



Н.В. Тетерич, А.А. Котвіцька, К.О. Демянік

Дослідження особливостей комунікативної сфери провізорів шляхом вимірювання рівня соціального інтелекту

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Ключові слова:*фармацевтична допомога, комунікативна компетентність, соціальний інтелект, професійна ефективність.***Ключевые слова:***фармацевтическая помощь, коммуникативная компетентность, социальный интеллект, профессиональная эффективность.***Key words:** *a pharmaceutical care, a communicative competence, social intellect, professional efficiency.*

Обґрунтовано вплив комунікативної сфери провізорів на ефективність професійної діяльності. Проведено емпіричне дослідження комунікативних особливостей ефективних провізорів у порівнянні з неефективними. Здійснено статистичний аналіз комунікативних особливостей досліджуваних осіб шляхом визначення рівня соціального інтелекту. Визначено, що він впливає на успішність професійної діяльності провізорів. Рекомендовано заходи, що підвищують розвиток соціального інтелекту фармацевтичних працівників.

Обоснованно влияние коммуникативной сферы провизоров на эффективность профессиональной деятельности. Проведено эмпирическое исследование коммуникативных особенностей эффективных провизоров в сравнении с неэффективными. Проведен статистический анализ коммуникативных особенностей исследуемых лиц путем определения уровня социального интеллекта. Установлено, что он влияет на успешность профессиональной деятельности провизоров. Рекомендованы мероприятия, которые повышают уровень развития социального интеллекта фармацевтических работников.

Influence of communicative sphere of pharmacists on efficiency of professional activity was grounded. The program is made and empiric research of individual and social psychological features of effective pharmacists is conducted in comparing to ineffective. The quantitative (statistical) and high-quality analysis of communicative features of investigated is conducted with high and low professional efficiency. It is set that SI absorbs for itself such descriptions as a communicative competence; SI is integrative description which influences on progress of professional activity of pharmacists. Measures which promote development of SI of pharmaceutical workers are recommended.

Фармацевтичний ринок є одним із важливих сегментів вітчизняного ринку і останнім часом зазнав стрімкого розвитку. У зв'язку з цим, принципи надання фармацевтичної допомоги значно змінилися та сприяли появі низки певних вимог до індивідуальних якостей фармацевтичних працівників.

Однією з головних вимог, що зумовлює ефективність фармацевтичної допомоги, є комунікативна компетентність працівників аптек. Належний рівень комунікативних здібностей провізорів, поряд із традиційними методами реалізації ліків, надають значних переваг у підвищенні якості фармацевтичної допомоги, аналіз і подальший розвиток яких сприятиме підвищенню ефективності основних елементів процесу реалізації ліків [2,3].

Мета роботи

Дослідження особливостей комунікативної сфери провізорів з різним рівнем професійної ефективності та встановлення її впливу на ефективність професійної діяльності фармацевтичних працівників.

Матеріали і методи дослідження

Об'єктом дослідження стали комунікативні здібності провізорів, а предметом – комунікативні здібності провізорів з різним рівнем професійної ефективності.

У ході дослідження застосовано: *теоретичні методи* (аналіз літературних джерел, теоретичне моделювання професійно важливих якостей провізорів); *емпіричні методи* (метод експертних оцінок для диференціації

досліджуваних щодо їхньої професійної ефективності, бланкове тестування за методикою Дж. Гілфорда); *методи статистичної обробки даних* (t- критерій Стьюдента) – для визначення достовірних відмінностей у показниках досліджуваних груп.

Результати та їх обговорення

Кваліфікаційні характеристики провізора й фармацевта сьогодні висувають низку вимог до професійних знань та індивідуальних якостей фахівця, який має чітко розуміти завдання фармацевтичної галузі в цілому і задачі аптек, як її основних структурних елементів.

Труднощі у реалізації ЛЗ і ВМП частіше за все зумовлені невмінням фахівця спілкуватись із відвідувачами. Психологія реалізації ліків передбачає багато різних підходів, а її ефективність, як правило, залежить у кожному конкретному випадку від фармацевтичного працівника, що пропонує аптечний товар.

Одним із найважливіших аспектів, що визначають ефективність роботи, є **комунікативна компетентність** (КК) – узагальнена комунікативна властивість особистості, що включає розвинені комунікативні здібності та сформовані уміння й навички міжособистісного спілкування [4]. Високий рівень КК фармацевтичного працівника є основою життєзабезпечення аптечного закладу й зумовлює чітке орієнтування у професійній ситуації та виборі найефективніших засобів спілкування з відвідувачами [2,4].

Важливим аспектом у професійній діяльності аптечних

працівників є дотримання комунікативної культури, формуванню якої сприяє **соціальний інтелект (СІ)**. Належний його рівень у фармацевтичного працівника сприяє розумінню і прогнозуванню ситуацій міжособистісної взаємодії. Тобто, СІ досліджуваної категорії осіб є показником, від якого залежить ефективність взаємодії системи «провізор-пацієнт». Сформованість і подальший розвиток СІ сприяє розумінню намірів, почуттів, емоційного стану людини за вербальними й невербальними проявами [1–3,4].

Для виконання поставленої мети проведено експертне оцінювання критеріїв, що визначають ефективність діяльності фармацевтичних працівників, за результатами якого сформовано 2 експериментальні групи. Основні критерії експертного оцінювання та їх зміст наведено на *рис. 1*.

До групи ефективних провізорів увійшло 15 осіб,

аналогічна кількість увійшла і до групи неефективних провізорів. Першу групу склали 2 чоловіка (13,3%) і 13 жінок (86,7%), віковий діапазон яких становив: 21–30 років – 7 осіб (46,7%), 31–40 років – 2 особи (13,3%) і 41–50 років – 2 особи (13,3%). Аналогічна кількість чоловіків і жінок увійшла до другої групи провізорів, віковий діапазон яких варіює: 21–30 років – 14 осіб (93,3%) і 1 особа старша 31 року (6,7%).

На наступному етапі дослідження за допомогою методики Дж. Гілфорда виділено показник СІ у досліджуваних групах провізорів.

Методика являє собою стандартизовані тести, що діагностують 4 здатності у структурі СІ: *пізнання класів, систем, перетворень, результатів поведінки*. Рівень композитної оцінки (загальний рівень СІ за 4 субтестами), отриманий у ході дослідження, дозволяє адекватно

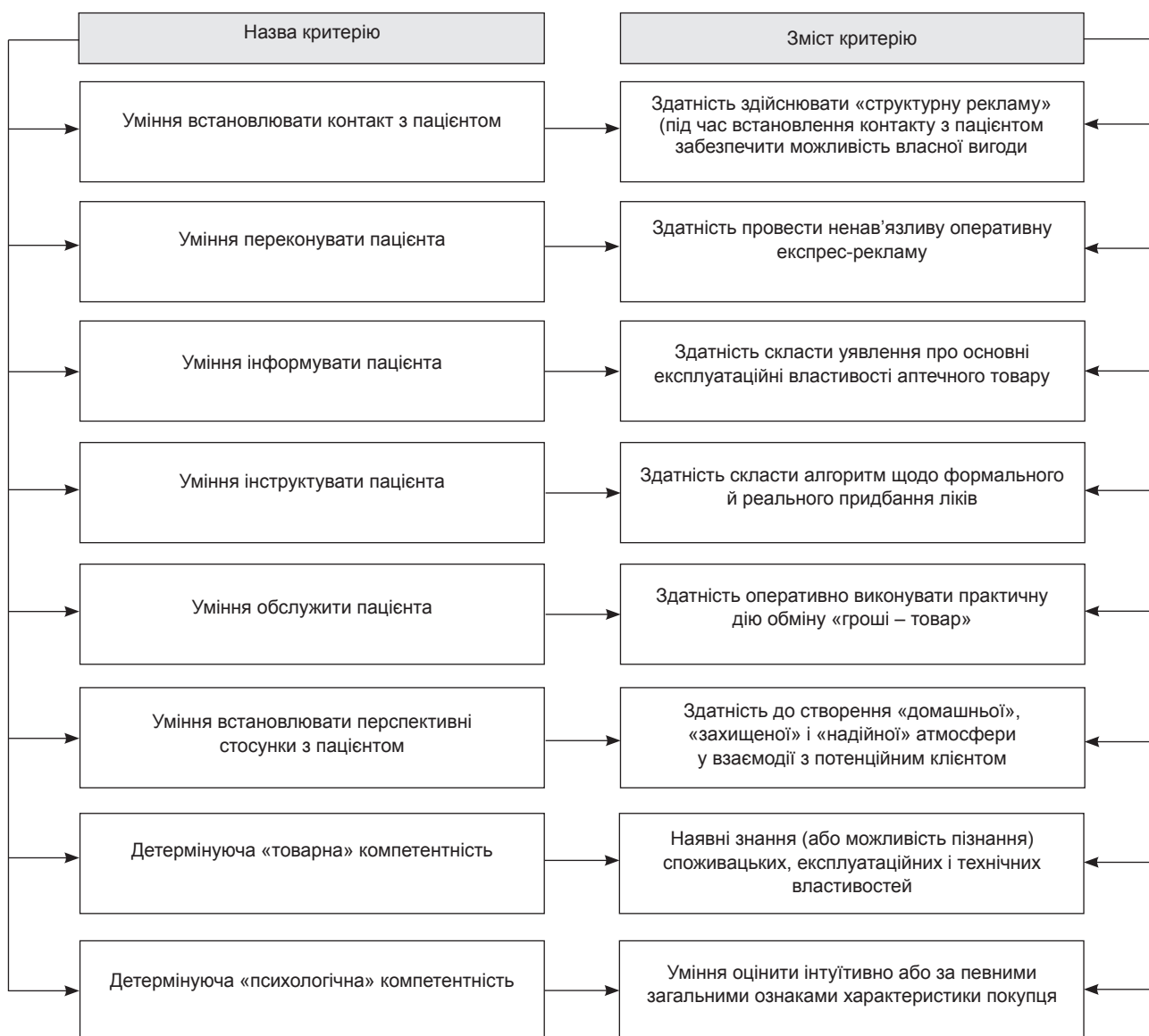


Рис. 1. Характеристика основних критеріїв експертного оцінювання ефективності.

Таблиця 1

Розподіл за критеріями ефективності в досліджуваних групах фармацевтичних працівників

Група №1. Ефективні провізори					
№ з/п	Субтест №1	Субтест №2	Субтест №3	Субтест №4	Композиційна оцінка
Всього балів за тестом	59	96	95	95	98
«2 бали» – знижені здібності до упізнання поведінки	1	0	1	0	0
«3 бали» – середні здібності	7	4	4	5	3
«4 бали» – вищі за середні	3	9	8	7	8
«5 балів» – найвищі здібності	4	2	2	3	4
Група №2. Неefективні провізори					
№ з/п.	Субтест №1	Субтест №2	Субтест №3	Субтест №4	Композиційна оцінка
Всього балів за тестом	44	38	39	37	37
«2 бали» – знижені здібності до упізнання поведінки	6	8	7	8	8
«3 бали» – середні здібності	4	6	7	7	7
«4 бали» – вищі за середні	5	1	1	0	0
«5 балів» – найвищі здібності	0	0	0	0	0

оцінювати соціально значущі чинники працівників аптек, необхідні для успішної роботи в системі «провізор-пацієнт», а саме *чутливість, емпатія, сприйняття іншої людини, соціальна інтуїція* [1,4–6].

Отримані результати за цією методикою розподілено за критерієм успішності й ефективності виконання професійних обов'язків (табл. 1).

Враховуючи показники порівняльного аналізу, наведеного у табл. 1, можемо зазначити, що рівень СІ може суттєво впливати на рівень професійної діяльності провізора. З метою перевірки такого твердження, застосовано t-критерій Стьюдента, за допомогою якого з'ясувалась імовірність ефективної діяльності провізорів у залежності від рівня соціального інтелекту. Для цього порівняно групи ефективних і неефективних провізорів.

За результатами розрахунків встановлено, що значення $t_{\text{емп}}$ дорівнює 7,0769, рівень визначеності $\alpha - 0,001$, що свідчить про високий рівень залежності ефективності професійної діяльності провізорів від рівня СІ.

Загальний рівень СІ (компонентної оцінки), визначений за методикою Дж. Гілфорда, досліджуваних груп ефективних і неефективних провізорів представлено на рис. 2 і рис.3.

Висновки

1. Проведено теоретичний аналіз спеціальної літератури з проблеми дослідження й проаналізовано сучасні наукові уявлення про професійно важливі якості провізорів на підставі досліджень в області соціальної психології та теорії і практики продажів.

2. Складено програму й проведено емпіричне

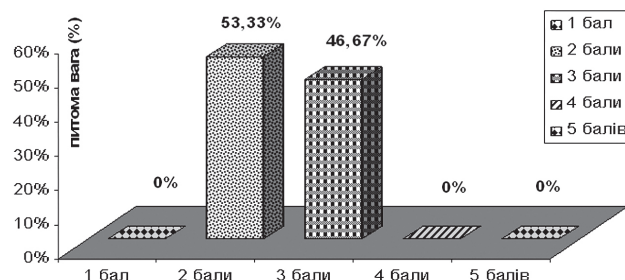


Рис. 2. Загальний рівень СІ в балах у групі ефективних провізорів.

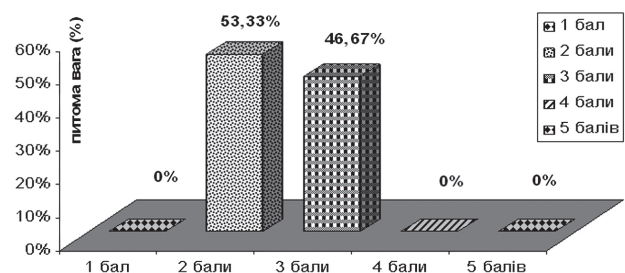


Рис. 3. Загальний рівень СІ в балах у групі неефективних провізорів.

дослідження індивідуальних і соціально-психологічних особливостей ефективних провізорів у порівнянні з неефективними.

3. Проведено кількісний (статистичний) і якісний аналіз комунікативних особливостей досліджуваних з високою та низькою професійною ефективністю.

4. Встановлено, що СІ включає в себе комунікативну

компетентність, тобто є інтегративною характеристикою, що впливає на успішність професійної діяльності провізорів.

Перспективи подальших досліджень

Отже, для підвищення ефективності професійної діяльності провізорів вважаємо доцільним впливати, в першу чергу, на розвиток СІ фармацевтичних працівників, оскільки його підвищення сприятиме розвитку комунікативної сфери. Одним із засобів розвитку СІ є тренінги продажів, які спрямовані на діяльність із впізнання елементів, класів, відношень і систем

поведінки. Зазначені заходи сприяють розвитку здатності провізора до розуміння цілісних ситуацій взаємодії людей, допомагають обґрунтувати зміст їхньої поведінки у конкретних ситуаціях, допомагають у передбаченні наслідків спілкування, виходячи з наявної інформації.

Розвиток СІ на рівні умінь і навичок у тренінгових формах підвищить ефективність професійної діяльності провізорів і сприятиме розвитку комунікативної сфери фахівця.

Література

1. Немченко А.С. Дослідження комплексу параметрів, які підвищують престиж аптеки як закладу охорони здоров'я / А.С. Немченко, Н.В. Тетерич // Економічна освіта й наука: досвід та перспективи розвитку: матеріали наук.-практ. конф., до 10-річчя спеціальностей «Економіка підприємства» і «Маркетинг», м. Харків, 22–23 лист. 2007 р. – X., 2007. – С. 336–338.
2. Немченко А.С. Обґрунтування психологічних принципів у системі «провізор-кінцевий споживач» / Н.В. Тетерич, А.С. Немченко // Актуальні питання створення нових лікарських засобів: матеріали всеукраїнської наук.-практ. конф. студентів і молодих учених, м. Харків, 17–18 травня 2007 р. – X., 2007. – С. 337–338.
3. Немченко А.С. Аналіз психологічних чинників щодо забезпечення соціалізації та адаптації працівників аптек / А.С. Немченко, Н.В. Тетерич // Ефективність використання маркетингу та логістики фармацевтичними організаціями: матеріали наук.-практ. конф., м. Харків, 21 жовт. 2008 р. – X., 2008. – С. 218.
4. Немченко А.С. Дослідження соціального інтелекту як провідного психологічного чинника, що підвищує ефективність роботи працівників аптек / А.С. Немченко, Н.В. Тетерич // Сучасні досягнення фармацевтичної технології: матеріали першої наук.-практ. конф. з міжнародною участю, м. Харків, 20–21 лист. 2008 р. – X., 2008. – С. 84.
5. Немченко А.С. Соціально-психологічні та етичні аспекти реалізації лікарських засобів / А.С. Немченко, А.А. Котвіцька, Н.В. Тетерич // Клінічна фармація. – 2009. – Т. 3, №3. – С. 28–30.
6. Немченко А.С. Актуальність досліджень психології продажу в аптечних закладах / А.С. Немченко, А.А. Котвіцька, Н.В. Тетерич // Фармаком. – 2007. – №3. – С. 119–124.

Відомості про авторів:

Тетерич Н.В., аспірант каф. організації та економіки фармації НФаУ.
Котвіцька А.А., д. фарм. н., професор каф. організації та економіки фармації НФаУ.
Демянік К.О., магістрант каф. організації та економіки фармації НФаУ.

Адреса для листування:

Тетерич Наталія Володимирівна. 61168, м. Харків, вул. Блюхера, 4, НФаУ, каф. організації та економіки фармації.
Тел. (057) 67 91 70
E-mail: economica@ukr.net
