

اخذ مابه‌التفاوت از صادرات دارو

به نفع توسعه این صنعت نیست

اشاره:

صنعت داروسازی، از صنایع سودآور جهان است. تبادل سالانه میلیاردها دلار دارو در سراسر جهان، وجود شرکت‌های معظم داروسازی که مجهز به مراکز تحقیقاتی و پژوهشی عظیم و نیروی انسانی متخصص و پژوهشگر هستند، تبادل پروانه‌های ساخت دارو میان شرکت‌های داروسازی و... نشانگر جایگاه و اهمیت فزاینده این صنعت و بخش‌های تحقیقاتی مربوط به آن است.

پیشرفت علوم و فناوری و نیز گسترش فعالیت‌های مطالعاتی - تحقیقاتی، زمینه توسعه روزافزون صنعت داروسازی و تجهیزات پزشکی در جهان را فراهم ساخته و بازار دادوستد دارو و تجهیزات پزشکی را رونق بخشیده است. کسب سهم مناسب در این بازار نیازمند توسعه صادرات فرآورده‌های دارویی و تجهیزات پزشکی و در کنار آن ایجاد و توسعه مراکز تحقیقاتی، آزمایشگاه‌ها و نیز مراکز اطلاع‌رسانی است.

برای کشورهای نظیر ایران که در زمینه مواد اولیه (گیاهان دارویی با حدود ۴۰۰۰ گونه گیاهی) استعداد بالقوه زیادی دارند، توسعه صنعت داروسازی به لحاظ ایجاد اشتغال و ارزآوری و نیز ارزش افزوده بالای این صنعت، حایز اهمیت است و توجیه اقتصادی دارد، مشروط بر آنکه صادرات‌گرایی و نگاه به بازارهای جهانی همواره مدنظر باشد و از تجربه‌های ارزشمند شرکت‌های داروساز موفق در امر صادرات به خوبی استفاده شود.

خبرنگار نشریه «بررسی‌های بازرگانی» در گفت‌وگو با آقای مصطفی اعتباری، مدیرعامل شرکت صادراتی صنایع دارویی ایران «فارمیگو» به عنوان صادرکننده نمونه در خصوص راهکارهای توسعه صنعت داروسازی و صادرات آن پرسش‌هایی را مطرح ساخت که می‌تواند راهگشای توسعه صادرات دارویی کشور باشد. ماحصل این گفت‌وگو را با هم می‌خوانیم.

■ آیا تسهیلات اعلام شده در دو سال اخیر از سوی دولت برای توسعه صادرات غیرنفتی موفقیتی به همراه داشته است؟

□ تسهیلات یکی دو سال اخیر یک سری اقدام‌های مقطعی بوده است که برای شروع توسعه صادرات، امری مفید

محسوب می‌شود.

اما تمامی کشورهایی که در زمینه صادرات کالاهای غیرنفتی موفقیتی کسب کرده‌اند، در زمینه این مقوله به طور درازمدت و ریشه‌ای برخورد کرده‌اند.

تسهیلات ارایه شده هنگام اجرا با مشکلاتی مواجه است، پس تسهیلات

باید دارای دستورالعمل شفاف باشد تا صادرکننده هنگام صدور کالای خود بتواند از آن بهره‌مند شود.

موضوع صادرات امری اجتناب‌ناپذیر برای اقتصاد ایران است و اداره کشور با اقتصاد بدون نفت، ایجاب می‌کند تسهیلاتی ارایه شود که در عمل

صادرکننده بتواند از آن بهره‌مند شود و صادرات رونق بگیرد.

امروز بزرگترین معضل کشور، امر اشتغال است. جمعیت ایران جوان است و باید وارد بازار کار شود، اما صنایع کشور بر اثر مشکلاتی که با آن دست به گریبان است، هر روز تعدیل نیرو می‌کند، زیرا نداشتن تولید و بازار باعث شده است نیروی کار سربار به نوعی از کارخانه‌ها خارج شود.

در زمان حاضر تولید کارخانه‌ها مازاد بر مصرف داخلی است، در نتیجه باید به بازارهای خارجی فکر کرد. دولت باید زمینه صدور مازاد تولید کارخانه‌ها را با ارایه تسهیلات حل کند، وگرنه کشور با مشکل بیکاری بیش از این مواجه خواهد شد. تسهیلات ارایه شده همان طور که گفته شد، کافی نیست. دولت باید به صادرات یارانه پرداخت کند. البته حذف پیمان ارزی کار بسیار پسندیده‌ای در جهت توسعه صادرات بود، اما حذف پیمان اثر مقطعی دارد و بخشی از مشکل صادرکننده را حل می‌کند، باید تسهیلات ریشه‌ای باشد.

دولت اگر در مقابل هر دلار کالای صادراتی ۱۰۰۰ ریال به صادرکننده یارانه پرداخت کند، خواهید دید که صادرات چگونه توسعه خواهد یافت. پرداخت یارانه صادراتی جزو سیاست‌های اصلی کشورهای موفق در امر صادرات است و انگیزه صادرات را بین صادرکنندگان واقعی به نحو چشمگیری بالا می‌برد.

■ به نظر شما ارقام پیش‌بینی شده صادرات غیرنفتی در برنامه سوم توسعه محقق خواهد شد؟

□ با توجه به رقابت سنگینی که بین صادرکنندگان در بازارهای جهانی وجود دارد، چنانچه یک سری راهکارهای ریشه‌ای اندیشیده نشود، دستیابی به این اهداف غیرممکن است. دولت باید برای صدور کالاهایی که ارزش بالاتری دارد، تمهیداتی بیندیشد. در اقتصاد بدون نفت، با صدور کالاهای سنتی مانند زیره، کشمش و... نمی‌توان وارد بازارهای جهانی شد و اقتصاد صادرات‌گرا را چرخاند، بلکه باید به صدور خدمات فنی - مهندسی پرداخت و با صادرات محصولات صنعتی کشور را گسترش داد.

صدور دارو ارزآور است، زیرا قیمت آن در بازارهای جهانی بالاست. در صورت تشویق صادرات صنعتی و خدمات فنی - مهندسی، دستیابی به ارقام پیش‌بینی شده در برنامه سوم توسعه امکان‌پذیر خواهد شد.

کارخانه‌های «بایر» و «هوخست» بخش عمده‌ای از اقتصاد آلمان را در دست دارند. سوییس و آمریکا نیز از این امر مستثنی نیستند. باید کالاهایی که دارای ارزش افزوده و قیمت‌های بالاست، صادر شود.

برای مثال کرواسی در اثر تحقیقات به چند محصول دارویی رسیده است که با صدور آنها سالانه چندین میلیارد دلار ارز وارد

کشورش می‌شود. یکی از این داروها یک نوع آنتی‌بیوتیک است که سالانه ۲ میلیارد دلار برای این کشور عایدی دارد.

در صورت اعمال چنین سیاست‌هایی، دستیابی به ارقام صادراتی غیرنفتی در برنامه سوم توسعه محقق خواهد شد.

■ مشکلات مبتلابه صادرات کالاهای غیرنفتی چیست؟

□ اعمال نظر شخصی در زمینه تسهیلاتی که دولت برای صادرکنندگان در نظر می‌گیرد، از جمله مشکلاتی است که بر سر راه صادرات کشور قرار دارد.

متأسفانه هر ارگان، سازمان، وزارتخانه و... بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های دولتی را برای خود تفسیر می‌کند و صادرکننده را با مشکل مواجه می‌سازد.

برخی از این ارگان‌ها نیز تسهیلات ارایه شده از سوی دولت را با توجه به امکاناتی که در اختیار دارند، قبول ندارند.

نظریه‌های علمی و دانشگاهی در زمینه صادرات کالاهای غیرنفتی ارزشمند است، اما کافی نیست. در تمامی کشورهای موفق در امر صادرات، دیده می‌شود که نظر صادرکنندگان نیز در تصمیمات ملحوظ می‌شود. باید از کشورهای چون هند، ژاپن و چین که از صادرکنندگان عمده در بازارهای جهانی محسوب می‌شوند، با توجه به

فرهنگ کشور الگو گرفت و آنان را مورد استفاده قرار داد.

دست‌اندرکاران و مسؤولان امر صادرات هنوز به اهمیت صادرات واقف نیستند، زیرا بهای لازم را به امر صادرات نمی‌دهند. بی‌اهمیت جلوه دادن صادرات غیرنفتی و برخورد غیرمسئولانه با آن، کشور را برای پیوستن به سازمان جهانی تجارت (WTO) با مشکل عظیمی مواجه خواهد کرد.

باید به سمتی پیش رفت که موانع غیرتعرفه‌ای از هم اکنون حذف شود تا بتوان در بازار دادوستد با کشورهای عضو به گفت‌وگو نشست و مواد اولیه موردنیاز را از آنان خرید.

دولت امروز برای هر دلار صدور بخشی از داروها ۶۲۵۰ ریال مابه‌التفاوت دریافت می‌کند. این داروها جزو داروهایی هستند که ارز یارانه‌ای به آنها تعلق می‌گیرد.

این سیاست باعث می‌شود حدود ۵۰ تا ۶۰ درصد از داروهایی که مازاد بر نیاز داخلی است و باید صادر شود، به دلیل قیمت تمام شده بالا، نتواند در بازارهای جهانی رقابت کند.

در صادرات دارو با توجه به ارزش افزوده‌ای که به آن تعلق می‌گیرد، نباید مابه‌التفاوت پرداخت شود. جامعه اروپا در ازای هر تن «سوربیتول» صادراتی ۳۰۰ دلار یارانه پرداخت می‌کند، زیرا در این صنعت راهبردی ۲۰ هزار نفر مشغول کار

منبع: پنجمین ماده اولیه غیرنفتی کشور دارو هاست.

هستند و نباید بیکار شوند، اما یک صادرکننده دارو در ایران در مقابل صدور برخی داروهای یارانه‌ای باید مبلغ زیادی مابه‌التفاوت بدهد. این امر انگیزه صادرات دارو را به میزان زیادی کاهش داده است.

دریافت مجوز از سازمان‌ها، وزارتخانه‌ها و ارگان‌های مختلف یکی دیگر از معضلات توسعه صادرات است. دولت باید اجازه دهد صادرکننده بدون دریافت مجوز، محصولاتش که می‌تواند در بازارهای جهانی به فروش برسد را صادر کند. در این زمینه گمرک موظف است آمار صادرات را به اطلاع دولت برساند.

جایزه صادراتی در ایران مفهوم ندارد، دولت باید در ازای هر دلار صادرات، مبلغی به عنوان جایزه صادراتی به صادرکننده پرداخت کند. این تشویق صادرات را به طور چشمگیری گسترش می‌دهد.

صادرکنندگان به مراکز اطلاع‌رسانی مجهز و به روز نیاز دارند. این مراکز باید با دریافت اطلاعات مربوط به کشورهای خارجی برپا شود تا یک صادرکننده بتواند از آن بهره‌مند شود. بخش بازرگانی سفارتخانه‌های ایران در کشورهای خارجی موظف هستند این مراکز را ایجاد کنند. متأسفانه سفارتخانه‌های ایرانی اطلاعات لازم در زمینه بازار کشور محل مأموریت خود را ندارند تا صادرکننده بتواند از آن منتفع شود.

این گونه مراکز می‌بایست اطلاعات گمرکی کشور و حوزه فعالیت سفارتخانه‌ها را در اختیار صادرکنندگان ایرانی قرار دهند. دولت باید اطلاعات کارشناسی صادرکنندگان را ملحوظ دارد و مشاوره این گروه معرب را به کار گیرد.

موضوع قیمت تمام شده و بسته‌بندی از دیگر معضلات صادرات ایران است. در صنعت دارو نیز این مشکل به وضوح به چشم می‌خورد.

اگر دولت با پرداخت یارانه و دیگر تشویق‌های صادراتی، قیمت تمام شده داروها را کاهش دهد، و در زمینه بسته‌بندی نیز به یاری این صنعت بشتابد، دسترسی به بازارهای جهانی امکان‌پذیر خواهد شد. صادرات دارو به دلیل ارزش افزوده بالای آن، ارز زیادی را وارد کشور خواهد کرد. بسته‌بندی در صنعت دارو امر بسیار مهمی است و روی خریدار تأثیر زیادی دارد.

■ شرکت فارمیکو به چه دلایلی

صادرکننده نمونه شناخته شد؟

□ این شرکت با وجود تمامی مشکلات مبتلابه امر صادرات توانسته است به روند روبه رشد صادرات خود ادامه دهد.

شرکت فارمیکو معضلات پیمان و مشکلات بسته‌بندی مواد دارویی خود را به نحو احسن حل کرده و با بازاریابی صحیح توانسته است وارد بازارهای جهانی شود.

مانند امارات از مشتریان این مواد هستند و شرکت فارمیگو به آنها کالا صادر می‌کند. کالاهای یک بار مصرف چون باند، گاز، باند گچی و سرنگ نیز از دیگر صادرات شرکت فارمیگو به کشورهای یادشده و نیز برخی کشورهای اروپایی است.

گفتنی است تولید سرنگ در ایران حداکثر با نیمی از ظرفیت نصب شده انجام می‌گیرد، در حالی که فارمیگو درخواست‌های بسیار زیادی از سراسر دنیا برای سرنگ دارد. اما قیمت تمام شده سرنگ در ایران به مراتب بیش از کره جنوبی است، دولت باید با پرداخت یارانه به این محصول، زمینه را برای ورود به بازارهای جهانی آماده سازد.

■ **بازار آینده صادرات شرکت فارمیگو کدام بازارها هستند؟**

□ اگر دولت روی صادرات دارو سرمایه‌گذاری کند و کارخانه‌ها با کمک دولت قیمت تمام شده خود را کاهش دهند و بسته‌بندی را مطابق سلیقه بازارهای جهانی بهبود بخشند، نه تنها شرکت فارمیگو، بلکه صنعت داروسازی ایران در کشورهای آسیای میانه، خاورمیانه، آفریقا و کشورهای همسایه بازار خوبی خواهد داشت.

یکی از محصولات عمده‌ای که در آینده می‌تواند جایگزین صادرات نفت شود، دارو است. باید برای صادرات محصولات دارویی جایگاه خاصی در نظر گرفت.

□ ۹۵ درصد داروی موردنیاز کشور اکنون در داخل تولید می‌شود و امکان تولید بیشتر برای صادرات نیز وجود دارد.

برای مثال کشور اردن حدود ۲۰ سال پس از ایران به تولید دارو پرداخت، اما این کشور سالانه چند میلیارد دلار دارو صادر می‌کند، در صورتی که امکانات فنی، ماشین‌آلات و نیروی انسانی آن به مراتب از ایران عقب‌تر است.

■ **بازارهای صادراتی شرکت فارمیگو را ذکر کنید.**

□ بازارهای صادراتی این شرکت کشورهای همسایه شمالی مانند ارمنستان، ترکمنستان، آذربایجان، تاجیکستان و کشورهای دیگر است. افغانستان و عراق نیز جزو بازارهای شرکت هستند.

بخش عمده داروی موردنیاز افغانستان از ایران تأمین می‌شود و این شرکت نیز در بازار افغانستان فعال است. حجم صادرات دارو شرکت فارمیگو به افغانستان نسبت به قبل از جریانات اخیر به سه برابر افزایش یافته است.

یمن و کشورهای آفریقایی چون سودان، کنیا و دیگر کشورها نیز جزو بازار شرکت فارمیگو هستند. این شرکت در زمینه صدور مواد اولیه‌ای که پایه نفتی دارد، مانند پارافین و وازلین نیز فعال است. کشورهای اروپایی از جمله آلمان و نیز کشورهای حاشیه جنوبی خلیج فارس

با وجود مشکلاتی چون پرداخت مابه‌التفاوت به سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، صادرات شرکت تداوم یافت و توانست بر رقبای خود در بازارهای صادراتی پیروز شود.

در شرایط سختی که برای صادرات وجود دارد، شرکت فارمیگو با مدیریت صحیح همواره به تعهدات خود به موقع عمل کرد و پیوسته در جهت رشد صدور کالاهای دارویی گام برداشته است.

به طور کلی برای یک واحد صنعتی علم و تجربه کافی نیست، بلکه باید نوآوری داشته باشد و روش‌هایی را اتخاذ کند که در بحران بتواند موانع و مشکلات را پشت سر گذاشته و بر آنان فایز آید.

■ **میزان صادرات شرکت فارمیگو در سال ۱۳۸۰ چقدر بود؟**

□ این شرکت توانست در سال ۱۳۸۰ حدود ۴ میلیون دلار دارو صادر کند که نسبت به سال قبل از آن حدود ۳۰ درصد رشد نشان می‌دهد.

برنامه‌ریزی‌های انجام شده نشانگر آن است که میزان صادرات در سال ۱۳۸۱ نیز دارای یک رشد ۳۰ درصدی نسبت به سال ۱۳۸۰ باشد. البته این میزان صادرات برای صنعت دارو که در سطح چند میلیارد دلاری در دنیا معامله می‌شود، رقم بسیار ناچیزی است.

■ **چه میزان از داروی موردنیاز کشور در داخل تولید می‌شود؟**

■ آیا دارو برای ورود به بازارهای جهانی به تبلیغات نیاز دارد؟

□ صادرات این محصول به شدت به تبلیغات وابسته است. صادرات دارو از بخش‌های دشوار صادرات کالاهای غیرنفتی است. یک صادرکننده دارو باید لااقل ۸ ماه تا یک سال زحمت بکشد تا داروی صادراتی خود را در وزارت بهداشتی کشور خریدار ثبت کند. ثبت دارو در وزارت بهداشتی کشورهای خریدار، نیاز به مدارک علمی فراوان، نمونه و... دارد. در ضمن رفت و آمدهای مکرر برای ثبت محصول صادراتی مخارج گزافی را برای صادرکننده دربردارد.

پس از ثبت دارو در وزارت بهداشتی کشور خریدار، باید راهکارهایی در پیش گرفته شود تا داروی صادراتی به نسخه دکتر آن کشور برسد. در این زمینه بازاریابی و تبلیغات، امری پیچیده و بسیار مشکل است.

دارو در داروخانه‌های کشورهای خارجی مانند ایران به بیمار تحویل نمی‌شود، بلکه دکتر نام تجاری دارو را روی نسخه ذکر می‌کند و داروخانه موظف است دارو را با نام تجاری به مصرف‌کننده تحویل دهد.

برگزاری همایش‌های علمی، رایبه بروشورهای مختلف، ارسال

نمونه‌های اهدایی (اشانتیون) و... از جمله فعالیت‌های لازم برای تبلیغات دارو و بازاریابی آن است.

اعزام نماینده فروش (ویزیتور دارویی) نیز از جمله راه‌های تبلیغ داروهای صادراتی است که مخارج گزافی دارد. قرار گرفتن داروی ایران در سرنسخه‌های پزشکان کشورهای خریدار، پایان کار نیست، بلکه حمایت از حضور مستمر در بازار آن کشور نیز جزئی از بازاریابی محسوب می‌شود، زیرا رقبای داروی ایران همواره درصدد ضربه زدن به صادرکننده ایرانی هستند.

در رشته صادرات دارو، بازاریابی، تبلیغات، رایبه مطالب علمی، برگزاری همایش و... که باید به حفظ بازار منجر شود، از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است.

■ آیا صنایع دارویی ایران در نمایشگاه‌های تخصصی جهانی شرکت می‌کنند؟

□ به‌طور کلی داروهایی که در کشور خریدار به ثبت نرسیده باشد، نمی‌تواند بازار خوبی داشته باشد. به نظر من داروهایی باید در نمایشگاه‌های تخصصی بین‌المللی عرضه شود که در کشورهای خریدار به ثبت رسیده باشد. این شرکت در برخی نمایشگاه‌ها از جمله نمایشگاه‌های کشورهای آفریقایی و آسیایی دارو عرضه می‌کند.

■ آیا صنعت داروسازی در زمینه صادرات از روش‌های نوین تجاری استفاده می‌کند؟

□ استفاده از روش‌های نوین تجاری مانند اینترنت و استفاده از نقطه تجاری در صادرات تمامی کالاها از جمله دارو، اجتناب‌ناپذیر است. این شرکت محصولات دارویی خود را روی شبکه اینترنت معرفی کرده است.

در سایت این شرکت علاوه بر معرفی داروهای صادراتی، صنعت داروسازی ایران نیز معرفی شده است.

■ آیا در رشته صادرات دارو، صادرکنندگان غیرواقعی نیز فعال هستند؟

□ صادرکنندگان غیرواقعی در تمام دنیا حضور دارند. این افراد برای اهداف مقطعی برای یک یا دو بار کالاهای مختلف را صادر می‌کنند و پس از آن ناچار می‌شوند بازار را ترک کنند. در صنعت صادرات دارو نیز در یک سال گذشته حدود ۵ شرکت که در این رشته و صادرات آن آگاهی لازم را نداشته، ورشکست شده و بازار را ترک کردند.

برای مقابله با چنین افرادی، باید به محکم بودن فعالیت‌های صادراتی خود، اطمینان کامل داشته باشیم و با انجام به‌موقع تمهیدات، نظر مشتریان و خریداران کالاهای

صادراتی را جلب کنیم. اتخاذ چنین سیاستی همواره صادرکنندگان غیرواقعی را از بازار خارج می‌سازد.

تجربه نشان داده است، صادرکنندگان غیرواقعی آسیب‌های جدی به نام کالاهای ایرانی و صادرات وارد کرده‌اند، اما این لطمات مقطعی است، چنانچه ساختار یک شرکت صادراتی قوی باشد، چنین لطماتی بی‌اثر خواهد بود.

■ آیا صنایع دارویی کشور تشکل صادراتی دارد؟

□ این صنعت تشکل صادراتی ندارد، اما صادرکنندگان دارو عضو تعدادی از تشکل‌ها هستند. البته این تشکل‌ها خدمات ویژه‌ای در اختیار صادرکنندگان قرار نداده‌اند، بلکه بخشنامه‌های مختلف را به اطلاع آنها می‌رسانند.

حداکثر فعالیت یک تشکل صادراتی در ایران، گرفتن امکانات از دولت و قرار دادن آن در اختیار صادرکننده است، در صورتی که تشکل‌ها باید به فعالیت‌های تحقیقاتی پردازند و راهکارهای مفید در امر صادرات را به صادرکنندگان ارائه کنند.

■ در زمینه دارو، تحقیقات در جهت صادرات تا چه میزان انجام می‌گیرد؟

□ مراکز تحقیقاتی به هیچ‌وجه در زمینه صادرات دارو و ایجاد

راهکارهای صحیح صادراتی گام برنداشته‌اند. تصور می‌کنم در رابطه با صنعت داروسازی، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، باید با کمک وزارت بازرگانی یک مرکز تحقیقاتی تشکیل دهد که این مرکز مشکلات مبتلابه صادرات دارو را با توجه به توانمندی‌های موجود در این رشته بررسی و آنها را حل کند.

در رشته دارو، تجارب فراوان و نیروی انسانی غنی وجود دارد، اما باید بررسی شود که چرا نمی‌توان صادرات این رشته را توسعه داد. ایجاد مرکز تحقیقاتی در جهت حل معضل صادرات دارو، بسیار ضروری است.

در این مرکز باید از تجربه صادرکنندگان نیز استفاده شود و برای تهیه راهکارهای عملی جهت توسعه صادرات می‌بایست تجربه کشورهای موفق در صادرات دارو بررسی شود.

■ سرمایه‌گذاری انجام شده در تولید دارو، آیا از نوع سرمایه‌گذاری صادرات‌گرا بوده یا فقط برای تأمین نیازهای بازار داخلی صورت گرفته است؟

□ تمام سرمایه‌گذاری انجام شده در این رشته برای تأمین مصرف داخل بوده است. در سال‌های قبل از انقلاب اسلامی، فقط ۴۰ درصد نیازهای بازار در داخل تولید می‌شد و بقیه آن از

طریق واردات تأمین می‌شد. اما با توجه به خروج شرکت‌های چندملیتی از ایران و تحریم اقتصادی، به طور کلی انتقال دانش فنی دارو مشکل است، ولی همکاری‌ها و تلاش دولت باعث شد امروز ۹۵ درصد نیاز بازار داخلی با بیش از ۶۰ میلیون نفر جمعیت در داخل تأمین شود.

دارو یک کالای راهبردی است و در زمینه تولید آن پیشرفت‌های چشمگیری در ایران تحصیل شده است. توانمندی‌های موجود در صنعت داروسازی ایجاب می‌کند سرمایه‌گذاری‌های کلان در این رشته جذب و به سوی صادرات سوق داده شود.

صنعت داروسازی در ایران هنوز صادرات‌گرا نیست، باید در جهت صادرات گام‌های اساسی برداشت، راهکار آن نیز ایجاد مرکز تحقیقات برای صادرات این کالا است.

این مرکز باید با همت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان‌ها، ارگان‌ها و وزارتخانه‌های ذربط و با استفاده از تجارب صادرکنندگان تشکیل شود. این مرکز باید دارای بودجه کافی برای انجام تحقیقات در سطح داخلی و بین‌المللی باشد تا مشکلات مبتلابه صادرات را حل کند.

