

УДК 378. 147

СПІЛКУВАННЯ ЯК СКЛАДНИК ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ВИПУСКНИКІВ ВИЩОГО ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ЗАКЛАДУ

Кайдалова Л. Г., канд. пед. наук
Пляка Л. В., старший викладач
Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Інтерес з боку психології і педагогіки до проблематики спілкування, який набув упродовж останнього часу сталого характеру, зумовлюється низкою обставин як власне теоретичного, так і практичного порядку.

Спілкування і взаємодія з людьми складають основний зміст роботи фармацевтів і провізорів. Упродовж життя кожен із нас постійно контактує, спілкується з найрізноманітнішими людьми. Уся система ставлення людини до інших людей реалізується у спілкуванні. Лише під час спілкування з іншими людьми, людина засвоює знання, накопичені людством, його досвід, цінності і способи діяльності, формується як особистість. Спілкування виникає в результаті спільної життєдіяльності людей, тому воно здійснюється під час найрізноманітніших міжособистісних взаємин – і в разі позитивного, і в разі негативного ставлення однієї людини до іншої.

Спілкування – це процес встановлення і розвитку контактів між людьми, який породжується потребами спільної діяльності і включає обмін інформацією, вироблення єдиної стратегії взаємодії, сприйняття і розуміння іншої людини [4, с. 8].

Висока культура фармацевтичного обслуговування неможлива без психології спілкування. Володіючи основами психології спілкування, провізор може своєчасно попередити той чи інший конфлікт або агресію з боку співпрацівників чи відвідувачів, що прийшли за ліками. Діяльність провізора належить до професій типу «людина-людина», тому її ефективність багато в чому залежить від рівня розвитку здібностей до пізнання поведінки інших людей, розуміння своїх переваг та недоліків у спілкуванні.

Для встановлення оптимальних взаємин між людьми, особливо в трудовій діяльності і в побуті, велике значення має культура спілкування. Часто в повсякденному житті ми нав'язуємо ті чи інші вчинки, звички людей з їх характером, а оскільки характер особистості формується в процесі її діяльності, спілкування з іншими людьми, то багато тут залежить від рівня культури спілкування. Культура спілкування передбачає наявність таких рис характеру, як терпимість, доброзичливість, повага до людей, тактовність і чемність. Ці риси характеру виховуються в людини з дитинства. Моральні якості людини, рівень її культури оцінюється вчинками стосовно інших людей [1].

Фармацевти і провізори – це професіонали, які працюють у сфері охорони здоров'я та допомагають людям зберігати задовільний стан здоров'я, запобігати хворобам і за необхідності придбати призначені їм ліки і найбільш ефективно їх використовувати.

Зауважимо, що фармацевтичні професії відносяться до типу «людина-людина». Згідно Є. О. Климову, цей тип професій визначається такими якостями людини: стійкий стан самопочуття під час роботи з людьми; потреба у спілкуванні, здатність ставити себе на місце іншої людини, швидко розуміти наміри, думки, настрої інших людей, швидко розумітись на взаємовідносинах людей, добре пом'ятати і володіти знаннями про особистісні якості багатьох та різних людей тощо. Людям цієї професійної групи властиві: уміння керувати, навчати, виховувати, дійснювати корисні дії з обслуговування різних потреб людей; уміння слухати та вислухати; широкий кругозір; мовленнєва (комунікативна) культура; душевна спрямованість розуму, спостережливість до проявів почуттів, розуму і характеру людини, до її поведінки, уміння або здатність мисленно уявляти, моделювати саме його внутрішній світ, а не приписувати йому свій власний чи той, знайомий з досвіду тощо [2].

У діяльності працівників охорони здоров'я особливе значення в процесі спілкування має здатність співпереживати, співчувати, додавати віри у сили у спілкуванні з хворою людиною задля її одужання.

Фармацевтичний працівник є не лише суб`єктом, але й об`єктом спілкування. Він повинен вміти і мати бажання спілкуватися з покупцями. Адже поради пацієнтам з питань лікування – це одна з складових аптечного сервісу. Якщо лікарська терапія не показана, провізор радить лікування без застосування лікарських засобів чи направляє пацієнта до лікаря. Участь провізора в консультуванні пацієнтів, безумовно, позитивно впливає на правильність прийому ліків. Для цього необхідно встановити доброзичливий контакт між хворим і провізором, таким чином, провізор повинен володіти гарними навичками спілкування.

Під час спілкування провізора з клієнтом враховуються всі фактори позитивного впливу на співрозмовника: мова; манера одягатися, виховання, професійні навички, вміння пояснити, комунікабельність, тактовність, ерудиція та ін.

Сприйняття людини і формування першого враження про нього – це початковий етап спілкування. Перше враження складається протягом перших трьох секунд. На основі цього враження ми приймаємо рішення, чи спілкуватися нам з цією людиною, чи можливо їй довіряти, чи подобається вона нам. Змінити перше враження, що склалося в перші хвилини спілкування, дуже складно. Саме цьому у провізора повинен бути білосніжний халат, скромна зачіска, охайність, скромність – все це сприяє встановленню позитивних емоцій з відвідувачами аптеки.

Для ефективного спілкування з клієнтами провізор повинен мати перш за все позитивний настрій. Позитивний настрій – це внутрішня позиція, відношення до людей і до роботи. Якщо настрій позитивний, бажання допомогти, то і людині стає краще.

Другий компонент ефективного спілкування – встановлення контакту. У процесі своєї діяльності перед очима фармацевтичного працівника проходять сотні людей, що відрізняються один від одного. Спостерігаючи за ними, фармацевтичний працівник повинен навчитися за допомогою зовнішніх ознак проникати в глибини людського характеру, оцінювати невербальні ознаки

стану пацієнта (вираз обличчя, жести, позу, міміку, тон голосу і т. ін.) Це необхідно йому для того, щоб в процесі фармацевтичного обслуговування клієнтів бути готовим до несподіваних вчинків, вимог та їх прохань.

Коли провізор відповідає на питання пацієнта, пов'язані з лікуванням, виникають партнерські взаємовідносини, що характеризуються довірою і взаємним бажанням досягнення максимально ефективного результату. Участь провізора в консультуванні пацієнтів позитивно впливає на застосування ліків. Необхідно пам'ятати, що хворим властиві роздратованість, підвищена вимогливість і вразливість. Тому під час спілкування з ними слід проявляти максимум чуйності, уваги та такту. Провізору необхідно слідкувати за своїми жестами та мімікою, так як хворі надзвичайно чутливі до проявів недоброчливості. Привітне звертання, увага, передбаченість, бажання полегшити хворобу впливають на укріплення авторитету працівників аптеки.

Провізор повинен подолати бар'єри в спілкуванні з пацієнтом, пов'язані з його освітою, соціально-економічним і культурним рівнем, інтересами та звичками. Нерідко і слово лікує, тому важливо думати не тільки що, але і як сказати. Необмірковані слова можуть підірвати довіру хворого до провізора, нанести психічну травму, що стане причиною захворювання. Крім того, пацієнт повинен бути впевненим в конфіденційності обговорюваної з провізором інформації. Провізору необхідно використовувати під час спілкування доступні слова і уникати медичних термінів. Ефективне спілкування відбувається лише тоді, коли отримувач інформації чує і розуміє те, що йому розповідають. Це можливо досягти методом «активного слухання», коли пацієнт повторює інформацію. Необхідно говорити зрозуміло і в міру голосно, а старим людям основні положення необхідно повторювати кілька разів.

Під поняттям комунікативної компетентності провізора розуміють сукупність навичок та вмінь, необхідних для ефективного спілкування, а саме: вміння сприймати комунікативні сигнали, в тому числі й ті, які співрозмовник вважав би за краще приховати, вільне володіння власними вербальними та

невербальними засобами соціальної поведінки, здатність розуміти внутрішні мотиви вчинків та логіку розвитку складних ситуацій міжособистісних взаємин.

Комунікативна компетентність – це група важливих якостей, що необхідна кожній людині в багатьох ситуаціях, а в практичній діяльності фармацевтичних працівників без неї просто неможливо. Вона зумовлює колективну роботу різних фахівців, вимагає від співробітників ефективної роботи в команді на загальний результат.

Комунікативна компетентність працівників аптеки – це певний рівень сформованості досвіду взаємодії з пацієнтами та колегами, який необхідний для успішної професійної діяльності.

Формування комунікативних компетенцій потребує адекватної орієнтації змісту гуманітарної освіти: необхідно формувати соціальні вміння спілкування, які необхідні працівнику аптеки і в щоденній професійній діяльності. Вони пов'язані з усвідомленням багатьох чинників, готовністю вислухати хворого або відвідувача аптеки, зрозуміти іншу точку зору терпінням, критичним мисленням та аналізом аргументів тощо.

Під час спілкування відвідувач аптеки повинен відчувати, що питання провізора викликані лише бажанням надати йому допомогу. Для досягнення співпраці провізор пояснює причину, чому він ставить особисті запитання.

Безумовно, невисокий рівень навичок ділового спілкування негативним чином впливає на ефективність професійної діяльності працівників фармацевтичної галузі.

Манера розмовляти, як і вміння підтримувати бесіду, має важливе значення при спілкуванні людей. Для того, щоб бути хорошим співрозмовником, необхідно добре знати те, про що говориш. Ні в якому разі непотрібно довго говорити самому, не даючи співрозмовнику вставляти слова [3, с. 51].

Практичні можливості психології дозволяють покращити практику спілкування за рахунок цілеспрямованих заходів з психологічного забезпечення вдосконалення роботи з персоналом.

Вміння слухати є важливою складовою професійної компетентності провізора. Це означає, що пацієнт може вільно розповідати проблему і бути впевненим в індивідуальній увазі. Провізор повинен зосередитися на пацієнті і виключити відволікаючі моменти. При цьому він може зробити уточнення і бути уважним до відповідей пацієнта на питання. Спілкування повинно носити позитивний характер, можливо прибгати до перефразування слів пацієнта, в повторенні висловлених в зрозумілих хворому думках. Переривання чи демонстрація відсутності зацікавленості, невдоволення послаблюють довіру пацієнта і знижують готовність обговорювати проблему, а також купувати ліки. Провізор повинен підтримувати правильні рішення пацієнта, демонструючи при цьому зацікавленість і повагу до його думки.

Особистісні якості фармацевтичних працівників – фармацевтів і провізорів, як і більшості професій, що передбачають спілкування з людьми, в першу чергу спрямовані на внутрішню орієнтацію на пацієнта або відвідувача аптеки. Якщо працівник аптеки не вміє поставити себе на місце іншої людини, а також не може себе адекватно оцінити, то йому буде дуже важко працювати. Але можна навчатись правильному спілкуванню з покупцем аптеки. При цьому необхідно швидко з'ясувати, що людині потрібно, коротко пояснити переваги того чи іншого лікарського препарату. Крім того, зауважимо, що провізору чи фармацевту досить часто приходиться працювати в умовах обмеженого часу, тому треба вміти «переключатись» на потрібний лад, вміти знімати стреси та уникати конфліктів при спілкуванні з покупцями. Коли відвідувач аптеки обурюється, кричить чи грубо поводить, необхідно зрозуміти, що йому дійсно може бути погано і він не може контролювати свої емоції. Тому необхідно формувати вміння та навички поведінки з такими клієнтами.

З метою надання консультативної допомоги викладачам, аспірантам, студентам у Національному фармацевтичному університеті організована Психологічна служба. Призначенням психологічної служби є:

- забезпечення психічного і психологічного здоров'я студентів, розвиток їх здібностей, реалізація потенційних можливостей, профілактика стресових станів;
- практична допомога студентам в подоланні особистісних труднощів у навчанні та особистому житті;
- науково-дослідницька діяльність з психолого-педагогічних напрямів;
- індивідуальні та групові консультації психолога з проблем психолого-соціальної адаптації(консультації, бесіди, тренінгові заняття з використанням психологічних технологій і технік;
- тестування;
- тренінги.

Завданнями психологічної служби є: сприяння повноцінному особистісному й інтелектуальному розвитку студентів з урахуванням вікових і соціальних особливостей, формування здібностей до самовиховання і саморозвитку; розвиток індивідуальних особливостей студентів, їх інтересів, почуттів, відношень, захоплень, життєвих планів; надання психологічної допомоги студентам на підставі моніторингових досліджень освітньої та виховної діяльності та підтримка студентів у разі необхідності; профілактика і конкретна допомога у подоланні стресових станів та інших складних ситуацій.

Психологічна профілактика проводиться з метою вивчення психологічних умов навчання студентів, магістрів та аспірантів; підготовка юнаків і дівчат до моделювання тих сфер життя, в яких вони хотіли б реалізувати свої здібності і знання (сімейні відносини, професійна кар'єра, творча діяльність тощо); розвиток навичок зняття напруги, посиленої тривоги та інших несприятливих станів, що виникають за умов розумового та фізичного перевантаження, навчальної дезадаптації, складнощів у спілкуванні;

своєчасне попередження можливих порушень психологічного здоров'я студентів.

Психологічне консультування передбачає індивідуальні та групові консультації студентів та викладачів з різних проблем навчання, життєвих ситуацій, взаємовідносин та самовиховання, створення сприятливого клімату в колективі тощо.

З метою формування комунікативної компетентності нами розроблені сценарії тренінгів, що передбачають формування вмій та навичок налагодження комунікативних контактів з іншими людьми, розв'язання конфліктів; уміння ефективно слухати і говорити під час спілкування; запобігати і долати перепони у взаєморозумінні; вміти створювати сприятливу для спілкування атмосферу; здійснювати контроль своєї мови, жестів, поведінки тощо.

Можна спостерігати, що працівники аптеки іноді поведуться некоректно, досить назойливо рекомендують той чи інший лікарський препарат. Щоб не створювати людині незручності, треба рекомендувати препарати однієї групи, за різною ціною. Пацієнт сам повинен прийняти рішення щодо придбання препарату, але іноді необхідно порадитись з лікарем.

Під час спілкування з клієнтом провізор повинен бути енергійним, вміти відчувати біютоки співрозмовника, його реакцію на отриману інформацію.

Професійна діяльність фахівця є успішною тоді, коли він ще під час навчання у вищому навчальному закладі набуває досвід практичної діяльності. В основі успішної професійної діяльності майбутніх працівників фармації є: сукупність компетенцій, які передбачають володіння знаннями, вміннями та навичками в певній галузі діяльності, уміння застосовувати набуті знання та вміння для вирішення професійних завдань, готовність до аналізу проблемних ситуацій та пошуку шляхів їх вирішення, уміння працювати самостійно та в групі тощо.

Література

1. Вітенко І. С. Основи психології / І. С. Вітенко, Т. С. Вітенко. – Вінниця: Нова книга, 2001. – С. 193-194.
2. Климов Е. А. Образ мира в разнотипных профессиях / Е. А. Климов. – М.: 1995. – 222 с.
3. Сокол И. А. Современный этикет / И. А. Сокол. –Х.: ТОВ «Фолио», 2005. – С. 50-51.
4. Цимбалюк І. М. Психологія спілкування: навчальний посібник / І. М. Цимбалюк. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – С. 8.