



همچنان قبل از کرونا، ظرفیت محدودی از تولیدات شرکت اختصاص به ونتیلاتور داشت و فقط حدود ۵۰ عدد از دستگاه این شرکت تولید شده بود؛ همچنان خریدهای دولتی و غیردولتی کشور اختصاص به شرکت‌های خارجی داشت و در نتیجه امکان توسعه فروش داخلی وجود نداشت



غیرطبیعی بازار هم (معمولاً تجهیزات پزشکی، نیازمند قطعات خارجی نیز هستند) بخشی از چالش‌های جدی مسأله هستند. مثلاً شرکت پویندگان، بخش کمپرسور ونتیلاتور خودش را از یک تولیدکننده هندی تأمین می‌کرد که با شدت گرفتن بحران کرونا و با استناد به منع صادرات و ونتیلاتور از سوی دولت هند، ارسال این قطعات متوقف شد. در نتیجه مدیران شرکت پویندگان، مجبور شدند برای ساخت بخش کمپرسور رفع نیاز موقت، بایکی از شرکت‌های لوازم خانگی داخلی تولیدکننده هود همکاري کنند تا آنها با یک نمونه‌سازی و طراحی سریع و یک ماهه، در کمتر از سه ماه، هزار دستگاه زیرمجموعه کمپرسور ونتیلاتور را بسازند.

درس‌گیری از تجربه‌ها

ایران، پیش از کرونا نیز یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان تجهیزات پزشکی منطقه بود و بنابراین پتانسیل و زیرساخت لازم برای این تغییرات سریع را داشت. به همین دلیل در شرایط تحریم و

فشار روحی مضاعفی که از جهت تبلیغاتی علیه آن وجود داشت، توانست کیت واکسین‌ساز و ونتیلاتور و مانیتور و سایر اقلام مورد نیاز را در زمان مناسبی تأمین کند و برخی را به تولید انبوه و سپس صادرات برساند.

کووید ۱۹ ثابت کرد که تجهیزات پزشکی یک موضوع استراتژیک است؛ کشورهایی که خودشان تجهیزات پزشکی نداشتند عملاً درمانده شدند و این مسأله لزوماً ربطی به تحریم نداشت. حتی کانادا و اسپانیا و ایتالایی هم که تحریم نبودند، باز هم نمی‌توانستند

