

بررسی استراتژیک میزان اقبال پزشکان متخصص سرطان ایرانی نسبت به داروهای ضد سرطان تولید داخل

محمد مهدی مظلومی شمالی، فرامرز شاه محمدی

سازمان مدیریت صنعتی، تهران، ایران

چکیده

یکی از مهم‌ترین بخش‌های مورد نیاز دارویی کشور که تولید داخل پاسخ‌گوی آن نیست و از خارج از کشور وارد می‌شود داروهای فوق تخصصی نیازمند تکنولوژی بالا جهت تولید است. داروهای ضد سرطان به عنوان یکی از شاخص‌ترین گروه‌های دارویی فوق تخصصی اغلب در فهرست داروهای وارداتی قرار داشته‌اند. در چند سال اخیر، تعدادی از تولیدکنندگان داخلی دارو اقدام به تولید داروهای ضد سرطان داخلی کرده‌اند، اما متأسفانه محصولات آن‌ها با اقبال چندانی از سوی متخصصین سرطان داخل کشور قرار روبرو نشده است. هدف از این مطالعه بررسی استراتژیک علل عدم استقبال متخصصین سرطان از داروهای ضد سرطان تولید داخل است. روش تحقیق به کار گرفته شده در این مطالعه مدل سازی ساختاری تفسیری (ISM) است. در این مطالعه ابتدا عوامل مؤثر بر انتخاب برند داروی ضد سرطان از جانب پزشکان متخصص سرطان داخلی شناسایی می‌شوند. سپس همه این عوامل به صورت زوجی با یکدیگر مقایسه شده و رابطه بین آن‌ها از نظر تاثیرگذاری و تأثیرپذیری تعیین می‌شود. در مرحله بعد عوامل مؤثر به سطوح مختلفی دسته‌بندی شده و در قالب یک نمودار مفهومی که عوامل را در سطوح مختلف از نظر تأثیر گذاری یا تأثیر پذیری سطح‌بندی کرده، همچنین جهت رابطه بین عوامل را نشان می‌دهد (شکل مفهومی ISM) نمایش داده می‌شوند. در نهایت با مراجعه به شکل حاصل از مطالعه، پیشنهاداتی جهت افزایش اقبال پزشکان متخصص سرطان به داروهای ضد سرطان ایرانی ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: نگرش، سرطان، ضد سرطان، دارو.

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۴، شماره ۱، بهار ۱۳۹۷، صفحات ۸۵-۱۰۰