

Назарова М. С.

**ПЕРСПЕКТИВЫ АУТСОРСИНГА МЕДИЦИНСКИХ
ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ РФ**

Научный руководитель канд. фарм. наук, доц. Кузнецов Д. А.

Кафедра управления и экономики фармации

Рязанский государственный медицинский университет, г. Рязань

В современных условиях система маркетинга является интегрированной. Всё чаще участники рынка, в т.ч. и фармацевтического, прибегают к использованию услуг аутсорсинга, представляющего собой передачу организацией на основании договора определенных бизнес-процессов или функций на обслуживание другой компании, специализирующейся в соответствующей области.

В перечень аутсорсинговых услуг, востребованных на фармацевтическом рынке РФ, входят маркетинговые и клинические исследования препаратов, их регистрация, реклама и продвижение. Интересным направлением аутсорсинга на фармацевтическом рынке может стать аренда медицинских представителей.

Среди причин, вынуждающих фармацевтические компании прибегать к аутсорсингу персонала, можно выделить следующие: расширение перечня продвигаемых препаратов, временное увеличение штата на период продвижения сезонных лекарственных средств, использование специальных проектов по продвижению препаратов. Компании могут воспользоваться аутсорсинговыми услугами при выведении на рынок новых препаратов, при этом собственные сотрудники используются для продвижения основных препаратов компании, а внешние ресурсы - для промоции менее приоритетных товаров, например, препаратов, находящихся на спаде жизненного цикла. Использование аутсорсинга для компаний, пока не имеющих своих представительств в России, позволяет получить представление о перспективах продвижения продукта в регионах.

Преимуществом аутсорсинга для фармкомпании очевидны: делегирование модуля работы профессионалу резко снижает затраты компании по содержанию собственных полевых сотрудников. Среди недостатков аутсорсинга следует отметить следующие: отсутствие искренней заинтересованности в успехе общего дела у временных сотрудников, возможность утечки конфиденциальной информации.

Очевидным плюсом аутсорсинга для медицинских представителей является гибкий график работы, возможность совмещения работы врачом или провизором с работой в аутсорсинговой компании. Среди минусов следует отметить следующие: перерывы между проектами, меньшее количество бонусов по сравнению со штатными сотрудниками компании.

Таким образом, в настоящее время аутсорсинг медицинских представителей на фармацевтическом рынке распространён среди зарубежных фирм. Перспективы развития рынка аутсорсинга специалисты связывают также с российскими компаниями. Большой потенциал представляют компании, производящие парафармацевтическую продукцию. Интересным направлением может стать ко-промоция, т.е. совместное продвижение препаратов нескольких производителей (при совпадении целевой аудитории).