

Цей факт вказує на нестабільний характер розвитку вітчизняного ринку ДМС. За даними аналізу страхових продуктів нами визначені так звані «базові» та «спеціалізовані» страхові продукти, що надаються на трьох цінових рівнях («економ-пакету», «повного пакету» та «VIP-пакету»). На ринку домінуючі позиції (78,3%) займають договори з колективного (корпоративного) ДМС тривалістю від 1 року та більше. Із ТОП-20 страховиків у 2017 р. лише 8 компаній мають оптимальне значення рівня страхових виплат (від 30,0% до 60,0%). З фінансової точки зору цей факт свідчить про ризикованість операцій з ДМС в Україні.

Висновки. Задля ефективного розвитку вітчизняного ринку ДМС та формування у населення позитивного ставлення до страхової діяльності в охороні здоров'я необхідна розробка та впровадження програми державної підтримки зазначеної форми діяльності. В цілому можна стверджувати, що ДМС для вітчизняних страховиків залишається досить ризикованим видом страхування населення.

АНАЛІЗ РОБОТИ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ З МЕДИЧНИМИ ПРЕДСТАВНИКАМИ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ

О. П. Півень, В. В. Степанов

*Кафедра фармацевтичного маркетингу і менеджменту
Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна*

fmm@nuph.edu.ua

Вступ. В сучасних умовах розвитку українського фармацевтичного ринку провідні промислові підприємства з виробництва лікарських засобів (ЛЗ) у питаннях просування продукції орієнтовані на роботу медичних представників (МП). Це пов'язано з особливостями законодавчих вимог до проведення реклами ЛЗ, особливо тих, що мають статус рецептурних. Вважається, що саме робота МП є найбільш ефективним засобом переконання і спілкування з лікарями і провізорами.

Методи досліджень. Контент-аналіз, логічний метод, метод угруповання, порівняння і узагальнення.

Результати дослідження. У якості об'єкта дослідження нами були обрані три вітчизняні підприємства (ТОВ ФФ «Дарниця», ТОВ ФК «Здоров'я» і ТОВ «Юрія-Фарм») і дві закордонні компанії (Bristol-Myers Squibb (BMS) зі штаб-квартирою в Нью-Йорку і Astra Zeneca – англо-шведська фармацевтична компанія, зареєстрована у Великій Британії). Предметом дослідження стали мета компанії, кар'єрні можливості роботи у компанії, вимоги до медичних представників, компенсації і пільги та освітня платформа.

Проведений аналіз показав, що в основі мети кожної компанії лежить прагнення орієнтувати персонал на професіоналізм і успішність, високу внутрішню культуру, надавати можливості перспективного розвитку на основі створення умов для навчання і підтримки прагнення розвиватися разом з компанією. У іноземних компаніях особливо акцентується увага на прагненні допомагати у досягненні власних цілей, тобто на особистісному розвитку.

Кар'єрні можливості у досліджуваних компаніях пов'язані із забезпеченням умов для максимальної реалізації потенціалу персоналу, розвитку і реалізації лідерських якостей на основі сприяння професійного і особистісного розвитку із забезпеченням матеріального і соціального захисту. Компанія Astra Zeneca для розширення знань персоналу в обраній галузі пропонує широкий діапазон навчальних програм, спрямованих на саморозвиток. Компанія BMS завдяки підтримці та навчанню з боку колег надає можливість персоналу отримувати додаткові навчальні завдання, які максимально розширюють їх досвід.

Спільним у компаніях щодо вимог до МП є вища медична або фармацевтична освіта, хороші комунікативні навички, знання техніки візитів, вміння працювати з запереченнями, навички усного та письмового ділового спілкування, вміння вести переговори і презентації, знання програмного забезпечення і володіння комп'ютером, наявність водійських прав категорії «В», орієнтація на клієнта та результат. Проте, при прийомі на роботу вимоги до досвіду роботи у іноземних компаніях дещо вищі у порівнянні з вітчизняними. Так, компанія BMS вимагає досвід роботи у фармацевтичній галузі не менше трьох років на посаді МП або менеджера по роботі з ключовими клієнтами. У компанії Astra Zeneca вимоги до досвіду роботи МП дещо нижчі – до 1-го року роботи у фармацевтичному бізнесі. У вітчизняних компаніях вимоги до досвіду роботи коливаються від 6 місяців (ФК «Здоров'я» і ТОВ «Юрія-Фарм») до 2-х років (ФФ «Дарниця»). При прийомі на роботу МП для ТОВ «Юрія-Фарм» також важливо вміння претендента працювати в команді. ФК «Здоров'я» виставляє віковий бар'єр до МП – до 35 років. Знання англійської мови на базовому рівні – є вимогою компанії BMS. Дана компанія контроль і оцінку роботи МП здійснює на основі багатьох критеріїв, основними з яких є: знання препаратів, вміння чітко і дохідливо відповісти на питання про препарат, навички з презентації, обов'язковість у виконанні даних обіцянок і володіння фармакоеконічними показниками.

Компенсації і винагороди у кожній з розглянутих компаній мають свої особливості. ФФ «Дарниця» розмір виплат і компенсацій ставить у відповідність з результативністю роботи персоналу на принципах прозорості та справедливості. ТОВ «Юрія-Фарм» надає корпоративне навчання, харчування, знижки на послуги і продукти компанії, 30 днів щорічної відпустки.

Соціальний пакет і компенсації BMS включають програму Total Rewards (Усього винагород), яка створена, щоб стимулювати і заохочувати працівників. Компанія Astra Zeneca пропонує конкурентоспроможний рівень винагороди, програму гнучких пільг, яка передбачає додаткову виплату у розмірі 3% від заробітної плати працівника.

Освітні платформи всіх досліджуваних фармацевтичних компаній базуються на наданні можливостей для навчання за допомогою різних тренінгів, коучінгу, онлайн курсів, семінарів, конференцій, вебінарів, зустрічей з експертами, крос-функціональних проектів, корпоративної бібліотеки.

Висновки. Дослідження показали, що фармацевтичні компанії прагнуть мати висококваліфікований персонал, у т. ч. медичних представників, на основі створення умов для навчання, можливостей кар'єрного росту, надання достойних компенсацій і соціального пакету, а також контролю за роботою.

АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ ЛЗ ЩО МІСТЯТЬСЯ У РЕЄСТРІ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ, ВАРТІСТЬ ЯКИХ ПІДЛЯГАЄ ВІДШКОДУВАННЮ ЗА ПРОГРАМОЮ «ДОСТУПНІ ЛІКИ»

М. В. Подколзіна, О. С. Накотенко

Кафедра організації та економіки фармації

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

marysea2006@ukr.net

Вступ. Забезпечення населення необхідними ліками для терапії найбільш небезпечних захворювань є актуальним питанням в усіх країнах світу. В Україні для вирішення цієї проблеми запроваджена урядова програма «Доступні ліки», завдяки якій хворі на бронхіальну астму, серцево-судинні захворювання та цукровий діабет II типу отримують лікарські засоби (ЛЗ) в аптеках за рецептами безоплатно або з частковою доплатою. На сьогоднішній день провадиться активна робота з розширення переліку захворювань та лікарських засобів для їх лікування, вартість яких відшкодовується повністю або частково, що сприятиме підвищенню економічної доступності лікарських засобів для хворих, особливо для малозабезпечених верств населення.

Методи дослідження. Метод структурного аналізу.

Результати дослідження. Був проведений аналіз асортименту ЛЗ що містяться у Реєстрі лікарських засобів, вартість яких підлягає відшкодуванню (Наказ МОЗ України від 01 лютого 2019 року № 265) (Реєстр). За результатами дослідження асортименту ЛЗ за захворюваннями встановлено, що всього у Реєстрі міститься 258 торгових найменувань ЛЗ, серед яких найбільшу частку