

ЛІТЕРАТУРА

1. Андреев А.А. Средства новых информационных технологий в образовании: систематизация и тенденции развития / А.А.Андреев // Основы применения информационных технологий в учебном процессе Вузов. – М.: ВУ, 1995 г. с.43-48.
2. Бріскін Ю.А. Галузеві особливості Internet-освіти / Ю.А.Бріскін. – Електронна стаття – [http://www.defes.lviv.ua/osvita_u.htm]
3. Стеценко Г.В. Проблеми упровадження веб-технологій у вищому педагогічному навчальному закладі / Г.В.Стеценко // Теоретичний та науково-методичний часопис “Вища освіта України”. Тематичний випуск “Педагогіка вищої школи: методологія, теорія, технології”. – К: Генезис, 2009 – №3 (додаток 1). – С.569-572.
4. Титова С. В. Ресурси і служби Інтернету в преподаванні іностраних мов / С.В.Титова – М.: Изд-во МГУ, 2003. – 268 с.
5. Угольков В.В. Компьютерные технологии как средство обучения иностранному языку в вузе: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / В.В.Угольков– М., 2004. – 18с.

Резюме. В статті проаналізовано роль Інтернету в навчальній діяльності студентів, зокрема, зміст, форми, методи і засоби навчання, які забезпечують більш широкі можливості розвитку, саморозвитку і самореалізації особистості. Обґрунтовано ефективність активізації пізнавальної діяльності в умовах глобальної інформатизації всіх сфер суспільного життя і, зокрема, сфери освіти.

Ключові слова: гіпертекст, електронний ресурс, електронний підручник, інформаційні технології, мережа Інтернет, навчання, студенти, телеконференція, веб-форум.

Summary. In article the Internet role in educational activity of students, in particular, the maintenance, forms, methods and tutorials which provide more ample opportunities of development, self-development and self-realization of the person is analysed. Efficiency of activation of informative activity in the conditions of global information of all spheres of public life and, first of all, an education sphere is proved.

Key words: the hypertext, an electronic resource, the electronic textbook, information technology, a network the Internet, training, students, a teleconference, a web forum.

УДК 159.922

Л.В. БУРКО

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТА

Резюме. У статті авторкою розглянуто аспекти діяльності фармацевта, психологічні особливості роботи та проаналізовано дослідження з найбільш значущих соціально- психологічних та особистісних рис фармацевтичних працівників.

Ключові слова: фармацевт, аптека, етика, компетентність, психологічне навантаження, комунікативність, професіоналізм.

Постановка проблеми. Розширення сфери лікувальної самопомоги і самопрофілактики, широкий вибір препаратів, які представлені на ринку, політична і соціальна заборона щодо закриття медичних установ, а також підвищення рівня компетентності людей у медичній та фармацевтичній сфері за рахунок радіо, телебачення та мережі Інтернет, зумовили зростання звернень споживачів у аптечні установи минаючи лікарів. Це привело не лише до збільшення частоти контактів відвідувачів аптеки з фахівцями відділів фармації, але й підвищило вимоги до рівня їх професійної компетентності.

Фармацевти-провізори — це професіонали, які працюють у сфері охорони здоров'я та допомагають людям зберігати задовільний стан здоров'я, запобігати хворобам і, за необхідності, придбати необхідні їм ліки та найбільш ефективно їх використовувати. Діяльність фармацевта надзвичайно специфічна. Вона вимагає як високої професійної компетенції, відповідальності, так і має велике психологічне навантаження. В аптеку приходять люди, стурбовані своїми проблемами, вони відчуваючи біль чи інші аспекти недуги, багато з них переживають тривогу за здоров'я своїх близьких. Все це накладає відбиток на стан їхньої психіки і поведінки. Фармацевт повинен знати, якими можуть бути, з урахуванням психології, відвідувачі аптек, володіти знаннями про можливі способи передачі повідомлення: вербальному, графічному, мовою жестів, просто мимікою, прямою дією, а також вміти розшифрувати мову адресата, на якій надсилається повідомлення пацієнтом.

Психологічні питання діяльності провізорів знайшли віддзеркалення в наукових працях таких відомих представників фармацевтичної науки і практики як Бондарь І.М., Коломієць Л.Т., Брилева Н.І., Глонь З.І, Гарчев С.І, Волох Д.С., Губский І.М., Тольцман Т.І., Ельяшевич Е.Г., а також у роботах психологів Архипова С., Балл Г., Барановська Л., Волкова Н., Заброцький М., Зимня І., Кан-Калік В., Корнев М., Лавриненко В., Леонтьев О., Максименко С., Маркова А., Овчарук О., П.Перепелиця, Л.Петровська, В.Рибалка, В.Тюріна та інші.

В умінні підтримати хворого морально і духовно, не залишати без уваги його запити, піклуватися про кожен людину, що звернулася за допомогою в аптеку, полягає висока місія сучасного фармацевта[4]. Участь провізора у консультуванні відвідувачів позитивно впливає на застосування ліків. Хвороба, як відомо, навіть дуже сильну та розсудливу людину перетворює на слабку й безпорадну. В очах такої людини провізор є носієм сили, бадьорості, впевненості в одужанні. Саме від того, наскільки провізор зможе переконливо і доступно донести до пацієнта інформацію про дії та протипоказання лікарських препаратів, значною мірою залежатиме якість та ефективність процесу лікування. Віра пацієнта в успіх лікування досить часто є важливіша за ліки [7].

Фармацевтичний працівник у своїй практичній діяльності з реклами ЛЗ та ВМП повинен керуватись виключно чинним законодавством з дотримання етичних принципів та моральних норм. [13].Окрім загальних медичних знань, провізор повинен володіти питаннями розробки, приготування, дослідження (аналізу), зберігання, відпуски лікарських засобів, знати дозування лікарських засобів, лікарських препаратів і номенклатуру медичних субстанцій - компонентів з яких готуються

ліки (їх налічується декілька сот найменувань). У той же час, він повинен володіти гамою соціально-психологічних характеристик особистості. Перш за все, провізор повинен бути толерантною людиною. Його професійна діяльність вимагає вміння володіти собою в будь-якій ситуації, бути уважним і терплячим до покупців і колег. Його особисті проблеми або погані настрої не повинні заважати взаємодії з клієнтами [13]. Важливою якістю провізора є лояльність. Він не повинен дозволяти собі негативних висловлювань на адресу керівництва і організації роботи в аптеці. Це шкодить доброму іміджу аптеки і підриває довіру споживачів до її співробітників.

Фармацевт повинен бути тактовною людиною. Він не дозволяє собі обговорювати особисті проблеми з клієнтами та колегами, читати книгу або журнал у той час як клієнти очікують його допомоги. Він не має права байдуже ставитися до відвідувачів аптеки. Спілкуючись з ними аптекар не має права коментувати зовнішній вигляд або поведінку покупця. Розмовляти фахівець повинен зрозуміло, чітко і ввічливо.

Серед професійних якостей фармацевта психологи особливу увагу зосереджують на спостережливості. Коли покупець входить до торговельного залу, вся увага фармацевта повинна бути прикута саме до нього. Це допоможе підібрати належну стратегію поведінки. Клієнт, який зайшов до торговельного залу і прямує відразу до фармацевта, як правило вже знає, який препарат йому потрібний. Його потрібно проконсультувати і обслужити якомога швидше. У той час, як робота з клієнтом, що розглядає вітрини повинна будуватися інакше. Людина хоче спочатку самостійно роздивитись ЛЗ, і фахівцю потрібно дати їй деякий час, а потім запропонувати свої послуги [6].

Серед значущих якостей фармацевта виокремлюють і його здатність оперативного обслуговування клієнтів при наявності черг. Робота фармацевта при наявності навіть невеликої черги потребує особливих навичок. Перш за все, провізор повинен обслуговувати клієнтів достатньо швидко, але не метушитися, інакше в них може скластися враження, що фахівець недостатньо впевнений у собі. Крім цього, надмірна суматоха може призвести до помилок у розрахунках, пересортиці, невірним рекомендаціям [8, 9].

Для встановлення довірливих відносин із споживачем провізор повинен бути комунікативно компетентним. До складу компетентності включають сукупність знань, вмінь та навичок, що забезпечують ефективне спілкування. З цієї точки зору компетентність передбачає вміння змінювати глибину та коло спілкування, розуміти та бути зрозумілим партнерами по спілкуванню. Комунікативна компетентність - це досвід спілкування між людьми, що розвивається, в значній мірі усвідомлюється і формується в умовах безпосередньої взаємодії [10, 15].

Фармацевтична професійна діяльність має широкий спектр психологічних аспектів. Провізору перш за все необхідно знати специфіку психологічних процесів, що відбуваються у свідомості людини як у нормі, так і в патології; структуру особистості, функції і засоби спілкування; прийоми і методи психологічної кореляції і типи їх проявів Аптечний працівник повинен вміти використовувати вербальні і невербальні способи спілкування у професійній діяльності [11, 12]. Психологічний вплив провізора на хворого, під час професійного спілкування, тісно пов'язаний з ефектом плацебо (лат. placebo), який є психологічним феноменом. Термін "ефект плацебо" було введено у 1955 р. американським лікарем Генри Бічером. Плацебо-ефектом називають фізіологічні зміни та нетипові процеси в організмі людини під впливом навіювання та самонавіювання, що викликані зовнішніми факторами [5]. Вважається, що ступінь прояву плацебо-ефекту залежить від міри довіри хворого лікарю та провізору. Висловлюють судження, що більшість (75 відсотків) позитивних реакцій на препарати - це реакція на плацебо і лише 25% можна вважати дійсно ефектом препарату [3]. Сафонов В. найголовнішою функцією довіри вважає обмін значимими думками і почуттями на основі віри та довіри до партнера. При цьому відбувається відповідне обособлення цієї пари від інших людей. Максименко С.Д. головною соціально-психологічною функцією довіри вважає комунікативність. На її переконання, комунікативні процеси взаємодії людей неможливі без довіри, бо саме довірче спілкування є основою всіх можливих шляхів зближення людини з людиною [14]. Основою для створення довіри між провізором і клієнтом є стан раппорту. Без гарного раппорту (контакту) між провізором і клієнтом процес реалізації лікарського засобу потребує значно більше часу і зусиль, а задоволення клієнта при цьому буде значно меншим.

Відношення між провізором і клієнтом часто пов'язані з конфліктом. Конфлікти є невід'ємною частиною людських відносин і вони закономірні. Коли провізор і відвідувач знаходяться у контакті, то незалежно від причини їх взаємодії завжди існує імовірність виникнення конфлікту [1]. У соціальній психології не існує загальноприйнятого визначення конфлікту. Деякі фахівці розглядають конфлікт як протиріччя між людьми, які виникають через несумісність їх потреб, мотивів і цілей діяльності, відносин і поглядів, психологічної складової. Робітникам аптек для згладження цього явища треба вчитися розпізнавати конфліктні ситуації, а також намагатися не втягнути себе у протидіяння. Як показує статистика, приблизно 25% клієнтів аптек - цілком приємні, доброзичливі і миролюбиві люди, останні ж 75% клієнтів аптек здатні спровокувати конфлікт [2]. Якщо провізору вдасться перетворити деструктивний конфлікт в конструктивний, він перестане бути його учасником і зможе глянути на ситуацію, яка склалася, зі сторони. Перестав емоційно реагувати на випадки клієнта, фахівець має можливість проаналізувати причини конфлікту, і зможе в кінцевому результаті запропонувати конструктивне рішення. Конфлікт буде вичерпано [1].

Наші спостереження показали, що серед мотиваторів вибору аптечної установи перше місце (5 балів) займає такий параметр як надання кваліфікованої поради зі сторони фармацевта, а також гарантована якість ліків. Параметр низьких цін відповідно зайняв другу позицію. Такі показники як зручність розташування і широта асортименту оцінені респондентами за середнім рівнем (відповідно по 3 бали). Для клієнтів перш за все значимою підставою вибору аптечної установи є орієнтація на провізора, його компетентність, уважність, емпатійність. Існує цікава вікова закономірність. Молоді люди і відвідувачі середнього віку основну увагу зосереджували на уважності і компетентності аптечних працівників. Люди похилого віку виокремлювали перш за все їх привітність, теплоту у взаємодії з клієнтом. При цьому вони теж виявляли досить високий рівень емпатійності.

Аналіз основних інформаційних джерел вибору лікувальних препаратів показав, що поради фармацевта визнаються як значимі 98% респондентів: порада лікаря (60%), порада фармацевта (98%), порада друзів (15%), реклама (10%), система власних знань (25%), ситуативні чинники (35%).

При аналізі основних професійних якостей провізора всі оцінювані якості були погруповані у 11 категорій. До них належать категорія: комунікативності - 7,5 балів- найбільш значуща; емоційності - 6,03 бали; мнемічні характеристики - 4,57 бали; мовленнєві- 3,79 бали; мислиннєві - 3,76; моторні- 3,55; спостережливості- 2,87; вольові- 2,57; атенційність - 1,18; імажинативні- 1,13 та сенсорні- 1,05 бали.

Важливе значення має професійна компетентність, яка складається зі: спеціальної компетентності - включає знання фармакотерапевтичних, медичних, технічних, ергономічних характеристик товарів і послуг фармацевтичного асортименту;

управлінської компетентності – включає знання законів і правил розвитку фармацевтичного бізнесу і формування команди; психологічної компетентності – заснована на знаннях психології спілкування з партнерами по фармацевтичному ринку, споживачами фармацевтичних товарів і послуг; правової компетентності – визначається знаннями нормативної правової бази по фармацевтичній діяльності і мірі відповідальності за її невиконання. Риси, що характеризують ставлення до справи такі як охайність, зазначили 87% опитаних, компетентність- 100%, активність-10%, знання нетрадиційних методів медицини- 8%; знання нових препаратів-57%; а також ті що належать до соціально-психологічної групи : ввічливість-100%, чесність-90%; привітність- 83%, щирість-70%; відповідальність-70%; емпатійність -67%, тактовність- 63%, комунікабельність- 62% опитаних; почуття гумору- 12%; пунктуальність-7%.

Чесність (90%) — це одна з основних граней людських чеснот, моральна якість, що відображає одну з найважливіших вимог моральності. Включає правдивість, принциповість, вірність взятим зобов'язанням, суб'єктивну переконаність у правоті справи, що проводиться, щирість перед іншими і перед самим собою відносно тих мотивів, якими людина керується, визнання і дотримання прав на те, що їм належить.

Природно, що високі моральні якості, необхідні для виконання фармацевтичного обов'язку, не виникають мимовільно чи миттєво, вони виховуються у процесі навчання майбутнього провізора в школі і вузі. Тому при зарахуванні в медичний інститут, на нашу думку, необхідно відбирати студентів не тільки виходячи з отриманих ними на іспитах оцінок, але і моральних якостей абітурієнтів.

Виходячи з цього, можна стверджувати, що було б цілком доцільно проводити тренінги комунікативної компетентності для працівників аптек. Вкладання грошей у розвиток персоналу - це довгострокова інвестиція для розвитку аптечного бізнесу та якісного задоволення потреб населення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Анатомія конфлікту // Фармацевт практик: Науково-популярний та станovo-побутовий журнал.- 2004. - №3 - С.80.
2. Агрессию и гнев погасите спокойствием // Мистер Блистер.- 2004.-№6 - С.22-23.
3. Волкова Н.П. Професійно-педагогічна комунікація: Навчальний посібник / Н.П.Волкова. – К.: ВЦ «Академія», 2006. – 256 с.
4. Горелова Л.Е. Высокая миссия фармацевта / Л.Е. Горелова // Рос. мед. журн. — 2002. — Т. 10. — № 6
5. Диогенові проблеми // Діловий журнал галузі Фармацевт практик.- 2006. -№4.-С.24-26.
6. Искусство продаж // Мистер Блистер.- 2004. -№12 - С.15-16.
7. Консультация пациента в аптеке // Провизор.- 2004. -№9 - С. 3-4.
8. Комкон - Фарма-Украина // Провизор.- 2006. - №16. - С.6.
9. Максимум услуг за минимум часу// Фармацевт практик: Науково-популярний та станovo- побутовий журнал. - 2006.- №2 - С.74.
10. Маклаков А.Г. Общая психология / А.Г. Маклаков. – СПб:Питер-2006.
11. Прихильники класичної фармації // Фармацевт практик Науково-популярний та станovo - побутовий журнал 2006.- №7 - С.62-64.
12. Психология игры, или как проиграть, чтобы выиграть Мистер Блистер.- 2004.-№5. - С.10-11, 14-15.
13. Усенко В.А., Фармацевтический маркетинг, политика фармацевтических фирм по продвижению продукции / В.А. Усенко // Провизор № 9.- май 2000 г.
14. Максименко С.Д. Технологія спілкування (комунікативна компетентність учителя: сутність і шляхи формування) / С.Д.Максименко, М.М.Заброцький. – К.:Главник, 2005. – 112 с.
15. Макшанов И.Я. Лекарственная деонтология / И.Я. Макшанов. — Минск, 1998;

Резюме. В статті автором розглянуті аспекти діяльності фармацевта, психологічні особливості роботи і проаналізовані дослідження з найбільш важливих соціально-психологічних і особистісних якостей фармацевтичного працівника.

Ключевые слова: фармацевт, аптека, етика, компетентність, психологічна навантаження, комунікабельність, професіоналізм.

Summary. In the article an author is consider the aspects of activity of druggist, psychological features of work and research is analysed from most meaningful social psychological and personality lines of pharmaceutical workers.

Key words: druggist, pharmacy, ethics, competence, psychological loading, communicativeness, professionalism .

УДК 159.942:159.923

А.В. ВОВКОДАВЕЦЬ

ВПЛИВ РІВНЯ ЕМОЦІЙНОЇ СТІЙКОСТІ ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТІВ НА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ЇХ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Резюме. На основі психологічних теоретичних даних проаналізовано проблему впливу рівня емоційної стійкості особистості студентів на результативність їх навчальної діяльності.

Ключові слова: емоції, почуття, емоційна стійкість, емоційні стани, емоційні процеси, емоційна напруга, студенти, навчальна діяльність.

Постановка проблеми. Безсумнівно, що проблема емоційної стійкості актуальна як для розвитку загальнопсихологічної теорії, так і для практичної реалізації психологічного знання у різних сферах поведінки, трудової, навчальної, спортивної, військової та інших видах діяльності. Аналіз багатьох видів трудової діяльності засвідчив, що одним з найбільш значущих чинників регуляції дій є емоційна стійкість особистості, що і зумовило актуалізацію питання про методи її підвищення та способи довірливої регуляції емоційних станів.

Разом із тим, регулююча функція емоцій залишалася і продовжує залишатися поза увагою багатьох дослідників проблеми. Оскільки напружені і складні умови зустрічаються практично в будь-якому виді діяльності, у тому числі й