


НОВОСТИ
Компания Санофи – студентам и выпускникам

Компания Санофи выступила генеральным партнёром Летней школы Changellenge для студентов и выпускников.

За последние годы в фарминдустрии произошли серьёзные изменения, компании стали шире смотреть на потенциальных кандидатов, создавая специальные программы стажировок и развития для молодых специалистов. «Пять лет назад мы стали задумываться о том, что у нас может возникнуть нехватка кадров в связи с демографическим спадом 1990-х годов – на рынке идёт война за молодых, талантливых и энергичных ребят с хорошим образованием, стремящихся к достижению высоких результатов в работе. Именно поэтому мы разработали программы стажировок таким образом, чтобы у студентов была возможность уже на последних курсах университета познакомиться с корпоративной средой и выбрать наиболее интересные им направления для развития. Ярким примером такой работы стал проект Летней школы Changellenge, генеральным партнёром которого выступила компания Санофи. Летняя школа Changellenge – это образовательный интенсив, направленный на развитие у начинающих специалистов необходимых практических навыков. Для Санофи участие в проекте – это возможность познакомиться с лучшими молодыми специалистами, которые могут составить успешное будущее нашей компании», – рассказала Ольга Гадецкая, директор департамента по работе с персоналом Санофи Россия.

У каждого работодателя существуют внутрикорпоративные компетенции, предъявляемые к начинающим специалистам. Однако многие необходимые навыки можно получить только на практике, поэтому при приёме на работу всё чаще особое внимание работодатели обращают на участие студента и начинающего специалиста без опыта работы в различных олимпиадах и чемпионатах по решению актуальных задач бизнеса, профессиональных тренингах и мастер-классах.

Специалисты Санофи отмечают важность подготовительной работы со своими потенциальными сотрудниками. В мае 2016 года Санофи организовала кейс-чемпионат для студентов и выпускников медицинских и бизнес-специальностей Sanofi Health Guardians. Компания осталась довольна на уровне подготовки ребят, однако с каждым годом требования руководителей к молодым сотрудникам становятся выше. А при работе в фармацевтической отрасли зачастую требуются специальные навыки, именно поэтому на лекциях по кейс-мышлению Летней школы Changellenge эксперты из Санофи поделились с участниками необходимыми знаниями на примере бизнес-задач из реальной практики.

«Мы искренне приветствуем поддержку Летней школы со стороны бизнеса. Цель нашего проекта – это дополнение университетского теоретического образования качественной практикой. И тут без взаимодействия с бизнесом не обойтись. Офис Санофи стал основной площадкой проведения проекта, что позволило ребятам влиться в качественный рабочий процесс и атмосферу компании-лидера на рынке», – поделился своими впечатлениями генеральный директор Changellenge Андрей Алясов.

«Зальём страну

Когда качество продукта

Рынок БАД в России развивается сегодня стремительными темпами, обгоняя по динамике роста другие страны мира, где этот рынок уже давно сложился.

Несмотря на это, культуры потребления пищевых добавок, восполняющих дефицит жизненно важных веществ и улучшающих деятельность организма, у нас пока нет. Если в мире те или иные БАД регулярно принимают более 50% европейцев и до 80% японцев, то в России число таких людей существенно ниже.



В корне изменить статистику намерен молодой и амбициозный бизнесмен, генеральный директор компании «ОДАС Фарма» Ованес Вагенович Давидян.

Наука и бизнес

■ **Ованес Вагенович, вашей компании всего 3 года. Вы начинающий, но уже успешный бизнесмен. А помимо этого ещё и врач-терапевт. Что вас подтолкнуло изменить ожидания выбранной профессии?**

– Я бы не сказал, что изменил профессии, поскольку и сегодня нахожусь в непосредственной близости с врачебным сообществом. А первое образование очень помогает мне чувствовать себя комфортно в этом бизнесе.

■ **Вы ведь ещё и член Ассоциации междисциплинарной медицины. Кстати, что это за организация?**

– Это ассоциация врачей, объединяющая самые разные медицинские специальности, – в неё входят терапевты, гастроэнтерологи, кардиологи, неврологи, психиатры и другие. Возглавляет её уважаемый мною профессор Алексей Борисович Данилов. Основная её цель – содействие эффективному междисциплинарному взаимодействию специалистов различных областей медицины для повышения качества медицинской помощи. Под эгидой этой организации проводятся крупные мероприятия – конференции, круглые столы, конгрессы, а также обучение врачей. Кроме того, я ещё являюсь членом Российского общества организаторов здравоохранения и Российского научного медицинского общества терапевтов. Поэтому совсем из медицины я всё-таки не уйду. Более того, ближайшие планы развития компании «ОДАС Фарма» касаются именно медицинского направления.

Хорошо забытое старое

■ **За тот небольшой срок, что существует ваша компания, как изменилась её деятельность?**

– Мы задумывали её как дистрибьюторскую компанию по продажам на территории России и стран СНГ лишь одного продукта – NORWEGIAN Fish Oil Оме-



Фото Legion-media

га-3. Сегодня ассортимент существенно расширился. В ближайшее время мы планируем выводить на российский рынок ещё и витамины группы В, С, кальций, чернику, а также чеснок в таблетках. Появится линейка косметических средств для самых маленьких детей из Австрии. Ну и в планах у нас масштабный проект, связанный с медициной.

■ **Почему изначально ваш интерес вызвал именно рыбий жир?**

– Потому что я приверженец здорового образа жизни и, в частности, правильного питания. Рыбий жир, к сожалению, сегодня недооценён в России. Хотя раньше, в 70–80-е годы, всех детей пичкали им с раннего возраста. Но поскольку качество и вкус того советского продукта оставлял желать лучшего, то у многих взрослых с того времени осталось предубеждение против этого полезнейшего вещества. Около двух десятилетий рыбий жир был в забвении. Увы, и сегодня, несмотря на то что за последние три года уровень его продаж значительно вырос, он остаётся крайне низким по сравнению с остальным миром. В нашем обществе, к сожалению, пока нет культуры потребления веществ, необходимых организму для полноценного функционирования и долголетия. А рыбий жир – один из главных среди них. Поскольку омега-3 кислоты не синтезируются в человеческом организме, а в продуктах питания их недостаточно, мы решили, что нашим согражданам такой продукт необходим. Затем мы проанализировали несколько потенциальных партнёров и выбрали самого лучшего. Я могу с уверенностью сказать, что у того рыбьего жира, который мы вывели на рынок, конкуренции практически нет. По качеству сырья, по технологиям производства и, главное, по составу продукта.

Продукт первой свежести

■ **Но ведь в аптеках БАД на основе рыбьего жира множество. Как говорится, на любой вкус и кошелёк. Не трудно ли с ними конкурировать?**

– Действительно, сегодня целые витрины в аптеках заполнены продукцией омега-3. Только ленивый не производит рыбий жир в капсулах. Но далеко

не каждый из этих препаратов эффективный и полезный. В РФ в отношении БАД не предусмотрены клинические испытания, обязательные для лекарственных средств (кроме исследования на пищевую безопасность), поэтому их качество (и, соответственно, эффективность) зависят только от совести производителя.

Для хорошего продукта прежде всего имеет значение состав, а именно количество полиненасыщенных жирных кислот (ПНЖК) омега-3, которые в каждой капсуле должны содержаться в достаточном количестве и в определённой пропорции. Наиболее полезными ПНЖК являются эйкозапентаеновая (ЭПК) и докозагексаеновая (ДГК) кислоты. Множество проведённых исследований подтверждают положительное влияние ПНЖК на работу сердечно-сосудистой системы, профилактику онкологических заболеваний, снижение в организме воспалительных процессов, положительное влияние на состояние памяти и многие когнитивные и поведенческие функции. Эффективность и безопасность нашего рыбьего жира подтверждены пятью клиническими исследованиями, два из которых мы проводили на территории России (спортивная медицина, неврология). В следующем году с одной компанией – производителем лекарственных кардиологических препаратов планируем провести ещё одно исследование – уже по всем правилам, двойное слепое рандомизированное плацебо-контролируемое исследование, чтобы подтвердить серьёзный лечебный эффект нашего продукта NORWEGIAN Fish Oil Омега-3.

■ **Большинство БАД из рыбьего жира стоит существенно дешевле вашей продукции. Как вам удаётся убедить покупателя заплатить существенно больше?**

– Мы проводим серьёзную обучающую работу с первостольниками и фармацевтами. И объясняем, что надо смотреть на многие факторы. Прежде всего на количество ПНЖК в одной капсуле/дозе и на количество капсул в упаковке. Таким образом можно провести фармакоэкономический анализ, то есть вычислить стоимость одной капсулы и одного грамма ПНЖК. В итоге наш препарат оказывается намного выгоднее любого конкурента на рынке. Мы можем похва-

рыбьим жиром!»

в приоритете

статья и высокими потребительскими свойствами нашего продукта – после него нет неприятного послевкусия и отрыжки. Причём это касается не только рыбьего жира в капсулах, но и жидкого продукта со вкусом лимона. Недаром гуру современной диетологии Пьер Дюкан рекомендует заправлять салаты нашим продуктом NORWEGIAN Fish Oil со вкусом лимона. Также у нас есть специально разработанная форма омега-3 для самых маленьких пациентов – жевательные капсулы с витамином D.

К тому же мы можем опираться на отзывы практикующих врачей (из 67 медицинских центров России), которые назначают наш рыбий жир своим пациентам и могут подтвердить его клиническую эффективность. Сложив все эти данные вместе, расчётливый и неглупый потребитель понимает, что наш продукт лучше, выгоднее, эффективнее и безопаснее. И выбирает именно его.

Качество требует жертв

■ Ваш рыбий жир производится не в России?

– Нет. На заводе LYSI в городе Рейкьявик в Исландии. Этот завод работает с 1936 года и считается одним из лучших в Европе по производству очищенного рыбьего жира. Видели, как в футбол играют исландцы?

■ Это потому, что они принимают рыбий жир, наверное?

– Ну конечно же!

■ Ну а серьезно, почему нельзя производить рыбий жир хорошего качества у нас?

– После случившегося кризиса мы задумались об этой возможности и даже провели ряд переговоров с крупными заводами на территории нашей страны. К сожалению, нам никто не смог гарантировать того качества, которое мы сейчас имеем. В Европе все заводы работают по стандартам GMP. У нас таких заводов, увы, слишком мало. Мы не хотим рисковать качеством, поэтому пока решили отказаться от этой идеи.

■ Где ещё в мире продаётся рыбий жир NORWEGIAN Fish Oil, дистрибьютором которого является компания «ОДАС Фарма»?

– В 50 странах мира – в большинстве стран Европы, а также в Азии (где, кстати, огромный рынок и хорошо развита культура потребления БАД).

■ Вы продаёте свою продукцию только в аптеках или ещё где-то? Есть ли какие-то проблемы со сбытом?

– Помимо аптек мы также продаём наш продукт в медицинских центрах, супермаркетах «Азбука вкуса», магазинах спортивного и здорового питания, через собственный интернет-магазин, а также успешно участвуем в тендерах. Два года подряд мы выигрывали конкурс на поставку NORWEGIAN Fish Oil Омега-3 для сборных команд Российской Федерации. Что касается аптек, то, к сожалению, наша продукция представлена не во всех аптечных сетях, хотя мы работаем с самыми крупными. В некоторых из них нам отказали, сославшись на то, что ассортимент омега-3 кислот у них широк и без нас (при этом аргументы насчёт высокого

«Для хорошего продукта прежде всего имеет значение состав, а именно количество полиненасыщенных жирных кислот (ПНЖК) омега-3

качества и ценообразования их не убедили), в других сетях предложили заключить отношения на невыгодной для нас коммерческой основе.

Всё будет хорошо!

■ Рыбий жир нужно пить постоянно?

– Да, желательно. Особенно россиянам, страдающим от нехватки солнечного света. Этот продукт необходим всем детям, людям с сердечно-сосудистыми заболеваниями, метаболическим синдромом, заболеваниями кожи, сидя-

щим на диете да и всем остальным. Ведь профилактика – самое лучшее лечение. Врачи рекомендуют употреблять его курсом: два месяца пить, месяц – перерыв. Впрочем, при различных заболеваниях (прежде всего сердечно-сосудистых и метаболическом синдроме) требуется свой режим приёма и своя дозировка, подбором которых должен заниматься специалист.

■ Каким вы видите собирательный образ своего покупателя?

– Это молодые, амбициозные люди (молодыми я считаю людей от 20 до 65 лет), следящие за здоровьем и красотой, с активной жизненной позицией, с достатком не ниже среднего – всё-таки наш продукт премиум-класса, ну и, конечно, все те, которым назначил врач омега-3 для профилактики и лечения заболеваний.

■ В будущем вы смотрите с оптимизмом?

– Несомненно! Когда мы стартовали с нашим проектом три года назад, доллар был в 2 раза дешевле, чем сегодня. Соответственно, наша продукция имела одну цену. После кризиса цены выросли, но мы всё-таки решили, что не будем поднимать их вдвое – иначе этот продукт будет доступен только для избранных, а мы этого не хотим. Поэтому мы снизили собственную маржу в два раза. И всё же, несмотря на это, мы продолжаем оставаться оптимистами и уверены, что всё будет хорошо. Я мечтаю, чтобы все россияне имели возможность употреблять качественный рыбий жир и были здоровыми.

Елена Нечаенко