

## **Categorization of Platform Responsibilities from the Perspective of Governance; The Case of Online Pharmacy & Delivery Platforms**

**Sina Ataherian<sup>1</sup>, Meysam Narimani<sup>2</sup>, Mohammad Sahebkar Khorasani<sup>3</sup>,  
Asgar Sarmast<sup>4</sup>, Alireza Bahrami<sup>5</sup>**

1- PhD Student, Department of Public Policy, Imam Hossein University, Tehran, Iran.

(Corresponding Author: [taherian.sina@ihu.ac.ir](mailto:taherian.sina@ihu.ac.ir))

2- Associate Professor, Department of Knowledge-Based Economy, Technology Studies Institute, Tehran, Iran.

3- Assistant professor, Department of Innovation Policy and Foresight, Technology Studies Institute, Tehran, Iran.

4- Phd Student, Department of Management, Science & Technology, Amirkabir University, Tehran, Iran.

5- M.Sc. Student, Information Technology Management, University of Tehran, Tehran, Iran.

---

### **Abstract**

The growing expansion of digital platforms into all aspects of human life, along with the increasing recognition of their implications for governance and policymaking, has rendered the examination of their associated challenges and responsibilities increasingly necessary. In this context, the present study conducts a case analysis of online pharmacy and distribution platforms and employs the thematic analysis method to identify and categorize platform responsibilities. To gather primary data, twenty semi-structured interviews were conducted with experts, professionals, and stakeholders. After each interview, relevant themes were extracted and used to inform the structure and focus of subsequent interviews. This study identified a total of 68 basic themes, which were then synthesized into 22 organizing themes and ultimately consolidated into six overarching global themes. Based on this structure, platform responsibilities can be classified into six principal domains: responsibilities related to cultural and social issues, legal concerns, security matters, economic dimensions, sector-specific challenges, and technological considerations. Within each of these domains, platforms are expected to fulfill a set of specific responsibilities. These include avoiding the cultivation of consumer appetites or shifts in lifestyle preferences, refraining from disseminating false information or manipulating public opinion for unethical commercial objectives, ensuring that counterfeit, unauthorized, low-quality, or smuggled products are not distributed, facilitating expert oversight within relevant sectors, adhering to special conditions associated with the provision and delivery of goods and services, and upholding data privacy by avoiding the disclosure or commercial misuse of users' personal information.

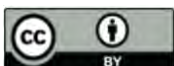
**Keywords:** Platform Governance, Platform Economy, Multi-Sided Markets, Platform's Responsibility, Online Pharmacy Platforms.

---

### **How to Cite this Paper:**

Ataherian, S., Narimani, M., Sahebkar Khorasani, M., Sarmast, A. & Bahrami, A. (2025). **Categorization of Platform Responsibilities from the Perspective of Governance; The Case of Online Pharmacy & Delivery Platforms.** *Journal of Science & Technology Policy*, 18(1), 83-98. {In Persian}.

doi: 10.22034/jstp.2025.11928.1865





## دسته‌بندی مسئولیت‌های پلتفرم‌ها از منظر حکمرانی؛

### مورد پلتفرم‌های فروش و توزیع برخط دارو

سینا آطاهریان<sup>۱</sup>، میثم نریمانی<sup>۲</sup>، سیدمحمد صاحبکار خراسانی<sup>۳</sup>، عسگر سرمست<sup>۴</sup>، علیرضا بهرامی<sup>۵</sup>

۱- دانشجوی دکتری تصمیم‌گیری و خط مشی‌گذاری عمومی، دانشگاه جامع امام حسین(ع)، تهران، ایران.

(نویسنده عهده‌دار مکاتبات: [taherian.sina@ihu.ac.ir](mailto:taherian.sina@ihu.ac.ir))

۲- دانشیار گروه اقتصاد دانش‌بنیان، پژوهشکده مطالعات فناوری، تهران، ایران.

۳- استادیار گروه سیاست نوآوری و آینده‌نگاری، پژوهشکده مطالعات فناوری، تهران، ایران.

۴- دانشجوی دکتری مدیریت فناوری، دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه امیرکبیر، تهران، ایران.

۵- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده‌گان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

#### چکیده

گسترش کاربرد پلتفرم‌ها در تمامی جنبه‌های زندگی بشری و مشخص شدن تبعات آن بر فضای حکمرانی و سیاست‌گذاری کشور، بررسی چالش‌ها و مسئولیت‌های آن‌ها را ضروری می‌نماید. پژوهش حاضر ضمن بررسی موردی «پلتفرم‌های فروش و توزیع برخط دارو» با استفاده از روش تحلیل مضمون، مسئولیت‌های پلتفرم‌ها را احصا و دسته‌بندی نموده است. برای جمع‌آوری اطلاعات اولیه، تعداد ۲۰ مصاحبه با صاحب‌نظران، متخصصان و ذی‌نفعان تنظیم و پس از هر مصاحبه مضامین مربوطه استخراج و برای مصاحبه‌های بعدی برنامه‌ریزی شد. در این مرحله ۶۸ مضمون اصلی احصا شد که نهایتاً ۲۲ مضمون سازمان‌دهنده و در نهایت ۶ مضمون فراگیر به دست آمد. به این ترتیب مسئولیت‌های پلتفرم‌ها را می‌توان به شش دسته کلی شامل مسئولیت‌ها در نسبت با مسائل فرهنگی و اجتماعی، در نسبت با مسائل حقوقی، در نسبت با مسائل امنیتی، در نسبت با مسائل اقتصادی، در نسبت با مسائل خاص بخشی، در نسبت با مسائل فناوری تقسیم نمود. هر یک از حوزه‌های مسئولیتی معرفی شده نیز شامل مسئولیت‌هایی از قبیل «عدم ایجاد ذائقه و تغییر در سبک زندگی»، «عدم ارائه اطلاعات نادرست و مهندسی افکار در جهت اهداف سوء تجاری و...»، «عدم عرضه محصولات قاچاق، غیرمجاز، تقلبی و بی‌کیفیت»، «فراهم کردن امکان نظارت کارشناسان بخشی»، «تعهد به رعایت شرایط خاص عرضه کالا یا خدمت و حمل محصول» و «تعهد به عدم افشای اطلاعات و استفاده تجاری از آن» می‌شود.

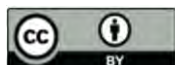
**کلیدواژه‌ها:** حکمرانی بر پلتفرم، اقتصاد پلتفرمی، بازار چندسویه، مسئولیت پلتفرم، فروش و توزیع برخط دارو.

برای استنادات بعدی به این مقاله، قالب زیر به نویسندگان محترم مقالات پیشنهاد می‌شود:

آطاهریان، سینا، نریمانی، میثم، صاحبکار خراسانی، سیدمحمد، سرمست، عسگر، و بهرامی، سیدرضا. (۱۴۰۴). دسته‌بندی مسئولیت‌های پلتفرم‌ها از منظر

حکمرانی؛ مورد پلتفرم‌های فروش و توزیع برخط دارو. *سیاست علم و فناوری*، ۱۸(۱)، ۹۸-۸۳.

doi: 10.22034/jstp.2025.11928.1865



## ۱- مقدمه

ظهور بازارهای چندسویه و پلتفرم‌های<sup>۱</sup> دیجیتال شیوه ارائه کالا و خدمات را با تغییرات شگرفی مواجه کرده و انواع این پلتفرم‌ها به واسطه‌های کلیدی زنجیره تولید-مصرف تبدیل شده‌اند. این امر به طور قابل توجهی بر نحوه دسترسی افراد به کالاها یا خدمات مصرفی، نحوه جستجوی آنها، نحوه مبادله آنها و نحوه ایجاد ارزش به وسیله آنها تأثیر گذاشته است [۱]. افزایش نفوذ پلتفرم‌ها در زندگی روزمره بشر، علی‌رغم تمامی فواید خود، چالش‌هایی از جمله مسائل مربوط به حریم خصوصی داده‌ها، اطلاعات نادرست، انحصار بازار را پدید آورده و نگرانی‌های اخلاقی را نیز افزایش می‌دهد. برتری پلتفرم‌های دیجیتال به‌عنوان واسطه‌های مرکزی تراکنش‌های اقتصادی، اجتماعی و اطلاعاتی، مستلزم بررسی موشکافانه و انتقادی ساختارهای حکمرانی است [۲]. در واقع رخنه بی‌سابقه‌ای که توسط نهادهایی مانند گوگل، آمازون، متا و اوبر در زندگی جوامع بشری ایجاد شده؛ به طور فزاینده ضرورت ایجاد پارادایم‌های حکمرانی جامع که ضامن سلامت اخلاقی، شفافیت و پذیرش مسئولیت است، را نشان می‌دهد [۳]. از این منظر و در برابر توسعه پلتفرم‌ها، مفهومی تحت عنوان «حکمرانی بر پلتفرم» روبه گسترش است. حکمرانی مؤثر بر روی پلتفرم‌ها نیازمند رویکردهای چندجانبه است تا اطمینان حاصل شود که منافع ذینفعان مختلف -از جمله منافع کاربران، تنظیم‌گران و جامعه مدنی- به درستی به تعادل می‌رسد [۴].

چالش‌های ناشی از گسترش کاربرد پلتفرم‌ها در زندگی بشری، نیاز مبرم به حکمرانی بر پلتفرم و احصاء و تبیین مسئولیت‌های مختلفی که آنها باید بر عهده بگیرند را برجسته می‌کند. بدون نظارت مناسب، پلتفرم‌ها می‌توانند از تسلط خود در بازار سوء استفاده کنند، حریم خصوصی کاربران را نقض کرده و نابرابری‌های اجتماعی را تعمیق بخشند. یک مدل مسئولیت جامع مبتنی بر چارچوب حکمرانی می‌تواند تضمین کند که پلتفرم‌ها در قبال اقدامات خود پاسخگو هستند و در عین حال ساختارها و مقررات لازم را برای هدایت رفتار آنها فراهم نماید [۵]. بنابراین، توسعه یک مدل مسئولیت و

حکمرانی قوی متناسب با بوم سازگان فناوری ایران که در مسیر افزایش کاربرد پلتفرم‌ها قرار دارد؛ نه تنها مهم؛ بلکه ضروری است تا از ادغام پایدار و عادلانه پلتفرم‌ها در ارزش‌های حاکم بر جامعه اطمینان حاصل شود.

بررسی پژوهش‌های انجام شده نیز نشان از اهمیت موضوع احصاء مسئولیت‌ها و چالش‌های حکمرانی بر پلتفرم‌ها داشته و مشخص می‌کند که لازم است تا بیش‌ازپیش به این موضوع پرداخته شود. از جمله این پژوهش‌ها که بر روی حوزه موضوعی خاصی تمرکز داشته‌اند می‌توان به حیدری و همکاران با موضوع «بررسی مسئولیت کیفری پلتفرم‌های آنلاین و جرایم ارتكابی کاربران آنها در حقوق کیفری ایران و آمریکا» [۶]، «بررسی الزامات حاکم بر تأمین امنیت داده‌های کاربران توسط پلتفرم‌های ارائه‌دهنده خدمات» توسط احمدوند و همکاران [۷]، حسنی و همکاران با موضوع «چالش‌های حکمرانی پلتفرم‌های جهانی آنلاین و دلالت‌های آن برای جامعه ایران (مطالعه موردی: رسانه اجتماعی فیس‌بوک)» [۸]، پژوهش میرسالاری و همکاران با عنوان «بررسی مناقشات تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی از طریق نظریه کنشگر- شبکه و نقشه‌کشی مناقشه» [۹] اشاره نمود. همچنین در عرصه تنظیم‌گری پلتفرم‌ها نیز پژوهش‌هایی مانند پژوهش نریمانی و همکاران با عنوان «ارائه چارچوب نهادی برای تنظیم‌گری مدل‌های جدید کسب‌وکار در ایران؛ مطالعه موردی: ارائه‌دهندگان خدمات برخط جابه‌جایی درون‌شهری» [۱۰] و همچنین پژوهش سلطان‌زاده و همکاران با موضوعات «تحلیل بن‌بست‌های تنظیم‌گری کسب‌وکارهای پلتفرمی حمل‌ونقل در ایران با چارچوب ائتلاف مدافع» [۱۱] برجسته هستند؛ لذا این پژوهش در ادامه به دنبال این است تا از طریق موردکاوی «پلتفرم‌های فروش و توزیع برخط دارو» مدل مفهومی دسته‌بندی مسئولیت پلتفرم‌ها را از منظر «حکمرانی بر پلتفرم‌ها» احصاء نماید. پلتفرم‌های فروش و توزیع بر خط دارو از آن جهت به عنوان مورد مطالعه انتخاب شد که اولاً یکی از موضوعات به‌روز و مورد مناقشه در فضای سیاست‌گذاری کشور بوده و به جهت بررسی مسئولیت‌ها نیز حوزه‌ای بکر و چالش‌برانگیز محسوب می‌شود. ثانیاً این پلتفرم‌ها از آن جهت که در راستای هم‌رسانی بیماران،

<sup>۱</sup> Platforms

پزشکان، داروخانه‌ها و شبکه توزیع فعالیت می‌کنند، ویژگی‌هایی منحصر به فرد و منطبق بر مفهوم پلتفرم دارند.

## ۲- چارچوب نظری و مرور پیشینه

تحول فناوری‌های دیجیتال منجر به ظهور پدیده‌ای موسوم به «پلتفرم» شد و به سرعت در همه شئون زندگی بشری ریشه دواند. استفاده از واژه پلتفرم به دهه ۱۹۹۰ در کالیفرنیا بازمی‌گردد؛ زمانی که توسعه‌دهندگان نرم‌افزار، محصولات خود را به عنوان سکوهایی میزبانی از برنامه‌های کاربردی دیگران، معرفی کردند [۱۲]. همچنین در ادامه نیز این اصطلاح توسط شرکت‌های خاص که دسترسی به محتوای کاربرمحور را تسهیل می‌کنند؛ اما دخالتی در ایجاد این محتوا ندارند، به کار گرفته شد [۱۳].

پلتفرم‌ها امروزه در همه جا وجود دارند، تا جایی که برخی محققان معتقدند که آنها ستون فقرات شبکه جهانی وب را تشکیل می‌دهند [۱۴]. تحت تأثیر این تحولات و تسری پلتفرم‌ها به عرصه‌های مختلف از جمله بازارها - موسوم به بازارهای چندسویه - تغییراتی نیز مبتنی بر استفاده از این ابزار نوین در ارائه خدمت و کالا پدید آمد. لذا تحولات اساسی در روابط شهروندان با دولت رقم خورده و نحوه تولید و توزیع ارزش‌های عمومی نیز دستخوش تغییر شد [۱۵].

به دلیل ماهیت نوین، سیال و پویایی که پلتفرم‌ها داشتند؛ با توسعه کاربرد آن‌ها در عرصه‌های مختلف، این موجودیت‌های نوین به موتور مولد چالش‌های جدید برای دولت‌ها تبدیل شدند. پلتفرم‌ها به سبب وجود تمایلات انحصاری ناشی از اثرات شبکه، عدم تقارن قدرت را تشدید کرده و کنترل مسلط را بر تجمع داده‌ها، نظارت الگوریتمی و دسترسی به بازار تقویت می‌کنند [۱۶]. از سوی دیگر در توسعه سریع اقتصاد پلتفرم، برخی از مسئولیت‌های اجتماعی آن‌ها نیز آشکار شده است. در حال حاضر افشای اطلاعات انتخابی، اطلاعات نادرست و نظارت ضعیف بر محصولات ارائه شده بر روی پلتفرم، همگی می‌توانند بر توسعه آن تأثیر منفی بگذارند [۱۷]. [۱۸]. پلتفرم‌های دیجیتال با متمرکز کردن اهرم‌های قدرت بر ارتباطات، نیروی کار و داده‌ها در بین گروه کوچکی از بازیگران خصوصی، مولد چالش‌های عمیق حکمرانی هستند

[۱۹]. علاوه بر این‌ها، پلتفرم‌ها می‌توانند نابرابری‌های اجتماعی را با تقویت الگوریتمی تعصبات موجود و ایجاد شرایط کاری متزلزل از طریق اقتصادهای گیگ<sup>۱</sup> عمیق‌تر کنند [۲۰]. بنابراین، موجودیت‌های پلتفرمی خطرات جدیدی ایجاد می‌کنند که مانع از توسعه سالم اقتصاد پلتفرمی می‌شود [۲۱]. غلبه بر چالش‌های ایجاد شده از ناحیه گسترش پلتفرم‌ها و همچنین پاسخگو نمودن آن‌ها در برابر ارزش‌های عمومی نیازمند چارچوب جدید از حکمرانی است که امروزه تحت عنوان «حکمرانی بر پلتفرم» رواج یافته است. «حکمرانی بر پلتفرم» به عنوان مفهومی جدید به نظام قوانین، هنجارها و اعمال مدنی حاکم بر یک جامعه برخاسته دارد [۲۲] که در تلاش است تا با توانمندسازی شهروندان، تسهیل و مراقبت از سلامت تعاملات، خلق ارزش نماید. حکمرانی بر پلتفرم‌ها به سازوکارهای نهادی، فناورانه و هنجاری اشاره دارد که رفتار بازیگران بوم سازگان پلتفرم را در چارچوب مشخصی شکل می‌دهد تا از این طریق تعاملات پلتفرم‌های دیجیتال، ساختارمند و ملزم به اجرای قوانین شود [۲۳] مفهوم مسئولیت پلتفرم نه تنها شامل انطباق با مقررات است، بلکه فراتر از آن و منطبق بر چارچوب حکمرانی، پاسخگویی فعالانه در قبال آسیب‌های اجتماعی مانند اطلاعات نادرست، دست‌کاری و تحریف بازار را نیز شامل می‌شود [۳].

از دیدگاه مبتنی بر مسئولیت، پلتفرم‌های دیجیتال صرفاً زیرساخت‌های فنی نیستند، بلکه بازیگران نهادی هستند که باید مسئولیت پیامدهای اجتماعی، اخلاقی، اقتصادی و حقوقی کارهای خود را برعهده گیرد [۲۳]. ایفای مسئولیت مستلزم آن است که پلتفرم‌ها در چارچوب حکمرانی به طور فعال و پیشگیرانه مشارکت کنند و خطراتی را قبل از اینکه به آسیب عمومی تبدیل شوند، شناسایی و برطرف نمایند [۲۴]. پلتفرم‌ها مسئول تضمین دقت لازم در طراحی الگوریتم و مدیریت داده‌ها هستند که شامل حسابرسی سیستم‌های تصمیم‌گیری خودکار برای سنجش انصاف، شفافیت و پاسخگویی می‌شود [۲۵]. علاوه بر این، پلتفرم‌ها مسئولیت‌های دیگری در نسبت با ارتباطات کاربران، جامعه

<sup>۱</sup> اقتصاد گیگ به بازار کاری اشاره دارد که با قراردادهای کوتاه‌مدت یا کار آزاد در مقابل مشاغل دائمی مشخص می‌شود (اغلب از طریق پلتفرم‌های دیجیتال)

مدنی و نهادهای نظارتی بر عهده دارند؛ به این معنی که باید سطح اعتماد متقابل را رشد دهند، سازوکارهای شکایت در دسترس را فراهم کنند و به استقلال کاربر احترام بگذارند [۲۶]. در زمینه‌های کارگری نیز مسئولیت‌های پلتفرم به رفتار منصفانه با کارگران و همچنین ارائه حمایت‌های اجتماعی و ساختارهای پرداخت عادلانه می‌شود [۲۷]. از نگاه الزامات منافع عمومی، تضمین رقابت منصفانه و اجتناب از شیوه‌های انحصاری یا قیمت‌گذاری استثماری نیز به مسئولیت‌های پلتفرم‌های دیجیتال افزوده می‌شود [۲۸].

به هر روی بررسی‌ها نشان می‌دهد که حوزه حکمرانی و

مسئولیت پلتفرم یک حوزه تحقیقاتی روبه‌رشد است، همان‌طور که طیف متنوعی از مطالعات، متمرکز بر جنبه‌های مختلف این موضوع، نشان می‌دهد. بررسی ادبیات علمی نشان می‌دهد که پژوهش‌های مرتبط با این موضوع، اغلب در پی پاسخ به این پرسش هستند که چگونه پلتفرم‌ها از نظر اخلاقی، قانونی و نهادی موظفند به‌گونه‌ای عمل کنند که از ارزش‌های عمومی حمایت کرده، از کاربران محافظت کنند و آسیب‌ها را کاهش دهند. برخی از پژوهش‌های سالیان اخیر عبارتند از (جدول ۱):

جدول ۱) بررسی پژوهش‌های انجام‌شده در سال‌های اخیر در نشریات معتبر

| ردیف | حوزه موضوعی                                                                                            | نویسنده (گان)                                                                                                          | منبع |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ۱    | بررسی چالش‌های حکمرانی بر پلتفرم از طریق مطالعه موردی (شبکه‌های اجتماعی، حمل‌ونقل برخط، گردشگری و...)  | Marchal, Nahema; Hoes, Emma; Klüser, K Jonathan; Hamborg, Felix; Alizadeh, Meysam; Kubli, Mael; Katzenbach, Christian; | [۲۹] |
| ۲    |                                                                                                        | Chan, Ngai Keung; Su, Chris Chao; Shore, Alexis;                                                                       | [۳۰] |
| ۳    |                                                                                                        | Li, Wenjie; Sun, Chaojing; Li, Yan; Ertz, Myriam;                                                                      | [۳۱] |
| ۴    |                                                                                                        | Chung, Hyuck David; Zhou, Yue Maggie; Ethiraj, Sendil;                                                                 | [۳۲] |
| ۵    |                                                                                                        | Scharlach, Rebecca; Hallinan, Blake; Shifman, Limor;                                                                   | [۳۳] |
| ۶    | تمرکز بر یک حوزه مسئولیتی پلتفرم‌ها (قانونی، اقتصادی، اجتماعی، هنجاری و...)                            | Siregar, Boni; Nababan, Roida;                                                                                         | [۲۸] |
| ۷    |                                                                                                        | Lin, Wenfang; Wang, Yifeng; Samara, Georges; Lu, Jintao;                                                               | [۳۴] |
| ۸    |                                                                                                        | Cowls, Josh; Darius, Philipp; Santistevan, Dominiquo Schramm, Moritz;                                                  | [۳۵] |
| ۹    |                                                                                                        | Zaitsev, Yuri; Krysovaty, Ihor; Gavkalova, Nataliia; Sobko, Olha; Boichyk, Vitalii;                                    | [۳۶] |
| ۱۰   |                                                                                                        | Hielscher, S., Everding, S., & Pies, I.                                                                                | [۳۷] |
| ۱۱   |                                                                                                        | Luke Price                                                                                                             | [۳۸] |
| ۱۲   | بررسی مسئولیت‌ها و چالش‌های حکمرانی بر تمرکز بر حوزه‌های موضوعی (آموزش، کسب‌وکار، اقتصاد و تجارت و...) | Nichols, T Philip; Dixon-Román, Ezekiel;                                                                               | [۳۹] |
| ۱۳   |                                                                                                        | Gorwa, Robert; Veale, Michael;                                                                                         | [۴۰] |
| ۱۴   |                                                                                                        | Popiel, Pawel;                                                                                                         | [۴۱] |
| ۱۵   | تنظیم‌گری پلتفرم                                                                                       | Gorwa, Robert;                                                                                                         | [۲۳] |
| ۱۶   |                                                                                                        | Gehl, Robert W; Zulli, Diana;                                                                                          | [۴۲] |
| ۱۷   |                                                                                                        | Caplan, Robyn;                                                                                                         | [۴۳] |

### ۳- روش تحقیق

پژوهش حاضر که با هدف کاربردی و به روش توصیفی-پیمایشی انجام شده؛ به منظور جمع‌آوری داده‌های مرتبط از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با جامعه آماری مشخص و جمع‌آوری داده‌های متنی و تحلیل محتوای تماتیک استفاده کرده است. همچنین به جهت اطمینان از اعتبار یافته‌های پژوهش در پاسخ به سؤالات آن از چارچوب نظری برآمده از پیشینه نظری بهره گرفته شده و سؤالات تحقیق در قالب محورهای مربوط به چالش‌های مسئولیت و حکمرانی پلتفرم تدوین شده است. همچنین در این پژوهش «پلتفرم‌های فروش و توزیع برخط دارو» به عنوان یک نمونه عملی و تجربه شده انتخاب شد تا با بهره‌گیری از آن و همچنین تنظیم سؤالات به تناسب مورد مطالعه، بر اعتبار پژوهش افزود.

به منظور انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته که در بازه زمانی اسفند ۱۴۰۲ تا آبان ۱۴۰۳ انجام شده‌اند؛ جامعه آماری مرکب از ۱۵ نفر از ذی‌نفعان در فرایند سیاست‌گذاری حوزه «پلتفرم‌های فروش و توزیع برخط دارو» بوده‌اند که به صورت هدفمند انتخاب شده‌اند. انتخاب این افراد بر اساس یکی از سه ویژگی درگیری مستقیم در فرایند خط‌مشی‌گذاری، داشتن مسئولیت در حوزه مربوطه در نهادهای عمومی یا شرکت‌های خصوصی و اظهارات و مصاحبه با رسانه‌ها انجام شده است (جدول ۲). همچنین به منظور تکمیل فرایند مصاحبه، تعداد ۷ نفر از مصاحبه‌شوندگان نیز با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی [۴۴] شناسایی شدند.

داده‌های ثانویه پژوهش نیز از گزارش دبیرخانه کارگروه ویژه اقتصاد دیجیتال مستقر در وزارت امور اقتصاد و دارائی و بررسی نامه‌نگاری‌های در سطوح دولت و همچنین مجموعه اظهارنظرها و مصاحبه‌های خبری مرتبط در خبرگزاری‌های رسمی مهر، ایرنا، ایسنا، فارس، قدس آنلاین در بازه زمانی سال ۱۴۰۱ تا سال ۱۴۰۳ گردآوری شده است.

به منظور تحلیل داده‌های اولیه و ثانویه از تحلیل مضمون داده‌های جمع‌آوری شده مشتمل بر مصاحبه‌ها و اسناد مرتبط استفاده شده است. به این صورت که نکات اصلی با روش تحلیل مضمون مورد بررسی قرار گرفته و مضامین بر اساس

روش مذکور از یکدیگر متمایز شده و به عنوان مقولات اصلی استخراج و به عنوان چارچوب تحلیلی ارائه شده‌اند.

تحلیل مضمون برای شناسایی، تحلیل و گزارش الگوهای درون داده‌ها به کار می‌رود [۴۵] و روشی انعطاف‌پذیر برای تحلیل داده‌های کیفی است [۴۶]. تحلیل مضمون مطابق با شرح آتراید و استرلینگ [۴۷] در شش مرحله انجام می‌شود. اولین فاز، درک جامع پژوهشگران از محتوا، و مرحله بعد مربوط به تنظیم کدهای اولیه با شناسایی الگوها و معانی در داده‌ها تولید می‌شوند. در گام بعدی مضامین بالقوه با گردآوری کدهایی که با یکدیگر مرتبط هستند شناسایی می‌شوند. این مضامین برای اطمینان از انسجام و جامعیت بررسی و اصلاح می‌شوند. در ادامه مضامین برای اطمینان از اعتبار و قابلیت اعتماد آن‌ها در برابر داده‌های اصلی بررسی می‌شوند تا بتوان به سراغ تعریف و نام‌گذاری مضمون‌هایی که دربرگیرنده معنای زیربنایی داده‌ها هستند، رفت. در انتها نیز تحلیل نهایی نوشته می‌شود و مضامین و شواهد پشتیبان به صورت واضح و مختصر ارائه می‌شوند.

برای اطمینان از کفایت تعداد مصاحبه‌ها و همچنین روایی و پایایی پژوهش، فرایند اشباع نظری مدنظر قرار گرفت به این شکل که بلافاصله پس از هر مصاحبه، شبکه مضامین مستخرج از آن به روش آتراید - استرلینگ [۴۷] ترسیم شد. از مصاحبه ۱۶ تا ۱۸ مضمون سازمان‌دهنده جدیدی کشف نشد؛ لذا مصاحبه‌ها تا مصاحبه بیستم نیز ادامه یافت تا از کیفیت کار اطمینان حاصل شود و مجدداً هیچ مضمون جدیدی از سوی مصاحبه‌شوندگان بیان نشد. پس از تکمیل شبکه مضامین استخراج شده از مصاحبه‌ها و اسناد، مدل مفهومی دسته‌بندی مسئولیت‌های پلتفرم‌ها از منظر حکمرانی بر پلتفرم به دست آمد. جدول ۳ نمونه‌ای از شبکه مضامین مستخرج از مصاحبه‌ها را نشان می‌دهد.

برای اطمینان از استحکام و کیفیت پژوهش، طبق رهنمودهای کخ (۲۰۰۰)، سه شاخص کلیدی یعنی باورپذیری، انتقال‌پذیری و وابستگی به کار گرفته شد. جهت اطمینان از معتبر بودن یافته‌ها، چارچوب نظری اولیه با استناد به منابع علمی معتبر شکل گرفت. سپس، پرسش‌های مصاحبه با دقت

جدول ۲) جدول مصاحبه‌شوندگان

| کد مصاحبه‌شونده | دسته‌بندی                         | محل فعالیت                                                  | سمت                               |
|-----------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| ۱               | وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی | سازمان غذا و دارو                                           | مدیر امور داروخانه و پخش سازمان   |
| ۲               |                                   |                                                             | مشاور رئیس سازمان                 |
| ۳               |                                   |                                                             | مدیرکل اسبق دارویی سازمان         |
| ۴               |                                   | دانشگاه علوم پزشکی تهران                                    | معاون سابق غذا و دارو دانشگاه     |
| ۵               | نهادهای صنفی حوزه بهداشت و درمان  | سازمان نظام پزشکی                                           | معاون سابق فنی و نظارت سازمان     |
| ۶               |                                   | انجمن داروسازان ایران                                       | رئیس انجمن                        |
| ۷               |                                   |                                                             | نایب رئیس انجمن                   |
| ۸               |                                   | انجمن داروسازان استان تهران                                 | نایب رئیس انجمن                   |
| ۹               |                                   | اتحادیه واردکنندگان مکمل‌های رژیمی، غذایی، ویتامینی و گیاهی | رئیس اتحادیه                      |
| ۱۰              | کارشناس / داروساز                 | داروساز                                                     | مؤسس داروخانه                     |
| ۱۱              |                                   | داروساز                                                     | داروساز و دکترای اقتصاد دارو      |
| ۱۲              | دستگاه‌های اجرایی و نهادهای دولتی | مجلس شورای اسلامی                                           | عضو کمیسیون بهداشت و درمان        |
| ۱۳              |                                   |                                                             | مشاور دبیر کمیسیون بهداشت و درمان |
| ۱۴              |                                   | مرکز بهبود و تسهیل کسب‌وکار وزارت امور اقتصادی و دارایی     | معاون مرکز                        |
| ۱۵              |                                   | اتحادیه کسب‌وکارهای اینترنتی                                | عضو هیئت‌رئیس اتحادیه             |

مرتبط ترسیم شده و در نهایت متناسب با مضامین فراگیر احصا شده، هر یک از بخش‌های چارچوب تکمیل شد. جدول ۳ بخشی از مضامین احصا شده و همچنین فرایند تحلیل صورت گرفته را نشان می‌دهد.

در مجموع در این پژوهش ۶۸ مضمون اصلی به دست آمد که در قالب ۲۲ مضمون سازمان‌دهنده و ۶ مضمون فراگیر ترسیم شدند. در ادامه مورد مطالعه در قالب هر یک از مقولات احصا شده توضیح داده می‌شود و در نهایت چارچوب تحلیلی مربوطه که از طریق تحلیل مضامین مصاحبه‌ها کشف شده است، ارائه و جمع‌بندی خواهد شد (شکل ۱).

#### ۴-۱ مسائل اجتماعی و فرهنگی

یکی از موضوعات مهم در خصوص مسئولیت پلتفرم‌ها توجه به مسائل اجتماعی فرهنگی در فعالیت پلتفرم‌های عرضه و توزیع دارو است، همانطور که در بررسی مطالعات گذشته نیز مخاطراتی از جنس ضدیت با هنجارهای جامعه مشاهده شده؛ اما به نظر می‌رسد که آسیب‌های این مخاطرات صرفاً به هنجارهای جامعه محدود نباشند. از این منظر بسیاری از مسائل مربوط به تغییر ذائقه عمومی، ترویج سبک زندگی

و وضوح کامل طراحی شدند تا به طور جامع، مسئولیت‌های اساسی پلتفرم‌ها را پوشش دهند. علاوه بر این، برای ارزیابی روایی محتوای مصاحبه، «پلتفرم‌های فروش و توزیع برخط دارو» به‌عنوان نمونه‌ی واقعی انتخاب و مدل مفهومی آن استخراج شد. همچنین به‌منظور اینکه نتایج پژوهش قابل تعمیم به زمینه‌های مشابه باشد، پروتکل مصاحبه و سوالات آن پیش از شروع فرایند جمع‌آوری داده‌ها تعیین شدند. در طول مصاحبه‌ها نیز تلاش شد از هرگونه اعمال نظر شخصی و جانبداری خودداری شود. در مرحله نهایی، برای اطمینان از اینکه یافته‌ها مبتنی بر داده‌های واقعی هستند، محتوای مصاحبه‌ها با اطلاعات موجود در گزارش‌های تحقیقاتی، مستندات و مصاحبه‌های منتشر شده در رسانه‌های معتبر مقایسه و تطبیق داده شد. نتایج حاصل از این بررسی‌ها در بخش بعدی ارائه خواهند شد.

#### ۴-۲ یافته‌های پژوهش

پس از انجام هر مصاحبه و همچنین بررسی اسناد مرتبط با موضوع در نهایت با استفاده از تحلیل مضمون، شبکه مضامین

جدول ۳) نمونه‌ای از شبکه مضامین مستخرج از مصاحبه‌ها

| مضامین فراگیر                       | مضامین سازمان‌دهنده                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| توجه به ابعاد صیانتی و امنیتی       | سوءاستفاده از داده‌های سلامت افراد<br>افشای اطلاعات و عدم رعایت حریم خصوصی بیمار<br>امکان ترور زیستی (بیوتروریسم)                                                                                                                                               |
| اثرات جانبی به حوزه اجتماعی، فرهنگی | خود تجویزی و مصرف خودسرانه<br>تبلیغات کالاهای آسیب‌رسان<br>تشویق و تبلیغ مصرف دارو (ایجاد تقاضای القایی)                                                                                                                                                        |
| الگوی کسب و کار و موضوعات اقتصادی   | ارائه اطلاعات نادرست<br>امکان انحراف توزیع داروی بیماران خاص، کمیاب و یارانه‌ای<br>عدم رعایت تعرفه خدمات دارویی<br>انحراف در فعالیت داروخانه‌های دارای مأموریت خاص<br>امکان ایجاد انحصار برای داروخانه                                                          |
| تحقق اهداف بهداشتی و درمانی         | امکان عرضه دارو بدون تجویز پزشک یا نسخه جعلی<br>تهیه دارو از طریق مبدأ غیر داروخانه<br>امکان عدم رعایت شرایط استاندارد حمل دارو<br>تحويل اشتباه مرسوله و عدم تشخیص آن توسط کاربر<br>امکان تعویض دارو در مسیر<br>عدم امکان اصالت‌سنجی دارو دریافت شده توسط کاربر |
| توسعه فناوری‌های نوین مرتبط         | ضعف زیرساخت نظارتی و ذخیره‌سازی داده توسط دولت<br>اختلال در امنیت سایبری                                                                                                                                                                                        |
| موضوعات حقوقی و قضایی               | عدم امکان تعویض پس از تحويل دارو<br>عدم تعیین دقیق مسئولیت قانونی پلتفرم<br>محدودیت قانونی در فروش مستقیم دارو                                                                                                                                                  |

مخاطره‌آمیز و تغییر عادات رفتاری جامعه موضوعیت پیدا می‌کند؛ همان‌طور که م.ش. ۱۳ با اشاره به قانونی که در سال ۱۳۹۷ برای ممنوعیت تبلیغات محصولات غیرمجاز و آسیب‌رسان به سلامت<sup>۱</sup> به تصویب مجلس رسید، تأکید دارد: «تبلیغات در پلتفرم‌های اینترنتی می‌تواند کاربران را تشویق به مصرف داروی خاص یا غیرضروری بکند». م.ش. ۳ نیز با تأکید بر مسئولیت پلتفرم‌ها در خصوص ایجاد تمایلات ذهنی در عموم مردم برای مصرف دارو اعلام کرد: «داروخانه، حق تبلیغ برای فرآورده‌های دارویی را ندارد، درحالی که در پلتفرم‌های اینترنتی اطلاعات نادرست یا اغراق‌آمیز مطرح می‌شود». همچنین از نظر م.ش. ۱ ترویج خوددرمانی از دیگر مسائل مورد توجه در زمینه مسئولیت‌های «پلتفرم‌های فروش و توزیع بر خط دارو» است. کمااینکه ایشان بیان می‌کند که «باعرضه اینترنتی دارو، کاربران بدون مراجعه به پزشک به درمان خود می‌پردازند. علاوه بر این ممکن است کاربران بیشتر از نیاز خود در پلتفرم‌ها ثبت سفارش داشته باشند که منجر به انبار دارو در منازل خواهد شد».

در مجموع می‌توان دو مسئله «خود تجویزی، مصرف خودسرانه» و «تبلیغات کالاهای آسیب‌رسان، تشویق و تبلیغ به مصرف دارو، ارائه اطلاعات نادرست» از مسائل اجتماعی و فرهنگی دسته‌بندی کرد که پذیرش و ایفای مسئولیت پلتفرم‌ها در این رابطه مهم است.

#### ۴-۲ مسائل امنیتی

توجه به ابعاد صیانتی و امنیتی از مسائل مطرح شده در «پلتفرم‌های فروش و توزیع برخط دارو» است. این ابعاد از آن جهت حائز اهمیت است که عدم‌پذیرش پلتفرم‌ها در قبال این دسته از مسئولیت‌ها می‌تواند در ابعاد وسیع ملی حکمرانی و حقوق عمومی جامعه را مورد تهدید قرار دهد. بررسی مطالعات سایر محققان نشان می‌دهد که کمتر به این بعد از مخاطرات و مسئولیت‌های پلتفرم‌ها پرداخته شده؛ حال آنکه در کشور ایران به سبب شرایط ویژه سیاسی-امنیتی خاص، همواره حوزه مسئولیت‌های امنیتی در ذهن سیاست‌گذاران

<sup>۱</sup> قانون «ممنوعیت تبلیغات و معرفی محصولات و خدمات غیرمجاز و آسیب‌رسان به سلامت در رسانه‌های ارتباط جمعی داخلی و بین‌المللی و فضاهای مجازی» با اصلاحات و الحاقات بعدی مصوب ۱۳۹۷، ۰۳، ۲۲



#### ۴-۳ مسائل حقوقی و قضایی

از منظر مسائل حقوقی یکی از مسئولیت‌های مربوطه رفع تعارضات قانونی و حقوقی مربوط به حوزه کاری پلتفرم با ویژگی‌های ذاتی آن است. این بعد از مسئولیت‌های پلتفرم‌ها و مخاطرات ناشی از آن به خوبی در مطالعات داخلی و بین‌المللی منعکس شده است و در بسیاری از جوامع در زمره مسئله اولویت‌دار برای بوم سازگان پلتفرمی محسوب می‌شود. م.ش. ۶ نیز در این خصوص با بیان اینکه فروش اینترنتی دارو به موجب بند «ب» ماده (۶) قانون «تجارت الکترونیکی»<sup>۱</sup> با اصلاحات و الحاقات بعدی مصوب ۱۳۸۲ منع شده است، افزود: «هیچ مصوبه قانونی برای خروج از این ممنوعیت وجود ندارد و اقدامات انجام شده همه خلاف این بخش از قانون هستند». همچنین م.ش. ۷ نیز در رابطه بیان می‌کند: «طبق قانون مربوط به مقررات امور پزشکی و دارویی و مواد خوردنی و آشامیدنی مصوب ۱۳۳۴، داروخانه‌ها تنها محل عرضه دارو هستند، بنابراین فروش دارو در پلتفرم‌ها و فضای مجازی و غیر از داروخانه غیرمجاز است.» در همین خصوص م.ش. ۷ نیز با پررنگ نمودن تخلف موردی برخی از پلتفرم‌ها به نقل از سخنگوی قوه قضائیه بیان می‌کند که: «قوه قضائیه برای دو پلتفرم عمده توزیع دارو به دلیل فروش داروی قاچاق قرار جلب به دادرسی صادر کرده است. موارد اتهام حمل، فروش و نگهداری داروهای قاچاق، بوده است.»

م.ش. ۱۴ نیز در پاسخ به سوال غیرقانونی بودن فروش اینترنتی دارو که مورد ادعای انجمن داروسازان بوده است، اعلام کرد: «دو شکایت در دیوان عدالت اداری توسط انجمن داروسازان ایران ثبت و خواستار ابطال دستورالعمل توزیع اینترنتی دارو شدند.» با این حال رای هیأت تخصصی فرهنگی، آموزشی و پزشکی بدین صورت است که: «به موجب تبصره (۳) ماده (۷) قانون «اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم قانون اساسی با اصلاحات و الحاقات بعدی»<sup>۲</sup>، تعیین شرایط

بسیار پررنگ است. در همین خصوص م.ش. ۱۳ بر «امکان نقض حریم خصوصی، سابقه بیماری افراد» اشاره نموده است. همچنین م.ش. ۲ با تأکید بر حفظ اصل محرمانگی در درمان بیماران و اولویت این موضوع بر اقتصاد دیجیتال، به ماجرای هک یکی از پلتفرم‌ها اشاره نموده و گفت: «به دلیل حفظ اصل محرمانگی در درمان بیماران، بخش خصوصی نباید در مدیریت اطلاعات سلامتی بیماران مشارکتی داشته باشد». م.ش. ۶ نیز در همین رابطه بیان کرد: «پلتفرم‌های اینترنتی امکان سفارش گیری مستقیم از بیماران بدون در نظر گرفتن حفظ محرمانگی اطلاعات سلامت بیماران دارند و نیاز است برای اطمینان بخشی جهت حراست از اطلاعات محرمانه افراد راهکاری ارائه شود». م.ش. ۷ نیز با موثر دانستن سوگند پزشکی، براین باور بود که «شاغلان حرفه‌های پزشکی و وابسته حق افشای اسرار و نوع بیماری، را ندارند در حالی که رعایت این موضوع برای پلتفرم‌ها ممکن است انجام نشود.»

یکی دیگر از موارد بیان شده از سوی مصاحبه‌شوندگان نگرانی در خصوص امکان افشای اطلاعات محرمانه و حساس هویتی افراد بوده است؛ همان‌گونه که م.ش. ۱۵ بر تجربه راه‌اندازی نسخه الکترونیکی اشاره و خاطر نشان کرد «امکان مشخص شدن شغل فرد با توجه به بیمه درمانی آنها وجود دارد.» در همین رابطه م.ش. ۹ معتقد است امنیتی کردن اطلاعات موجود در پلتفرم‌ها به عنوان عامل بازدارنده، اشتباه است و بیان کرد: باید سازوکاری طراحی شود که آسیب به بیمار به حداقل برسد و این قضیه مستلزم طراحی سازوکار معین برای مسئولیت پلتفرم‌ها است.

از سوی دیگر، فراهم شدن امکان ترور زیستی و تحت تأثیر قراردادن سلامت عموم افراد جامعه یکی از موارد بااهمیت در نسبت مسئولیت پلتفرم‌ها است. چرا که به سبب ماهیت پلتفرم‌ها که مبتنی بر واسطه‌گری و اتصال اجزای یک زنجیره با هزینه اندک است، امکان سوءاستفاده توسط برخی از سودجویان با جعل عنوان پلتفرم‌های رسمی امکان‌پذیر است. م.ش. ۱۲ نیز بر این دیدگاه که «با فراهم شدن پلتفرم‌های دارو رسان امکان سوء استفاده برای اقدامات از قبیل ترور زیستی فراهم است»، تأکید نموده است.

<sup>۱</sup> ماده ۶ - هرگاه وجود یک نوشته از نظر قانون لازم باشد، «داده پیام» در حکم نوشته است مگر در موارد زیر:

الف - اسناد مالکیت اموال غیرمنقول.

ب - فروش مواد دارویی به مصرف کنندگان نهایی.

ج - اعلام، اخطار، هشدار و یا عبارات مشابهی که دستور خاصی برای استفاده کالا صادر کرده و یا از بکارگیری روشهای خاصی به صورت فعل یا ترک فعل منع کند.

<sup>۲</sup> تبصره ۳ - کلیه مراجع صادرکننده مجوز موظفند ظرف مدت چهارماه پس از لازم‌الاجراء شدن این قانون، نسبت به اظهار عنوان و تکمیل شناسنامه صدور، تمدید،

مجوزدهی توسط مراجع صادرکننده مجوزها بر روی درگاه ملی مجوزهای کشور یکی از صلاحیت‌های هیأت مقررات‌زدایی و بهبود محیط کسب و کار است. همچنین مواد (۱) و (۳) «قانون مربوط به مقررات امور پزشکی و دارویی و مراد خوردنی و آشامیدنی» مصوب سال ۱۳۳۴ با اصلاحات و الحاقات بعدی ناظر بر اخذ مجوز در خصوص تأسیس موسسات پزشکی و اشتغال در امور پزشکی، داروسازی، دندانپزشکی و ... بوده و اساساً ارتباطی به عرضه دارو از طریق پلتفرم‌های اینترنتی ندارد. در مجموع شکایت مبنی بر ادعای خلاف قانونی بودن رد شد.

از طرف دیگر مسئله مشخص نبودن چارچوب وظایف قانونی پلتفرم‌ها نیز به‌عنوان یکی از مسائل مربوط، مطرح شده است. همان‌طور که م.ش. ۱۰ بیان می‌کند که: «بر اساس قانون مربوط به مقررات امور پزشکی و دارویی و مواد خوردنی و

اصلاح و لغو مجوزها بر اساس استاندارد تعیین‌شده طبق ضوابط قانونی توسط هیأت مقررات‌زدایی و بهبود محیط کسب و کار بر روی درگاه ملی مجوزهای کشور به‌صورت الکترونیکی اقدام کنند.

در صورت عدم اظهار و ثبت و تکمیل اطلاعات موضوع این ماده بر روی درگاه مذکور در مهلت زمانی تعیین‌شده، الزام اشخاص به اخذ مجوزی که اطلاعات آن در این درگاه ثبت نشده، ممنوع است و بالاترین مقام دستگاه اجرایی یا مرجع صادرکننده مجوز و یا مقامات و مدیران مجاز از طرف وی مسؤول حسن اجرای این ماده هستند.

هیأت مقررات‌زدایی و بهبود محیط کسب و کار موظف است پس از بارگذاری اطلاعات مربوط به مجوزها توسط مراجع صادرکننده مجوز، ظرف مدت شش‌ماه نسبت به تعیین سقف زمانی صدور مجوز در هر کسب و کار و شرایط و مراحل صدور مجوز اقدام و در درگاه ملی مجوزهای کشور منتشر نماید.

این هیأت هر ماه حداقل یک‌بار به ریاست وزیر امور اقتصادی و دارایی و با حضور دادستان کل کشور، رئیس سازمان بازرسی کل کشور، رئیس دیوان محاسبات کشور یا نمایندگان تام‌الاختیار آنان، دو نماینده مجلس شورای اسلامی، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، رئیس اتاق تعاون مرکزی ایران، رئیس اتاق اصناف ایران و حسب مورد نماینده دستگاه اجرایی ذی‌ربط موضوع ماده (۵) قانون مدیریت خدمات کشوری و ماده (۵) قانون محاسبات عمومی کشور و دارندگان ردیف و عنوان در قانون بودجه سنواتی مربوط، تشکیل می‌شود.

این هیأت موظف است حداقل تا مدت سه‌ماه پس از ابلاغ این قانون، شرایط و مراحل صدور مجوزهای کسب و کار در مقررات، بخشنامه‌ها، آیین‌نامه‌ها و مانند اینها را به‌نحوی تسهیل و تسریع نماید و هزینه‌های آن را به نحوی تقلیل دهد که صدور مجوز کسب و کار در کشور با حداقل هزینه و مراحل آن ترجیحاً به صورت آنی و غیرحضور و راه‌اندازی آن کسب و کار در کمترین زمان ممکن صورت پذیرد.

مصوبات هیأت مذکور درمورد بخشنامه‌ها، دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌ها پس از تأیید وزیر امور اقتصادی و دارایی و درمورد تصویب‌نامه‌های هیأت وزیران پس از تأیید هیأت وزیران برای کلیه مراجع صدور مجوزهای کسب و کار و کلیه دستگاه‌ها و نهادها که در صدور مجوزهای کسب و کار نقش دارند لازم‌الاجراء می‌باشد.

فعالیت این هیأت پس از انجام تکالیف مذکور نیز استمرار یافته و در صورتی که تحقق این اهداف به اصلاح قوانین نیاز داشته باشد، هیأت مذکور موظف است پیشنهادهای لازم را برای اصلاح قوانین تهیه و به مراجع مربوطه ارائه کند.

۱- در مواردی که تصمیمات هیأت مقررات‌زدایی در جهت بهبود محیط کسب و کار و تسهیل صدور مجوزها، نیازمند تصویب هیأت وزیران است، وزیر امور اقتصادی و دارایی موظف است ظرف مدت دوهفته، تصمیمات هیأت را برای هیأت وزیران ارسال کند. هیأت وزیران موظف است پیشنهادهای این هیأت را حداکثر ظرف مدت چهل و پنج روز رسیدگی و نسبت به آنها تصمیم‌گیری کند. (الحاقی ۱۳۹۹)

۲- دبیرخانه هیأت مستقر در وزارت امور اقتصادی و دارایی (مرکز ملی مطالعات، پایش و بهبود محیط کسب و کار) است. دبیر هیأت از بین افراد مورد وثوق و امین به انتخاب و حکم وزیر امور اقتصادی و دارایی منصوب می‌شود. (الحاقی ۱۳۹۹)

آشامیدنی مصوب ۱۳۳۴ مسئولیت‌های داروخانه در عرضه دارو و در قبال بیمار مشخص شده است؛ درحالی‌که برای پلتفرم‌های اینترنتی این موضوع پیش‌بینی نشده است.

عدم تعیین سازوکار رسیدگی و ایفای حقوق اولیه کاربران و مشتریان نیز به‌عنوان یکی دیگر از حوزه‌های مسئولیتی پلتفرم‌ها مورد غفلت واقع شده است. م.ش. ۱۱ در این رابطه تأکید دارد که: «باتوجه به مقررات سازمان غذا و دارو، امکان تعویض پس از تحویل دارو به کاربران وجود ندارد. این در حالی است که در عرضه اینترنتی دارو امکان تعویض دارو به دلیلی خروج آن از داروخانه فراهم نیست». م.ش. ۱۲ نیز در همین مورد بر این باور است که: «بحث احقاق و منشور رعایت حقوق بیماران کلیدی بوده و هر چند قانون «مدیریت داده‌ها و اطلاعات ملی» مصوب ۱۴۰۱-موسوم به قانون «دوام»- به‌منظور ساماندهی پرونده الکترونیک سلامت، داروها و اطلاعات ملی تصویب شده؛ اما در حوزه کلان‌داده‌های سلامت همچنان نیازمند قوانین جدید هستیم». همچنین مشخص نبودن نهاد متولی تنظیم‌گری پلتفرم‌های حوزه مورد مطالعه از دیگر مسائلی است که از یک سو می‌تواند موجب بیش تنظیمی<sup>۱</sup> یا از سوی دیگر کم تنظیمی<sup>۲</sup> شود. به بیان م.ش. ۵: «بین‌بخشی بودن پلتفرم‌های توزیع و فروش دارو و نامشخص بودن نهادهای قانون‌گذار می‌تواند ابهامات جدی در حوزه مسئولیت‌های پلتفرم داشته باشد. به‌گونه‌ای که هر نهاد ضوابط خودشان را تعیین کند».

بنابراین، مسائل مطرح شده توسط کارشناسان را می‌توان بدین‌گونه در مسائل حقوقی دسته‌بندی کرد. این موارد شامل «عدم امکان تعویض پس از تحویل دارو»، «عدم تعیین دقیق مسئولیت قانونی پلتفرم» است.

#### ۴-۴ مسائل اقتصادی

مسائل اقتصادی در مطالعات اندیشمندان گذشته نیز سهم به سزایی داشته و همواره مسائلی مانند قیمت‌گذاری و رقابت محل تمرکز این مطالعات بوده‌اند. در حالی که بررسی پلتفرم‌ها از حیث دسترسی عادلانه و عدالت در توزیع کمتر مورد بررسی قرار گرفته است. در حوزه مسائل اقتصادی،

<sup>1</sup> Over- Regulation

<sup>2</sup> Under- Regulation

شده است: «امکان انحراف توزیع داروی بیماران خاص، کمیاب و یارانه‌ای»، «عدم رعایت تعرفه خدمات دارویی»، «انحراف در فعالیت داروخانه‌های دارای مأموریت خاص»، «امکان ایجاد انحصار برای داروخانه»

#### ۴-۵ زیرساخت فناوریانه و پشتیبانی فنی

برخی از مسئولیت‌های پلتفرم‌ها ناشی از ویژگی ارائه خدمات در فضای دیجیتال است که فراهم کردن اقتضانات خاص خود را می‌طلبد. این نوع از مسئولیت‌ها معمولاً در سایه مسائل فنی مورد غفلت واقع شده و کمتر به آن‌ها توجه می‌شود. در این خصوص م.ش. ۱۷ معتقد است که «سازمان غذا و دارو باید به سمت ابزارهای نظارتی هوشمند بر اساس داده‌کاوی برود و نداشتن این ابزار در وضعیت کنونی باعث محدودیت نا به جا برای فروش اینترنتی دارو شده و نداشتن تجهیزات و امکانات کافی برای حفظ امنیت سایبری سامانه‌های وزارت بهداشت از مسائل این حوزه به شمار می‌آورد». از سوی دیگر فراهم بودن برخی امکانات نظیر سرورهای ذخیره‌سازی و پشتیبان‌گیری از اطلاعات کاربران نیز می‌تواند زمینه‌ساز بروز مسائل دیگری چون مسائل امنیتی و حقوقی شود. م.ش. ۶ نیز در این رابطه می‌گوید: «اطلاعات سلامت مردم نباید در جایی بیرون از وزارت بهداشت ذخیره گردد».

#### ۴-۶ چالش‌ها و فرصت‌های خاص مورد مطالعه (سلامت)

برخی از مسائل به طور خاص مربوط به همان حوزه ارائه خدمت خاص هستند؛ به این معنی که اگر پلتفرم در زمینه ارائه خدمت حمل‌ونقل فعال باشد، برخی از مسئولیت ناشی از همین ویژگی هستند. در مطالعات پیشین نیز کمتر به طور خاص به این بعد از مسئولیت‌ها و چالش‌های پلتفرم‌ها پرداخته شده است؛ حال آن‌که مطالعه حاضر نشان می‌دهد که برخی از مسئولیت‌ها به طور مستقیم به زمینه فعالیت پلتفرم برمی‌گردد. در این پژوهش ابتدا مسئولیت‌های خاص مرتبط با مورد مطالعه احصا شده و مواردی که قابل تجرید و تعمیم بوده‌اند برای دسته‌بندی نهایی استخراج شده‌اند.

در حوزه ارائه خدمت فروش و توزیع دارو اولین و مهم‌ترین مسئله امکان سوءمصرف و تداخل دارویی است. از این منظر م.ش. ۷ معتقد است که: «با یک نسخه قلبی و مهر جعلی می‌توان یک داروی مهم را از پلتفرم‌های دارویی خریداری

مسئولیت‌های پلتفرم‌ها بیشتر ناشی از تفاوت ماهیت آن با سبک کسب‌وکارهای سنتی و تمرکز آن بر خلق ارزش از طریق واسطه‌گری است. یکی از این مسئولیت‌ها ناشی از مسائل مربوط به نقض اصول رقابت منصفانه و تبعیض در بین ارائه‌دهندگان خدمت یعنی همان داروخانه‌ها است. همان‌طور که از نگاه م.ش. ۱۱ «امکان فراهم شدن رانت و ارائه نسخ به مراکز خاص یا هدایت نسخ به برخی داروخانه‌های خاص مطرح است که باعث می‌شود شرایط عادلانه توزیع نسخ بین تمامی داروخانه‌ها رعایت نشود». م.ش. ۹ نیز در این مورد می‌گوید: «شفافیت کافی در برابر مسئولیت پلتفرم‌های فروش دارو وجود ندارد. در بعضی پلتفرم‌ها محصولات بدون مجوز و قاچاق معرفی می‌شود».

از دیگر سو فراهم شدن امکان سوء استفاده از رانت توزیع شده توسط دولت از طریق پلتفرم‌ها، مسئله دیگری است که متوجه پلتفرم‌ها می‌شود. در همین خصوص م.ش. ۸ بر این باور است که: «پلتفرم‌های فروش دارو، کمبود دارو را افزایش می‌دهد؛ چرا که برخی کاربران با داشتن کد ملی افراد از سهمیه یارانه دارو و شیرخشک استفاده می‌کنند و یا داروی بیماران خاص و داروهای کمیاب به کاربران نهایی نرسد و واسطه‌ها از طریق ثبت سفارش انبوه در پلتفرم امکان توزیع عادلانه را از بین ببرند». م.ش. ۱۰ نیز با انگیزه‌ای مشابه می‌گوید: «می‌توان با درخواست مجدد از نسخه کاغذی پزشک به صورت تکراری سفارش دارو داد و همچنین ممکن است پلتفرم‌ها تعرفه خدمات دارویی به درستی رعایت نکنند». م.ش. ۳ از زاویه دیگری به این موضوع نگریسته و بیان می‌کند که «امکان انحراف در فعالیت داروخانه‌های دارای مأموریت خاص در عرضه اینترنتی دارو وجود دارد. بدین معنا که مشغول شدن یک داروخانه به فعالیت منجر به اختلال در خدمات‌رسانی حضوری آن داروخانه یا کمبود اقلام در داروخانه‌های بیمارستانی ایجاد کند». م.ش. ۱۳ نیز با مطرح کردن نتایج و عواقب این مسئله تحلیل می‌کند که: «ارجحیت در شیوه تقسیم درخواست‌ها بین داروخانه‌ها می‌تواند رقابت‌پذیری را تحت تأثیر قرار دهد و امکان ایجاد انحصار عرضه یک داروخانه وجود دارد».

از همین روی در بخش مسائل اقتصادی در ۴ بخش تقسیم

کرد. یا اینکه اگر کسی به کد ملی بیماری دسترسی داشته باشد که داروی خاصی مصرف می‌کند، به راحتی به صورت برخط می‌تواند همان دارو را خریداری کند. علاوه بر این برخی پلتفرم‌ها به صورت غیرقانونی و در ازای دریافت یک مبلغ ناچیز، نسخه برخط فوق تخصص و متخصص با هر کد ملی می‌نویسند، بدون این که صاحب کد ملی از آن باخبر باشد.» در واقع مصاحبه شونده بر این باور است که اگر تهیه دارو از طریق داروخانه انجام نشود به دلیل عدم امکان نظارت مسئول فنی بر کل فرایند از جمله نسخه پیچی، عدم ارائه مشاوره دارویی ممکن است تداخل دارو را به وجود می‌آورد. م.ش.۶ نیز بر این باور است که «دارو یک امر بسیار حیاتی است می‌تواند سم کشنده باشد و بدون مشاور پزشکی و نظارت مسئول فنی می‌تواند عوارض به خانواده و جامعه تحمیل کند. در این حالت مسئولیت عارضه دار بودن مشخص نیست.» م.ش.۵ نیز با زاویه نگاه دیگری به این موضوع گفت: «طبق قانون وزارت بهداشت، مسئول فنی دارویی باید در داروخانه به طور مستمر حضور داشته باشد. بیشترین خطاهای دارویی عرضه داروی اشتباه به بیمار است، بنابراین مهم ترین وظیفه مسئول فنی داروخانه، تحویل داروی درست است. نگرانی اساسی در سازمان نظام پزشکی از منظر ارتقای سطح سلامت جامعه است.» م.ش.۲ نیز بر همین تأکید کرده و افزود: عرضه دارو با تمامی فرآورده های دیگر متفاوت است و حتماً باید با سازوکار مشخص و علمی صورت گیرد، به طوری که در همه داروخانه های سراسر کشور مسئول فنی مستقر است و مسئولیت داروهای عرضه شده را به عهده دارد، اما این روند در پلتفرم‌ها وجود ندارد و بعضاً داروهای تقلبی، قاچاق و سقط جنین را عرضه می‌کنند.

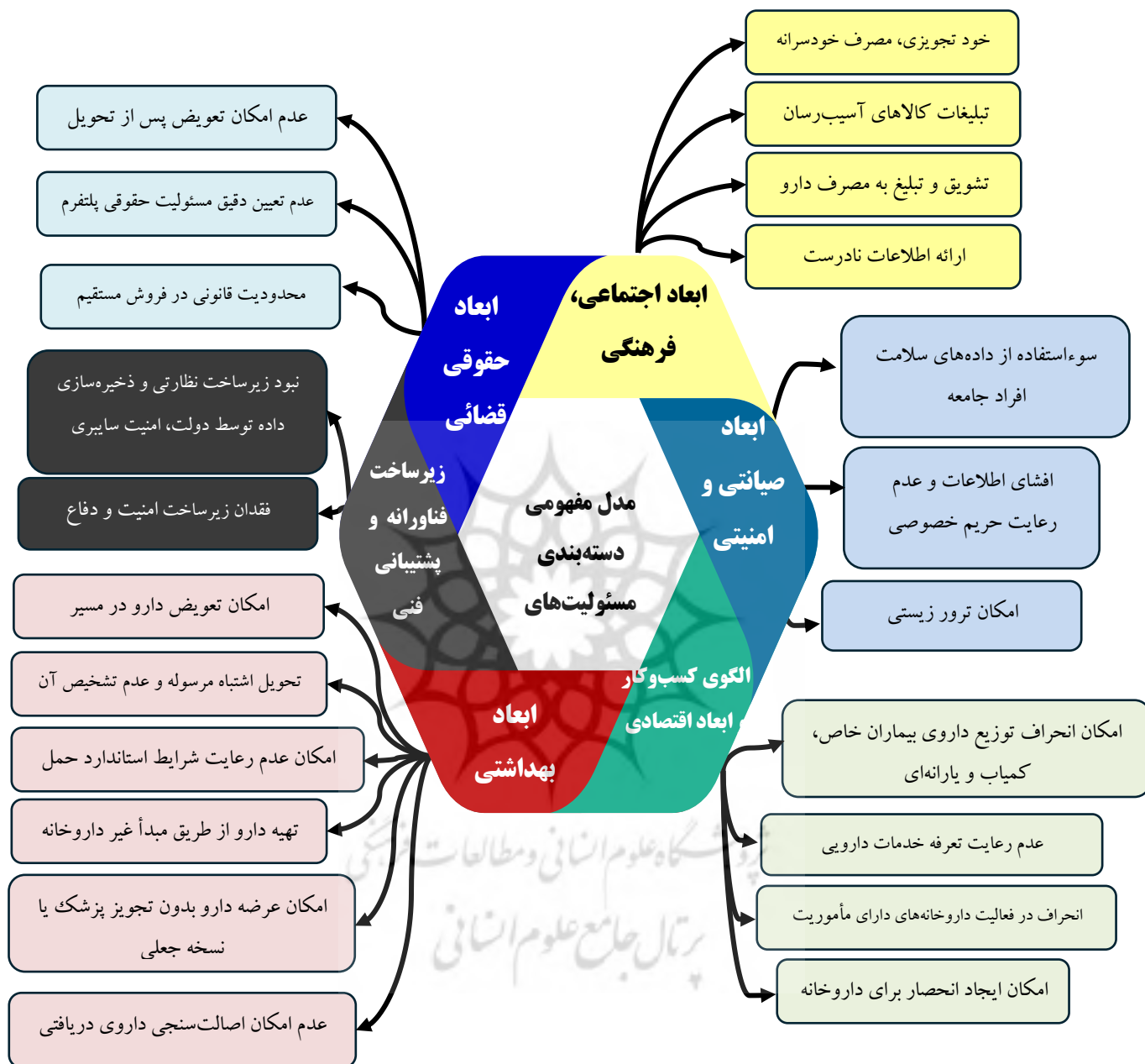
م.ش.۴ با تمرکز بر کمرنگ شدن نظارت و رصد فرایند عرضه و توزیع دارو، تسهیل ارائه داروهای قاچاق، تقلبی، تاریخ گذشته و با مبدأ نامشخص، امکان بارگذاری نسخه های جعلی، حذف داروساز از چرخه ارائه خدمت، خطر سوءاستفاده از اطلاعات بیماران و حتی تبلیغ دارو را از مسائل فروش اینترنتی دارو بدون نظارت می‌داند. او می‌گوید: «مسئولان سازمان غذا و دارو پیش از این هشدار داده اند که ورود پلتفرم های اینترنتی به عرصه فروش دارو، نظارت های

وزارت بهداشت و سازمان غذا و دارو بر بازار دارو را کم رنگ کرده و داروهای بعضاً فاقد اصالت از سقط جنین و مخدر گرفته تا داروهای مرتبط با خودکشی به راحتی از سوی برخی پلتفرم های اینترنتی با قیمت های چندین برابری به فروش می‌رسند؛ موضوعی که چندی پیش به تعقیب کیفری دو پلتفرم منجر شد و واکنش دستگاه قضا را نیز در پی داشت.» علاوه بر این م.ش.۸ با تعمیم مسئله عدم امکان نظارت به بخش توزیع دارو، گفت: «حوزه پزشکی با همه مسائل متفاوت است و اشتباه است که دارو را با بقیه مسائل به صورت یکسان بنگریم. در عین حال نباید از بخش دولتی انتظار داشته باشیم که وارد شود و زیرساخت مناسب ایجاد کند. یکی از مسائلی که باید به آن پاسخ داده شود، این است که اگر در «پلتفرم های فروش و توزیع برخط دارو» به صورت اشتباه ارسال شود، مسئولیتش با چه کسی است؟ مسئله صرفاً ارائه دارو به بیمار نیست؛ بیمار در داروخانه ها مشاوره های هم دریافت می‌کند که در تصمیم گیری ها باید به این مسائل توجه شود» م.ش.۱۱ از منظر دیگری فرایند عرضه دارو را مورد توجه قرار داده و بر این باور است که در فرایند عرضه اینترنتی دارو شرایط استاندارد در حمل دارو به طور کامل رعایت نشود؛ از این جهت که برخی اقلام دارویی به سبب شکننده بودن آمپول، ویال، شربت، قلم های خودکار یا دارای شرایط خاص مانند حساس به ضربه بودن، شرایط دمایی یا نوری خاص مستلزم رعایت نکات ایمنی هستند. او تأکید می‌کند که: «در صورتی که جعبه حمل بدون عایق گرما، سرما و رطوبت باشد یا فاقد سیستم خنک کننده باشد می‌تواند مسئله ایجاد کند.»

از سوی دیگر وجود سوءنیت احتمالی در برخی از موارد نیز مورد تأکید م.ش.۳ بوده و عدم امکان اصالت سنجی کالای ارائه شده از نکات اصلی او مستفاد می‌شود. در همین خصوص او پیش بینی می‌کند که: «در این فرایند تحویل اشتباه عمدی یا سهوی بسته دارویی قابل وقوع است. کاربران در هنگام دریافت دارو برخلاف سایر کالا امکان اصالت سنجی آن را ندارند و در صورت فاسد شدن یا جعلی بودن ممکن است متوجه نشوند. در این حالت امکان فروش داروهای تاریخ مصرف گذشته، قاچاق (شبکه تأمین دارو) وجود دارد.

همچنین امکان ایجاد بازار سیاه برای فروش داروهای ممنوعه مثل سقط‌جنین و مخدر فراهم شود.»  
بنابراین، برخی از مسائل مطرح شده توسط کارشناسان را می‌توان مخصوص حوزه سلامت و دارو دانست؛ این مسائل

شامل «امکان عرضه دارو بدون تجویز پزشک یا نسخه جعلی»، «تهیه دارو از طریق مبدأ غیر داروخانه» «فرایند تحویل دارو»، «عدم امکان اصالت‌سنجی دارو دریافت‌شده توسط کاربر» می‌شوند.



شکل (۱) شبکه مضامین استخراج‌شده

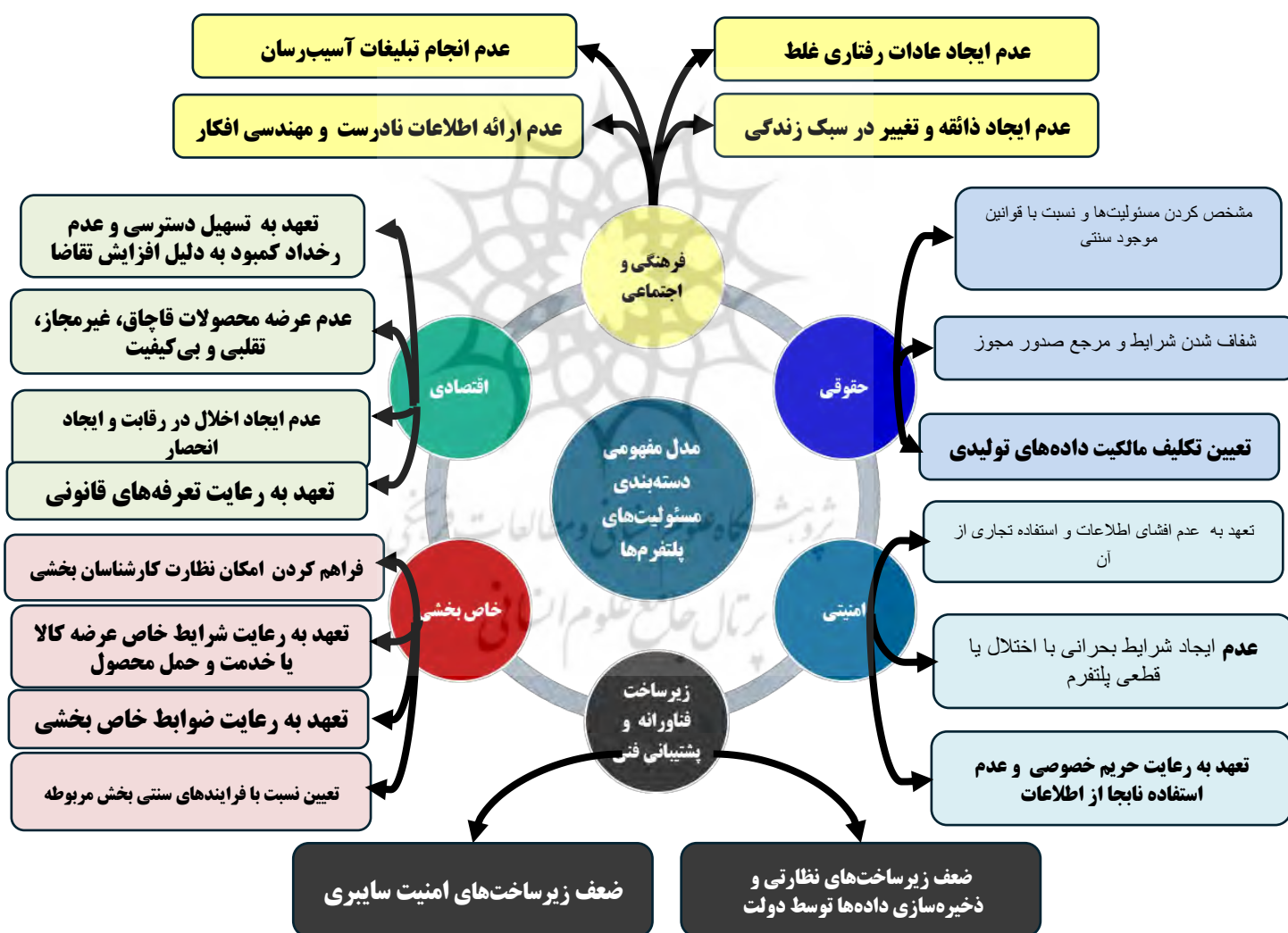
## ۵- جمع‌بندی

با الگوبرداری از مورد مطالعه یعنی پلتفرم‌های دارو رسان در انتهای مقاله چارچوبی برای دسته‌بندی مسائل پلتفرم‌ها ارائه شد که لازم است نهاد تنظیم‌گر برای تعیین ضوابط این پلتفرم‌ها به این موارد توجه نماید. چارچوب ارائه‌شده شامل

دسته‌بندی «اجتماعی، فرهنگی»، «امنیتی»، «اقتصادی»، «خاص بخشی»، «فناوری»، «حقوقی» است که البته موارد زیر موضوع احصا شده از بهداشت و سلامت منتزع و با نگاه کلان‌تر تدوین شده است.  
دسته اول مربوط به مسائل امنیتی است. در این دسته می‌توان به «امکان افشای اطلاعات و استفاده تجاری از آن»، «عدم

دسته بعدی مسائل شامل مسائل اقتصادی می‌شود. در بخش مسائل اقتصادی موضوع «انحصار و رقابت»، «افزایش و تسهیل دسترسی و امکان کمبود به دلیل افزایش تقاضا»، «امکان سوءاستفاده از یارانه دولتی»، «امکان عرضه محصولات قاچاق، غیرمجاز، تقلبی و بی‌کیفیت» «عدم رعایت تعرفه‌های قانونی» قرار دارند. دسته بعدی مربوط به مسائل فرهنگی و اجتماعی هستند که از جهت در ارتباط بودن با کلیت جامعه و آحاد مردم از اهمیت بسزاتری برخوردار است. در این دسته نیز می‌توان به «ایجاد ذائقه و تغییر در سبک زندگی» و «ارائه اطلاعات نادرست به مصرف‌کننده» اشاره کرد.

رعایت حریم خصوصی» و «استفاده نا به جا از سابقه کاربر»، «امکان ایجاد شرایط بحرانی با اختلال یا قطعی پلتفرم» اشاره داشت. دسته دیگر شامل مسائل حقوقی هستند. این نوع از مسائل باتوجه به قدیمی بودن قانون تجارت و عدم پیش‌بینی شرایط در کسب‌وکارهای الکترونیکی باعث ایجاد ابهامات در فعالیت و مشخص نبودن وظایف و مسئولیت‌های پلتفرم‌ها شده است. برخی از پلتفرم‌ها به هنگام شروع فعالیتشان، محدودیت‌ها از نظر قانونی داشتند و یا در مسئولیت‌هایی که به عهده دارد به دلیل ضعف قانون یا ابهام نامشخص بوده است. همچنین شرایط و مرجع برای دریافت مجوز نامشخص بوده و چالش‌هایی را ایجاد کرده است.



شکل ۲) مدل مفهومی پیشنهادی به منظور دسته‌بندی مسئولیت‌های پلتفرم‌ها

- [3] Gilbert, D. U., Schrage, S., & Behnam, M. (2024). **Advancing the Moral Legitimacy of Digital Platforms As Gatekeepers: A Critical Analysis From A Political Corporate Social Responsibility Perspective.** *Journal of Business Economics*, 94(7), 1115-1145. <https://doi.org/10.1007/s11573-024-01200-z>
- [4] Flew, T., Martin, F., & Suzor, N. (2019). **Internet Regulation As Media Policy: Rethinking The Question Of Digital Communication Platform Governance.** *Journal of Digital Media & Policy*, 10(1), 33-50. [http://doi.org/10.1386/jdmp.10.1.33\\_1](http://doi.org/10.1386/jdmp.10.1.33_1)
- [5] Suzor, N. (2018). **Digital Constitutionalism: Using The Rule Of Law To Evaluate The Legitimacy Of Governance By Platforms.** *Social Media + Society*, 4(3), 2056305118787812. <https://doi.org/10.1177/2056305118787812>
- [6] Heidari-Aghamir-Kandi. (2024). **Investigating The Criminal Liability Of Online Platforms And Crimes Committed By Their Users In Iranian And American Criminal Law.** *International and National Conference on Management, Accounting and Law Studies*, 11(11), 474-487. {In Persian} <https://civilica.com/doc/2116230/>
- [7] Ahmadvand, B., & Jahanshahi, A. (2023). **Analysis Of The Requirements For User Data Security On Service Provider Platforms.** *Journal of Science and Technology Policy*, 16(4), 83-98. {In Persian} <https://doi.org/10.22034/jstp.2024.11526.1708>
- [8] Hassani. (2022). **Challenges of Governance of Global Online Platforms and Its Implications for Iranian Society Case Study: Facebook Social Media.** *Cultural and Communication Studies*. {In Persian} <https://doi.org/10.22034/jcsc.2021.528576.2381>
- [9] Mirsalari, R., Razeghi, N., & Soltanzadeh, J. (2023). **Analysing Platform Business Regulation Controversies with Actor-Network Theory and Cartography of Controversy.** *Journal of Science and Technology Policy*, 16(2), 1-18. {In Persian} <https://doi.org/10.22034/jstp.2023.11289.1639>
- [10] Narimani, M., Karimmian, Z., & Hosseini, S. J. (2020). **An Institutional Framework For Regulating New Business Models: A Case Study Of Application-Based Transportation.** *Iranian Journal of Public Policy*, 6(1), 9-34. {In Persian} <https://doi.org/10.22059/jppolicy.2020.76998>
- [11] Soltanzadeh, J., Elyasi, M., & Narimani, M. (2021). **Regulatory Stalemates Analysis of Iranian Ride-Hailing Platform Business by the Advocacy Coalition Framework.** *Innovation Management Journal*, 10(3), 153-180. {In Persian} <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23225386.1400.10.3.5.4>
- [12] Bogost, I., & Montfort, N. (2007). **New media as material constraint. An introduction to platform studies.** In *Proceedings of the HASTAC Conference* (pp. 176-193). <https://www.academia.edu/download/76299523/electr>

علاوه بر این دسته دیگری از مسائل وجود دارد که خاص بخشی است که پلتفرم در آن حوزه فعالیت دارد که در مورد مطالعه این پژوهش حوزه بهداشت و سلامت است. پلتفرم‌ها متناسب با حوزه فعالیتشان، موضوعات «عدم رعایت ضوابط خاص بخشی»، «عدم نظارت کارشناسان بخشی»، «امکان اختلال در فرایندهای سنتی بخش مربوطه»، «شرایط خاص عرضه و حمل محصول یا خدمت» مهم و کلیدی است. دسته دیگری از مسائل نیز وجود دارند که ذاتی فناوری و مسائل نوین این حوزه از جمله «ضعف زیرساخت‌های نظارتی و ذخیره‌سازی داده‌ها توسط دولت» هستند.

در نهایت باتوجه به شبکه مضامین احصاشده، از منظر حکمرانی بر پلتفرم، مدل مفهومی ارائه شده در شکل ۲ به‌منظور دسته‌بندی مسئولیت‌های پلتفرم‌ها پیشنهاد می‌شود. این پژوهش از حیث محدودیت با موانعی از جنس دسترسی دشوار به مصاحبه‌شوندگان و همچنین راضی نمودن آن‌ها به اطمینان نسبت به فرایند پژوهش و ارائه اطلاعات دست‌اول و همچنین جلوگیری از سوگیری‌های فردی در فرایند مصاحبه مواجه بوده است. در پایان پیشنهاد می‌شود تا پژوهشگران در پژوهش‌های آتی علاوه بر کاوش در مسائل و مسئولیت‌های هر بخش، زمینه را برای ایجاد راه‌حل‌های عملیاتی به‌منظور به ارتقای فعالیت پلتفرم‌ها در کشور فراهم نمایند. علاوه بر این مدل مفهومی ارائه شده در بخش جمع‌بندی می‌تواند با موردکاوی‌های بیشتر مورد آزمایش و بررسی قرار گرفته و تکمیل شود تا کارایی بیشتری پیدا کند.

## تعارض منافع

نویسندگان تعهد می‌کنند که هیچ تعارض منافی در این مقاله وجود نداشته‌است.

## References

- [1] Caliandro, A., Gandini, A., Bainotti, L., & Anselmi, G. (2024). **The Platformization of Consumer Culture: A Theoretical Framework.** *Marketing Theory*, 24(1), 3-21. <http://doi.org/10.1177/14705931231225537>
- [2] Kenney, M., & Zysman, J. (2016). **The Rise of The Platform Economy.** *Issues in science and technology*, 32(3), 61. <http://www.jstor.org/stable/24727063>



- [25] Binns, R. (2018). **Fairness In Machine Learning: Lessons From Political Philosophy.** *Proceedings of the 2018 Conference on Fairness, Accountability and Transparency (FAT)*, 149–159. <http://proceedings.mlr.press/v81/binns18a/binns18a.pdf>
- [26] Gillespie, T. (2018). **Regulation Of And By Platforms.** *The SAGE handbook of social media*, 254-278. <https://doi.org/10.4135/9781473984066.n15>
- [27] Wood, A. J., Graham, M., Lehdonvirta, V., & Hjorth, I. (2019). **Good Gig, Bad Gig: Autonomy And Algorithmic Control In The Global Gig Economy.** *Work, Employment and Society*, 33(1), 56–75. <https://doi.org/10.1177/0950017018785616>
- [28] Siregar, Boni; Nababan, Roida;. (2025). **Legal Responsibility of Digital Platform Companies for Protecting Shareholder Losses in The Era.** *Journal of Law and Social Politics*, 3(2), 36-43. <https://doi.org/10.46799/jlsp.v3i2.64>
- [29] Marchal, N., Hoes, E., Klüser, K. J., Hamborg, F., Alizadeh, M., Kubli, M., & Katzenbach, C. (2025). **How Negative Media Coverage Impacts Platform Governance: Evidence From Facebook, Twitter, And Youtube.** *Political Communication*, 42(2), 215-233. <https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2377992>
- [30] Chan, Ngai Keung; Su, Chris Chao; Shore, Alexis;. (2025). **Shifting Platform Values In Community Guidelines: Examining The Evolution Of TikTok's Governance Frameworks.** *new media & society*, 27(2), 1127-1151. <https://doi.org/10.1177/14614448231189476>
- [31] Li, Wenjie; Sun, Chaojing; Li, Yan; Ertz, Myriam;. (2024). **Effects Of Business To Business E-Commerce Platform-Governance Mechanisms On Seller Firms' Performance.** *Research in International Business and Finance*, 67, 102-121.
- [32] Chung, Hyuck David; Zhou, Yue Maggie; Ethiraj, Sendil;. (2024). **Platform Governance In The Presence Of Within-Complementor Interdependencies: Evidence From The Rideshare Industry.** *Management Science*, 70(2), 799-814. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2023.4706>
- [33] Scharlach, R., Hallinan, B., & Shifman, L. (2024). **Governing Principles: Articulating Values In Social Media Platform Policies.** *new media & society*, 26(11), 6658-6677. <https://doi.org/10.1177/14614448231156580>
- [34] Lin, Wenfang; Wang, Yifeng; Samara, Georges; Lu, Jintao; . (2024). **Governance of Corporate Social Responsibility: A Platform Ecosystem Perspective.** *Management Decision*, 62(12), 3782-3816. <https://doi.org/10.1108/MD-10-2023-1843>
- [35] Cows, Josh; Darius, Philipp; Santistevan, Dominiquo; Schramm, Moritz; . (2024). **Constitutional Metaphors: Facebook's "Supreme Court" And The Legitimation Of Platform Governance.** *new media & society*, 26(5), 2448-2472. <https://doi.org/10.1177/14614448221085559>
- [36] Zaitsev, Y., Krysovaty, I., Gavkalova, N., Sobko, O., & Boichyk, V. (2024). **Interaction of Digitization and Corporate Social Responsibility onic techtonics thinking at the interface.pdf#page=196**
- [13] Gillespie, T. (2010). **The politics of 'platforms'.** *New media & society*, 12(3), 347-364. <http://doi.org/10.1177/1461444809342738>
- [14] Van Dijck, J. (2021). **Governing trust in European platform societies: Introduction to the special issue.** *European Journal of Communication*, 36(4), 323-333. <https://doi.org/10.1177/02673231211028378>
- [15] Van Dijck, J., de Winkel, T., & Schäfer, M. T. (2023). **Deplatformization and the governance of the platform ecosystem.** *New Media & Society*, 25(12), 3438-3454. <https://doi.org/10.1177/14614448211045662>
- [16] Srnicek, N. (2021). **Value, rent and platform capitalism. In Work and labour relations in global platform capitalism** (pp. 29-45). *Edward Elgar Publishing*. <http://doi.org/10.4337/9781802205138.00009>
- [17] Hawlitschek, F., Stofberg, N., Teubner, T., Tu, P. and Weinhardt, C. (2018), **"How corporate sharewashing practices undermine consumer trust"**, *Sustainability*, Vol. 10 No. 8, pp. 26-38, doi: 10.3390/su10082638. <https://doi.org/10.3390/su10082638>
- [18] Xu, F., Lu, X. and Zhao, X. (2022), **"The implications of socially responsible retailing platform on channel structure choice and product quality decisions"**, *Sustainability*, Vol. 14 No. 9, pp. 59-61. <https://doi.org/10.3390/su14095691>
- [19] Poell, T., Nieborg, D., & Van Dijck, J. (2019). **Platformisation.** *Internet policy review*, 8(4), 1-13. <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>
- [20] Zuboff, S. (2019). **The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power**, edn. *PublicAffairs*, New York. <http://doi.org/10.1007/s00146-020-01100-0>
- [21] Peng, H., Lu, Y. and Gupta, S. (2023), **"Promoting value emergence through digital platform ecosystems: perspectives on resource integration in China"**, *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 189, 122338, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122338>
- [22] Matias, J. N., & Mou, M. (2018, April). **CivilServant: Community-led experiments in platform governance.** In *Proceedings of the 2018 CHI conference on human factors in computing systems* (pp. 1-13). <https://doi.org/10.1145/3173574.3173583>
- [23] Gorwa, R. (2024). **The politics of platform regulation: How governments shape online content moderation.** *OXFORD UNIVERSITY PRESS*. <https://doi.org/10.1093/oso/9780197692851.001.0001>
- [24] Yeung, K. (2018). **A Study Of The Implications Of Advanced Digital Technologies (including AI systems) For The Concept Of Responsibility Within A Human Rights Framework.** *Council of Europe Expert Report*. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3286027](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3286027)



- [42] Gehl, R. W., & Zulli, D. (2023). **The Digital Covenant: Non-Centralized Platform Governance On The Mastodon Social Network.** *Information, Communication & Society*, 26(16), 3275-3291. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2022.2147400>
- [43] Caplan, R. (2023). **Networked Platform Governance: The Construction Of The Democratic Platform.** *International Journal of Communication*, 17, 22. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/20035/4180>
- [44] Noy, C. (2008). **Sampling Knowledge: The Hermeneutics Of Snowball Sampling In Qualitative Research.** *International Journal of social research methodology*, 11(4), 327-344. <https://doi.org/10.1080/13645570701401305>
- [45] Braun, V., & Clarke, V. (2006). **Using Thematic Analysis In Psychology.** *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>
- [46] Kiger, M. E., & Varpio, L. (2020). **Thematic Analysis Of Qualitative Data: AMEE Guide No. 131.** *Medical teacher*, 42(8), 846-854. <https://doi.org/10.1080/0142159X.2020.1755030>
- [47] Attride-Stirling, J. (2001). **Thematic Networks: An Analytic Tool For Qualitative Research.** *Qualitative Research*, 1(3), 385-405. <https://doi.org/10.1177/146879410100100307>
- in the Context of Sustainable Development. *Economic Affairs (New Delhi)*, 69. <https://doi.org/10.46852/0424-2513.1.2024.23>
- [37] Hielscher, S., Everding, S., & Pies, I. (2022). **Ordo-responsibility In The Sharing Economy: A Social Contracts Perspective.** *Business Ethics Quarterly*, 32(3), 404-437. <https://doi.org/10.1017/beq.2021.30>
- [38] Price, L. (2021). **Platform Responsibility For Online Harms: Towards A Duty Of Care For Online Hazards.** *Journal of Media Law*, 13(2), 238-261. <https://doi.org/10.1080/17577632.2021.2022331>
- [39] Nichols, T. P., & Dixon-Román, E. (2024). **Platform Governance And Education Policy: Power And Politics In Emerging Edtech Ecologies.** *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 46(2), 309-328. <https://doi.org/10.3102/01623737231202469>
- [40] Gorwa, Robert; Veale, Michael; . (2024). **Moderating Model Marketplaces: Platform Governance Puzzles For AI Intermediaries.** *Law, Innovation and Technology*, 16(2), 341-391. <https://doi.org/10.1080/17579961.2024.2388914>
- [41] Popiel, P. (2024). **Emerging Platform Governance: Antitrust Reform And Non-Competitive Harms In Digital Platform Markets.** *Information, Communication & Society*, 27(1), 92-108. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2023.2174791>

