

УДК 377/378+374.7] : 616 – 051 (430)

ВИМОГИ ДО МЕДИЧНИХ ПРЕДСТАВНИКІВ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ПІДГОТОВКИ В СУЧАСНІЙ НІМЕЧЧИНІ

Білоусова Наталя Анатоліївна,

Представник з дослідження ринку та вивчення суспільної думки,

Представництво «Вьорваг Фарма ГмбХ і Ко. КГ» в Україні,

04112, м. Київ, вул. Дегтярівська, 62

Представительство «Вьорваг Фарма ГмбХ и Ко. КГ» в Украине

04112, г. Киев, ул. Дегтяревская, 62

Representation «Woerwag Pharma GmbH & Co. KG» in Ukraine

04112, Str. Degtjarevsky 62, Kyiv

Ключові слова. Медичний представник, вища професійна медична освіта, професійні навички, фармацевтичні компанії, фармацевтичні асоціації.

Ключевые слова. Медицинский представитель, высшее профессиональное медицинское образование, профессиональные навыки, фармацевтические компании, фармацевтические ассоциации.

Keywords. Medical sales representative, higher vocational medical education, vocational skills, pharmaceutical companies, pharmaceutical associations.

Реферат.

Проаналізовано та узагальнено вимоги, які висуваються на ринку праці Німеччини до медичних представників, серед яких: вища освіта (медична, стоматологічна, фармацевтична, ветеринарна); сформованість соціальних навичок (комунікаційні, ведення переговорів, ораторського мистецтва, роботи в команді, користування комп'ютерними програмами); вмотивованість кандидата професійно інформувати практикуючих лікарів про лікарські засоби та продажу ліків пацієнтам. Автором акцентується увага на необхідності постійного підвищення компетентності медичних представників щодо умінь користуватися цифровими технологіями, що нині входять до переліку корпоративних цінностей у більшості корпорацій.

З'ясовано, що медичні представники – це фахівці з вищою медичною освітою, професійна підготовка яких здійснюється у вищих навчальних закладах, у фармацевтичних компаніях та асоціаціях за спеціально

розробленими навчальними програмами. В їх розробленні беруть участь роботодавці та асоціації лікарів і провізорів.

Встановлено, що особливостями професійної підготовки медичних представників у Німеччині є: визнання цієї професії на законодавчому рівні; безпосередня участь асоціацій і фармацевтичних корпорацій у розробленні нормативно-правової бази і документації, навчальних планів окремих навчальних дисциплін, організації стажування в успішних фармацевтичних компаніях, проведенні тренінгів і тестування, моніторингу безпеки праці та дотримання безпечних умов для роботи.

У статті наголошується на тому, що на ринку праці в Німеччині існує дефіцит кадрів медичних представників. Щороку приймаються певні заходи щодо підвищення якості їхньої професійної підготовки. На розв'язання цієї проблеми спрямовуються наукові дослідження. Значну увагу проблемі підготовки медичних представників у вищих навчальних закладах, безпосередньо в фармацевтичних компаніях та Асоціаціях приділяє ВООЗ.

Реферат.

Проанализированы и обобщены требования, предъявляемые на рынке труда Германии к медицинским представителям, среди которых: высшее образование (медицинское, стоматологическая, фармацевтическая, ветеринарная) сформированность социальных навыков (коммуникационные, ведение переговоров, ораторского искусства, работы в команде, пользования компьютерными программами) мотивированность кандидата профессионально информировать практикующих врачей о лекарственных средствах и продажах лекарств пациентам. Автором акцентируется внимание на необходимости постоянного повышения компетентности медицинских представителей по умению пользоваться цифровыми технологиями, ныне входящих в перечень корпоративных ценностей в большинстве корпораций.

Выяснено, что медицинские представители - это специалисты с высшим медицинским образованием, профессиональная подготовка которых

осуществляется в высших учебных заведениях, в фармацевтических компаниях и ассоциациях по специально разработанным учебным программам. В их разработке участвуют работодатели и ассоциации врачей и провизоров.

Установлено, что особенностями профессиональной подготовки медицинских представителей в Германии являются: признание этой профессии на законодательном уровне; непосредственное участие Ассоциаций и фармацевтических корпораций в разработке нормативно-правовой базы и документации, учебных планов отдельных учебных дисциплин, организации стажировки в успешных фармацевтических компаниях, проведении тренингов и тестирования, мониторинга безопасности труда и соблюдения опасных условий для работы.

В статье отмечается, что на рынке труда в Германии существует дефицит кадров медицинских представителей. Ежегодно принимаются определенные меры по повышению качества их профессиональной подготовки. На решение этой проблемы направляются научные исследования. Значительное внимание проблеме подготовки медицинских представителей в высших учебных заведениях, непосредственно в фармацевтических компаниях и Ассоциациях уделяет ВОЗ.

Abstract.

Bilousova N. A. Requirements for medical sales representatives and features of their training in modern Germany.

The requirements, which are put forward on the German labor market to medical sales representatives, are analyzed and summarized. Among them: higher education (medical, dental, pharmaceutical, veterinary); the formation of social skills (communication, negotiation, oratory, teamwork, computer programs); the motivation of the candidate to professionally inform practitioners about medicines and sales of medicines to patients. The author focuses on the necessity of constantly increasing the competence of medical sales representatives regarding

the ability to use digital technologies, which are now included in the list of corporate values in most corporations.

It was revealed that medical sales representatives are specialists with higher medical education, whose vocational training is carried out in higher educational establishments, in pharmaceutical companies and associations on specially developed educational programs. Their development involves employers and associations of doctors and pharmacists.

It is established that the peculiarities of professional training of medical sales representatives in Germany are: recognition of this vocational at the legislative level; the direct involvement of the Associations and Pharmaceutical Corporations in the development of the regulatory framework and documentation, the curricula of individual disciplines, the organization of internships in successful pharmaceutical companies, training and testing, monitoring of safety and compliance with safe conditions for work.

The article notes that there is a shortage of medical sales representatives in the German labor market. Every year, certain measures are taken to improve the quality of their training. Research is being directed at solving this problem. The WHO pays a lot of attention to the problem of training medical representatives in higher education institutions, directly in pharmaceutical companies and Associations.

Постановка проблеми. Розвиток фармацевтичної промисловості спричиняє просування лікарських засобів на фармацевтичному ринку. Це викликає необхідність інформування лікарів про дію тих чи інших медичних препаратів, що входить у функціональні обов'язки медичних представників. Практика роботи в фармацевтичних компаніях свідчить про те, що в Україні підготовка таких фахівців здійснюється в самих компаніях у процесі діяльності, що відображається на якості і результатах взаємодії з лікарями, а також результатах продажу лікарських засобів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання професійної підготовки медичних представників та формулювання вимог до них

вивчаються науковцями зарубіжних країн. Так, у наукових працях Л. Уельс висвітлено еволюцію медичного торгового представника, а його роль у перевірці фармацевтичних препаратів в Австрії та країнах Східної Європи відображається в дослідженнях Е. Рест. Питанню розроблення навчальних програм з точки зору пізнавальної теорії навантаження приділили значну увагу Д. Леппінк та Р. Дювієр. Підвищенню кваліфікації медичних представників як цільової групи працівників охорони здоров'я присвячує свою наукову працю Л. Чен. Значний доробок у розроблення зазначеного питання вносять представники асоціацій – розробляють і корегують вимоги до медичних представників, оцінюють рівень їхньої підготовки, розробляють програми підготовки та підвищення кваліфікації тощо.

На жаль, зазначене питання залишається поза увагою вітчизняних дослідників. Підготовкою фахівців цієї спеціальності в Україні займаються фармацевтичні компанії в процесі безпосереднього виконання функцій. У науковій літературі проблема підготовки медичних представників у вищих навчальних закладах України не відображена.

Метою дослідження є виокремлення вимог, які висуваються до медичних представників у Німеччині, та з'ясування особливостей їх підготовки.

Виклад основного матеріалу. Формулювання вимог до медичних представників у Німеччині варто шукати в історичному минулому розроблення і прийняття нормативно-правових документів. А тому ми звернулися до зарубіжної законодавчої бази. Так, 1 квітня 1983 року в Австрії у тривалих жорстких переговорах було прийнято «Закон про медикаменти», дія якого розповсюдилась і на територію Німеччини. Цим законом були визначені обов'язки і кваліфікація представників фармацевтичних компаній, які сьогодні називаються медичними представниками. До прийняття цього закону це були лікарі-консультанти з лікарських засобів.

Згідно з цим законом медичними представниками (Pharmareferenten) можуть бути лікарі, ветеринари, стоматологи, провізори (фармацевти), які

прагнуть професійно інформувати практикуючих лікарів про лікарські засоби. Але обов'язковою вимогою для медичних представників є успішне закінчення вищого навчального закладу з медицини, ветеринарії або аптечної справи. Йдеться про результати тестування, які на законодавчому рівні підтверджують отримання відповідної професійної освіти.

Підготовка медичних представників здійснюється за освітніми програмами, до складу яких внесені такі предмети, як: вивчення загальних основ фізики та хімії, анатомії і фізіології, патології, гігієни, медичної мікробіології і паразитології, фармакології і фармацевтичної технології, фармацевтичної хімії та фармакогнозії, а також фармацевтичного законодавства. Водночас доцільно зазначити, що на кінець минулого століття ці дві умови зайняття посади медичного представника складала лише третину вимог для отримання дозволу на відвідування медичними представниками лікарів.

Із сучасної точки зору скласти екзамени з навчальних дисциплін, які входять до навчального плану з професійної підготовки медичних представників недостатньо, щоб отримати реальні знання та навички. Вважається, що значущими соціальними навичками для професії медичний представник є навички спілкування (комунікаційні), мотиваційні, ведення переговорів, ораторського мистецтва, роботи в команді, користування комп'ютерними програмами. Принагідно зазначити, що зміст навчання медичних представників постійно оновлюється у зв'язку з трансформаціями в професійній діяльності, що береться до уваги усіма суб'єктами підготовки медичних представників, узгоджується і обов'язково включається в навчальну програму, яка систематично реструктурується, зокрема, в області ІТ-технологій та фармакоекономіки.

Якість професійної підготовки медичних представників досягається різними шляхами. У галузі фармацевтичної промисловості, як ефективна, зарекомендувала себе конструкція дозування обсягу та інтенсивності тренувань у підготовці до тестування фармацевтичних представників. Окрім

того, медичні представники проходять стажування в окремих успішних за ефективністю роботи фармацевтичних компаніях через асоціації фармацевтичних компаній (Pharmig), Фармацевтичний маркетинговий клуб (Pharmaceutical Marketing Club, PMCA), Австрійську Академію Лідерства (LIF), та професійні асоціації медичних представників Австрії (BVPÖ).

Слід зазначити, що Асоціація медичних представників Німеччини та Австрії тісно співпрацюють із представниками фармацевтичної промисловості та представниками галузі освіти в питаннях підготовки кадрів [1]. На сьогоднішній день фармацевтична індустрія висуває до медичних представників високі вимоги щодо підвищення компетентності у світі цифрових технологій, які нині підняті в ранг корпоративних цінностей у більшості корпорацій. Ця особливість виникла у результаті необхідності збільшення кількості пацієнтів, лікування яких має здійснюватися в більш короткі терміни. Реакція лікарів була очікуваною – 93% з них відмітили, що збільшення їх навантаження впливає на якість медичних послуг. Тому стали масово запроваджуватися цифрові технології в медицині, що сприяло миттєвій доступності до інформаційних баз і банків даних. Однак, більшість фахівців в галузі охорони здоров'я, як і раніше, вважають за краще взаємодію «обличчям до обличчя» з фармацевтичною компанією, ніж отримання інформації з інших джерел [2]. Безумовно, лікарі очікують від медичних представників адаптованої інформації про ліки, економічну вигоду лікарських засобів для поліпшення якості життя пацієнтів. Отже, проблема надання знань медичним представникам, як і в попередній період, полягає в тому, щоб правильно надати інформацію лікареві про лікарські засоби та одночасно сприяти позитивним результатам у справі продажу медикаментів.

Нині певна кількість інформації надається лікарям електронною поштою та через веб-сайти, що має розглядатися в якості складової стратегії, спрямованої на забезпечення потреб пацієнта, становити реальну цінність для лікаря і в кінцевому рахунку задовольняти будь-яку реальну віддачу від інвестицій. Водночас не можна не зауважити, що в галузі фармацевтичної

промисловості Німеччини зростає розуміння необхідності стимулювання медичних представників у вдосконаленні взаємодії зі своїми клієнтами.

Проте «у той час, як обсяг продажів залишається абсолютною мірою успіху для будь-якої команди продажів, ми бачимо компанії, які працюють на застарілих принципах і використовують такі показники, як «кількість викликів, продажів» для оцінювання ефективності зовнішньої служби продаж лікарських засобів» [2].

Таким чином, сьогодні на ринку праці основні вимоги до знань медичних представників у галузі фармацевтичної промисловості та медицини розширюються вмінням вільно оперувати цифрами щодо фармацевтичних продаж. З цими вимогами можна познайомитися на сайті національної Асоціації фармацевтичних представників [3], де представлені навчальні програми з продажу ліків (CNPR) для медичних представників початкового рівня, а також фармацевтичних менеджерів з продажу ліків.

У фармацевтичній промисловості професійна компетентність медичного представника формується не тільки на науковій основі, але й певний вплив здійснює рекламна база, з якою доводиться працювати на практиці. Існує загальна незгода економістів про масштаби та роль реклами ліків, яка використовується у фармацевтичній промисловості. Для деяких підприємств цієї галузі саме маркетингова діяльність сприяє швидкому поширенню лікарських засобів. Як свідчать аналітики, фармацевтичні компанії більшу половину свого кошторису витрачають на продовження освіти медичних представників та менеджерів зовнішньої служби продаж (СМЕ). Крім цього, вони несуть відповідальність за забезпечення фінансування 70% клінічних дослідів по лікарським засобам. Так звана «екологічна перевірка» цілей і масштабів належної освіти і рівня знань про ліки, є єдиним доцільним рішенням для просування препаратів в медицині і фармації. Професія медичного представника складна, до неї відносяться виключено спеціалісти з області фармації, що забезпечує єдиний зв'язок між галузями охорони здоров'я і фармацевтичним бізнесом [4].

Дослідники зазначають, що дефіцит кваліфікованого персоналу, який здатен вирішувати принципово важливі задачі, відчувається сьогодні навіть в більшій кількості розвинених країн із потужними технологічними та фармацевтичними кластерами (США, Скандинавія, Гонконг та інші). Така ситуація має місце, не дивлячись на те, що більше 50% випускників фармацевтичних факультетів європейських університетів орієнтовані на роботу у спеціалізованих галузях промисловості та пов'язаних з ними структурах. За свідченнями експертів, з кожним роком ринок праці фармацевтичної промисловості збільшується, відповідно зростає попит у кваліфікованих науково-виробничих кадрах не тільки в зарубіжних країнах, але й в Україні [5].

Проведене нами дослідження вказує на те, що особливу увагу професійній підготовці медичних працівників приділяє ВООЗ. Так, в опублікованій цією організацією книзі [6], розкриваються питання щодо навчання та підготовки медичних кадрів.

Вперше дослідження професійної підготовки студентів медичних та фармацевтичних факультетів щодо просування лікарських засобів на фармацевтичному ринку здійснила Барабара Мінц. Його результати були опубліковані в монографії «Освітні ініціативи для медичних та фармацевтичних фахівців щодо просування лікарських засобів: міжнародне дослідження», виданій при підтримці ВООЗ. Нею з'ясовано, що велика кількість викладачів вищих навчальних закладів з просування ліків затребувані в освіті медичних представників. Також актуалізується проблема відсутності надання теоретичних і практичних знань студентам у сфері взаємодії та етичної промоції між медичними представниками, лікарями, провізорами та пацієнтами. Виявлено, що в цій галузі навіть відсутні освітні програми з формування практичних навичок у майбутніх фахівців.

В монографії авторка звертає увагу на те, що сьогодні просуванню лікарських засобів в медичних та фармацевтичних закладах як на пряму підготовки слід відводити значно більшу роль. Вона звертає увагу на

оволодіння працівниками в області охорони здоров'я та фармацевтичному маркетингу таргетингом. Цей рекламний механізм уможливує визначення цільової аудиторії (кількість пацієнтів на прийомі, найчастіші захворювання у пацієнтів) як потенціалу для збільшення кількості призначень тих чи інших лікарських засобів.

Барабара Мінц у своєму монографічному дослідженні концентрує увагу на цільовому використанні медичними представниками зразків ліків, типах та методах просування лікарських засобів на фармацевтичному ринку, методах навчання (тренінги, коучинг-сесії і т.п.); впливі лідерів суспільної думки (KOL, опініон-лідер) на призначення лікарями ліків тієї чи іншої компанії; регулюванні діяльності фармацевтичних представництв міжнародними кодексами та урядовими документами; ціноутворенні; належній виробничій практиці (інформація з побічної дії лікарських засобів та наркотиків); клінічних іспитах на пацієнтах-добровольцях в подвійних сліпих плацебоконтрольованих рандомізованих дослідженнях [7].

Висновки. Таким чином, результати вивчення джерельної бази та досвіду професійної підготовки медичних представників свідчать про те, що однією з основних вимог до медичних представників у Німеччині є вища освіта (медична, стоматологічна, фармацевтична, ветеринарна). Підготовка медичних представників здійснюється за навчальними програмами, в яких передбачається вивчення загальних основ фізики та хімії, анатомії і фізіології, патології, гігієни, медичної мікробіології і паразитології, фармакології і фармацевтичної технології, фармацевтичної хімії та фармакогнозії, а також фармацевтичного законодавства. Для професії «медичний представник» значущими соціальними навичками вважаються навички спілкування (комунікаційні), ведення переговорів, ораторського мистецтва, роботи в команді, користування комп'ютерними програмами. При відборі на цю спеціальність велика увага приділяється вмотивованості кандидата професійно інформувати практикуючих лікарів про лікарські засоби та продажу ліків кінцевому споживачу (пацієнтам).

Професія медичного працівника в Німеччині є визнаною на законодавчому рівні, а Асоціації і фармацевтичні корпорації беруть безпосередню участь у професійній підготовці цих фахівців. Значну увагу проблемі підготовки медичних представників у вищих навчальних закладах, безпосередньо в фармацевтичних компаніях та Асоціаціях приділяє ВООЗ.

Література

1. Ernst Rest. Die gesetzliche Verankerung des Pharmareferenten in Österreich und seine Ausbildung. – [Electronic resource]. – Access mode: www.bvpo.e.at/files/rest-text.doc

2. Lee Wales. The evolution of the sales representative. – [Electronic resource]. – Access mode: http://www.pmlive.com/pharma_thought_leadership/the_evolution_of_the_sales_representative_898987

3. Національна Асоціація фармацевтичних представників. – [Electronic resource]. – Access mode : <https://translate.google.com.ua/translate?hl=ru&sl=en&u=http://www.napsronline.org/&prev=search>

4. Медичні представники в просуванні фармацевтичних препаратів – порівняльне дослідження / Сайед Имран Али, Атта Аббас, Сидра Танвир і др. // Британський медичний бюлетень. – [Electronic resource]. – Access mode : <https://translate.google.com.ua/translate?hl=ru&sl=en&u=http://www.imedpub.com/articles/evaluation-of-knowledge-of-pharmacist-and-non-pharmacist-medical-sales-representatives-msrs-in-pharmaceutical-drug-promotion-a-com.pdf&prev=search>

5. Стратегічні аспекти реформи вищої освіти для розвитку спеціалістів в галузі діагностики та біофармацевтики стосовно до прогнозованої, превентивної та персоналізованої медицини як медицини майбутнього / М. Студнева, М. Мандрик, Шиллинг Песня и др. – ЕРМА J. 2015; 6 (1): 18. – [Electronic resource]. – Access mode :

<https://translate.google.com.ua/translate?hl=ru&sl=en&u=https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4570293/&prev=search>

6. Dr. Lincoln Chen. Scaling Up, Saving Lives Task Force for Scaling Up Education and Training for Health Workers / Dr. Lincoln Chen, Dr. Sigrun Møgedal, Founding Chair. – Global Health Workforce Alliance. – [Electronic resource]. – Access mode: http://www.who.int/workforcealliance/documents/Global_Health%20FINAL%20REPORT.pdf

7. Barbara Mintzes. Educational initiatives for medical and pharmacy students about drug promotion: an international cross-sectional survey. – [Electronic resource]. – Access mode: October 2005 http://www.who.int/medicines/areas/rational_use/haipromosurvey.pdf