



کافی است برای صنعت داروسازی دل بسوزانیم

نویسنده:
دکتر علی منتظری

همه مسئولین آگاهند که سیاستهای کلی اقتصاد مقاومتی توسط مقام رهبری ابلاغ شده و قوای سه گانه ی کشور موظف شده اند که بی درنگ نسبت به اجرای آن اقدام نمایند. در عرصه داروسازی تاکید بر اقتصاد مقاومتی به معنی ایجاد و تقویت زیرساخت های مورد نیاز برای تولید فرآورده های دارویی و مواد اولیه می باشد. ساماندهی تقاضا و ممانعت از تقاضای القائی و اجازه تجویز صرفاً براساس نظام سطح بندی و راهنمایی های بالینی، طرح ژنریک و نظام دارویی ملی کشور، سیاستگذاری و نظارت کارآمد بر تولید، مصرف و واردات دارو با هدف حمایت از تولید داخلی و توسعه صادرات می باشد.

خوشبختانه مسئولین دارویی کشور بسیار آگاه و مسلط به عرصه داروسازی بین المللی هستند. آن ها ضمن بازدید از کشورهای مختلف و ملاحظه پایان نامه های دانشجویی با راهنمایی خودشان به خوبی می دانند که چگونه هند، چین، برزیل، ترکیه و ... مدل توسعه را در صنایع دارویی خود اجرا و صد البته بسیار موفق هم بوده اند. با نگاهی کوتاه به مدل توسعه این کشورها و قابلیت های صنایع داروسازی ایران، غالب سیاست های دارویی مطرح در کشورهای فوق ...

ادامه در صفحه ۴

در عرصه داروسازی تاکید بر اقتصاد مقاومتی به معنی ایجاد و تقویت زیرساخت های مورد نیاز برای تولید فرآورده های دارویی و مواد اولیه می باشد.



کمبود آنتی بیوتیک در زمستان

چه کسی پاسخ گوی کمبود آنتی بیوتیک ها در زمستان امسال خواهد بود؟

با نگاهی اجمالی به آمار بازار دارویی کشور از دید آنتی بیوتیک های خوراکی گروه بتالاکتام، نتایج جالبی خواهیم داشت. در سال ۱۳۹۳ اشکال مختلف چهار قلم آنتی بیوتیک خوراکی شامل آموکسی سیلین، آموکسی کلاو، سفکسیم و سفالکسین نشان دهنده فروش ریالی ۷۵۰ میلیارد تومانی بوده است اگر به آمار مصرف ۵ ماهه نخست سال ۱۳۹۴ برگردیم این میزان ۱۵۲ میلیارد تومان می باشد یعنی فروش ۷ ماهه باقی مانده سال ۱۳۹۴ بایستی رقمی بالغ بر ۶۰۰ میلیارد تومان باشد که برابر نیاز حدود ۸۵ میلیارد تومانی جهت هر ماه از ماه های آینده سال است. با توجه به سیاست مدون در میثاق نامه جاری فی ما بین تولید کنندگان آنتی بیوتیک و..

صفحه ۵

کنفرانس علمی
تجویز و مصرف منطقی
آنتی بیوتیک ها

مروری بر
«لیبلینگ و طرح اصالت»
محصولات دارویی

گفت و گو با مدیر
آزمایشگاه های کنترل کیفیت
شرکت داروسازی آفاشیمی





لیبلینگ و طرح اصالت محصولات دارویی



■ عدم امکان مشخص نمودن شرکت پخش در ابتدای تولید محصول و عدم امکان تغییر شرکت پخش پس از تولید دارو و چاپ بارکد روی محصول هم از دیگر مشکلات شرکت های تولید کننده می باشد.

■ با توجه به الزام سازمان غذا و دارو در خصوص راه اندازی طرح اصالت، علیرغم مشکلات موجود، جهت هم سو شدن با این طرح در شرکت داروسازی آفاشیمی اقدام به راه اندازی و استقرار طرح مذکور نمودیم.

■ ما با مذاکره و رای زنی با شرکتهای مختلف و کسب اطلاعات بر آن شدیم تا فاز اول راه اندازی طرح را با حداقل هزینه انجام دهیم تا با مشکلات طرح آشنا گشته و پس از رفع موانع طرح را به صورت اساسی در شرکت اجرا گردانیم.

■ راه اندازی طرح را با تهیه نرم افزار تولید UID و تهیه فایل Xml برای محصول آفاموکس شروع نمودیم و کدهای تولید شده را با چاپگر، روی برچسب چاپ و بر روی قسمت طراحی شده در جعبه الصاق کردیم.

فایل را در سایت وزارتخانه آپلود کرده و با تایید سازمان غذا و دارو از روال راه اندازی طرح اطمینان حاصل نمودیم.

■ بعد از راه اندازی اولیه طرح و اطمینان از صحت عملکرد، فاز دوم عملیاتی که خرید چاپگر (جت پرینتر) برای چاپ کدهای تولید شده بصورت مستقیم روی جعبه می باشد را به زودی اجرا خواهیم نمود تا هزینه برچسب و مشکلات نصب برچسب بروی جعبه مرتفع گردد.

■ دکتر روجا آذری - مهندس شفیق آبادی

مدتی است اجرای نظام ردیابی، رهگیری و کنترل اصالت فرآورده های سلامت محور (ttac) تبدیل به یکی از دغدغه های سازمان غذا و دارو و به تبع آن شرکت های دارویی شده است.

در این چند سطر به چرایی الزام چنین طرحی در سیستم دارویی کشور نمی پردازیم، فقط نیمنگاهی به گوشه ای از مشکلات متعددی که شرکت های تولید کننده دارو برای اجرای این طرح با آن مواجه اند، خواهیم داشت:

■ اختصاص فضای مناسب در خطوط بسته بندی که ممکن است منجر به تغییر Lay Out ماشین آلات، تجهیزات و روند حرکتی محصول در پروسه تولید شود. این کار در مواردی غیر ممکن و یا با صرف هزینه بالا امکان پذیر می باشد. نکته مهم در این جانمایی، جلوگیری از ایجاد اختلال در اصول GMP جاری در قسمت های تولیدی می باشد.

■ جهت اجرایی نمودن عملیات چاپ، لازم است اقلام بسته بندی مورد بازنگری و اصلاح قرار گیرند تا امکان چاپ بارکد دوبعدی GTN، UID، تاریخ انقضاء و شماره سری ساخت در محل مورد نظر فراهم گردد. با توجه به الزام چاپ بارکدهای تجمیعی (Aggreiation) پس از تولید محصول، بارکدها باید از نظر خوانا بودن کنترل شده و بارکدهای خوانده شده پس از کارتن یا شیرینگ گذاری برحسب تعداد به کارتن یا شیرینگ تخصص داده شود.

■ مشخص نبودن راندمان قبل از تولید محصول، عملیات نمونه برداری حین تولید و وجود ضایعات تولید، تیراژ تولید کد را تحت تأثیر قرار می دهد.

کنفرانس علمی چهار روزه با موضوع تجویز و مصرف منطقی آنتی بیوتیک ها

کنفرانس علمی چهار روزه با حضور شرکت داروسازی آفاشیمی و همکاری انجمن علمی داروسازان ایران، انجمن علمی طب اورژانس، انجمن علمی سم شناسی و مسمومیت های ایران، مرکز تحقیقات بیماری های قلب دانشگاه ایران و دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی و درمانی سمنان توسط مجموعه نیاز طب آریا در مورخه ۶ لغایت ۹ آبان ماه در مرکز همایش های رازی برگزار گردید.

در این نشست علمی چهار روزه که در برگزیده ۲۴ امتیاز برای گروه های مختلف پزشکی بود، موضوعات مربوط به تجویز و مصرف منطقی آنتی بیوتیک ها، سلامت خانواده و تغذیه سالم، نحوه تشخیص و درمان هیپرلیپیدمی، فشارخون، نحوه برخورد و درمان مسمومیت های دارویی، CPR و کنترل راه هوایی در قالب سخنرانی و جلسات پرسش و پاسخ ارائه شد.

■ افسانه پاسبانی



«آمیزه های بازاریابی» و اثرات متقابل تولید و توزیع بر یکدیگر

مهم ترین توزیع و پخش، پردازشی اساسی تر صورت می گیرد، یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار دیگر در مبحث «آمیزه های بازاریابی» (یا همان میکس مارکتینگ)، ساخت نام های تجاری معتبر یا «برندسازی» است. «برندسازی» (یا Distribution) به این معنی است که اگر ما بخواهیم یک برند بسازیم و به تبع آن کالای کیفی و مشهوری داشته باشیم که قابلیت بازاریابی مناسب (مارکتینگ)، داشته باشد، باید قابلیت توزیع شفاف، صحیح، استاندارد و مطابق اصول علمی آن را هم، توأم داشته باشیم. در این صورت است که می توانیم به عنوان یک زنجیره، در اقتصاد تأثیر بگذاریم. این موضوع، به وضوح جایگاه پخش در چرخه تأمین و به تبع آن در ساختار اقتصاد کشور را نشان می دهد. متقابلاً با داشتن برندهای معتبر قادر می شویم که شبکه های توزیع مناسب و دارای مشخصات و استانداردهای مورد نیاز یک صنعت پخش خوب را به وجود آوریم و این همان اثر متقابل توزیع بر تولید است.

● مشروح این میزگرد تخصصی در شماره اخیر نشریه انجمن صنعت پخش درج گردیده است.

چندی قبل میزگرد تخصصی با عنوان «جایگاه صنعت پخش در اقتصاد کشور»، با حضور پیشکسوتان صنایع دارویی و پخش، مسئولان و مدیران حوزه های گوناگون (نظیر: دانشگاه، دولت، اتاق بازرگانی، تولید و پخش)، در محل انجمن صنعت پخش ایران برگزار گردید و دکتر علی منتصری مدیرعامل شرکت آفاشیمی، نیز به عنوان یک از پیشکسوتان حوزه پخش و صنعت داروسازی در این میزگرد به بیان دیدگاه های کارشناسی خود، از جمله تعریف «آمیزه های بازاریابی» پرداخت، که این تعریف عیناً در پی می آید:

در بازرگانی و مدیریت بازاریابی، مبحثی به عنوان «آمیزه های بازاریابی» (یا همان میکس مارکتینگ) وجود دارد که در آن به چهار سرفصل پرداخته می شود. از این فصول چهارگانه به اختصار با عنوان «4P» یاد می شود، چرا که این موضوعات عبارتند از: PRICE, PLACE, PRODUCT, PROMOTION. و هر یک قواعدی را متذکر می شوند. در سرفصل چهارم (یعنی PLACE) است که به مباحث مرتبط با موضوع



گفتگوی صمیمانه با خانم دکتر مهدوی زاده مدیر آزمایشگاه های کنترل کیفیت داروسازی آفاشیمی



و مسئولیت های خود فعالیت می کنند. آزمایشگاه فیزیکی شیمی، آزمایشگاه میکروبیولوژی و آزمایشگاه کنترل حین تولید که هر یک از آنها دارای تجهیزات پیشرفته و پرسنل مجرب هستند که با توجه به نوع محصولات شرکت که آنتی بیوتیک های خوراکی و تزریقی استریل است وجود افراد متخصص در این آزمایشگاه ها الزامی است.

سرکار خانم دکتر فریبا مهدوی زاده فارغ التحصیل رشته دکترای داروسازی از دانشگاه علوم پزشکی تبریز می باشند. ایشان حدود ۱۰ سال است که در صنعت داروسازی با سمت مدیر آزمایشگاه کنترل کیفیت و مدیر تحقیقات مشغول به کار می باشند و در حال حاضر مدیر آزمایشگاه های شرکت داروسازی آفاشیمی می باشند.

● خانم دکتر جایگاه آزمایش در صنایع دارو چیست؟

در واقع شما نمی توانید کارخانه ی داروسازی را پیدا کنید که فاقد آزمایشگاه کنترل باشد و لازمی تأسیس یک کارخانه ی داروسازی ایجاد یک آزمایشگاه درون سازمانی یا اخذ قرارداد با یک آزمایشگاه برون سازمانی است، در واقع آزمایشگاه کنترل کیفیت بخش لاینفک صنعت داروسازی محسوب می شود.

● نقش آزمایشگاه های کنترل در کیفیت دارو چیست؟

آزمایشگاه های کنترل در کلیه مراحل تولید محصول که شامل تایید منبع خرید مواد اولیه و اقلام بسته بندی، آزمون مواد اولیه و اقلام بسته بندی، نظارت بر توزین و تحویل مواد به بخش تولید، کنترل های حین تولید محصول و در نهایت آزمون محصول نهایی است، فعالیت دارد.

● لطفا در مورد استانداردهای آزمایشگاه های صنایع داروسازی توضیح دهید؟

در تمام دنیا شما به هر guide line که داروسازی که مراجعه کنید می بینید که بخشی از راهنماها به آزمایشگاه های کنترل کیفیت اختصاص داده شده و در ایزو ها هم ایزو ۱۷۰۲۵ مختص آزمایشگاه تدوین شده است. که با توجه به وسعت این مطالب بهتر است افرادی که مایل به کار در آزمایشگاه هستند خود این راهنماها و استانداردها را مطالعه نمایند.

● چه فعالیتهایی می تواند در ارتقای کنترل های کیفی دارو نقش موثری داشته باشد؟

راه های بسیاری در ارتقای کنترل های کیفی دارو در آزمایشگاه وجود دارد که به برخی از آنها به صورت اجمالی اشاره می کنم.

- ۱- استفاده از پرسنل مجرب
- ۲- استفاده از تجهیزات آنالیز مدرن
- ۳- استفاده از مواد و استانداردهای مرغوب
- ۴- شرکت در آزمون های PT
- ۵- انجام ممیزی های دوره ای
- ۶- آموزش مداوم پرسنل
- ۷- استفاده از کتاب های مرجع به روز و سایر موارد...

و البته لازم به ذکر است که در Guide line های داروسازی به وضوح ذکر شده است که هر فعالیت یا تغییری در هر مرحله از فرآیند تولید محصول که ممکن است کیفیت محصول را تحت تأثیر قرار دهد باید به اطلاع و تایید آزمایشگاه کنترل برسد بنابراین یکی از راههای ارتقای کنترل کیفیت دارو اطلاع رسانی به موقع موارد تغییر به آزمایشگاه نیز است.

● چگونه استاندارد و گواهی نامه ی ۱۷۰۲۵ را به روز نگه می دارید؟

در خصوص گواهی نامه ی ۱۷۰۲۵ مطالب زیادی وجود دارد که در این مصاحبه نمی گنجد ولی به طور خلاصه بعد از آماده سازی آزمایشگاه از نهاد تایید صلاحیت طی نامه ای تقاضای ممیزی می گردد و اگر هنگام ممیزی عدم انطباق وجود نداشته باشد گواهی نامه ی ۳ ساله صادر می گردد. در طی این ۳ سال آزمایشگاه باید سالی یکبار تقاضای ممیزی مراقبتی نماید و در صورت نبود عدم انطباق گواهی نگهداری سیستم از سوی نهاد تایید صلاحیت صادر می گردد.

● و اما حرف آخر...؟

شرکتهای داروسازی (و البته تمامی شرکتها) را باید به صورت یک سیستم متشکل از چند بخش دید که عدم وجود یا ایراد کارکرد یک بخش بر روی سایر بخش ها تأثیرات مخرب دارد و کارکرد بهینه ی یک بخش می تواند نیروی محرکه ای برای سایر بخش ها باشد.

آزمایشگاه شرکت داروسازی آفاشیمی بخشی از سیستم آفاشیمی است که در کنار سایر بخش ها معنا و مفهوم می یابد.

با تشکر از کلیه همکاران شاغل در سیستم داروسازی آفاشیمی و آرزوی سلامت و بهروزی برای تک تک همکاران. ■ مهندس رویا نصرتی



کافی است برای صنعت داروسازی دل بسوزانیم



● به قلم دکتر علی منتصری

ادامه از صفحه یک:

(۲۷) سرمایه‌گذاری در کشورهای منطقه
(۲۸) آموزش متخصصین در صنعت داروئی
(۲۹) توسعه مراکز رشد و پارکهای علم و فن‌آوری
صنعت داروسازی کشور پیشرفت خواهد داشت. اگر واقعاً به اقتصاد مقاومتی اعتقاد داشته باشیم حتماً قدم اول تشکیل کمیته تدوین استراتژی برای صنایع داروئی در کشور است. این کمیته بایستی در بالاترین سطح و زیر نظر بالاترین مقام اجرائی با عزمی استوار تشکیل و تصمیمات آن بسرعت جاری گردد. برای وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و معاون غذایی و داروئی ایشان بسیار سخت است که خصوصی‌سازی را تسهیل، ادغام را عملی و اعتبارات لازم جهت نوسازی و تدابیر مالیاتی، بانکی و اقتصادی را به تنهایی تامین نمایند.
اگر قصد اقدامات عملی در سطح وزارتخانه را داریم حتماً بجای شعار بایستی هدف‌های قابل اجرا را مطرح و تصمیم‌گیری نماییم بطور مثال به موردی اشاره می‌گردد که قطعاً از عهده معاونت بر می‌آید و تاخیر در اجرای آن جایز نیست. در سیستم داروئی کمیته‌ای مسئول تدوین لیست داروئی است که از بدو انقلاب فعال بوده و علی‌رغم تحمیل فشار جهت ثبت داروهای خاص خصوصاً سرطانی و منوکلونال آنتی بادیها در بقیه موارد بسیار سختگیرانه عمل کرده است.
علمای این کمیته همیشه نگاه علمی را مد نظر داشته و عملکرد آنها در سالیان سال مثبت و قابل تقدیر است.
شاید با تغییر نوع نگرش در کمیته و پرداختن به حمایت جدی از صنایع داخلی راهگشای خیلی از مشکلات فعلی صنعت داروسازی باشد. صنایع داروسازی در سال‌های اول انقلاب از اولویت کمیته بررسی و تدوین داروئی ایران بود و معمولاً حالا باید داروها توسط صنایع داخلی با توجه به فرانس‌های علمی معتبر ساخته شده باشد و بدون بروکراسی در لیست داروئی قرار گیرد و شهروندان از تنوع داروئی لازم برخوردار باشند. امروز داروئی داریم به نام ایبوپروفن ۲۰۰ که بنام تجاری Advil معروف است. این دارو در بازار جهانی جهت مارکتینگ و رضایت مشتریان با افزایش بعضی از مواد داروئی بنام
Advil Cold & Sinus, Advil Migraine, Advil Pain & Fever, Advil Junior, Advil Allergy, Advil Tylenol, Advil Cold Cough- Flu
موجود است.
چرا نباید صنایع داروسازی کشور ما هم چنین آزادی عملی داشته باشند. این ساده ترین قدمی است که معاونت می‌تواند بردارد و اجازه دهد اشکال مختلف داروئی متنوع و ثبت آنها آسان باشد و تسهیلات خاصی جهت حمایت از تولید داخلی در نظر گرفته شود. ضرورت مسئله برای مقامات داروئی کاملاً روشن است.

کافی است به حال صنعت ملی داروسازی دل بسوزانند.

خوشبختانه مسئولین داروئی کشور بسیار آگاه و مسلط به عرصه داروسازی بین‌المللی هستند. آنها ضمن بازدید از کشورهای مختلف و ملاحظه پایان‌نامه‌های دانشجویی با راهنمایی خودشان بخوبی می‌دانند که چگونه هند، چین، برزیل، ترکیه و ... مدل توسعه را در صنایع داروئی خود اجرا و صد البته بسیار موفق هم بوده‌اند. با نگاهی کوتاه به مدل توسعه این کشورها و قابلیت صنایع داروسازی ایران، غالب سیاستهای داروئی مطرح در کشورهای فوق قابلیت اقتباس دارد.
اگر یافته‌ها و اقدامات کلیدی مورد نیاز در امر تحول داروسازی به شرح ذیل باشد:
(۱) خصوصی‌سازی در صنایع داروسازی و ممانعت از رانت‌های دولتی
(۲) ادغام شرکتهای کوچک و بزرگ و اقتصادی‌سازی بنگاهها
(۳) تامین اعتبار قبل از خریدهای دولتی و حتی پیش پرداخت جهت خرید به منظور حمایت از تولید داخلی
(۴) کنترل تورم
(۵) کنترل نقدینگی
(۶) کاهش کارمزد بانکی
(۷) تخصیص اعتبارات ارزان قیمت به تولید داخلی.
(۸) معافیت مالیاتی جهت جذب سرمایه‌گذاری و توسعه صنعتی
(۹) حذف مالیات بر ارزش افزوده در سیستم داروئی
(۱۰) کاهش بروکراسی و حذف قوانین و قواعد ضد تولید جهت صدور مجوز تولید، پروانه داروئی
(۱۱) بازرسی و نظارت فعال و تشویق متعهدین به کیفیت
(۱۲) سرمایه‌گذاری خارجی
(۱۳) انتقال دانش‌فنی، ارتباط علمی با شرکتهای دانش‌بنیان
(۱۴) تولید تحت لیسانس جهت داروهای تحت پتنت و تکنولوژیهای پیچیده
(۱۵) کنترل واردات
(۱۶) قیمت‌گذاری سختگیرانه برای داروهای وارداتی
(۱۷) شکاف تکنولوژی و روش قیمت‌گذاری
(۱۸) تحول تکنولوژیک در نرم‌افزار و سخت‌افزار
(۱۹) تدوین برنامه ملی توسعه در صنعت داروسازی
(۲۰) تدوین سیاستهای تشویقی جهت صادرات و تولید مولکولهای جدید
(۲۱) اعمال مشوق‌های تعرفه‌ای، گمرکی، برای سرمایه‌گذاری
(۲۲) استفاده از ظرفیتهای اقتصادی و دیپلماتیک برای توسعه بازار صادرات
(۲۳) هدایت بازار برای مصرف داروهای داخلی
(۲۴) استفاده از ابزارهای علمی و رسانه‌ای جهت افزایش اعتماد عمومی به تولید داخلی
(۲۵) توسعه تکنولوژیک
(۲۶) توسعه تولید مواد اولیه داروئی



کمبود آنتی بیوتیک در زمستان

ادامه از صفحه یک:

داروخانه ها ، بیمارستان ها و مراکز درمانی برای خرید محصولات مذکور بود. با در نظر گرفتن عدم تغییر در سطح مصرف ، این مقاومت جهت خرید منجر به مصرف کامل موجودی آنها گردید.

در حال حاضر که پایان مهرماه است و به ماه های سرد سال نزدیک می شویم کل موجودی انبارهای شرکت های تولیدکننده آنتی بیوتیک حدود ۲۰۰ میلیارد تومان بوده و همچنین موجودی مواد اولیه آنها به شدت کاهش یافته است. شاید در بدو ورود به سرما، با تعجیل و فشار دو شرکت بزرگ که بیش از ۶۰ درصد موجودی را دارند، بتوان پاسخگوی بازار در ماه آبان و آذر بود ولی با اطمینان از این مطلب و در نظر گرفتن آمار حتی در صورتی که شرکت های تولیدکننده آنتی بیوتیک، جایزه هم ندهند اقلام مذکور به دلیل تقاضای بازار تبدیل به کالاهائی خواهند شد که می توان با عرضه آن برای فروش داروهای دیگر کمک جست.

گزارشات حاکی از عجله بعضی از شرکت های پخش کوچک بوده که می خواهند سهم خود را در فروش ایفاء نمایند ولی سیاست انتخاب ۳ شرکت بزرگ توزیع کننده آنتی بیوتیک، عرصه را برای خیلی از بازیگران بازار تنگ خواهد کرد و انتظار می رود شاهد اتفاقات جالبی در عرصه عرضه و تقاضا در ماه های آتی باشیم.

امید است شفاف سازی و ارائه آمار واقعی؛ کمکی باشد برای حذف آنهایی که موجبات ایجاد فساد در بازار رقابت را فراهم کرده اند.

■ افسانه پاسبانی

بانگاهی اجمالی به آمار بازار داروئی کشور در سال ۹۳ و ۵ ماهه سال ۹۴ از دید آنتی بیوتیک های خوراکی گروه بتالاکتام، با نتایج جالبی روبه رو خواهیم شد.

در سال ۱۳۹۳ اشکال مختلف چهار قلم آنتی بیوتیک خوراکی شامل آموکسی سیلین، آموکسی کلاو، سفکسیم و سفالکسین نشان دهنده فروش ریالی ۷۵۰ میلیارد تومانی بوده است، اگر به آمار مصرف ۵ ماهه نخست سال ۱۳۹۴ برگردیم این میزان ۱۵۲ میلیارد تومان می باشد که بیش از ۸۰ درصد آن، متعلق به شرکت های فارابی با ۶۱ میلیارد تومان، دانا با ۲۸ میلیارد تومان، آفاشیمی با ۱۶ میلیارد تومان، کوثر با ۱۲ میلیارد تومان ، لقمان با ۱۲ میلیارد تومان بوده است.

فروش ۱۵۲ میلیاردی در ۵ ماهه نخست سال ۹۴ حاکی از متوسط فروش ماهیانه ۳۰ میلیارد تومانی برای آنتی بیوتیک های مذکور بوده یعنی فروش ۷ ماهه باقی مانده سال ۱۳۹۴ بایستی رقمی بالغ بر ۶۰۰ میلیارد تومان باشد که برابر نیاز حدود ۸۵ میلیارد تومانی جهت هر ماه از ماه های آینده سال است. شاید بتوان یکی از دلایل تغییر ایجاد شده در سطح فروش را، تدوین میثاق نامه در بین تولیدکنندگان آنتی بیوتیک در راستای عدم اعطای جوایز به خریداران دانست. سیاست مدون در میثاق نامه جاری فی ما بین تولیدکنندگان آنتی بیوتیک مبنی بر قطع کامل جوایز فروش و اجرائی کردن آن در ۶ ماهه نخست سال ۹۴ نتایجی را دربرداشت که اصلی ترین آن، مقاومت



چه کسی پاسخگوی کمبود آنتی بیوتیک ها در زمستان امسال خواهد بود؟



جدول تعدادی و ریالی فروش ۴ گروه محصولات داروسازی آفاشیمی در ۵ ماهه اول سال ۱۳۹۴

نام شرکت	جمع تعدادی فروش	جمع ریالی فروش
فارابی	۱۵۱,۰۴۰,۶۸۱	۶۱۰,۵۶۴,۳۹۰,۳۰۰
دانا	۷۰,۷۹۷,۹۴۵	۲۸۰,۳۷۷,۸۱۷,۷۰۰
آفاشیمی	۳۳,۷۵۳,۵۵۷	۱۶۵,۲۳۲,۱۹۶,۴۴۲
کوثر	۳۱,۵۱۷,۲۱۷	۱۲۶,۱۲۹,۸۸۸,۵۰۰
لقمان	۲۲,۹۱۵,۹۸۲	۱۲۴,۷۸۱,۲۲۸,۰۰۰
پارس دارو	۱۲,۳۴۳,۸۲۵	۶۶,۹۷۶,۳۸۲,۶۰۰
جابرین حیان	۱۴,۱۵۷,۹۷۶	۵۶,۹۵۹,۷۷۰,۰۰۰
مهبان دارو	۵,۵۴۵,۵۸۰	۴۲,۶۷۳,۲۰۰,۰۰۰
الحاوی	۷,۴۹۲,۲۰۰	۱۶,۹۱۴,۴۴۰,۰۰۰
اکسیر	۱,۹۰۷,۴۲۰	۱۴,۸۲۳,۲۵۶,۰۰۰
تولید دارو	۷,۱۸۲,۱۰۰	۱۴,۶۴۳,۱۵۰,۰۰۰
جمع ۵ ماهه اول سال ۱۳۹۴	۳۵۸,۹۴۱,۵۹۳	۱,۵۲۰,۴۵۷,۷۵۱,۵۴۲

جدول تعدادی و ریالی فروش ۴ گروه محصولات داروسازی آفاشیمی در کشور - سال ۹۳

نام شرکت	جمع تعدادی فروش	جمع ریالی فروش
فارابی	۷۳۵,۳۰۴,۷۹۱	۲,۳۹۸,۷۵۵,۶۱۷,۴۱۶
آفاشیمی	۳۸۰,۸۱۵,۹۲۶	۱,۴۷۵,۳۱۶,۳۱۴,۳۰۰
کوثر	۲۸۴,۴۹۱,۷۱۴	۱,۰۰۷,۵۸۳,۲۰۵,۵۰۰
دانا	۲۹۳,۶۶۳,۹۰۷	۹۴۱,۹۰۸,۷۸۷,۶۰۰
پارس دارو	۶۳,۶۴۵,۷۵۰	۴۱۰,۲۸۵,۰۹۲,۵۰۰
لقمان	۱۰۰,۳۶۱,۶۲۷	۳۸۷,۶۳۵,۷۸۵,۹۰۰
جابرین حیان	۵۵,۶۸۸,۸۳۳	۲۸۳,۹۲۳,۱۵۶,۰۰۰
مهبان دارو	۱۴,۷۸۲,۸۸۰	۱۲۱,۳۷۷,۸۳۲,۰۰۰
اکسیر	۱۲,۷۸۲,۵۲۶	۸۹,۴۴۸,۳۰۹,۵۰۰
تولید دارو	۳۲,۸۶۱,۱۰۰	۶۲,۵۸۸,۰۴۰,۰۰۰
الحاوی	۲۷,۶۱۱,۲۰۰	۵۵,۳۷۵,۴۰۰,۰۰۰
البرز دارو	۴۶۴,۵۸۰	۳۲۵,۲۰۶,۰۰۰
جمع کل در سال ۹۳	۲,۰۲۴,۷۶۳,۸۵۸	۷,۲۴۲,۸۱۷,۹۴۰,۵۵۳



شرایط کار و تاثیر عوامل فیزیکی و روانی استرس زادر محیط کار

■ قسمت دوم

عوض کنند که طبیعتاً تمام آنچه نام برده شد باعث کاهش بهره وری آن سازمان خواهد شد.

■ کنترل استرس:

یکی از راه‌های کنترل استرس (EAP) employee assistant program می‌باشد که در بسیاری از کمپانی‌های بزرگ دنیا به کار می‌رود.

در این روش با برگزاری دوره‌هایی به پرسنل آموزش داده می‌شود که چگونه ریشه‌های استرس را در خود پیدا کنند و در ضمن مهارت‌های مقابله با آن را به پرسنل آموزش می‌دهند. این روش از آن نظر که اصلاً گران نیست و از طرفی خیلی سریع بر اختلالاتی مثل اختلالات خواب و خلقی اثر می‌کند خوب است ولی چون اثر کوتاه مدت دارد و ریشه‌ها و عوامل استرس زارا نادیده می‌گیرد، روش جامعی نیست.

■ تغییرات مربوط به سازمان:

همانطور که در داستان شماره قبل گفته شد کمپانی که دیوید در آن کار می‌کرد سعی کرد که توسط یک کارشناس تغییراتی را در محیط کار اعمال کند که مشکلات محیطی را مرتفع سازد و این بهترین و مستقیم‌ترین و پایا ترین روش برای کنترل استرس‌های محیط کار است. خوبی این روش از آن جهت است که مستقیماً جهت رفع ریشه‌های اضطراب در محیط کار عمل می‌کند ولی اشکال آن این است که کارفرمایان را با نا همواری‌هایی مواجه می‌سازد، مثل تغییر روتین‌های کاری که در سازمان استقرار یافته، حتی تغییراتی در برنامه تولید و به طور کلی تغییراتی در ساختار سازمان.

■ تغییرات در سازمان را چگونه شروع کنیم؟

- ۱- مطمئن شویم فشار کار با توانایی‌ها و پتانسیل فرد مطابقت دارد.
- ۲- مشاغل را طوری طراحی کنیم که مفاهیم، فرصت‌ها، و محرک‌هایی را برای استفاده از مهارت‌های پرسنل فراهم کند.
- ۳- کاملاً نقش و وظیفه کارگر و مسئولیت‌های وی را به او توضیح دهیم.
- ۴- به افراد این فرصت را بدهیم که در تصمیم‌گیری‌هایی که بر کارشان تاثیر می‌گذارد مداخله کنند.
- ۵- برطرف کردن عدم امنیت شغلی در میان پرسنل در رابطه با پیشرفت‌های شغلی و چشم انداز شغلی
- ۶- ایجاد فرصت‌هایی برای تعاملات اجتماعی پرسنل با هم
- ۷- طراحی برنامه کاری به نوعی که با نیازها و مسوولیت‌های محیط خارج از کار مطابقت داشته باشد.

■ برخی اقدامات عملی:

- ۱- ایجاد آگاهی عمومی در رابطه با استرس‌های شغلی (علل) و چگونگی کنترل آنها
- ۲- تشکیل کمیته‌های مدیریتی در سطوح بالا که بدون هیچ ترس و واکنش تصمیم‌گیری‌ها را انجام دهند و این تصمیمات ضمانت اجرا داشته باشد.
- ۳- درگیر کردن کارفرما در تمامی مراحل برنامه.
- ۴- پایه‌گذاری ظرفیت تکنیکال برای اجرای برنامه

■ دکتر ندا کاویانی

ماهیت و چگونگی کار در سال‌های اخیر با یک سرعت گرد بادی در حال تغییر است و امروزه خیلی بیشتر از گذشته ای نه چندان دور استرس شغلی سلامت و حیات انسانها را تهدید می‌کند. به همین دلیل در این مقاله (که بخش نخست آن در شماره قبلی خبرنامه درج گردید)، ما سعی می‌کنیم برخی از علل استرس‌های شغلی را برشماریم و راهکارهایی را که می‌توان برای آنها ارائه داد مشخص کنیم.

■ استرس شغلی و سلامتی:

استرس در واقع یک زنگ خطر را در مغز به کار می‌اندازد که به بدن برای آمادگی دفاعی هشدار می‌دهد.

سیستم عصبی بر انگیزه می‌شود و هورمون‌ها آزاد می‌شوند تا حواس بدن را فعال کنند، ضربان قلب را بالا ببرند، تنفس را عمیق کنند، عضلات را در وضعیت آمادگی قرار دهند و این پاسخ که گاهی جنگ یا فرار نامیده می‌شود، بسیار مهم است زیرا برای دفاع در مقابل موقعیت‌های تهدید کننده کمک می‌کنند.

افراد تقریباً به شیوه مشابهی در برابر استرس‌ها پاسخ می‌دهند صرف نظر از کاری بودن یا نبودن استرس.

استرس‌های کوتاه مدت و یا گاه‌گاهی ریسک و خطر کمی را به دنبال دارند، ولی هرگاه این استرس ادامه یابد و حل نشده باقی بماند، بدن در یک وضعیت پایدار افزایش فعالیت باقی می‌ماند که این زمینه فرسودگی سیستم‌های بیولوژیک بدن را فراهم می‌آورد. نهایتاً خستگی و آسیب رخ می‌دهد و توانایی بدن برای ترمیم و دفاع از خودش به طور جدی مخدوش می‌شود و نهایتاً ریسک بیماری افزایش می‌یابد.

در ۲۰ سال گذشته مطالعات زیادی بر روی ارتباط بین استرس شغلی و بیماری‌ها صورت گرفته، اختلالات خلق و خواب، ناراحتی معده، سر درد، بهم ریختن روابط عاطفی با خانواده و دوستان، مثالهایی از اختلالات مرتبط با استرس شغلی هستند که این روزها به خصوص در کشور عزیزمان رو به افزایش شیوع گذاشته است.

این علائم زودرس استرس شغلی برای تشخیص ساده هستند. مثل سر درد، اختلالات خواب، اختلالات تمرکز، کاهش تحمل پذیری، ناراحتی‌های گوارشی، ناراضی‌های شغلی و اختلالات اخلاقی، ولی تاثیر استرس‌های شغلی بر بیماری‌های مزمن، تشخیص بسیار سخت و پیچیده‌ای است. چرا که این بیماری‌ها زمان طولانی برای استقرارشان صرف می‌شود و ریسک فاکتورهای متعددی نیز در بروز و پیدایش آنها دخیل هستند. در هر حال مطالعاتی که طی این سالها صورت گرفته به طور قطع ارتباط بین استرس‌های شغلی را با بسیاری از این بیماری‌ها تایید می‌کند که از آن جمله می‌توان به بیماری‌های قلبی و عروقی، اختلالات عصبی - عضلانی و اختلالات روانی اشاره کرد.

■ استرس، سلامت و افزایش تولید:

برخی از کارفرمایان معتقدند که استرس شغلی باعث می‌شود که افراد بهتر کار کنند و این در دنیای امروز برای بالا نگه داشتن میزان بهره وری بسیار مهم است و حتی تدابیری اتخاذ کرده اند تا استرس محیط را کم نکنند ولی از طرفی در کنار آنها امکانات بهداشتی برای درمان عوارض ناشی از استرس را داشته باشند (مثل کلاس‌های آموزش رفع اضطراب و...) ولی تحقیقات و مطالعات اخیر نشان می‌دهد که این تفکر اشتباه است و استرس میزان غیبت و عدم حضورهای کاری، اختلال یادگیری را افزایش می‌دهد و باعث عدم تمرکز می‌شود و از طرفی پرسنل را به این فکر و می‌دارد که با اولین فرصت شغلی پیش آمده محل کار خود را



دم نوش های گیاهی

برای فصل زمستان



مقدمه:

همه ما دلایل متعدد و قابل قبولی برای لذت بردن از یک فنجان چای داغ داریم به ویژه آنکه بخواهیم لذت نوشیدن یک فنجان چای را در روزهای سرد و بارانی پاییز توصیف کنیم.

برخی از ما نوشیدن چای را ساده ترین و خوشمزه ترین راه برای رفع خستگی و تجدید قوای جسمانی می دانیم، برخی از نوشیدن چای در کنار شومینه و بخاری به عنوان لذت بخش ترین رخداد پاییزی و زمستانی یاد می کنند اما نباید از یاد ببریم که در ایران علاوه بر چای معمولی، انواع و اقسام چای ها و دمنوش های گیاهی و طبیعی وجود دارد که نه تنها جنبه دارویی دارند بلکه می توانند احتمال ابتلا به بسیاری از بیماری ها و اختلال های جسمی را برای همیشه به صفر برسانند. برای آشنایی بیشتر با این دمنوش های طبیعی با ما همراه باشید.

به

افراد زیادی با شروع فصل پاییز و سرد شدن تدریجی هوا خس خس سینه و سرفه های خشک را تجربه می کنند؛ سرفه هایی که به مرور زمان دردناک می شود و در روند زندگی و کار آنها اختلال ایجاد می کند. اگر شما هم در این گروه قرار دارید و به دنبال چاره ای برای پیشگیری هستید توصیه می کنیم با شروع فصل سرما چای (پوست به) را به برنامه غذایی روزانه تان اضافه کنید. پوست به را به همان روشی که چای معمولی را دم می کنید، با حرارت ملایم آماده کنید و مراقب باشید که پیش از جوشیدن آن را از روی حرارت بردارید. می توانید این چای را جایگزین چای معمولی کنید. مهم این است که دست کم روزی یک فنجان از این چای بنوشید. نوشیدن این دمنوش گیاهی بعد از فراغت از کار روزانه می تواند تسکین بخش و آرامش بخش باشد.

آویشن

آویشن شهرت فراوانی در تقویت و ضد عفونی کردن بدن دارد. این گیاه سرشار

از روغن های ضروری است که عطر و طعم بی نظیری به عداها می دهد. دمنوش آویشن برای باز شدن بینی بسیار مناسب است.

این گیاه بخش ها و اعضای درونی بدن را تمیز و ضد عفونی می کند. اگر به شدت سرما خورده اید و سرفه امانتان را بریده است هر روز سه تا پنج فنجان دمنوش آویشن میل کنید. کافی است آویشن تازه تهیه کنید و در آب جوش انداخته و به مدت چند دقیقه دم کنید.

بادرنجبویه

از زمان های قدیم بادرنبویه جزو گیاهان شناخته شده است و یونانیان به آن نام ملیس داده اند. باید بدانید که این سینا این گیاه را بادرنبویه نامیده است چون برگ آن اگر فشرده شود بوی بادرنگ (لیمو) می دهد برای همین امروزه به آن سیترونل هم می گویند.

این گیاه درمانگر و معطر برای تقویت سیستم ایمنی بدن بسیار مفید است. اگر دچار آنفلوآنزا یا سرما خوردگی شده اید به سراغ این گیاه بروید. نقش این گیاه در درمان سرفه های شدید و تسکین مشکلات تنفسی موثر است.

از این گذشته بادرنبویه می تواند تب و مشکلات گوارشی را از بین ببرد. اگر استرس و فشارهای روحی تان زیاد است نیز می توانید به این گیاه اعتماد کنید. در این صورت شب ها قبل از خواب یک فنجان از این دمنوش میل کنید تا خواب راحتی داشته باشید.

رازیانه

دمنوش رازیانه با یک فنجان آب و یک قاشق چای خوری تخم رازیانه ی خشک آماده می شود.

از این گیاه به خاطر خواص گوارشی آن استفاده می شود به خاطر اینکه اشتها را تحریک کرده و با نفخ یا سنگ کیسه صفرا مقابله می کند. برای رفع مشکلات گوارشی تان روزانه سه فنجان از این دمنوش را میل کنید. ادامه دارد...

■ سحر دارایی

دره ی ستاره ها



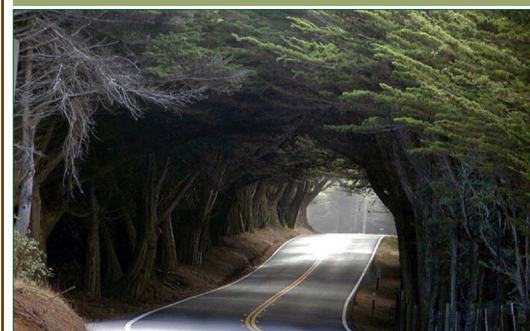
دره ستاره ها با قدمت حدود ۲ میلیون سال، که بر اثر فرسایش خاک، سنگ و ماسه ناشی از باد و باران و رگبارها به وجود آمده است، شاهکار کم نظیر طبیعت در جزیره زیبای قشم است. قدمت دره ستاره ها مربوط به دوره زمین شناسی سنوزوئیک (حدود ۲ میلیون سال) است. از شهر قشم که به سمت ساحل جنوبی آن حرکت کنید به روستای «برکه خلف» می رسید. روستای برکه خلف در فاصله ۵ کیلومتری از شمال این روستا یکی از زیباترین جلوه های فرسایش در جزیره قابل مشاهده است. ادامه راه، جاده خاکی است که شما را به دره ستاره ها می رساند. ■ سحر دارایی

غار کتله خور



غار کتله خور غاری است خشکی - آبی که در استان زنجان، شهرستان خدابنده و ۴۱۰ کیلومتری تهران و ۵ کیلومتری شهر گرماب واقع شده است. ورودی غار شامل یک دهلیز ۴۰۰۰ متری با سقفی کوتاه و چند دهلیز فرعی می باشد. پس از دهلیز فرعی یک دالان وسیع ۹۵۰ متری با سربالایی هایی به ارتفاع ۲ متر و گودال های خشک قرار دارد که با دو شاخه ۵۰ متری ادامه پیدا می کند و پس از عبور از یک سربالایی به تالار وسیعی پوشیده از چکنده و چکیده و ستون می رسد. ■ سحر دارایی

پارک جنگلی گیسوم



یکی از نقاط دیدنی استان گیلان و شهرستان تالش پارک جنگلی گیسوم است. مسیری زیبا و دیدنی درختان سر به فلک کشیده آن تونلی جنگلی را ایجاد کرده است که دل هر بیننده ای را با خود می برد. در جنوب گیسوم، رضوانشهر به فاصله ۱۴ کیلومتر و شمال آن، شهر هشتیر (تالش) با فاصله حدود ۲۰ کیلومتر قرار دارد. جاده گیسوم تونلی جنگلی را با نسیم خنک کوهستان های تالش در هم آمیخته تا تن و جان هر رهگذری را آرامش ببخشد و روحش را آسایش دهد. گیسوم جایی است که جنگل و دریا به هم می رسند و سحر طبیعت به اوج خود می رسد. ■ سحر دارایی

همکار محترم آقای رضا زارع (واحد فنی - مهندسی)، تولد فرزند عزیز تان «لیانا» را صمیمانه تبریک می گوئیم

تبریک

کسانی که دیر قول می دهند، خوش قول ترین مردم دنیا هستند «رو»



تأثیرات برند بر منابع انسانی



■ مدیران تحت تأثیر برندهای بزرگ

تحلیل ما نشان می‌دهد که برندهای بزرگ به طور عمده مهم‌ترین اثرات خود را بر افرادی که در سطوح ارشد شرکت‌ها قرار دارند می‌گذارند. مثلاً در شرایط بحرانی اغلب مزایای مالی که به مدیران عامل پرداخت می‌شود کاهش می‌یابد. شرکت‌هایی که برندهای بزرگ دارند، با وجودی که به طور میانگین کمتر از هم‌تایان معمولی خود حقوق و مزایا پرداخت می‌کنند، اما می‌توانند مدیران بهتر و کارآمدتری جذب کنند. آنها همچنین انگیزه‌های عملکرد محور کمتری برای تشویق مدیران عامل پیشنهاد می‌کنند. تحقیقات ما نشان می‌دهد مدیران شرکت‌هایی با برندهای قوی نسبت به شرکت‌هایی با برندهای ضعیف، می‌پذیرند که حقوق کمتری دریافت کنند که از نظر ما دلیل این موضوع به عزت نفس برمی‌گردد. موقعیت‌های رهبری مدیران سازمان، به طور خاص به آنها امکان می‌دهد برندهایی را که مسوولیت مدیریت آن را به عنوان بخش مرکزی هویت خود بر عهده دارند، ارتقا دهند. داشتن مسوولیت مهم در شرکت‌هایی با برند بزرگ، منبع قدرتمند مزیت‌های روانی است؛ چه در تعامل با خانواده و چه در موقعیت‌های اشتغال آینده.

اثرات برندهای قوی از تمایل کارمندان به پذیرفتن دستمزدهای پایین فراتر می‌رود، کارمندان می‌توانند مسیری به سوی تکمیل بیشتر کار ارائه دهند و کارفرماها می‌توانند مسیری به سوی بهره‌وری بیشتر را عرضه کنند.

■ چه کاری از دست برندها برمی‌آید؟

برندها اغلب به عنوان قلمروهای واحدهای بازاریابی دیده می‌شوند. شرکت‌ها باید اثرات قدرتمند برند بر کارمندان‌شان را تشخیص دهند چرا که کارمندان بیش از مشتریان با برند شرکت‌شان زندگی می‌کنند. برندهای قوی نه تنها در محیط کار، بلکه در دیگر جنبه‌های زندگی کارمندان به صورت مجازی، منابعی برای افتخار کردن هستند. این دیدگاه‌ها نشان می‌دهند که برندها آنقدر ارزش دارند که می‌توانند به تنهایی یک دارایی برای بخش بازاریابی محسوب شوند. اعضای هیات‌مدیره، اعضای واحد منابع انسانی و سرمایه‌گذاران همگی مسوولیتی جدی برای به دست آوردن ارزش بیشتر از برندهای قوی دارند. واحدهای منابع انسانی هنگام تعیین معیارهای حقوق باید از قدرت برند استفاده کنند. این موضوع ممکن است به جابه‌جایی زیاد کارمندان منجر شود، اما برخی شرکت‌ها آن را فاکتوری در استراتژی‌های منابع انسانی خود در نظر می‌گیرند. باید دیدگاه مشتری محور صرف نسبت به برند را تغییر دهیم و به دنبال ایجاد ارزش افزوده برای کارمندان باشیم تا بتوانیم از هزینه ای که برای ایجاد برند صرف کرده ایم در راستای سودآوری هر چه بیشتر مجموعه‌های شاغل در آن استفاده کنیم. ما نیز بعنوان عضو کوچکی از خانواده بزرگ برندی که در آن شاغل هستیم، می‌توانیم در جهت شکوفائی و رشد آن قدم برداریم که همانا در مسیر رشد و شکوفائی خودمان گام برداشته‌ایم.

منبع: London Business School

■ افسانه پاسبانی

تاکنون بسیار در ارتباط با برند و تأثیر آن بر مشتریان شنیده و خوانده ایم ولی کمتر پیش آمده مطلبی در ارتباط با تأثیر برند بر کارکنان نوشته شده باشد، شاید به این دلیل که عادت داریم بازدهی برندها را تنها از منبع مشتریان و درآمدزایی به واسطه آنها محاسبه کنیم در صورتی که برندهای قوی از منبع ارزش‌آفرین دیگری بازدهی به دست می‌آورند که آن منبع چیزی جز کارمندان‌شان نیست. مدیران بازاریابی در جدال برای جذب مشتری ارزش برندهای قوی را می‌دانند. کافی است از آنها بپرسید برندها چگونه ارزش بهتری ایجاد می‌کنند و آنها بی‌درنگ پاسخ می‌دهند که با اثرگذاری بر نحوه تفکر و رفتار مشتریان این کار را انجام می‌دهند و بنابراین قیمت بالاتر را موجب می‌شوند. شرکت WPP که بزرگ‌ترین شرکت خدمات بازاریابی در دنیا است، می‌گوید سهم مالی برندها در درآمدهای شرکت‌ها به قدرت آن برند در ذهن مصرف‌کننده بستگی دارد. بدون شک تمرکز بر دستاوردهای مشتری محور مهم است اما ارزش برند را به طور کامل ارائه نمی‌کند و سهم واقعی آن را در رشد شرکت نادیده می‌گیرد. این در حالی است که شرکت‌ها علاوه بر مشتری برای یافتن کارمندان خوب هم در تقلا هستند و درست همان طور که برندهای قوی می‌توانند به جذب مشتریان بیشتر که قیمت‌های بالاتر می‌پردازند کمک کنند، در یافتن کارمندانی که دریافتی کمتری داشته باشند نیز موثر هستند. در بسیاری از سازمان‌ها که پرداخت به کارمندان عمده هزینه‌ها را تشکیل می‌دهد و به طوری که حقوق به تنهایی ۲۰ تا ۵۰ درصد هزینه‌های عملیاتی را در برمی‌گیرد، این مهم را نمی‌توان نادیده گرفت. ناتوانی در شناخت قدرت برند در روند استخدام کارمندان، می‌تواند اثر چشمگیری داشته باشد. دست کم گرفتن قدرت برند در رابطه با کارمندان نیز به معنی سرمایه‌گذاری اندک در برند است؛ موضوعی که بسیاری از سازمان‌ها در مورد آن اهمال می‌کنند. نتایج بدست آمده بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده در مورد ۳۹۳ شرکت آمریکایی طی ۱۱ سال نشان می‌دهد شرکت‌هایی که برندهای قوی دارند می‌توانند:

- کارمندان ماهرتری جذب کنند.
- برای حفظ این کارمندان پرداخت‌های کمتری داشته باشند.
- به محرک‌های کمتری برای انگیزه‌بخشی به این کارمندان نیاز داشته باشند.

■ چرا کارمندان به برند اهمیت می‌دهند؟

ایده اصلی ما این است که مزایای ارتقای هویت که کارمندان از برندهای قوی به دست می‌آورند، می‌تواند جایگزین حقوق و مزایای بیشتر شود. انسان به طور طبیعی نیاز دارد هویتش تعریف شود؛ چه برای شناخت خود و چه برداشتی که دیگران از ما دارند. اثرات برندها بر هویت مصرف‌کنندگان به خوبی تعریف شده است، اما این اثرات در مقایسه با اثرات بر کارمندان که برندها را زندگی، ایجاد و تقویت می‌کنند هیچ است. فراز و فرودها، یأس و امید، پیروزی‌ها و شکست‌هایی که بخشی از کار شرکت‌هایی همچون بلک‌بری یا اپل هستند، بیش از آنکه مالکیت ساده یک محصول بلک‌بری یا اپل را نشان دهند، در هویت یک فرد نقش دارند. به علاوه، افراد محصولات متعددی مصرف می‌کنند، اما یک شغل دارند.

ویژه نامه داخلی شرکت داروسازی آفاشیمی

تهران - کیلومتر ۵ جاده قدیم کرج - خیابان نورد

تلفن: ۶۴۰۵۹۰۶۴۰۵۹۰۷۸۱ نمابر: ۶۶۷۸۰۷۸۱



سردبیر ویژه نامه: دکتر عاصم عبدالله پور

هیأت تحریریه: دکتر مژده احمدی، افسانه پاسبانی، دکتر اشکان خرمی، مصطفی علمافر، مهندس مژگان شفیق آبادی، دکتر عاصم عبدالله پور، مریم گوهرزاد، مهندس رضامرادیان، هدا کاویانی، دکتر فریامهدوی زاده، مهندس رویا نصرتی، مهندس رضوان نیک خلق، محمدعلی نیک‌هوش، مهندس افشین میرزایی و سحر دارایی

امور هماهنگی: سحر دارایی

عکس: رضا طب نوری

زمینه فعالیت: علمی، آموزشی و اطلاع رسانی

تیراژ: ۱۱۰۰ نسخه

magazine@afachemi.com

سردبیر نشریه: غلامرضا شریعتی
تلفن: ۴۴۰۸۲۶۰۲ نمابر: ۴۴۰۸۲۸۷۹

فقط اجرا و هماهنگی چاپ: دفتر اجرایی نشریه کیفیت و مدیریت
طراح: مهندس علی صالح

تنها دارنده گواهینامه GMP
برای تولید ویالهای آنتی بیوتیک

Afazox®
Ceftizoxime

Broad Spectrum of Activity

Enhanced Activity Against Anaerobic Bacteria

First line Surgical Prophylaxis

Recommended for use in Pediatrics (Approved by FDA)

Low Incidence of Side Effect



Afa Chemi
داروسازی آفاشیمی
www.afachemi.com