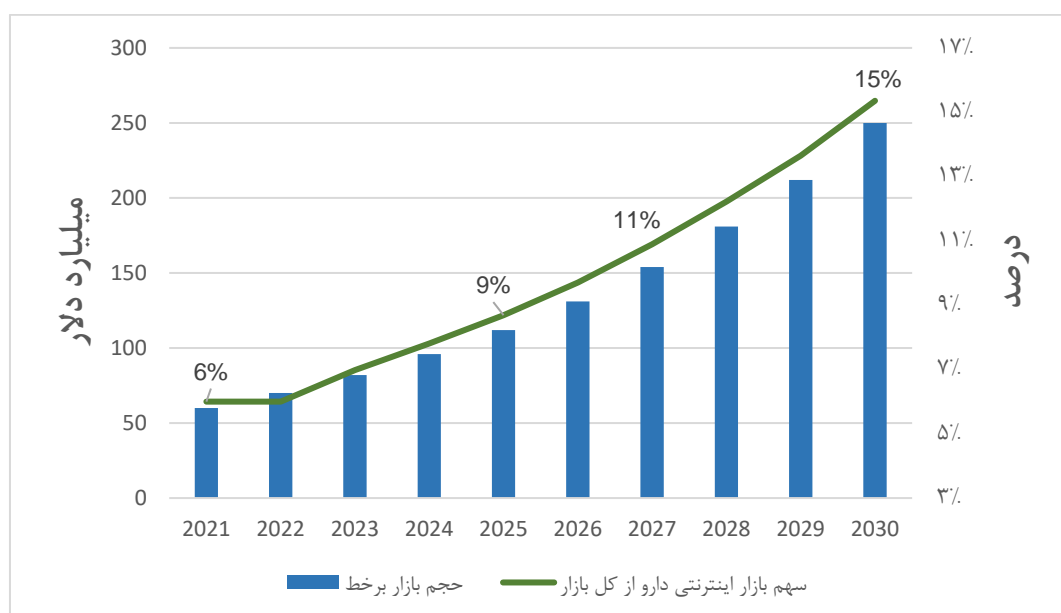
۶. چشم‌انداز اقتصادی دارورسانی برخط

بررسی ابعاد اقتصادی و حجم بازار میتواند نقش مهمی در تصمیم‌گیری در خصوص کسب و کارها داشته باشد. طبق تخمین شرکت پریسیدنس ریسرچ (precedence research) که پیش‌بینی‌های راهبردی برای بازار ارائه می‌کند، حجم بازار جهانی دارو در سال ۲۰۲۱، حدود هزار میلیارد دلار است [4]. پیش‌بینی می‌شود حجم بازار تا سال ۲۰۳۰ بیش از هزار و شصت میلیارد دلار رشد کند که این میزان از رشد، به دلایل افزایش نرخ بیماری‌ها، افزایش افراد مسن و تنوع نسخه‌ها خواهد بود. (شکل ۶)



شکل ۶ حجم بازار دارو [4]

مطابق شکل بر اساس گزارش پژوهشی شرکت پرسیدنس ریسرچ (precedence research) حجم بازار فروش برخط دارو در جهان در سال ۲۰۲۱ شصت میلیارد دلار برآورد شده است. به دلایل افزایش ضریب نفوذ اینترنت، استقبال از تلفن‌های همراه و فناوری‌های نوین و رشد سلامت الکترونیک پیش‌بینی این شرکت این است که تا سال ۲۰۳۰ حجم این بازار به دویست و پنجاه و شش میلیارد دلار خواهد رسید که نشانگر رشد سیصد درصدی آن است. [5] (شکل ۷) این در حالی است که طبق پیش‌بینی همان شرکت رشد حجم کل صنعت دارو در این بازه زمانی تنها پنجاه درصد خواهد بود. این مقایسه نشان می‌دهد که خدمات تحویل اینترنتی دارو با سرعت قابل توجهی در حال رشد بوده و رشدی فراتر از رشد اقتصاد صنعت دارو خواهد داشت.



شکل ۷ برآورد حجم بازار فروش داروی برخط و سهم آن به کل بازار فروش دارو [5]

بررسی‌های صورت‌گرفته در شکل و شکل نشان می‌دهد فروش اینترنتی دارو و اقلام سلامت محور در سال‌های آینده رشد چشمگیری خواهد داشت و خدمت دارورسانی به‌صورت دیجیتالی توسعه خواهد یافت.

۷. جمع‌بندی و راهکارهای پیشنهادی

همان‌طور که در بخش‌های قبلی اشاره شد فناوری اطلاعات می‌تواند دسترسی جامعه به خدمات پزشکی را افزایش دهد. داروسازی نیز یکی از این خدمات به شمار می‌آید که می‌تواند چالش‌های خانواده بیماران را برای یافتن دارو کاهش دهد. این موضوع به‌ویژه برای مناطق کم‌برخوردار سبب افزایش دسترسی به داروخانه خواهد شد.

در ابتدای شکل‌گیری تجارت الکترونیکی در ایران، ضوابط مربوط به فروش اقلام غیردارویی توسط سازمان غذا و دارو ابلاغ شد و برای برخی داروخانه‌ها امکان فروش مکمل‌های ورزشی از طریق اینترنت فراهم آمده است. با وجود اینکه این داروخانه‌ها مجوز فروش اینترنتی دارند، نمی‌توانند از طریق سکوه‌های برخط داروی خود را بفروش برسانند و باید حتماً در تارنمای خود اقدام به فروش اقلام غیردارویی کنند. از سوی دیگر هر چند این طرح (طرح داروسازی تا درب منزل) در دولت سیزدهم اجرایی شد؛ اما اجرای آن محدود بوده و این طرح تاکنون به صورت جدی و گسترده در ایران به رسمیت شناخته نشده است و سکوه‌های فعال در این زمینه نیز با چالش‌ها و ریسک‌های قانونی متعددی روبه‌رو هستند.

بررسی‌های صورت‌گرفته نشان می‌دهد در بسیاری از کشورها امکان خرید اقلام دارویی به صورت اینترنتی وجود دارد و در این کشورها راهکاری برای حل چالش‌های عرضه اینترنتی دارو اتخاذ شده است.

تلاش‌های مسئولین سازمان غذا و دارو برای ایجاد بستری برای تأمین و ارسال دارو برای بیماران خاص و مجوزدهی به داروخانه برای فروش اینترنتی اقلام غیردارویی اقدامی قابل‌تحسین است؛ ولی این شیوه با توجه به محدودیت‌های موجود، پاسخگوی تمام نیازهای جامعه نیست. در این میان کسب‌وکارهای اینترنتی به طور محدود با همکاری بخشی از داروخانه‌ها توانسته‌اند جستجو برای تهیه دارو را تسهیل کنند. تدوین دستورالعمل تبصره ۲ ماده ۸ آیین‌نامه حمایت از تولید دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین در حوزه سلامت، می‌تواند گام جدی در تحقق رشد سلامت الکترونیکی و پرونده سلامت ایرانیان باشد و با مشخص شدن قواعد فنی، توسط سازمان غذا و دارو، می‌تواند در جهت تسهیل یافتن دارو مؤثر باشد. با توجه به سیاست‌های دولت در بهبود محیط کسب‌وکار و تسهیل در شرایط راه‌اندازی فعالیت‌های اقتصادی امکان ورود داروخانه خرد در سراسر کشور با کمترین هزینه به چرخه فروش یکی از مواردی است که باید در تدوین دستورالعمل موردتوجه قرار گیرد.

همچنین اتصال داده‌ها به سامانه ردیابی، رهگیری و کنترل اصالت دارو (TTAC) می‌تواند نظارت هوشمند و دقیق‌تری فراهم کند به طوری که در کنار رصد داروها، بتوان از عرضه داروهای غیرمجاز و تاریخ مصرف گذشته جلوگیری کرد. نکته دیگری که باید موردتوجه قرار گیرد این است که نبود ضوابط مشخص ضد انحصاری برای این کسب‌وکارها می‌تواند به تک‌قطبی شدن بازار منجر شود. این موضوع موردتوجه هیئت وزیران نیز قرار گرفته و در بخشی از آیین‌نامه به تدوین دستورالعمل مربوطه «با رعایت اصل رقابت و جلوگیری از انحصار» اشاره شده است. از این‌رو توجه متولیان تدوین دستورالعمل به رعایت اصول رقابتی و ضد انحصاری می‌تواند منجر به بهبود کارایی، عملکرد و توسعه بیشتر بازار دارو و نظام سلامت کشور شود.

ماده ۸ آیین‌نامه حمایت از تولید دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین در حوزه سلامت

ماده ۸ - وزارت با همکاری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات موظف است ظرف دو ماه از تاریخ ابلاغ این آیین‌نامه، برنامه هوشمندسازی زنجیره تأمین خدمات و فرآورده‌های سلامت‌محور را با محوریت اجزای نظام تنظیم‌گری - کاروری (رگولاتوری - اپراتوری) و با استفاده از توانمندی شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه فناوری اطلاعات، باهدف افزایش کیفیت خدمات به گروه‌های هدف مختلف نظام سلامت، کاهش قاچاق معکوس فرآورده‌های سلامت‌محور، کاهش مخاطرات جانی و اقتصادی فعالیت‌های سوداگرانه و بهبود ابزارهای حکمرانی در کارگروه ویژه اقتصاد دیجیتال، موضوع تصویب‌نامه شماره ۱۲۳۳۱۳/ت۵۹۳۶۹هـ مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۱۱ به تصویب برساند.

تبصره ۱- معاونت مکلف به معرفی و حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات مکلف به تأمین زیرساخت‌های تبادل اطلاعات است.

تبصره ۲- وزارت با همکاری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات مکلف است زمینه عملیاتی‌شدن توزیع دارو از طریق سکو (پلتفرم) ها و کسب‌وکارهای اینترنتی را با رعایت اصل رقابت و جلوگیری از انحصار عملیاتی نماید. دستورالعمل این تبصره ظرف دو ماه از تاریخ ابلاغ این آیین‌نامه توسط وزارت و با همکاری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات تدوین و ابلاغ می‌شود.

- [۱] [Online]. Available: <https://arakmu.ac.ir/vcfd/fa/regulation/637>. [ادرون خطی]
- [۲] [Online]. Available: <https://ifdana.fda.gov.ir/fa/News/17962>. [ادرون خطی]. "پایگاه خبری سازمان غذا و دارو،"
- [۳] [Online]. Available: <https://ifdana.fda.gov.ir/fa/News/18410>. [ادرون خطی]. "پایگاه خبری سازمان غذا و دارو،"
- [۴] [Online]. Available: <https://www.precedenceresearch.com/insightimg/Pharmacy-Market-Size-2020-to-2030.jpg>
- [۵] Available: <https://www.precedenceresearch.com/epharmacy-market>
- [۶] [Online]. Available: https://www.garrigues.com/en_GB/new/pharma-updates-2-2013.
- [۷] [Online]. Available: <https://www.bnamed.net/en/extensies/Pharmacy>.
- [۸] "Business Insider," [Online]. Available: <https://www.businessinsider.com/online-pharmacy-pillpack-revenue-projections-amid-amazon-deal-2019-5>.
- [۹] PillPack, [Online]. Available: <https://www.pharmacyos.com/>.
- [۱۰] "CNBC," [Online]. Available: <https://www.cnbc.com/2019/05/10/why-amazon-bought-pillpack-for-753-million-and-what-happens-next.html>.
- [۱۱] "CNBC," [Online]. Available: <https://www.cnbc.com/2020/11/17/walgreens-drops-11percent-to-lead-drug-store-stocks-lower-after-amazon-launches-pharmacy-business.html>.
- [۱۲] "CNBC," [Online]. Available: <https://www.cnbc.com/2019/07/19/amazon-may-sue-surescripts-after-threat-to-cut-off-data-from-pillpack.html>.
- [۱۳] "EUR-Lex," [Online]. Available: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>.
- [۱۴] "FIP," International Pharmaceutical Federation, [Online]. Available: <https://www.fip.org/press-releases?press=item&press-item=114>.
- [۱۵] "Online-medicine-retailers," [Online]. Available: https://www.bfarm.de/EN/Medicinal-products/Information-on-medicinal-products/Online-medicine-retailers/Registered-Retailers/_artikel.html.
- [۱۶] "Online-medicine-retailers," [Online]. Available: https://www.bfarm.de/EN/Medicinal-products/Information-on-medicinal-products/Online-medicine-retailers/_node.html.

۱۰. فهرست اشکال

- شکل ۱ توصیه نامه وزارت بهداشت برای مبارزه با ویروس کرونا در داروخانه..... ۳
- شکل ۲ مراحل اعطای مجوز فروش اینترنتی اقلام غیرداروئی..... ۴
- شکل ۳ مراحل اعطای مجوز فروش اینترنتی اقلام غیرداروئی بعد از اصلاح..... ۵
- شکل ۴ سهم داروخانه های اینترنتی..... ۶
- شکل ۵ وضعیت امکان خرید اینترنتی فرآورده های دارویی در جهان..... ۸
- شکل ۶ حجم بازار دارو [۴]..... ۹
- شکل ۷ برآورد حجم بازار داروخانه برخط و سهم آن به کل بازار فروش دارو [۵]..... ۹