

원 저

의약정보담당자(MR)의 기능 및 역할에 관한 연구

이동일¹⁾, 제해관²⁾, 윤석준^{3)*}, 안형식³⁾, 문영배⁴⁾
고려대학교 보건대학원 · CJ주식회사 제약사업본부¹⁾, CJ주식회사 제약사업본부²⁾,
고려대학교 의과대학 예방의학교실³⁾, 고려대학교 보건대학원⁴⁾

A Study on Role and Function of the Medical Representatives

Dong-Il Lee¹⁾, Hae-Kwan Je²⁾, Seok-Jun Yoon^{3)*}, Hyeong-Sik Ahn³⁾, Yeoung-Bae Mun⁴⁾
Department of Health Policy & Hospital Management Graduate School of Public Health
Korea University · Pharmaceutical Business Unit of CJ Corporation¹⁾,
Pharmaceutical Business Unit of CJ Corporation²⁾,
Department of Preventive Medicine College of Medicine, Korea University³⁾,
Department of Health Policy & Hospital Management
Graduate School of Public Health Korea University⁴⁾

Abstact

Background : Aim of this study is focussed on the analysis of the needed abilities of medical representatives resulting in building up the market and increasing sales. It is to propose methods to increase this ability ensuring continuous growth in market share and profit.

* 교신저자 : 윤석준, 고려의대 예방의학교실
Tel) 02-920-6412. E-mail) yoonsj02@korea.ac.kr

Methods : A survey was conducted between January 6 and May 31, 2003. Using SPSS(Version 10.0), the collected data was analyzed by Hotelling T², factor analysis. Some hypotheses were selected to induce the conclusion. Some questionnaires for physicians working in hospitals or clinics and the medical representatives working in a pharmaceutical company were created and asked to them to either prove or reject those hypotheses. The results were analyzed to find the primary factors that effect the interactions between physician and the medical representatives. These factors were also studied along with the theoretical research based on published references.

Results : The results were as follows. The main reasons for the physician to meet with a medical representatives were collection of product informations needed for patient treatment and collection of informations on current medical issue and as well as personal interests. The main parameters by which physicians evaluate the medical representatives are human relationship including sincerity and manners and supply of accurate and unbiased information on products. Overall, the medical representatives' perception on the importance of medical knowledge and ability to deliver it are lower than that expected by physicians.

Conclusion : Medical and pharmaceutical companies' environment are changed rapidly. And those changes forced medical representatives to set new roles and competency. In order to drive away from the past 'rule of thumb ' and 'adaptation to circumstance', optimal method and systemic development to train and support the medical representatives should be equipped. They will help medical representatives to be specialists in medical knowledge and to understand the exact need of health care professions. Product competitiveness will be increased and eventually successful business can be achieved through it.

Key Words : MR(medical representatives), Pharmaceutical company, Physicians

I. 서론

제약기업은 고도의 기술 집약적 고부가 산업으로 기업 경영의 결과가 인간의 생명 및 보건복지와 직결되는 독특한 성격을 가지고 있다. 최근 국내 제약기업은 의약분업이라는 새로운 환경변화를 거치면서 선진제약기업의 국제화, 개방화전략에 의해 매우 강력한 도전에 직면해 있다.

또한 과거의 국내 제약기업은 규모의 영세성과 기술 수준의 부족으로 단순히 해외다국적 제약사로부터 원료(혹은 완제품)를 수입하거나, 단순 제네릭 의약품의 내수판매에 치중하여 의약품의 전문적 특수성이 특별히 요구되지 않는 경영환경에 놓여 있었다(1). 그러나, 최근에 들어서는 국내기업들도 지속적인 연구개발 등을 통하여 신약에 준하는 자체 개발제품들을 출시하고 경쟁력 있는 제네릭 제제를 출시함으로써 독자제품의 판촉활동을 강화하고 있으며, 수입 의약품이라 하더라도 보다 전문적인 신의료기술 정보의 제공 및 학술판촉이 병행되는 등 기존의 영업 방식에 근본적인 변화의 움직임이 일고 있다(2).

이러한 환경변화에 따라 시장에서 경쟁우위를 확보하기 위한 노력의 일환으로 국내 제약기업들이 중점적으로 추진하고 있는 것이 바로 우수한 제약관련 인력의 확보, 즉 전문화된 의약정보 담당자 (Medical Representatives : 이하 MR)들의 확충이다. 특히 경쟁이 첨예화되고 제품의 시장출시 후 영업 및 마케팅력을 통한 경쟁이 시장우위를 점하는데 중요한 요소로 부각되고 있는 현 시점에서 우수한 제품과 더불어 경쟁력 있는 의약정보담당자의 교육 및 육성은 제약사업의 성패를 좌우하는 요인이라고 할 수 있다(3-9).

이러한 관점에서 의약정보 담당자는 기본적으로 보다 체계적이고 전문화된 교육을 통하여 의사를 포함한 전문 의료인의 수준에 맞는 의약 및 제품의 전문지식을 갖추어야 하며 이를 전달하는 과정에서 합리적이고 훈련된 의사소통 수단 및 태도를 구비해야

한다(10).

이무리 우수한 의약품일지라도 처방을 통해 실수요가 발생하지 않는 제품은 아무런 가치가 없으므로 전문가다운 의약정보 담당자를 통하여 의약품의 효능, 유용성, 안전성, 사용방법, 가격 등의 정확한 정보가 의료현장에 제공되고 또한 그 과정에서 전문 의료인과 의약정보담당자간의 공감대가 형성되어 최종적으로 환자에 대한 처방으로 연결되어야 비로소 의약품에 의한 부가가치가 창출되는 것이다(3).

그러나 경쟁력 있는 의약정보 담당자의 육성이 무엇보다 중요한 사안이지만 방법론적인 측면에 있어서 반드시 강조되어야 할 항목이 무엇인가에 대해서는 아직도 체계적으로 보고된 자료가 없다. 특히 제품 또는 그와 관련된 전문지식의 습득 및 이해와 이를 전달하는 기술이 제품의 프로모션에 얼마나 기여하고 있는지 또는, 타 산업과는 달리 불특정다수가 아닌 선택된 전문의료진을 대상으로 하기 때문에 의약정보 담당자와 의료진간의 인간적 유대관계나 의약정보 담당자의 인간적인 성숙도가 제품의 입지 구축에 영향을 줄 것이라고 예상되는 환경에서 이들이 궁극적으로 상호 어떻게 인식되고 있는지에 대한 분석도 필요한 실정이다.

따라서 본 연구에서는 의약품의 시장입지 구축 및 매출 증대에 기여하는 의약정보 담당자의 업무수행 능력에 초점을 맞추어 현실을 인식하고 이를 기반으로 의약정보 담당자들에게 요구되는 항목 및 방안을 연구하고자 하였다.

1. 연구의 목적

기존의 의약품과 쉽게 차별화되어 제품특성만으로도 판매가 용이한 제품을 제외하고, 대개의 의약품들은 이미 성숙된 의약품 시장에서 마케팅력 또는 영업력으로 시장우위를 점하기 위한 노력을 경주하고 있다. 그 과정에서 의약정보 담당자들의 역할과 영향력

이 날로 확대되고 있으며 이러한 변화는 제품력이나 약품가격이 유사하여 인적요소에 의해 영향을 크게 받는 시장환경에서 뿐만 아니라 차별화가 가능한 독자제품에서조차 가시적 결과에 큰 영향을 주는 예가 비일비재하다.

본 연구는 이러한 문제의식 하에 제약기업의 경쟁력 향상에 근간이 된다고 판단되는 의약정보 담당자의 업무수행 능력을 향상시키고자 수요자의 입장에서 요구되는 의약정보 담당자의 자질 연구에 그 목적을 두고 시행되었다. 이를 통하여 의약정보 담당자의 질적 향상을 위해 고려해야 할 요인들을 명확히 하고 궁극적으로 시장우위를 점하여 이익을 극대화하려는 제약산업의 발전방안을 모색하는데 기여하고자 한다.

구체적으로는 의사가 신 의료정보를 습득하고 이를 선택하는 성향에 대한 이론연구와 의사가 의약정보담당자를 만나는 목적 및 의약정보 담당자의 활동에 대한 주된 평가요인을 분석하여 의사의 필요와 기대수준에 부합하는 의약정보 담당자의 육성 방안을 강구하는데 있다.

II. 가설의 설정과 연구방법

1. 가설의 설정

경쟁력 향상을 위하여 의약정보담당자에게 요구되는 항목의 분석 및 이들 항목에 대한 수요자와 의약정보담당자간의 인식차이를 연구하기 위하여 이론적 근거와 경험적 근거에 의하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

〈가설 1〉 의사가 의약정보담당자를 만나는 주목적은 신뢰성 있는 최근의 의약품 정보 획득에 있을 것이다.

〈가설 2〉 의사를 방문하는 의약정보담당자에 대한 주된 평가요소는 의약정보담당자의 성실한 인간적 접촉측면에 있을 것이다.

〈가설 3〉 의약정보담당자의 방문에 대하여 의사가 생각하는 방문 목적과 의약정보담당자가 생각하는 방문 목적은 차이가 있을 것이다.

〈가설 4〉 의약정보담당자에게 기본적으로 요구되는 전문지식의 수준에 대한 인식이 의사와 의약정보담당자간에 차이가 있을 것이다.

〈가설 5〉 의약정보담당자의 태도에 대한 주된 평가요소 인식이 의사와 의약정보담당자간에 차이가 있을 것이다.

〈가설 6〉 의약정보담당자의 방문 이유에 대하여 의사의 근무 연수, 전공분야, 근무처에 따라 인식의 차이가 있을 것이다.

〈가설 7〉 의약정보담당자의 태도에 대한 주된 평가요소 인식이 의사의 근무연수, 전공분야, 근무처에 따라 차이가 있을 것이다.

2. 설문지 구성과 연구대상 모집단 채택

의사들이 의약정보담당자를 만나는 목적과 의약정보담당자에 대한 주된 평가요인을 파악하여 경쟁력 향상을 위한 방안을 마련코자 전국 병의원급에 근무하는 의사들과 제약사업 분야에서 병의원을 담당하는 의약정보담당자를 대상으로 총53문항의 설문문을 작성하였다.

본 연구에서 의사들의 모집단을 병의원급에 근무하는 의사로 규정한 것은 의약품에 대한 의약정보 활동이 타 의료인에 비해 활발하기 때문이다.

의사들의 환자진료와 연구활동 시간 등을 고려할 때 설문의회 및 결과물 수취가 쉽지 않을 것임을 감안하여 편의추출에 의한 비확률적 산출방법으로 방문 설문조사를 실시하였다.

배포된 설문지 400매 중 296매를 회수하였고 이 중 통계처리에 292부를 이용 자료분석을 실시하였다. 설문문에 참여한 의사들의 인구통계학적 특성분포를 <표 1>에 정리하였다.

<표 1> 설문 응답자의 인구학적 특성

항 목	범 주	빈 도	백분율(%)
연 령	20대	10	3.42
	30대 초반(35세미만)	62	21.23
	30대 후반	70	23.97
	40대	119	40.75
	50대 이상	31	10.62
성 별	남	241	82.82
	여	50	17.18
의료종사기간	1년미만	3	1.03
	1~5년	57	19.52
	6~10년	123	42.12
	11년 이상	109	37.33
현재 근무처	대학병원	97	33.22
	종합병원	50	17.12
	병원	17	5.82
	개업의	118	40.41
	보건소	10	3.42
현재의 위치	전임교수	33	15.94
	Senior Staff	31	14.98
	Junior Staff**	42	20.29
	연구장사(Fellow)	14	6.76
	전공의	87	42.03
전공	내과 전문의	114	44.88
	기타	140	55.12

* Senior Staff : 의료종사경력 10년 초과 의사로 개업의 또는 종합병원 과장급 의사, 부교수급 이상

** Junior Staff : 의료종사경력 10년 이하 의사로 개업의 또는 월급제 의사, 조교수급 이하

의약정보담당자들에 대하여는 병의원 대상 의약정보담당자 100여명을 대상으로 설문조사 하였고 최종 수거된 47부를 자료분석에 이용하였다.

설문 제1부는 의약정보담당자를 만나는 목적을 알아보기 위하여,

1) 만나는 이유에 관한 문항 (항목 1; 9 문항)

2) 신제품 정보 입수경로에 관한 문항 (항목 2; 7 문항)

3) 기존제품 정보 입수방법에 관한 문항 (항목 3; 7 문항)

으로 구성하였고, 이들의 속성을 5점 척도로 측정하였다.

설문 제2부는 의약정보담당자들의 평가에 대한 문항으로서

- 1) 의약정보 제공 (항목 4; 6문항)
- 2) 의약정보담당자의 전문지식 (항목 5; 5문항)
- 3) 의약정보담당자의 태도 및 매너 (항목 6; 10문항)

으로 구성하여 이들의 속성을 5점 척도로 측정하였다. 마지막으로 설문 제3부는 인구통계학적 자료를 얻기 위하여, 응답자의 나이, 성별, 근무 연수, 근무처, 직위, 전공을 기재하도록 하였다.

3. 자료분석 방법

앞의 1절에서 설정한 가설들을 검정하기 위하여 아래와 같은 통계학적 검정방법을 사용하였다.

<가설 1>을 검정하기 위하여 설문 제1부의 문항에 대하여 요인분석을 실시하였다.

<가설 2>를 검정하기 위하여 설문 제2부의 문항에 대하여 요인분석을 실시하였다.

<가설 3>, <가설 4>, <가설 5>, <가설 6>, <가설 7>을 검정하기 위하여 Hotelling T²의 분석방법을 이용하였다.

III. 가설검정과 자료분석 결과

1. 가설1의 검정

‘의사가 의약정보담당자를 만나는 주목적은 신뢰성 있는 최근의 의약정보 획득에 있을 것이다’라고 설정한 <가설 1>을 검정하기 위하여 설문 제 1부의 문항에 대한 요인분석을 실시하였다.

<표 2>에서 보는 바와 같이 의사가 의약정보담당자와 만나는 첫째 요인은 신뢰성 있는 정보출처를 통하여 의약품에 관한 정확한 정보를 획득하려는 목적이 있기 때문인 것으로 분석되었다. 의사가 의약정보담당자를 만나는 목적 중 38.81%의 설명력을 갖는 요인

으로 의사는 의약정보담당자를 통한 정보와 더불어 더 많은 정보를 얻기 위해 의약전문지나 연구회, 강연회, 학술 세미나 및 인터넷 등을 이용하고 있는 것으로 나타나 의약정보담당자의 정보 제공 활동이 아직 수요자의 최종 기대수준에는 못 미치는 것으로 분석하였다.

두번째 요인은 전체의 18.32%를 차지하고 있으며, 의약품 외 기타정보 즉 회사의 임상 및 학술 정보, 국내외 학회동향, 치료약의 최근동향 및 의료동향 등에 관한 정보를 획득할 목적으로 의약정보담당자와 만나는 것으로 분석되었다.

세번째 요인은 기존제품에 대한 정보획득을 목적으로 하고 있으며, 14.38%의 설명력을 가지고 있다. 기존제품에 대한 정보는 주로 인터넷과 병원내 약제부 DI실을 이용하여 일부 회사에 문의를 통하여 얻기도 한다. 의약정보담당자는 병원 약제부 DI실에도 제품에 대한 정보를 수시로 제공하고, 회사에 들어오는 문의에 대한 즉각적인 회신 SYSTEM을 만드는 것이 효과적이라 하겠다.

네번째 요인은 신제품에 관한 정보획득으로 11.34%의 설명력을 갖고 있다. 이 분야에 관한 주요 정보창구는 주로 전문분야의 동료의사나 학술전문지, 연구회, 강연회, 세미나 등인 것으로 분석되었다.

2. 가설2의 검정

‘의사를 방문하는 의약정보담당자에 대한 주된 평가요소는 의약정보담당자의 성실한 인간적 접촉측면에 있을 것이다’라고 설정한 <가설 2>를 검정하기 위하여 설문2부의 문항에 대한 요인분석을 실시하였다.

<표 3>에서 보는바와 같이 가설 2의 의약정보담당자에 대한 주된 평가요인은 성실한 인간적 측면의 활동에 있는 것으로 나타났다.

의사들은 의약정보담당자를 평가하는 첫번째 요인으로 방문시의 성실한 태도, 예절, 신뢰감, 약속이행,

<표 2> 의약정보담당자를 만나는 목적에 따른 요인분석 결과 (Rotated Factor Matrix)

설문내용	Factor1 영업사원을 통한 신뢰성있는 정보획득	Factor2 최근의 의료동향	Factor3 기존제품 정보획득	Factor4 신제품 정보획득	Factor5 세미나를 통한 정보획득	Factor6 동료의사를 통한 정보획득
의약정보담당자를 통해서 열심히 찾아오고	0.74352					
의약정보담당자를 통해서 신, 기존제품 정보획득	0.66293					
진료에 유용한 정보를 얻기 위해 첨부된 문헌을 통해	0.63208					
제품 브로셔, 문헌, 비디오를 통해 의료주변 정보 얻기위해	0.53067					
	0.50374					
	0.46125					
	0.43708					
회사의임상및학술정보를 얻기위해		0.77055				
국내외 학회/연구동향 얻기위해		0.75633				
치료약 동향을 얻기위해		0.72732				
임상시험정보를 얻기위해		0.68182				
병원경영정보를 얻기위해		0.42388				
인터넷을 통해			0.75868			
인터넷을 통해			0.73414			
의약정보실(DI)를 통해			0.73262			
회사에 문의			0.58813			
의료학, 약학 전문지를 통해서				0.75414		
의료학, 약학 전문지를 통해서				0.61914		
연구회, 강연회, 세미나를 통해서				0.47736		
국내외학회 전시홍보를 통해서					0.66192	
제품 세미나를 통해서					0.57472	
다른 선생님, 동료분을 통해서						0.86501
다른 선생님, 동료분을 통해서						0.82607
Eigenvalue	5.52476	2.60758	2.04765	1.61486	1.37042	1.07176
Pct of Var 총분산	23.02%	10.86%	8.53%	6.73%	5.71%	4.47%
공분산	38.81%	18.32%	14.38%	11.34%	9.62%	7.53%

<표 3> 의약정보담당자 평가항목에 따른 요인분석 결과 (Rotated Factor Matrix)

설문내용	Factor1 인간적 측면	Factor2 신속, 정확성	Factor3 의료관련 전문성	Factor4 제품인지 정도	Factor5 행사지원
명랑하고 친근감	0.74778				
방문예절	0.73215				
약속이행	0.70834				
방문태도	0.69218				
문제점 해결에 대한 노력	0.62461				
방문하는 시점	0.53429				
일반교양지식	0.48624				
직업에 대한 자긍심	0.44810				
사교적인 수준	0.42287				

질문에 대한 답변		0.76104			
제품의 장, 단점 설명		0.74143			
의약 정보 제공		0.72845			
신속히 대응하여 회신		0.67744			
타정보를 신속히 수집		0.65106			
제조, 발매중지 정보제공		0.47338			
타사제품과 비교설명		0.41376			

학술정보 수집능력			0.73746		
자사 지식, 정보			0.73064		
의학용어 이해, 사용			0.72170		
기초의학 지식			0.66070		

질환치료지식				0.73789	
부작용 및 대책대응				0.58621	
제품지식 숙지				0.53853	

행사협력					0.84814
경영안정화					0.82806

Eigenvalue	8.47490	2.15609	1.8005	1.28420	1.04515
Pct of Var 총분산	33.90%	8.62%	7.20%	5.14%	4.18%
공분산	57.41%	14.61%	12.20%	8.70%	7.08%

방문타이밍 등 인간으로서 좋은 관계를 유지할 수 있는 인간적 측면을 가장 중요하게 평가하고 있으며, 이는 전체 요인 중 57.41%의 설명력을 가진 것으로 분석되었다.

두번째 평가요인은 신속, 정확성으로 이를 세부적으로 보면 부작용 정보제공, 질문에 대한 만족스러운 대답, 자사제품에 대한 공정한 설명 등이 중요한 요인으로 측정되었다. 전체 평가요소 중 14.61%의 설명력을 가지고 있다.

세번째 평가요인은 학술정보 수집능력, 자사에 대한 지식 및 정보, 의학용어의 이해 및 사용, 기초의학 지식 등 의료관련 전문성에 요인을 두고 있으며 전체의 12.2%의 설명력을 갖고 있다.

네번째 평가요인은 제품에 관련된 질환 및 치료의 지식정도, 제품의 부작용 및 대응력, 제품지식의 숙지 등 제품에 대한 인지수준에 요인을 두고 있으며 전체의 8.7%의 설명력을 갖고 있다.

다섯번째 평가요인은 병원경영에 안정, 원내외 행사에 협조 등 행사지원 요인으로 전체의 7.08%의 설명력을 가지고 있다.

3. 가설3의 검증

‘의약정보담당자의 방문에 대하여 의사가 생각하는 방문 목적과 의약정보담당자가 생각하는 방문 목적은 차이가 있을 것이다’라고 설정한 <가설 3>을 검증하기 위하여 1부 요인분석 결과에 대하여 Hotelling T2검정을 실시하였다.

<표 4>에서 보는 바와 같이 의약정보담당자의 방문이유에 대하여 의사가 생각하는 이유와 의약정보담당자가 생각하는 방문이유는 서로 다른 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다.

요인 1(신뢰성 있는 의약정보획득)에서 의사는 2.036E-16의 평균점수를 나타낸 반면 의약정보담당자는 0.357의 평균점수를 나타내었다. 즉, 의약정보담당자와 의사는 요인 1(신뢰성 있는 의약정보획득)을 목적으로 만나는 것을 가장 중요하게 생각하지만 상대적으로 의사보다는 의약정보담당자가 신뢰성 있는 의약정보를 제공한다는 목적을 유의하게 더 높은 수준으로 인식하고 있는 것으로 파악되었다.

요인 2(최근의 의료동향)에 대해서는 의사들이 평

<표 4> 의약정보담당자를 만나는 목적에 따른 요인과 의사와 MR과의 상관관계 결과 (Hotelling T2검정)

검정법	값	F값	자유도	Error DF	유의도	
Hotellings	0.0240	1.20	6	300	0.3052	
변수	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Factor6
의사	2.04E-16	1.95E-17	-3.33E-17	-1.76E-17	-1.84E-16	1.47E-18
의약정보 담당자	0.3575	0.0827	0.1262	-0.0978	0.0585	-0.1639
변수	Hypoth.SS	Error SS	Hypoth.MS	Error MS	F	유의도
영업사원을 통한 신뢰성있는 정보획득	4.6332	295.93	4.6332	0.9703	4.78	0.0296
최근의 의료동향	0.2479	289.98	0.2479	0.9508	0.26	0.6100
기존제품 정보획득	0.5778	286.49	0.5778	0.9393	0.62	0.4335
신제품 정보획득	0.347	280.61	0.347	0.92	0.38	0.5396
세미나를 통한 정보획득	0.124	290.99	0.124	0.9541	0.13	0.7187
동료의사를 통한 정보획득	0.9734	303.84	0.9734	0.9962	0.98	0.3237

균 1.95E-17인 반면 의약정보담당자는 0.082였다. 의약정보담당자들은 의사들이 최근의료동향을 얻기 위하여 만난다고 높게 인식하는 반면 이 요인에 대한 의사들의 인식은 상대적으로 낮음을 알 수 있다.

요인 3(기존제품의 정보획득)에 대해서는 의사들이 -3.33E-17의 점수를 나타낸 반면 의약정보담당자는 0.126의 점수를 나타내 기존제품의 정보획득에 대한 의사들의 관심도 의약정보담당자가 생각하는 수준보다는 상대적으로 낮게 나타났다.

요인 4(신제품 정보획득)에서는 의사들은 -1.76E-17, 의약정보담당자는 -0.098의 점수를 나타내 신제품의 정보제공에 대해서는 의사들의 인식도 저조하고 의약정보 담당자의 활동도 비교적 낮은 것으로 분석되었다.

그러나, 이를 Hotelling T2에서와 같이 요인6개를 동시에 검정하지 아니하고 단일변수를 각각 개별적으로 분석하는 경우($\alpha=0.05$ 수준), 요인 1이 현저한 차이를 보이고 있다. 즉 요인 1에 대해 의약정보담당자들은 의사에 비해 월등히 높은 점수를 나타내고 있는 것이다. 이는 의약정보담당자들이 이 요인에 대한 자신의 의약정보 활동에 대한 인식이 높는데 비하여 의사들의 인식은 낮은 것으로 분석할 수 있다.

4. 가설4 및 가설5의 검정

의약정보담당자에 대한 주된 평가요소 인식이 의사와 의약정보담당자간에 차이가 있는지 분석하고자 한 <가설 4>, <가설 5>를 검정하기 위하여 2부 요인 분석 결과에 대하여 Hotelling T2검정을 실시하였다.

<표 5>에서 보는바와 같이 의약정보담당자의 활동에 대한 평가요소 인식이 의사와 의약정보담당자 사이에 부분적으로 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다.

이를 세부적으로 보면,

요인 1(인간적 측면)에서 의사는 -2.67E-16, 의약정보담당자는 0.219의 점수를 나타냈다. 즉, 의사와 의약정보담당자는 인간적 측면의 활동에 대하여 평가의 첫째요인으로 중요하게 생각하지만 의약정보담당자가 인식하는 인간적 측면에 대한 중요도가 의사들의 인식수준보다 상대적으로 높음을 알 수 있다. 달리 말하면, 의약정보담당자들이 인간적인 측면에 부여하는 중요성인식이 의사들이 부여하는 중요성 정도에 비해 상대적으로 높게 나타나고 있다.

요인 2(신속, 정확성)에서는 의사 2.98E-17, 의약정보담당자 0.108로 나타나 의사보다 의약품의 부작용,

<표 5> 의약정보담당자 평가 요인과 의사와 MR과의 상관관계 결과 (Hotelling T2검정)

검정법	값	F값	자유도	Error DF	유의도	
Hotellings	0.041	2.60	5	317	0.0255	
변 수	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	
의 사	-2.67E-16	2.98E-17	1.37E-16	1.01E-16	1.1E-16	
의약정보담당자	0.2193	0.1082	0.134	0.2968	0.3852	
변 수	Hypoth.SS	Error SS	Hypoth.MS	Error MS	F	유 의 도
인간적 측면	1.9315	312.74	1.9315	0.9743	1.98	0.1601
신속, 정확성	0.4704	312.12	0.4704	0.9723	0.48	0.4872
의료관련 전문성	0.7213	321.6	0.7213	1.0019	0.72	0.3968
제품인지정도	3.5386	304.85	3.5386	0.9497	3.73	0.0545
행사지원	5.9579	296.91	5.9579	0.925	6.44	0.0116

제품의 공정한 설명 등에 대하여 의약정보담당자는 높게 인식하고 활동하는 것으로 분석되었다.

요인 3(의료관련전문성)은 의사는 1.37E-16, 의약정보담당자는 0.134로 나타났다. 따라서 학술정보 수집능력, 자사에 대한 지식 및 정보, 의학용어의 이해 및 사용, 기초의학지식 등 의료관련 전문성에 대한 중요성은 양군이 비슷하게 인식하고 있었다.

요인 4(제품인지정도)에서는 의사는 1.01E-16, 의약정보담당자는 0.297의 점수를 나타냈다. 제품에 관련된 질환 및 치료의 지식정도, 제품의 부작용 및 대응력, 제품지식의 숙지 등 제품인지정도에 대하여 의약정보담당자는 의사들보다 더 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

요인 5(행사지원)는 의사는 1.37E-16, 의약정보담당자는 0.6으로 나타났다. 따라서 행사지원 등 활동의 중요성에 있어서도 의약정보담당자가 의사보다 유의한 차이로 매우 높게 인식하고 있었다.

신속, 정확성과 의료관련전문성은 의약정보 제공 활동의 동기 충족요인으로 중요한 평가요소이나, 의약정보담당자가 의사에 비해 두요인의 중요성을 상

대적으로 낮게 인식하고 있었으며, 반면에 행사지원 등에 대한 인식수준은 의약정보담당자 쪽이 훨씬 높아 향후 의약정보담당자가 의료 정보활동에 대하여 더욱 중요하게 인식하고 활동하는 것이 필요할 것으로 여겨진다.

이상의 요인들에 대하여 Hotelling T2의 분석에서와 같이 각 요인을 동시에 분석하지 않고 단일변수 각각 개별적으로 분석하는 경우 ($\alpha=0.05$ 수준) 요인 4, 요인 5에서 현저한 차이를 보이고 있다. 이는 의약정보담당자가 제품인지정도와 행사지원에 대하여 의사보다 현저하게 높은 수준으로 인식하고 있음을 나타내고 있다.

5. 가설6의 검정

의약정보담당자의 방문 이유에 대한 인식이 의사의 근무년수, 근무처, 전공분야에 따라 차이가 있는지 알아보기 위한 설문결과를 분석하기 위하여 Hotelling T2검정을 실시하였다.

<표 6>, <표 7>, <표 8>에서 보는바와 같이 의약

<표 6> 의사의 근무년수에 따른 MR의 방문이유에 대한 인식 결과 (Hotelling T2검정)

검정법	값	F값	자유도	Error DF	유의도	
Hotellings	0.0805	1.72	12	396.7	0.0605	
변수	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Factor6
5년이하	0.0101	-0.0224	0.0882	0.1095	-0.1392	0.1089
10년이하	0.0895	0.1431	0.0609	-0.0946	-0.0396	0.1346
11년이상	-0.1041	-0.1451	-0.1155	0.0438	0.1202	-0.2079
변수	Hypoth.SS	Error SS	Hypoth.MS	Error MS	F	유의도
영업사원을 통한 신뢰성 있는 정보획득	1.9703	262.03	0.9852	1.0001	0.99	0.3748
최근의 의료동향	4.3871	259.61	2.1936	0.9909	2.21	0.1113
기존제품 정보획득	2.1712	261.83	1.0856	0.9993	1.09	0.3390
신제품 정보획득	1.8365	262.16	0.9183	1.0006	0.92	0.4007
세미나를 통한 정보획득	2.6839	261.32	1.342	0.9974	1.35	0.2622
동료의사를 통한 정보획득	6.9671	257.03	3.4836	0.981	3.55	0.0301

<표 7> 의사의 근무처에 따른 MR의 방문이유에 대한 인식 결과 (Hotelling T2검정)

검정법	값	F값	자유도	Error DF	유의도	
Hotellings	0.0458	1.97	6	258	0.0702	
변 수	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Factor6
대학병원, 종합병원	0.1231	-0.0037	0.0723	0.0721	0.2383	-0.0632
병원, 개업의, 보건소	-0.0622	0.0019	-0.0366	-0.0364	-0.1205	0.032
변 수	Hypoth.SS	Error SS	Hypoth.MS	Error MS	F	유의도
영업사원을 통한 신뢰성 있는 정보획득	2.0299	261.97	2.0299	0.9961	2.04	0.1546
최근의 의료동향	0.0018	263	0.0018	1.0038	0.00	0.9660
기존제품 정보획득	0.7002	263.3	0.7002	1.0011	0.70	0.4037
신제품 정보획득	0.6957	263.3	0.6957	1.0012	0.69	0.4053
세미나를 통한 정보획득	7.6066	256.39	7.6066	0.9749	7.80	0.0056
동료의사를 통한 정보획득	0.536	263.46	0.536	1.0018	0.54	0.4651

정보담당자의 방문목적에 대한 인식은 의사의 근무년 수 및 근무처, 전공분야에 따라 유의한 차이를 나타내 지 않았다. 다만 <표 6>의 근무년수와 <표 7>의 근무처 측면에서 각각 신제품에 대한 의료정보 습득에 대해서는 일부 방법에 따라 유의한 차이를 보였다.

<표 6>에서 신제품에 대한 의료정보 제공의 중요도를 인식하는 면에서 동료 전문가를 통해 정보를 획득하는 경우가 근무년수에 따라 유의한 차이를 보였으며, 11년 이상근무(Senior Staff), 10년 이하 근무(Junior Staff), 5년 이하 근무(수련의)에서 각각 -0.208, 0.134, -0.109로 나타났다. 이는 Senior Staff들이 수련의나 Junior Staff보다 이 항목을 낮게 인식하고 있음을 의미한다. 이는 Senior Staff의 경우 이미 오랜 기간의 교육과 치료경험을 통해 고도의 기술을 보유하고 있는 전문가로서 독자적인 치료법을 시행해 나가는 시기인데 반해, Junior Staff이나 수련의의 경우 아직은 훈련기 또는 고도기술의 습득기에 해당하므로 동료 전문가의 의견을 많이 참조하는 것으로 여겨진다.

<표 7>에서 신제품에 대한 의료정보의 취득을 인식하는 수준에 있어서 세미나 및 국·내외학회 전시

홍보 등을 통하여 정보를 획득하는 것이 근무처에 따라서 유의한 차이를 보였으며, 대학/종합병원 0.238, 중소병의원 -0.120으로 나타났다. 이는 대학/종합병원에서 근무하는 의사들이 대부분 전문직 의사로서 신제품에 대하여 초기의 소수선택자에 해당하며, 이에 신제품에 대한 학술정보를 직접적으로 전달받을 수 있는 제품세미나, 국내외 학회에 발표된 최신의 정보를 습득하는데 인식수준이 높으며, 중소병의원에서 근무하는 의사는 신제품이 가진 의료기술과는 직접 관련이 없는 질병의 전문가가 많고 신제품 사용 측면에서 후기 다수선택자에 해당되어 신제품에 대한 관심도가 저조하기 때문으로 분석된다. 이들의 경우 이미 경험한 제품이나, 효능, 효과 및 부작용이 증명되어 널리 쓰이기 시작한 이후에 제품에 대해 관심을 갖기 때문이다.

6. 가설7의 검정

의약정보담당자에 대한 주된 평가요소 인식이 의사의 근무년수, 근무처, 전공분야에 따라 차이가 있는지를 검정하기 위하여 Hotelling T2검정을 실시하였다.

<표 8> 의사의 전공분야에 따른 MR의 방문이유에 대한 인식 결과 (Hotelling T2검정)

검정법	값	F값	자유도	Error DF	유의도	
Hotellings	0.0236	0.87	6	222	0.5142	
변수	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	Factor6
내과	0.0000	-0.1062	-0.0003	0.1133	-0.0139	-0.0695
비내과	0.021	-0.0044	-0.1314	-0.0816	-0.0241	0.1066
변수	Hypoth.SS	Error SS	Hypoth.MS	Error MS	F	유의도
영업사원을 통한 신뢰성 있는 정보획득	0.025	232.3	0.025	1.0233	0.02	0.8759
최근의 의료동향	0.5894	244.96	0.5894	1.0791	0.55	0.4606
기존제품 정보획득	0.9773	227.84	0.9773	1.0037	0.97	0.3248
신제품 정보획득	2.1586	245.42	2.1586	1.0811	2.00	0.1590
세미나를 통한 정보획득	0.006	251.09	0.006	1.1061	0.01	0.9416
동료의사를 통한 정보획득	1.7634	233.02	1.7634	1.0265	1.72	0.1913

<표 9>에서 보는 바와 같이 의약정보담당자의 활동에 대한 주된 평가요인의 인식이 의사의 근무년수에 따라 일부 유의하게 차이가 있었다. 따라서 일부 요인에서는 의사의 근무년수에 따라 의약정보담당자의 활동을 차별화하여 기대수준과 공급수준을 일치시킬 필요가 있다고 생각된다.

이를 세부적으로 분석해 보면,

요인 1(인간적 측면)에서는 11년 이상 근무(Senior Staff) -0.069, 10년 이하 근무(Junior Staff) 0.0701, 5년 이하 근무(수련의) -0.016으로 나타났다. 즉, 방문에 대한 태도, 예절 등의 면에서 Junior Staff이 수련의나 Senior Staff보다는 중요도를 높게 인식하고 있었다. 이는 상대적으로 의약정보담당자와의 대면 활동이 많아 인간적 접촉의 중요성을 높게 평가한 것으로 여겨진다.

요인 2(신속, 정확성)에서는 Senior Staff 0.019, Junior Staff -0.017, 수련의 -0.0007로 나타났다. 이는 개인적으로는 가장 활발한 의료 활동기에 속해있는 Senior Staff층이 의약품에 대한 부작용발생 시 정보제공, 질문에 대한 답변 등을 가장 적극적으로 요구하고, 더불어 높게 인식하고 있기 때문이 것으로

분석된다.

요인 3(의료관련전문성)은 Senior Staff -0.059, Junior Staff -0.019, 수련의 0.154로 나타났다.

요인 4(제품인지정도)는 Senior Staff -0.089, Junior Staff -0.042, 수련의 0.26으로 나타났다. 의료관련 전문성에 대한 중요성은 수련의들이 비교적 높게 인식하고 있었으며 제품인지정도에 대한 중요성도 상대적으로 높게 인식하고 있었다. 이는 고도기술 습득기에 속하여 전문영역에 관한 관심이 가장 높은 시기인 수련의층에서 의약정보담당자의 학술정보 수집능력, 의학용어의 이해 및 사용, 의학관련 기초지식 등 전문성 있는 활동에 기대가 가장 크기 때문인 것으로 분석된다. 또한 제품관련 질환 및 치료에 관한 지식정도, 제품의 부작용 및 대응력, 제품지식의 숙지 등에서도 인식이 높았다.

요인 5(행사지원)에서는 Senior Staff -0.085, Junior Staff 0.112, 수련의 -0.073으로 나타나 원내외 행사 등 병원내 활동이 강화되는 Junior Staff층에서 상대적으로 높게 인식하고 있는 것으로 분석되었다.

의약정보담당자의 활동에 대한 주된 평가요인 인식은 <표 10>에서 보는바와 같이 의사의 근무처에

<표 9> 의사의 근무년수에 따른 MR의 주된 평가요소 인식 결과 (Hotelling T2검정)

검정법	값	F값	자유도	Error DF	유의도	
Hotellings	0.0378	1.01	10	400.76	0.4308	
변 수	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	
5년이하	-0.0163	-0.0001	0.1543	0.2607	-0.0733	
10년이하	0.0701	-0.0168	-0.0197	-0.0424	0.112	
11년이상	-0.0689	0.0186	-0.059	-0.0897	-0.0853	
변 수	Hypoth.SS	Error SS	Hypoth.MS	Error MS	F	유의도
인간적 측면	1.0835	273.92	0.5418	1.0034	0.54	0.5834
신속, 정확성	0.0688	274.93	0.0344	1.0071	0.03	0.9664
의료관련 전문성	1.72	273.28	0.86	1.001	0.86	0.4247
제품인지정도	4.7909	270.21	2.3955	0.9898	2.42	0.0908
행사지원	2.5141	272.49	1.257	0.9981	1.26	0.2855

<표 10> 의사의 근무처에 따른 MR의 주된 평가요소 인식 결과 (Hotelling T2검정)

검정법	값	F값	자유도	Error DF	유의도	
Hotellings	0.0779	4.21	5	270	0.0011	
변 수	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	
대학병원, 종합병원	0.3034	0.1303	0.0283	0.0253	0.1893	
병원, 개업의, 보건소	-0.1493	-0.0641	-0.0139	-0.0124	-0.0931	
변 수	Hypoth.SS	Error SS	Hypoth.MS	Error MS	F	유의도
인간적 측면	12.5005	262.5	12.5005	0.958	13.05	0.0004
신속, 정확성	2.3064	272.69	2.3064	0.9952	2.32	0.1291
의료관련 전문성	0.1085	274.89	0.1085	1.0033	0.11	0.7425
제품인지 정도	0.0869	274.91	0.0869	1.0033	0.09	0.7688
행사지원	4.8661	270.13	4.8661	0.9859	4.94	0.0271

따라 유의한 차이가 있는 것으로 분석되었다.

요인 1(인간적측면)에서는 대학/종합병원 0.303, 중소병의원 -0.149로 나타났다. 이는 방문에 대한 태도, 예절 등의 인간적 측면에 대한 비중을 대학/종합병원에 근무하는 의사들이 보다 높게 인식하고 있어 중소병의원 근무자보다 통계적으로 유의한 차이를 보였다. 이는 대학/종합병원에서 전문 의약정보담당자와

의 대면활동이 많고 기초적인 인간적 신뢰를 바탕으로 하는 업무가 많아서인 것으로 생각된다.

요인 2(신속, 정확성)에서는 대학/종합병원 0.303, 중소병의원 -0.064로 나타났다. 즉, 대학/종합병원 근무자가 상대적으로 높이 인식하고 있었는데 이는 대형 병원을 중심으로 정확한 관리가 필요한 의약품이 우선적으로 사용되고 이들 의약품 사용에 따른 부작용

용 발생시 등 문제 상황에 대해서 보다 정확한 정보 제공, 질문에 대한 답변 등이 요구되기 때문인 것으로 사료된다.

요인 3(의료관련전문성)은 대학/종합병원 0.028, 중소병의원 -0.013으로 나타났다. 요인4(제품인지정도)는 대학/종합병원 0.025, 중소병의원 -0.012로 나타났다. 즉, 의료관련 전문성 및 제품인지정도에 대한 중요성도 대학/종합병원 근무자에서 비교적 높게 인식하고 있는 것으로 분석되었다. 대학/종합병원에서 취급되어지는 질환의 경중과 처치방법의 광범위함을 고려할 때 수준 높은 의료정보의 욕구가 높는데서 비롯된 것으로 보인다.

요인 5(행사지원)에서도 대학/종합병원 0.189, 중소병의원 -0.093으로 나타나 보다 조직적인 원내외 행사 등 단체 활동이 다양하고 빈번한 대학/종합병원 근무자 층에서 행사지원 항목에 대한 인식수준이 유의적으로 매우 높게 분석되었다.

측정된 모든 요인들에서 전반적으로 대학/종합병원 근무자가 중소병의원 근무자보다 상대적으로 높은 인식수준을 보였는데 이것은 근무처에 따라 요청되는 의약정보담당자의 수준 및 보완해야 할 개별항목이 차이가 난다는 것을 의미한다.

의약정보담당자의 활동에 대한 주된 평가요인 인식은 의사의 전공분야(내과/비내과)에 따라서는 유이한 차이를 보이지 않았다 <표 11>. 따라서 의사의 전공분야에 따라 의약정보담당자의 활동을 다르게 할 필요는 없다고 하겠다.

IV. 고 찰

1. 연구결과에 대한 고찰

본 연구는 의약품의 시장입지 구축 및 매출 증대에 기여하는 의약정보담당자의 업무수행 능력 향상을 위한 제 방안을 연구하고자 실시되었다. 이를 위하여 의사들이 의약정보담당자를 만나는 목적과 의약정보담당자의 의학정보 활동에 대한 평가기준으로 사용되는 주요 요인을 파악, 분석하고 이차적으로 이러한 요인들이 의사들의 개인특성과 상관관계가 있는지 규명하고자 하였다.

1) 의사가 의약정보담당자를 만나는 목적

첫째, 의사는 효과적이고 충실한 환자치료를 목적으로 의약품에 관한 신뢰성있는 정보를 획득하고자

<표 11> 의사의 전공분야에 따른 MR의 주된 평가요소 인식 결과 (Hotelling T2검정)

검정법	값	F값	자유도	Error DF	유의도	
Hotellings	0.0169	0.79	5	233	0.5583	
변 수	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4	Factor5	
내과	0.1501	0.0677	-0.0139	-0.0137	-0.0691	
비 내과	-0.0204	-0.0887	-0.0371	0.0465	0.0258	
변 수	Hypoth.SS	Error SS	Hypoth.MS	Error MS	F	유의도
인간적 측면	1.723	232.67	1.723	0.9816	1.76	0.1865
신속, 정확성	1.4517	229.43	1.4517	0.968	1.50	0.2219
의료관련 전문성	0.0317	252.55	0.0317	1.0656	0.03	0.8632
제품인지정도	0.215	236.75	0.215	0.9989	0.22	0.6431
행사지원	0.5338	256.1	0.5338	1.0806	0.49	0.4828

하는 것으로 분석되었다. 그러나 의약정보담당자를 통한 정보 획득 외에 의사들은 의약전문지, 강연회, 세미나 및 인터넷 등에서도 추가정보를 얻는 것으로 나타났고 이는 부분적으로 의약정보담당자가 제공하는 정보의 질 또는 양이 부족하거나 비속련된 자료제공 기술로 인하여 만족스러운 쌍방향 정보전달이 이루어지지 않았을 가능성이 있다. 따라서 이 부분에 대한 자질배양 및 활동을 추가 보완하여 방문목적충족시키도록 노력해야 한다.

둘째, 국내외학회 동향, 임상정보, 치료약의 최신 동향 등 최근의 의료동향에 관한 정보를 획득하고자 의약정보담당자를 만나는 것으로 분석되었다. 이러한 정보를 원활히 제공하기 위해서는 담당자 개인의 노력외에 의약정보담당자가 이러한 정보를 쉽고 빠르게 습득할 수 있는 제도적 장치가 마련되어야 하겠다.

셋째, 기존제품에 대한 정보획득을 목적으로 하고 있다. 여기에는 주로 인터넷과 병원내 약제부 DI(의약정보)실을 이용하며 부분적으로는 판매회사에 직접 문의하는 경우도 있었다. 따라서 의약정보담당자는 병원 약제부 DI실에도 지속적으로 약품정보를 제공할 필요가 있고, 의사가 요청하는 각각의 접촉창구에서 약품에 대한 신뢰성 있는 자료를 제공할 수 있도록 노력해야 한다.

넷째, 신제품관련 새로운 의약정보를 얻기 위한 것으로 통상 의사는 기존제품 뿐 아니라 신제품에 대한 관심이 크며, 전문가나 학술전문지, 연구회, 강연회, 세미나 등을 통하여 추가의 정보를 얻는 것으로 나타났다.

따라서 의약정보담당자는 상기의 우선순위와 중요도를 평가하여 정보의 수준 및 범위를 갖추고, 더불어 회사에서는 학술 및 마케팅 영역에서 최신 임상자료 및 학회정보, 신제품정보, 세미나 개최 등 적극적으로 학술정보를 제공하는 활동을 병행하는 것이 유효할 것으로 사료된다.

2) 의사가 의약정보담당자를 평가하는 요인

첫째 요인은 인간적으로 좋은 관계를 형성, 유지하는데 도움이 되는 성실한 태도, 예의, 정중함, 열의, 명랑함, 약속이행, 방문타이밍 등을 중요하게 평가하는 것으로 나타났다. 이는 타산업과는 다르게 공급자와 수요자가 직접대면에 의하여 최종 의사결정을 하게 되는 업의 특성이 반영된 것으로 보이며, 따라서 의약정보담당자는 실력과 더불어 인간적인 측면에서의 역할 및 기능도 매우 중요함을 알 수 있다.

둘째 요인은 신속, 정확성으로 약에 대하여 정직한 정보를 제공하는 것, 질문에 대하여 신속하고 정확하게 답변하는 것, 자사제품에 대해 공정하게 설명하는 것 등을 중요하게 생각하고 있다. 의약품은 오남용시 환자에 미치는 영향이 크고 보험재정의 규제하에서 적합한 사용이 요구되므로 이러한 항목에 대한 요청이 부각되는 것으로 보인다.

셋째 요인은 학술정보 수집능력, 자사에 대한 지식 및 정보, 의학용어의 이해 및 사용, 기초의학지식 등 의료관련 전문성에 요인을 두고 있다. 넷째 요인은 제품과 관련된 질환 및 치료의 지식정도, 제품의 부작용 및 대응력, 제품지식의 숙지 등 제품인지 정도와 같은 의료관련 전문성에 요인을 두고 있다. 이는 의약정보담당자에 대한 의료전문성에 기대가 낮음을 의미하고 있어 만나는 목적의 동기충족을 위하여서는 개선이 시급한 점이다. 다섯째 요인은 병원경영안정, 원내외 행사협조 등이 중요한 요인으로 분석되었다.

위의 결과를 종합할 때 평가기준으로 사용하는 변수가 다른 영업 분야와는 다름을 알 수 있다. 즉, 일반적으로 만나는 목적요인에 따라 영업담당자를 평가하는 것이 상례이나 인간적 접촉측면의 활동이 첫째 평가요소로 나타나는 것은 특이한 일이라 할 수 있다.

그러나 이 결과를 의사가 의약정보담당자에게 기본적으로 요구하는 의학 지식 또는 의료적 정보가 절

대적으로 낮다고 이해하기 전에 이전부터 제공되어 오던 의학정보의 수준이 기대에 미치지 못했기 때문에 부가적으로 다른 항목의 평가요인이 중요하게 인식된 것은 아닌지, 또는 업의 특성에서 언급한 바와 같이 공급자와 최종 수요자간의 인간적 접촉이 수시로 발생하는데서 오는 특징인지를 추가 분석할 필요가 있다고 사료된다.

3) 의사가 의약정보담당자를 만나는 목적에 대한 인식

신뢰성 있는 의약정보 획득, 최근의 의료동향 정보 제공 활동을 포함한 제관심사에 대하여 의약정보담당자는 의사에 비해 인식의 수준이 매우 높은 것으로 나타났다. 더불어 신제품이나 기존제품에 대한 정보 제공의 관점에서 의약정보담당자의 요인점수가 더 높게 분석되었다. 이는 의약정보담당자에게 부여된 고유의 역할 및 기능에 있어서 의사들이 의약정보담당자에 대한 기대수준이 낮음을 의미하며 향후 기존의 접근방법과는 다른 학술적 접근을 통하여 의사들의 기대수준을 변화시키고 의약정보담당자 고유의 역할을 인지하도록 해야할 필요성을 제기하고 있다.

4) 의약정보담당자의 활동에 대한 평가에서 의사가 생각하는 평가 요인과 의약정보담당자가 생각하는 평가요인의 차이

의약정보담당자는 인간적 측면 활동에 대해서 의사에 비해 인식수준이 상대적으로 높았다. 즉, 의약정보담당자들은 의사에 비해 인간적인 유대관계에서 오는 결과를 높이 인식하고 있었다. 이러한 성향은 제약업의 기본적인 의약정보 활동이 인간관계에서 비롯하는데 기인하는 것이나 상대적으로 높은 인식수준은 의약정보담당자의 활동을 지속적으로 편향되게 할 수 있으므로 이러한 인식수준을 의사의 눈높이와 맞추고 정기적인 고객만족 조사를 통하여 시장에 순응하는 것이 필요할 것이다. 이는 병원내외의 행사

지원요인에 대해서도 마찬가지였다.

반면에 신속, 정확성과 의료관련전문성은 의약정보담당자에게서 의사에 비해 상대적으로 낮은 인식수준으로 나타나 이에 대한 의약정보담당자의 인식 변화와 적극적인 정보활동이 요청된다.

5) 의사의 근무년수 및 근무처, 전공분야에 따라 의약정보담당자의 방문목적에 대한 인식은 유의한 차이가 없는 것으로 분석되었다. 다만 근무년수와 근무처에 따라 각각 신제품에 대한 의료정보 습득에 대해서는 일부 방법에 따라 유의적 차이를 보여 대상에 따라 다른 접근법과 활동이 요청된다.

6) 의사가 의약정보담당자를 만나는 목적과 의약정보담당자의 활동을 평가하는 기준사이에는 유의한 상관관계가 존재하지 않는 것으로 분석되었다. 일반적으로 의사가 의약정보담당자들을 평가할 때는 의사가 의약정보담당자를 만나는 목적요인에 기초하는 것이 당연한 사실이나 분석결과 목적과 평가에는 상관관계가 없는 것으로 나타났다. 이는 의약정보담당자들의 직무지식 중 의학전문지식에 대해 의사들의 기대치가 낮고 판촉활동과 관련된 업의 특성이 반영된 것으로 보인다.

따라서 본 연구를 통하여 나타난 결과를 근거로 의약품의 시장입지 구축 및 매출 증대에 기여하는 의약정보담당자의 업무수행 능력을 향상시키기 위해서는 의약정보담당자에게 보다 수준 높은 학술적 정보 제공 활동을 할 수 있는 제도적 장치를 확보하고 이를 효율적으로 운영하여야 하며, 또한 의약정보담당자의 인간적 측면의 활동이 의사의 평가관점과 일치시켜 나갈 수 있도록 예절 강화 등의 제반 지침을 규정하고, 인간적 호의와 신뢰를 얻을 수 있는 대화기법에 대한 교육을 보강하고, 공감대 형성을 위하여 요구되는 다양한 관심사에 대한 정보 제공을 강화해 나가야 되겠다.

2. 연구의 한계 및 방법에 대한 고찰

본 연구의 한계는,

첫째, 다양한 병원을 대상으로 통계적인 표본 추출을 해야 하는데 편의 추출에 의한 임의방식이어서 모집단의 결과가 의사전체를 대표하기에 한계가 있다.

둘째, 다양한 제약기업의 의약정보담당자를 대상으로 통계적인 표본 추출을 해야 하는데 편의 추출에 의한 임의방식이어서 의약정보담당자 전체를 대표할 수 없는 한계를 지닌다.

셋째, 설문에 응한 의사군과 의약정보담당자 간의 표본수의 차이가 많아 통계적 유의성을 확보하는데 미흡했다.

넷째, 시간적 지리적 제약조건으로 인하여 의사들의 성의 있는 설문답변을 얻는데 한계가 있어 보다 객관적인 설문결과를 얻는데 한계가 있었다.

다섯째, 특정회사의 의약정보담당자를 대상으로 한 설문으로 본인의 객관적인 응답보다는 해당 기업의 문화와 교육에 의한 이상적 답변일 가능성이 높다.

여섯째, 정확한 시장조사를 위해서는 정보수집의 핵심인 설문지 작성이 체계적으로 되어야 하나 시간적 제약조건으로 인해 필요한 모든 질문들을 제시하지 못하였다.

일곱째, 의사와 MR간의 인식의 차이가 존재할 수 있다. 즉, 정보제공업무는 그 업무를 담당하는 사람의 자격이 어떠한지가 정보에 대한 신뢰성에 연관이 된다고 판단된다. 그렇기 때문에 일반전공출신의 영원사원이 정확한 지식을 갖추었다고 하여도 전문가인 의사가 느끼기에는 그 신뢰성에 한계가 있을 수밖에 없다. 그러므로 비전공자로 구성된 MR에 의해 이루어지는 정보제공에 대해 의사가 느끼는 인식의 간격으로 인해 조사결과가 비뚤림이 있을 수 있다.

3. 향후 연구방향에 대한 고찰

시장환경은 지속적으로 변하고 그 시장을 구성하

고 있는 목표군인 의사들의 수요와 기대수준, 범위도 지속적으로 변화되므로 이러한 조사연구는 정규적으로 실시됨이 타당할 것이라 사료되며, 분석된 결과와 본 연구의 한계를 고려할 때 향후에는 보다 타당성 있고 신뢰성 있는 표본설계를 중심으로 다수의 대상군에서 체계적인 조사연구가 이루어지는 것이 바람직하다고 생각한다.

V. 요약 및 결론

격변하는 의료환경 및 제약사업 환경하에서 향후 제약기업의 부침은 연구개발을 통한 우수한 신약개발 및 보유와 더불어 고도의 학술적 의료지식과 기능을 보유한 의약정보 담당자의 육성에 달려있다고 할 수 있다. 특히 경쟁이 첨예화되고 제품의 시장출시 후 영업 및 마케팅력을 통한 경쟁이 더욱 중요해지는 현 시점에서 제품뿐만 아니라 경쟁력 있는 의약정보 담당자의 교육 및 육성은 제약사업의 기본이 되는 중요한 이슈라고 할 수 있다. 따라서 본 연구는 의약품의 시장입지 구축 및 매출증대에 기여하는 의약정보 담당자의 업무수행 능력에 초점을 맞추어 이를 향상시키는 제 방안을 연구하는데 그 목적을 두었다.

본 연구의 방법으로는 결론을 도출하는데 필요한 주요 가설을 설정하고 이를 입증 또는 반박하기 위하여 주요 병의원급에 근무하는 의사와 국내제약사의 병의원담당 의약정보 담당자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 결과 분석을 통해 의사와 의약정보 담당자간 상호 작용에 영향을 미치는 주된 요인과 그 영향을 분석하고 문헌에 기반한 이론적 연구를 병행하였다.

그 결과 의사가 의약정보 담당자를 만나는 중요한 목적은 첫째, 적절한 환자치료를 위한 제품정보 수집, 둘째, 최근의 의료동향 및 개인의 관심사와 관련된 정보취득 등이며, 의사가 의약정보 담당자를 평가하는 주요 요인으로는 첫째, 성실성, 예의범절을 포함한 인간적 관계, 둘째, 제품에 대한 정확한 정보 및 공정

한 설명 등으로 분석되었다. 전반적으로 의사들의 기대수준에 비추어 전문지식수준 및 정보제공능력에 대해서는 의약정보 담당자의 중요도 인식이 부족한 편이며 인간관계를 매개로 한 접근방식에 있어서는 의사의 기대수준보다 높은 서비스를 제공하는 것으로 나타났다. 따라서 의약정보 담당자의 학술수준을 의사의 기대수준과 유사하게 혹은 그 이상으로 배양할 필요가 있으며 기타의 방법론적 측면에서는 꾸준한 시장정보 수집 및 분석을 통하여 의약정보 담당자와 의사의 인식수준을 동일하게 하고 시장의 만족도를 극대화하기 위한 조율이 필요할 것으로 사료된다.

의료환경, 제약사업환경 및 시대의 변화는 새로운 의약정보 담당자의 역할과 능력을 요구하고 있다. 이전의 임기응변식의 대응에서 벗어나 학술적 전문성을 갖추고 의료전문가의 요구를 정확히 파악하여 이에 대응할 수 있는 의약정보담당자의 육성 및 이를 지원할 수 있는 제반 시스템 구축을 통하여 제품의 경쟁력을 향상시켜야만 궁극적으로 성공적인 제약사업이 가능할 것으로 사료된다.

참고문헌

1. 유충렬. 달라지는 제약환경. 약업신문, 1994.1.1
2. 한국매니지먼트시스템(주). 의약품 영업의 이해와 실천. 2001.
3. 한국MR교육연구회. 의약정보담당자를 위한 영업중급과정1. 2001.
4. 한국매니지먼트시스템(주). 영업사원의 자기반성과 실천. 2000.
5. 민호식. 의약품 전달과정에서 판매원의 역할연구. 서강대학교 논문, 1995.
6. 정세훈. 한국제약산업의 유통경로 선택 및 통제 의결 결정요인에 관한 연구. 1993: 80.
7. 한국제약협회. 한국 제약업의 국제경쟁력 제고방안에 관한 연구. 1993.
8. 정낙신. 한국 약업계 현황과 유통구조 개선방안. 연세대학교 석사학위논문, 1993.
9. 한국제약협회. 한국 제약산업의 발전방향과 보험약가 관리제도 개선방안. 1995.
10. 하태임, 원선미. 영업실무 매뉴얼. 제일제당 사내교육용 자료, 1998.