

ارائه چارچوب برای مدل کسب و کار سلامت از راه دور در ایران

مقدمه: فناوری‌های سلامت از راه دور راه‌حلی مناسب جهت حل مشکلات عرضه و تقاضای خدمات سلامت و توزیع عادلانه منابع می‌باشند. علیرغم مزایای این فناوری، بسیاری از کسب و کارهای این حوزه محدود به مرحله تحقیق و توسعه شده، در مرحله عملیاتی شکست خورده و یا در سطح بازار مطرح نشده‌اند. از آنجا که ارزش واقعی نوآوری‌ها و فناوری‌ها را می‌توان در تجاری‌سازی و سودآوری آن‌ها مشاهده کرد، به نظر می‌رسد استفاده از مدل‌ها و چارچوب‌های کسب و کار در حوزه سلامت از راه دور می‌تواند به سرمایه‌گذاران برای تجاری‌سازی موفق محصولات و خدمات سلامت از راه دور کمک کند. اما جهت ایجاد مدل‌ها و برنامه‌های کسب و کار سلامت از راه دور، ارائه چارچوبی که بتواند درک کلی از مؤلفه‌های مؤثر بر کسب و کار این حوزه را ارائه دهد از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. هدف از مطالعه حاضر، ارائه چارچوب برای مدل کسب و کار سلامت از راه دور در ایران بود.

روش پژوهش: پژوهش حاضر از نوع کاربردی-توسعه‌ای بود که به روش ترکیبی (کیفی-کمی) در چهار مرحله انجام گرفت. در مرحله اول انواع مدل‌ها و چارچوب‌های کسب و کار در حوزه سلامت از راه دور به روش مرور نظام‌مند شناسایی شدند. در مرحله دوم تجربیات و نظرات ۲۲ نفر از افراد متخصص در حوزه انفورماتیک پزشکی و مدیریت اطلاعات سلامت، کارآفرینان، کارشناسان بیمه و مدیران عامل کسب و کارها و شرکت‌های نوپا در خصوص مؤلفه‌های چارچوب کسب و کار سلامت از راه دور به روش کیفی و با استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته گردآوری و به شیوه تحلیل چارچوبی تحلیل گردید. سپس در مرحله سوم چارچوب پیشنهادی بر اساس یافته‌های مرحله اول و دوم پژوهش ترسیم و در نشست هم‌اندیشی خبرگان به تأیید رسید. در مرحله چهارم که به روش دلفی (سه دور) و با استفاده از پرسشنامه انجام گردید، مؤلفه‌های چارچوب برای مدل کسب و کار سلامت از راه دور نهایی شدند.

یافته‌ها: یافته‌های مرحله اول پژوهش شامل ۲۳ مطالعه بود که به دو دسته اصلی تقسیم شدند. مطالعاتی که مدل و چارچوب کسب و کار جدیدی در حوزه سلامت از راه دور ارائه داده بودند و مطالعاتی که از مدل‌های موجود کسب و کار استفاده کرده بودند. یافته‌های حاصل از مرحله دوم پژوهش در برگزیده چهار درون مایه اصلی، ۱۶ طبقه و ۴۸ زیرطبقه بود. چهار درون مایه اصلی عبارت بودند از مؤلفه‌های چارچوب کسب و کار سلامت از راه دور، علل موفقیت کسب و کارهای سلامت از راه دور، چالش‌های کسب و کار سلامت از راه دور و موانع تولید و عرضه محصول در کسب و کار سلامت از راه دور. در مرحله سوم بر اساس یافته‌های نشست هم‌اندیشی خبرگان، تعدادی از مؤلفه‌ها مانند میزان سرمایه مورد نیاز، تخصص شرکاء و میزان سهم آن‌ها و برندسازی اضافه شدند و مؤلفه‌هایی مانند تأمین مالی و فروش مجوزها حذف گردید. در نهایت، مؤلفه‌های چارچوب در مطالعه دلفی مطرح شدند و از ۷۴ مؤلفه پیشنهادی ۶۸ مؤلفه مورد تأیید خبرگان قرار گرفت.

نتیجه‌گیری: به نظر می‌رسد که به‌کارگیری مدل‌ها و چارچوب‌های کسب و کار در پیاده‌سازی و تجاری‌سازی موفق فناوری سلامت از راه دور نقش به‌سزایی دارد. از اینرو، استفاده از مدل‌ها و چارچوب‌های کسب و کار سلامت از راه دور می‌تواند به توسعه یک برنامه تجاری واقعی‌تر، تسهیل پیاده‌سازی و تجاری‌سازی فناوری‌های سلامت از راه دور و ایجاد یک استراتژی مناسب برای بقای محصول در بازار رقابتی کمک کند. در واقع، چارچوب کسب و کار، فرایند ارائه فناوری به کابر نهایی، درآمدزایی و سرمایه‌گذاری در حوزه سلامت از راه دور را تسهیل می‌نماید. با این حال، انجام مطالعات بیشتر برای ارزیابی اثربخشی این چارچوب پیشنهاد می‌گردد.

کلیدواژه‌ها: بازاریابی خدمات سلامت، تجارت، پزشکی از راه دور، سلامت از راه دور