

# Медицинский представитель: что ждет его в будущем?

Тема об институте медицинских представителей неоднократно поднималась на страницах нашего и других изданий. Медицинские представители являются связующим звеном между производителями лекарственных средств, аптеками и врачами, а их визиты к врачам и фармацевтам стали повседневным явлением. Сегодня эта тема становится актуальной в новом ракурсе, поскольку многие фармацевтические компании вынуждены проводить реорганизацию внешней службы, адаптируясь к условиям финансово-экономического кризиса.

В Украине медицинские представители появились в 90-х годах XX в. одновременно с возникновением в нашей стране первых представительств зарубежных фармацевтических компаний. В то время, когда фармбизнес набирал обороты, на должность медицинского представителя принимались исключительно врачи, причем обязательно со стажем работы. Около 10 лет назад фармацевтическим компаниям нанять опытного врача для работы во внешней службе было несложно. Постепенно ситуация изменилась. С каждым годом количество фармацевтических компаний в Украине увеличивалось. Наличие в их структуре внешней службы стало одним из условий успешного ведения бизнеса. На медпредставителей повысился спрос и заполучить опытного врача для этой работы стало труднее. Чтобы заполнить штат медицинских представителей фармкомпаний вынуждены были смягчить требования к кандидатам. Ряды медицинских представителей начали пополняться выпускниками вузов без опыта работы, а позже и само высшее медицинское образование перестало быть главным условием. Сегодня к работе медицинским и фармацевтическим представителем привлекаются провизоры, лица со средним специальным образованием, и даже те, кто имеет к медицине лишь косвенное отношение — биологи и химики. Одновременно с этим количество медицинских представителей увеличилось настолько, что иногда им приходится выстраиваться в очередь у кабинета врача или в аптеке.

Все чаще звучат вопросы о целесообразности существования службы медицинских представителей как таковой. Что же ждет ее в ближайшем и отдаленном будущем, и как на нее повлияет финансово-экономический кризис? Своими мыслями по этому поводу с корреспондентом «Еженедельника АПТЕКА» поделились представители зарубежных и отечественных компаний.



**Юрий Минайлок**, руководитель внешней службы представительства компании «Берлин-Хеми АГ» («Berlin-Chemie Menarini Group»):

— Сейчас, когда еще не дана окончательная оценка финансово-экономическому кризису и нет четкого представления о его последствиях, давать прогнозы по поводу изменений, которые произойдут в фармацевтических компаниях и отразятся на будущем службы медицинских представителей, сложно. Но на основании опыта прошлых лет (например 1998 г.), когда фармацевтическому бизнесу уже пришлось столкнуться с инфляцией и угрозой дефолта, мы можем судить об основных тенденциях изменений в структуре внешней службы, которые возникают в условиях кризиса и имеют направленность на преодоление его последствий. Прежде всего, эти тенденции направлены на снижение затрат. Несмотря на то что служба медицинских представителей — это эффективный инструмент фармацевтического маркетинга, она одна из наиболее затратных. Какие же тенденции намечаются?

Первая, наиболее распространенная из них, — это стремление фармацевтических компаний уменьшить количественный состав внешней службы. Обычно сокращают медицинских представителей в тех регионах, где они были набраны на перспективу и еще не успели дать результатов. В тех случаях, когда персонал сокращается кардинально в разы и это сокращение происходит без должного анализа (например без учета региональных условий), это не способствует улучшению экономической ситуации внутри компании, а наоборот — может привести ее к финансовому краху.

Вторая тенденция — стремление снизить зарплаты и премии, сохранив количественный состав персонала. Но если материальные потери сотрудников окажутся существенными для их благосостояния, это может стать поводом задуматься о поиске новой работы даже в условиях кризиса. Кроме того, такой шаг может снизить лояльность сотрудников к компании, что негативно отразится на эффективности их работы. Так же, как и в первом случае, такая тактика может привести к ослаблению позиций компании на фармацевтическом рынке.

Третья тенденция — за счет снижения других затрат во что бы то ни стало сохранить все рабочие места и мотивацию для сотрудников внешней службы. Большинство компаний в кризисных

условиях лишены такой возможности, но если ее найти, то такая стратегия даст ощутимые преимущества. Во-первых, повысится лояльность персонала к компании, что позволит не только сохранить наиболее ценных сотрудников, но и приумножить их долю в общем количестве работающих, как за счет профессионального роста сотрудников внутри компании, так и за счет привлечения новых квалифицированных кадров. И, во-вторых, сохранив мощь внешней службы, у компании появится возможность занять долю рынка тех конкурентов, которые были вынуждены снизить свою активность за счет сокращения количественного или качественного состава штата медицинских представителей.

Нет универсального рецепта, каким образом необходимо реорганизовать службу медицинских представителей в кризисных ситуациях. Каждая фармацевтическая компания должна решать эту задачу самостоятельно, исходя из собственных целей и доступных ресурсов. Но можно с уверенностью утверждать, что после окончания нынешнего кризиса на рынке будут лидировать те компании, которым удалось сделать свою внешнюю службу максимально сбалансированной в соотношении между затратами на ее содержание и эффективностью. Принято считать, что наиболее эффективным медицинским представителем является тот, который имеет высшее медицинское образование. И опыт нашей компании доказывает, что это правда. Ведь конструктивный диалог может состояться только тогда, когда медицинский представитель, общаясь с врачом, глубоко понимает его профессиональные проблемы, и, используя свои врачебные знания, например, в области физиологии, патогенеза заболеваний и принципов лечения, может предложить рациональный способ их решения. Этого трудно достичь, используя только фармакологические знания или имея среднее медицинское образование, и почти невозможно, разговаривая с врачом исключительно с позиции продавца.

Служба медицинских представителей была и будет одним из основных эффективных инструментов маркетинга в фармацевтическом бизнесе, а врач останется наиболее ценным кандидатом на должность медицинского представителя в этой службе. И на выбор врача — работать ли в фармацевтическом бизнесе или лечить людей — в первую очередь повлияет то, для какой цели общество востребует, а также выше оценит его медицинские знания и врачебные навыки.



**Юрий Чертков**, заместитель генерального директора фармацевтической фирмы «Дарница»:

— Структура службы медицинских представителей в Украине постоянно изменяется в соответствии с условиями, которые диктует рынок. Необходимо признать, что в связи с увеличением количества фармацевтических компаний, каждая из которых имеет свою внешнюю службу, конкуренция между медицинскими представителями за лояльность врачей и фармацевтов к их продукции усилилась, что привело к снижению средней эффективности визита. Но, несмотря на это, личный контакт медицинского представителя с врачами и работниками аптек до сих пор остается одним из наиболее эффективных методов продвижения лекарственных средств на рынке.

В условиях кризиса фармацевтические компании вынуждены оптимизировать свои финансовые расходы. Часто возникает вопрос: «Кто из медицинских представителей наиболее ценен для компании, а кого, возможно, следует сократить?». Это заставляет более тщательно оценивать эффективность сотрудников и сопоставлять затраты на их содержание с ценностью для компании каждого из них. При таком анализе факт наличия или отсутствия у медицинского представителя высшего медицинского образования рассматривается в самую последнюю очередь. В первую же — оценивается результативность работы. Но это не означает, что высшее медицинское образование не является преимуществом для медицинского представителя. Оно играет важную роль при освоении этой профессии, потому что его наличие позволяет легче разбираться в свойствах и конкурентных преимуществах препаратов, в их выгоде для конечного потребителя, и, самое главное, позволяет эффек-

тивно пользоваться такой информацией во время визитов. В дальнейшем для успешной работы на первое место выходят трудолюбие, ответственность, организованность, коммуникабельность, способность к ведению переговоров, стрессоустойчивость и много других качеств. Несомненно, используя накопленные медицинские знания личным контактом, конструктивным для обоих. Но не нужно забывать о том, что работа медицинского представителя — это не только визиты к врачам. Визиты в аптеки тоже занимают немалую часть его рабочего времени, и если исходить из вышеупомянутой логики, то общий язык с провизором легче найдет провизор, а не врач.

Есть много успешных медицинских представителей без высшего медицинского образования и можно с уверенностью сказать, что уменьшение случаев перехода врачей из практического здравоохранения в фармбизнес не является угрозой для существования института медицинских представителей. Более того, для фармбизнеса эта тенденция является благоприятной. Она свидетельствует об улучшении благосостояния украинских врачей, о признании обществом социальной ценности и значимости этой профессии. Когда врач удовлетворен оценкой своего труда государством и пациентами, у него появляется желание к дальнейшему совершенствованию профессиональных навыков, и он готов к восприятию потока новой информации, в том числе и от медицинских представителей.

С каждым годом рост благосостояния медиков в Украине улучшается. Это, в совокупности с престижностью профессии врача, определило новую тенденцию — желание врачей, работающих в фармацевтических компаниях, вернуться в практическое здравоохранение. Сейчас такие случаи можно перечислить на пальцах и не в последнюю очередь причиной возникновения этой тенденции являются последствия кризиса: сокращение медицинских представителей, снижение их зарплат и премий, но можно предсказать, что эта тенденция будет усиливаться и после кризиса.

Профессию медицинского представителя нельзя рассматривать, как конечную цель. Есть среди них такие, которые, проработав 10 лет, не помышляют изменить род деятельности, но их немного. В большинстве случаев должность медицинского представителя рассматривается как промежуточная ступень в карьере. Рано или поздно многие из них становятся региональными или продакт-менеджерами. Поэтому тем, кто сейчас задумывается о карьере медицинского представителя можно посоветовать прежде всего оценить, есть ли у них способности, чтобы освоить фармацевтический маркетинг до уровня, который позволил бы в будущем работать менеджером и готовы ли они к трудному многолетнему пути в качестве медицинского представителя для достижения этой цели. Ведь всем известно, что эта работа требует не только коммуникабельности, интеллекта и разносторонних специальных знаний в области медицины, фармакологии и маркетинга, но и напряженного физического и эмоционального труда, который под силу далеко не каждому.



**Андрей Анучин**, директор ООО «Фарма Персонал»:

— В заявках на подбор персонала, которые нам присылают фармацевтические компании при поиске кандидатов на должность медицинского представителя, первостепенное значение уделяется наличию опыта работы. Когда фармбизнес в Украине только начинал развиваться, руководители фармацевтических компаний набирали медицинских представителей без опыта работы и учили их. Предпочтение отдавалось бывшим врачам, для которых организовывались тренинги по технике торгового визита, продукту. И только после такого обучения они могли работать в поле. Так происходило потому, что медицинских представителей как таковых было мало. Результаты исследований, проведенных нашей компанией, показывают, что сейчас в Украине насчитывается около 12 тыс. медицинских представителей. Возможность найти кандидата с необходимым опытом работы достаточно высока и нет смысла тратить деньги и время на обучение новых сотрудников азам этой профессии. И напротив —

прием на работу сотрудника без опыта работы связан с риском, что после того, как компания профинансирует его обучение, он поймет, что эта должность ему не подходит и деньги на подготовку будут потрачены зря. Чем больше у человека опыта и чем дольше он проработал в фармбизнесе, тем вероятнее, что он и дальше захочет развиваться в этой отрасли.

Во вторую очередь при приеме на работу оценивается образование. Пока есть возможность брать врачей на должность медицинского представителя фармацевтические компании будут этим пользоваться, поскольку врачу легче установить профессиональный контакт со своим коллегой, найти общие решения профессиональных проблем и поддерживать долгосрочные деловые отношения. Знание патологии, физиологии, фармакологии, проблем, которые возникают при лечении конкретного заболевания, позволяют ему легко убеждать в необходимости назначения тех или иных препаратов. Врачи более эффективны как медицинские представители, чем специалисты других отраслей. Но они все менее охотно идут работать на эту должность, тому есть несколько причин.

Первая — экономический фактор. Если 10 лет назад зарплата медицинского представителя превышала такую врача на порядок, то сегодня этот разрыв существенно сократился. Улучшение благосостояния врачей все эти годы шло быстрее, чем медицинских представителей. А нынешний кризис привел к тому, что средняя зарплата сотрудников внешней службы фармацевтических компаний в Украине не просто замедлила ежегодный рост, но и ожидается ее снижение в 2009 г. на 10–20%.

Кроме экономического, большую роль в отходе врачей от работы в должности медицинского представителя играют моральный и психологический факторы. Ни один врач, когда поступал в медицинский институт, учился там 6 лет, затем тратил годы на обучение в интернатуре и на то, чтобы заработать опыт и авторитет у коллег и пациентов, не думал, что делает это ради того, чтобы в итоге стать медицинским представителем. Даже тогда, когда финансовый фактор был настолько высок, что являлся для врача решающим при принятии решения о смене рода деятельности, они пытались всеми силами совмещать работу медицинского представителя с врачебной практикой. Многие устраивались дежурантами или переходили на 0,25 ставки, главная цель — сохранить связь с медициной и не потерять врачебной квалификации. Теперь же, когда зарплаты врачей и медицинских представителей соизмеримы, нежелание отказаться от врачебной практики является одним из решающих факторов. Нельзя не упомянуть о различных социальных гарантиях для врачей и работников фармацевтических фирм. В нашем обществе врач востребован, и он всегда будет трудоустроен. У медицинских представителей таких гарантий нет, особенно сейчас — во время кризиса.

С каждым годом профессия медицинского представителя, несмотря на более высокую, чем у врачей зарплату, теряет престижность. Вместе с этим снижается и восприятие врачом и провизором той информации, которую приносит медицинский представитель. Иногда прослеживается пренебрежительное отношение медиков и фармацевтов к медицинским представителям, нередки случаи, когда врачи и провизоры избегают контактов с ними. Одна из причин этого — лавинообразное увеличение количества медицинских представителей, которые стали мешать работать друг другу. Иногда за один день врачу может нанести визит 10–15 представителей разных компаний. Это выглядит навязчивым.

Рынок Украины уже близок к перенасыщению медицинскими представителями и скоро наступит момент, когда придется отказаться от количественного увеличения и перейти к качественному развитию внешних служб. Финансово-экономический кризис, безусловно, ускорит процесс реорганизации внешних служб фармацевтических компаний в этом направлении. Мы уже замечаем, что наряду со снижением спроса на должность медицинских представителей, он повысился на такие вакансии, как бизнес-тренеры, коучеры, специалисты по аттестации, аудиторы внешней службы, призванные повысить качество работы медицинских представителей и улучшить методы управления ими.

Что ждет службу медицинских представителей в будущем? Можно сказать с уверенностью, что она будет существовать и самым желаемым кандидатом на должность медицинского представителя будет врач. Но укрепление престижности врачебной профессии и улучшение благосостояния украинских медиков заставят тех врачей, которые в прошлые годы сменили врачебную практику на работу в фармбизнесе, пересмотреть свой выбор. Для тех, кто решит вернуться в медицину, остро встанет вопрос возможности восстановления своей врачебной квалификации. ■

Олег Иванченко, фото Любови Столяр