

Зважаючи на те, що, на жаль, не в усіх студентів є персональний комп'ютер, варто обирати такі засоби спілкування, комп'ютерного тестування чи комплексні освітні платформи, які адаптовані до роботи з мобільними пристроями.

Отже, дистанційне навчання є навчанням, у якому максимально мають бути враховані індивідуальні вікові, фізичні та розумові можливості, особистий практичний досвід студента, а також рівень його впевненості у власних силах та можливостях. На сьогодні у всьому світі все більше людей з різних причин обирає дистанційне навчання, бо його гнучкість є суттєвою перевагою порівняно з аудиторними заняттями. Але варто пам'ятати, що успішні програми дистанційного навчання можна створити лише спільними зусиллями студентів, викладачів, координаторів, допоміжного персоналу й адміністрації ЗВО.

Література

1. Концепція розвитку дистанційної освіти в Україні. URL: <http://uiite.kpi.ua/2019/06/03/1598/>
2. Світовий досвід організації та розвитку університетської системи дистанційного навчання URL: [https://kneu.edu.ua/userfiles/education2_0/13-4713_verstka\(1\).pdf](https://kneu.edu.ua/userfiles/education2_0/13-4713_verstka(1).pdf)

Білоусова Наталя Анатоліївна,

консультант з дослідження ринку та вивчення суспільної думки
Представництво «Вьорвагфарм Гмбх Ко і Кг» в Україні

ВПЛИВ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У ПРОСУВАННІ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ НА РОЗВИТОК ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МЕДИЧНИХ ПРЕДСТАВНИКІВ

Державна політика у галузі фармацевтики має враховувати глобальні тенденції і заохочувати розроблення і впровадження інноваційних технологій. Експерти прогнозують, що зміни на фармацевтичному ринку відбуватимуться в результаті впливу так званих «драйверів» і «обмежувачів». При цьому до драйверів відносять: зростання населення, що супроводжуватиметься збільшенням тривалості життя; зростання рівня життя у розвинутих країнах і розвиток у них медицини; збільшення ролі людського капіталу (відповідно, зростання витрат на охорону здоров'я); розвиток нових технологій. Аналітики припускають, що обмежувальними чинниками стануть: уповільнення темпів зростання світової економіки, посилення державного контролю лікарських препаратів, підвищення конкуренції на фармацевтичному ринку, активний розвиток превентивної медицини [6, с. 313].

Очевидно, ці тренди матимуть вплив на розвиток вітчизняного фармацевтичного ринку і позначаться на промоції лікарських засобів. Уже сьогодні в діяльності медичних представників можна спостерігати тенденції,

які корелюють з основними «драйверами» і «обмежувачами» на фармацевтичному ринку: зниження ефективності візиту до лікаря і розроблення заходів, що підвищують цю ефективність; обмеження діяльності медичних представників, що стосуються часу і місця (поза робочого часу і поза робочого місця); заохочення лікарів (подарунки та інші форми матеріального заохочення) тощо; обмеження на рекламу лікарських засобів; використання комп'ютера (планшета) під час візиту; зростання інтерактивної частини інформації та аналіз візитів; збільшення позавізитних засобів просування лікарських засобів серед лікарів, передусім через інтернет; зниження впливу лікарів на процес прийняття рішення і підвищення ролі інших учасників процесу – дистриб'юторів і аптек, «платників», пацієнтів; орієнтація в просуванні не тільки на лікарів, але і на самих пацієнтів: patient oriented approach; зростання популярності електронних форм навчання медичних представників [2, с. 37].

У зв'язку з цим науковий інтерес викликає аналітика використання різних видів промоцій вітчизняними і зарубіжними компаніями, представлена в спеціалізованому виданні щотижневика «Аптека» [3]. Є. Дмитрик графічно проілюструвала поступове зниження промоцій через візити медичних представників, через використання реклами в спеціалізованій пресі, проведення конференцій і семінарій, TV-рекламу, POS-матеріали, поштові розсилки, акції. Водночас спостерігається зростання промоцій лікарських засобів шляхом віддаленої комунікації – на 35,8 % та електронних розсилок – на 32 %. Так, із січня 2018 року в системі моніторингу серед лікарської аудиторії додано такий від промоції, як реклама/інформація в інтернеті. За період січень–вересень 2019 р. частка цього виду промоції становила 1,6 % [3].

Таким чином, у структурі теоретичної моделі професійної компетентності медичних представників [1], яка за результатами нашого дослідження складається з когнітивно-інтелектуального, інформаційно-комунікаційного, соціально-педагогічного та особистісно-лідерського компонентів, необхідно приділити увагу розвитку саме інформаційного компонента. Йдеться про необхідність не тільки постійно розвивати вміння спілкуватися з лікарями, провізорами, пацієнтами, фірмами-постачальниками тощо, вести перемовини, працювати в команді; володіти інформаційною культурою: користуватися електронною поштою та веб-сайтами, комп'ютерними програмами та цифровими технологіями, які нині підняті в ранг корпоративних цінностей у більшості корпорацій; а обов'язково спрямувати зусилля на розвиток цифрових навичок.

Сьогодні ці вимоги визнані «однією з найважливіших умов для розвитку цифрового ринку будь-якої країни, оскільки прямо або опосередковано пов'язані з усіма сферами функціонування суспільства та економіки» [5, с. 5]. Вони узгоджуються з вихідною рамковою умовою для розвитку всіх інших пріоритетів у сфері гармонізації цифрових ринків країн ЄС та Східного Партнерства, визначених під час засідання на рівні міністрів на тему «Цифрова спільнота» (2016 р., Брюссель) [4, с. 5].

Література

1. Білоусова Н. Професійна компетентність медичного представника: структурний аналіз. *Problems and achievements of modern science: coll. of scientific papers «ЛОГОС» with materials of the International scientific-practical conf.*, Cork, May, 6, 2019. Cork: NGO «European Scientific Platform», 2019. V. 4. P. 67–68.
2. Давыдов С. А Posteriori: полевые силы. *Ремедиум. Менеджмент*. 2014. Июнь. С. 32–37.
3. Дмитрик Е. Промоция лекарственных средств по итогам 9 месяцев 2019 г. *Аптека*. № 42(1213). 4 листопада 2019 р. URL: <https://www.apteka.ua/article/520188> (дата звернення: 07.04.2020 р.).
4. Східне Партнерство – Концентруючись на ключових пріоритетах та конкретних досягненнях. URL: <http://eap-csf.org.ua/klyuchovi-prioriteti-shidnogo-partnerstva-na-2017-2020-rr/> (дата звернення: 07.04.2020 р.).
5. Цифрові компетенції як умова формування якості людського капіталу: аналіт. зап. / В. С. Куйбіда, О. М. Петроє, Л. І. Федулова, Г. О. Андрощук. Київ: НАДУ, 2019. 28 с.
6. Шабалина Л. В., Чудовская В. Р. Тенденции развития мирового фармацевтического рынка. *Современные тенденции развития и перспективы внедрения инновационных технологий в машиностроении, образовании и экономике*. 2018. Т. 4. № 1(3). С. 310–315.

Бондаренко Микола Іванович,

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри професійної освіти та комп'ютерних технологій Глухівського НПУ ім. О. Довженка,

Бондаренко Світлана Вікторівна,

кандидат педагогічних наук, викладач

Глухівського агротехнічного інституту ім. С. А. Ковпака СНАУ

СИСТЕМА ВНУТРІШНЬОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УНІВЕРСИТЕТІВ

Важливим чинником успішного функціонування закладів освіти є впровадження у них систем забезпечення якості освітньої діяльності. Якщо розглядати ці системи, то можна класифікувати їх на зовнішню і внутрішню системи забезпечення якості освіти.

Основними складовими системи зовнішнього забезпечення якості освіти є державні стандарти вищої освіти, акредитаційні та ліцензійні вимоги провадження освітньої діяльності закладів освіти, вимоги до державної атестації щодо набутих компетентностей випускниками та здобувачами освіти, дотримання стандартів щодо забезпечення конкурентоспроможного рівня підготовки фахівців.