



دورة النفاذ إلى السوق الدوائي: تسعير الأدوية والتعويض والتفاوض مع الجهات الدافعة



دورة النفاذ إلى السوق الدوائي: تسعير الأدوية والتعويض والتفاوض مع الجهات الدافعة

مقدمة:

دورة النفاذ إلى السوق الدوائي، بما تتناوله من تسعير الأدوية والتعويض والتفاوض مع الجهات الدافعة، دورة تمتد 5 أيام لفرق النفاذ إلى السوق والتسعير والشؤون الحكومية في شركات الأدوية والأجهزة الطبية، وتنتهي بإعداد خطة النفاذ إلى السوق والتسعير لمنتج افتراضي. فالشركات تخسر جزءا من عائد الإطلاق حين يحصل المنتج على إذن التسويق ثم يتعثّر عند الإدراج لدى الجهات الدافعة، أو تتآكل أسعاره عبر الأسواق المرجعية، أو توقع شروط خصم لا تستطيع تحملها. ويعد المشاركون ملفات التقديم أو مقترحات الأسعار في عملهم، ويعملون على دراسات حالة مبنية على ملفات الجهات الدافعة ونطاقات الأسعار وشروط العقود. وتقدم كور كونسبت هذه الدورة.

أهداف الدورة:

- رسم خريطة أنماط الجهات الدافعة ومسارات التمويل ونقاط قرار النفاذ لدواء أو جهاز طبي عبر القنوات الحكومية والتأمينية والخاصة
- إعداد ملف القيمة العالمي وتكييف رسالة القيمة وفجوات الأدلة والردود على الاعتراضات مع ملفات التقديم المحلية
- تحديد نطاق سعر الإطلاق بمنطقة التسعير القائم على القيمة والتكلفة مضافا إليها هامش والتسعير المرجعي الخارجي، وتخطيط تسلسل الإطلاق للحد من انتقال الأسعار بين الأسواق
- إعداد ملفات الإدراج في قوائم الأدوية المعتمدة والردود على المناقصات الحكومية وفق متطلبات الأدلة والسعر والإمداد لدى الجهات الدافعة
- هيكلة اتفاقيات الدخول المدار وتقاسم المخاطر، والاختيار بين الصيغ المالية والصيغ المرتبطة بالنتائج، وتحديد بيانات المتابعة لكل منها
- التفاوض على السعر المعلن والسعر الصافي والخصومات السرية مع الجهات الدافعة، وتوثيق حد الانسحاب وخطة التنازلات

الفئة المستهدفة:

- فرق النفاذ إلى السوق المسؤولة عن تأمين التعويض وإدراج الأدوية والأجهزة الطبية لدى الجهات الدافعة
- فرق التسعير المسؤولة عن أسعار الإطلاق ونطاقات الأسعار وحوكمة السعر الصافي في عدة أسواق
- فرق الشؤون الحكومية والسياسات العامة المسؤولة عن التواصل مع الوزارات وشركات التأمين وجهات الشراء
- فرق اقتصاديات الصحة وأبحاث النتائج المسؤولة عن الأدلة الداعمة لملفات التقديم
- فرق المناقصات وأعمال المؤسسات المسؤولة عن عطاءات الشراء الحكومي وتجديد العقود
- المدبرون التجاريون على مستوى الدولة أو الإقليم المساءلون عن أهداف النفاذ وأداء الفارق بين السعر الإجمالي والصافي

محاور الدورة:

اليوم 1: مشهد النفاذ إلى السوق وأنماط الجهات الدافعة

- خريطة أنماط الجهات الدافعة بين الممول الواحد والتأمين والدفع المباشر
- نقاط قرار النفاذ من إذن التسويق حتى استخدام المريض
- فئات حالة التعويض وأثر مستويات المشاركة في الدفع
- مصفوفة تأثير أصحاب المصلحة من الجهات الدافعة والأطباء وجمعيات المرضى
- تدقيق عوائق النفاذ الحالية لمنتج قائم في السوق

اليوم 2: ملفات القيمة وأساليب التسعير

- بنية ملف القيمة العالمي ورسالة القيمة الأساسية
- تحليل فجوات الأدلة باستخدام مصادر بيانات الواقع الفعلي
- مقارنة التسعير القائم على القيمة والتكلفة والمنافسة
- سلال التسعير المرجعي الخارجي وقواعد الوسيط وأدنى سعر
- نموذج تسلسل الإطلاق لاحتواء انتقال الأسعار المرجعية

اليوم 3: ملفات التعويض والإدراج في القوائم المعتمدة والمناقصات

- تكييف ملف التقديم المحلي انطلاقاً من ملف القيمة العالمي
- ملخص الأثر على الموازنة المعد لمراجعي الجهات الدافعة
- ملف الإدراج في قائمة الأدوية وتموضع المنتج ضمن فئته العلاجية
- معايير تقييم عطاءات المناقصات الحكومية ووزن السعر فيها
- شلال السعر من الإجمالي إلى الصافي بالخصومات والحسومات والمستردات

اليوم 4: اتفاقيات الدخول المدار والتفاوض ومخاطر النفاذ

- تصنيف اتفاقيات الدخول المدار بين الصيغ المالية والصيغ المرتبطة بالنتائج
- سقوف السعر والكمية والجرعات المجانية الأولى وحدود الإنفاق
- تصميم الخصم المرتبط بالنتائج باستخدام بيانات سجلات المرضى
- تخطيط التفاوض مع الجهات الدافعة باستخدام BATNA وسلم التنازلات
- الاستجابة لمخاطر التجارة الموازية وخفض الأسعار والشطب من القوائم

اليوم 5: دراسة حالة: خطة النفاذ إلى السوق والتسعير لمنتج افتراضي

- خريطة الجهات الدافعة ومراجعة عوائق النفاذ للمنتج محل الدراسة
- نطاق سعر المنتج محل الدراسة واختبار سيناريوهات السلة المرجعية
- عرض الدخول المدار للمنتج محل الدراسة ومواصفات بيانات المتابعة
- تمرين تفاوض مع جهة دافعة على شروط الخصم والكمية
- استكمال خطة النفاذ إلى السوق والتسعير وعرضها أمام لجنة المراجعة

المهارات التي ستكتسبها:

- تحليل مشهد الجهات الدافعة
- بناء رسالة القيمة
- تحديد نطاق سعر الإطلاق
- تقدير أثر التسعير المرجعي
- كتابة ملفات التعويض
- إعداد عطاءات المناقصات
- تصميم اتفاقيات تقاسم المخاطر
- تخطيط التفاوض مع الجهات الدافعة

لماذا تحضر هذه الدورة:

- إعداد خطة النفاذ إلى السوق والتسعير لمنتج افتراضي ورفعها إلى المدير العام ومدير النفاذ الإقليمي لاعتمادها
- اختيار نطاق سعر الإطلاق وترتيب دخول الأسواق ونوع عرض الدخول المدار بمبررات موثقة
- تجنب تأخر الإدراج وتآكل الأسعار المرجعية وشروط الخصم غير المستدامة التي تخفض صافي الإيراد بعد الإطلاق
- نقل خرائط الجهات الدافعة ونماذج ملفات القيمة وأوراق تخطيط التفاوض إلى فرق النفاذ والتسعير والمناقصات

الخاتمة:

بعد العودة إلى العمل يعرض المشاركون خطة النفاذ إلى السوق والتسعير على المدير العام ومدير النفاذ الإقليمي. وتعتمد القيادة عليها في إقرار نطاق سعر الإطلاق وترتيب دخول الأسواق وخطة ملفات التعويض وحدود عروض الدخول المدار والخصومات الممنوحة للجهات الدافعة. وبعد أول قرار من جهة دافعة أو أول ترسية مناقصة وفق الخطة، تقارن المنظمة نتيجة الإدراج والسعر الصافي المحقق والمدة حتى التعويض بما ورد في الخطة، ثم تعدل الافتراضات الأضعف.

الأسئلة الشائعة:

ما الذي يحتاجه المشاركون قبل دورة النفاذ إلى السوق الدوائي وتسعير الأدوية والتعويض؟

يحتاج المشاركون إلى خبرة في النفاذ إلى السوق أو التسعير أو الشؤون الحكومية أو اقتصاديات الصحة أو المناقصات، مع فهم لطريقة تسجيل الأدوية والأجهزة وبيعها. ويساعده إحضار قائمة أسعار أو ملف جهة دافعة أو وثيقة مناقصة بعد إخفاء البيانات في يوم دراسة الحالة.

بم تختلف دورة النفاذ إلى السوق الدوائي عن دورة تقييم التقنيات الصحية؟

تتناول هذه الدورة جانب الشركة: خريطة الجهات الدافعة وملفات القيمة وأسعار الإطلاق والتسعير المرجعي وملفات الإدراج والمناقصات وعروض تقاسم المخاطر والتفاوض. أما دورات تقييم التقنيات الصحية فتركز على بناء نماذج فعالية التكلفة ومراجعتها لدى الجهات الدافعة للحكم على القيمة.

لماذا يهتم التسعير المرجعي الخارجي في النفاذ إلى السوق الدوائي وتسعير الأدوية؟

لأن السعر المتفق عليه في سوق ما ينتقل غالباً إلى حسابات الأسعار في أسواق أخرى. لذلك قد يخفض سعر مبكر منخفض الأسعار في أماكن أخرى، فيجب تخطيط ترتيب الإطلاق ونطاقات الأسعار والخصومات السرية معاً.

ماذا يعود به المشاركون من دورة النفاذ إلى السوق الدوائي؟

يعود المشاركون بخطة النفاذ إلى السوق والتسعير لمنتج افتراضي، تتضمن خريطة الجهات الدافعة ورسالة القيمة ونطاق السعر وسيناريوهات السلة المرجعية وعرض الدخول المدار وخطة التفاوض، قابلة للتكييف مع منتجات منظمتهم.