

*Наталія Білоусова
представництво «Вьорваг Фарма ГмбХ і Ко. КГ» в Україні, м. Київ,*

ТЕХНОЛОГІЯ ПРОВЕДЕННЯ КОУЧІНГ-СЕСІЇ ДЛЯ МЕДИЧНИХ ПРЕДСТАВНИКІВ ФАРМКОМПАНІЇ

e-mail: nabel@ua.fm

У відповідь на прогресуючі процеси розвитку інформаційного суспільства, яке характеризується інноваційністю різних форм діяльності в усіх сферах сучасної економіки, виникає необхідність підвищення уваги до формування нових якостей людського потенціалу. Як свідчить багатолітній досвід роботи, найбільш продуктивними в цьому аспекті є педагогічні технології навчання. Вони широко використовуються у фармацевтичних компаніях, оскільки цілком відповідають концепції безперервної освіти та її основоположному принципу навчання впродовж усього життя. На думку науковців (О. Бородієнко, Л. Герганов, П. Давидов, О. Кашуба, Л. Петренко), це «пояснюється тим, що постіндустріальне суспільство потребує фахівця з розвинутими креативними здібностями, здатних до саморозвитку, самостійної професійної діяльності, до безперервної освіти, тобто спроможного повноцінно реалізувати себе на всіх етапах свого життя» [3, с. 210].

Серед педагогічних технологій, поширених у фармацевтичних компаніях для підвищення професіоналізму персоналу, широко використовується коучинг як тренування медичних представників у сфері продаж продукції. Сьогодні у вітчизняній професійній педагогіці спостерігається значна увага до коучинг-технологій. Так, автором концепції освітнього коучингу є Т. Борова, яка розглядає його як «систему заходів щодо встановлення взаємодії між учасниками навчально-виховного процесу з метою досягнення взаємно-визначених цілей як з удосконалення професійної діяльності, так і підвищення якості навчання» [1, с. 13]. І. Голяд та Т. Чернова вважають, що нині настав час формування в освіті нової професії «педагог-коуч» і це, на наш погляд, дійсно актуально. Її метою є «формування активної і творчої особистості, гармонійний розвиток якої вимірювався б не кількістю засвоєних нових понять або загальним

обсягом навчальної інформації, а швидким і раціональним відбором і умінням гнучко використовувати її в майбутніх професійних ситуаціях» [2].

О. Бородієнко зазначає, що під коучингом треба розуміти «підтримання розвитку особистості з допомогою іншої особи (педагог, керівник, методист, психолог тощо) – через спостереження, постановку цілей і завдань, зворотний зв'язок та формування нових моделей поведінки; розкриття потенціалу людини з метою максимального підвищення її результативності; усвідомлення людиною власних можливостей (прихований потенціал, що дає змогу, за умови грамотного застосування інструментів і технологій досягати найвищих результатів)» [1, с. 219]. З її точки зору, коучингові технології є доцільними для розвитку управлінської компетентності досліджуваної категорії керівників для реалізації функцій управління та підвищення результативності персоналу. Ці технології вона відносить до педагогічних технологій, які мають на меті фасилітацію змін, тобто уможливають усвідомлення суб'єктами навчання взаємодії зон власного розвитку, підвищення відповідальності за власну траєкторію професійного зростання, планування професійної кар'єри. Вчена зазначає, що застосування коучингових технологій дає змогу досягти зазначених цілей кожному окремому фахівцю через засвоєння алгоритму дій: усвідомлення власних потреб → цілепокладання → розроблення траєкторій власного розвитку → планування саморозвитку → рефлексія результатів [1, с. 218].

Коучингові технології у фармацевтичних компаніях використовуються для розвитку професіоналізму персоналу. Вони мають свою специфіку, яка полягає не просто в проведенні окремих тренінгів, а в організації коучінг-сесій для медичних представників. Зазвичай, ці сесії не мають єдиних стандартів проведення, але в усіх фармацевтичних компаніях використовуються основні незмінні елементи їх проведення:

передусім проводиться оцінка компетентностей медичного представника та менеджерського складу зовнішньої служби фармацевтичної компанії за компетентностями – неусвідомлена некомпетентність (НН), усвідомлена некомпетентність (УН), усвідомлена компетентність (УК),

неусвідомлена компетентність (НК);

натомість на прикладі діяльності медичного представника відпрацьовується техніка проведення візиту в аптеки, до лікарів, техніка проведення презентації за основними показниками структури візиту та окремим пунктом структури візиту (окрім перших двох) з метою діагностування рівня сформованості компетентностей медичного представника по кожному пункту структури візиту;

на наступному етапі відповідно до результатів проведення візиту за окремими пунктами його структури складається план розвитку та відпрацювання навичок медичного представника на рік, півріччя, квартал, місяць.

Як свідчить практика, такий алгоритм дій є цілком виправданим, оскільки дає достатньо швидкий і високий результат роботи медичних представників на робочому місці.

Література

1. Борова Т. А. Концепція освітнього коучингу. Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. 2011. № 12. С. 16.
2. Бородієнко О. В. Теорія і практика розвитку професійної компетентності керівників структурних підрозділів підприємств сфери зв'язку: монографія. Біла Церква: Видавець Пшонківський О. В., 2017. 422 с.
3. Голяд І. С., Чернова Т. Ю. Графічна підготовка вчителя технології: коучинговий підхід. Трудова підготовка в рідній школі. 2016. №4. С. 54-57.
4. Петренко Л. М. Теорія і практика розвитку інформаційно-аналітичної компетентності керівників професійно-технічних навчальних закладів: монографія. Дніпропетровськ: ІМА-прес, 2013. 456 с.