

14. Kayne S. B. Pharmacy Business Management / Steven B Kayne. — London: Pharmaceutical Press, 2005. — 382 p. — ISBN 0-8536-9563-6.
15. Klement E. P. Construction of Fuzzy-Algebras / E. P. Klement // J. of Mathematical Analysis and Applications. — 1998. — Vol. 85, № 2. — P. 543-565.
16. Levy M Retailing Management / Michael Levy, Barton Weitz. — Boston: McGraw Hill/Irwin, 2006. — 688 p. — ISBN 978-0-0730-1978-9.
17. Moosa S A Cross Category Approach to Nutrition, Health and Beauty / Siddika Moosa. — London: MBA Group Limited, 2006. — 161 p. — ISBN 0-8264-6011-9.
18. Mullis K. R. A SWOT Analysis of Walgreens in the Competitive Pharmacy Marketplace / K. R. Mullis // Drug Store News. — 2006. — № 28. — P. 35-47.

Адреса для листування:

61168, м. Харків, вул. Блюхера 4.

Каф. менеджменту та маркетингу
у фармації НФаУ.

Тел. 8 (0572) 67-91-72

Надійшла до редакції: 08. 10. 2008 р.

УДК: 616: 614.27: 301.151: 172

ОБҐРУНТУВАННЯ СОЦІАЛЬНО- ПСИХОЛОГІЧНИХ ТА ЕТИЧНИХ ПРИНЦИПІВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ОПІКИ В ПРОЦЕСАХ РЕАЛІЗАЦІЇ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ

А. С. НЕМЧЕНКО, Н. В. ТЕТЕРИЧ

Національний фармацевтичний університет

Ключові слова: фармацевтична опіка, соціальна психологія, етика, лікарські засоби

Зміна принципів фармацевтичного обслуговування вимагає дотримання працівниками аптек соціально-психологічних та етичних критеріїв, які є основним елементом фармацевтичної опіки.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасних ринкових умовах розвиток фармацевтичної галузі України має тенденцію до активного та стрімкого зростання. Водночас, паралельно з цим явищем, спостерігається стабільна тенденція до конкуренції практично у всіх її сферах: розробці, виробництві, оптовій та роздрібній реалізації лікарських засобів (ЛЗ) та виробів медичного призначення (ВМП). Найбільший рівень конкуренції спостерігається в аптечному секторі роздрібної реалізації ліків.

Актуальність соціально-психологічного обґрунтування етичних та деонтологічних принципів фармацевтичної опіки, за допомогою якої

здійснюється реалізація ЛЗ, виходить на перший план [1, 4].

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Фармацевтичній опіці, як важливій складовій професійної підготовки сучасних провізорів і фармацевтів, останнім часом приділяється велика кількість досліджень і публікацій, які присвячені різноманітним алгоритмам роботи фахівців щодо контрольованої фармакотерапії при обслуговуванні пацієнтів.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Цілком очевидно, що фармацевтична опіка є головною складовою в процесі реалізації ЛЗ. На характер надання фармацевтичної опіки можуть досить суттєво впливати умови соціально-економічного становища у суспільстві в цілому, в зоні здоров'я та в конкретній аптеці. Від зазначе-

Немченко А. С. — заслужений діяч науки і техніки України, зав. кафедрою організації та економіки фармації Національного фармацевтичного університету, д.фарм.н., проф.
Тетерич Н. В. — асп. кафедри організації та економіки фармації Національного фармацевтичного університету

Таблиця

РЕЗУЛЬТАТИ АНКЕТУВАННЯ ВІДНОСНО ЗАПИТАНЬ ЩОДО
СТАТІ, ВІКУ І СФЕРИ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Параметри вибору	Кількість, чол.	%
<i>Стать</i>		
ч	19	12,34
ж	135	87,66
Разом	154	100
<i>Вік</i>		
до 20	1	0,65
21-30	125	81,17
31-45	27	17,53
45-60	1	0,65
Разом	154	100
<i>Сфера фармацевтичної галузі</i>		
Роздрібна реалізація ЛЗ	87	56,49
Оптова реалізація ЛЗ	14	9,09
Контроль якості ЛЗ	2	1,3
Виробництво ЛЗ	3	1,95
Тимчасово не працюють	48	31,17
Разом	154	100

них умов залежатиме, яку кількість внутрішніх ресурсів слід задіяти аптечним працівникам задля збереження власної психологічної рівноваги, що надавало б можливості водночас майстерно і професійно здійснювати фармацевтичну опіку [1-3, 5].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою даної статті є аналіз соціально-психологічних особливостей фармацевтичної опіки як основного інструменту, за допомогою якого здійснюється відпуск ЛЗ та ВМП.

Для досягнення зазначеної мети нами були поставлені такі завдання:

- обґрунтувати значення соціально-психологічних принципів під час здійснення фармацевтичної опіки;
- визначити основні соціально-психологічні принципи, що необхідні для здійснення якісної фармацевтичної опіки у процесах реалізації ЛЗ.

**ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ
ДОСЛІДЖЕННЯ**

На сьогодні концепція фармацевтичного обслуговування зазнала значних змін. Працівники аптечних закладів мають безпосередній прямий вплив на фармакотерапію. Саме провізори й фармацевти здійснюють консультування відвідувачів аптек, тобто приймають активну участь у здійсненні фармацевтичної опіки.

Фармацевтична опіка — комплексна програма взаємодії провізора та пацієнта (провізора та лікаря) протягом усього періоду лікарської тера-

пії, починаючи з моменту відпуску ліків до повного припинення їх дії [3]. Вона полягає у наданні клієнтам аптек інформаційно-консультативних послуг щодо раціонального призначення й застосування ліків. Додатково фармацевтична опіка виконує ряд не менш важливих функцій, зокрема соціально-психологічного характеру.

Аптечні фахівці повинні усвідомлювати наступний закономірний висновок: без врахування соціально-психологічних принципів раціональна фармацевтична опіка ставиться під загрозу, адже це може призвести до заподіяння значної шкоди, а в критичних випадках і загрози життя клієнтів аптек. Провізори й фармацевти, а в першу чергу, керівництво аптечних закладів, повинні розуміти усю гуманність та відповідальність своєї роботи [2, 5].

З метою визначення соціально-психологічних та етичних принципів фармацевтичної опіки на базі НФаУ з 01.12.07 р. по 23.12.07 р. у м. Харкові було проведено анкетне опитування студентів заочного відділення, більша частина яких, як відомо, працює у фармацевтичній галузі.

Даний метод опитування має низку переваг у порівнянні з іншими психологічними методами, а саме:

- високий рівень оперативності одержання інформації;
- можливість масового опитування;
- незначна трудомісткість процедури підготовки та проведення дослідження, обробки кінцевих результатів;
- відсутність впливу особистості дослідника на відповіді респондентів;

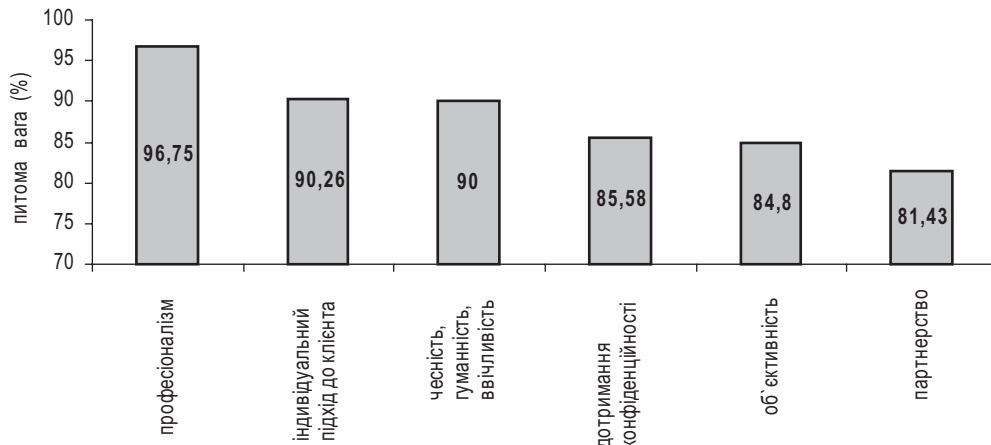


Рис. 1. Соціально-психологічні та етичні принципи фармацевтичної опіки

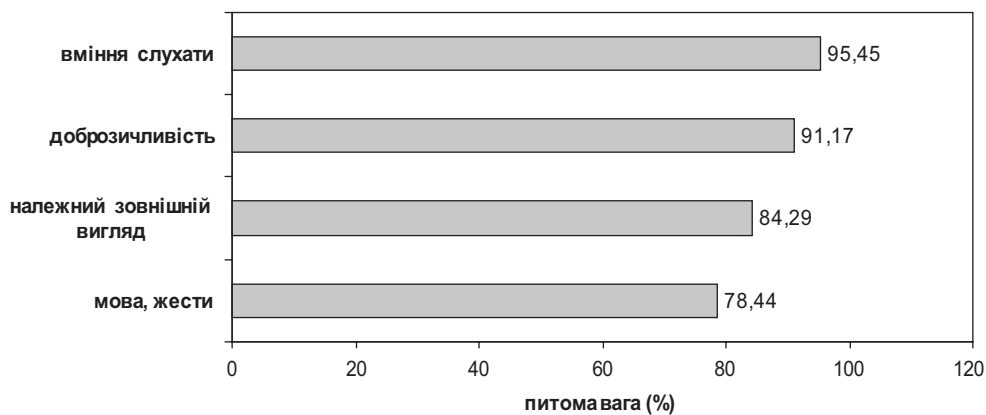


Рис. 2. Основні вимоги до фармацевтичної деонтології у системі «лікар-провізор-пацієнт»

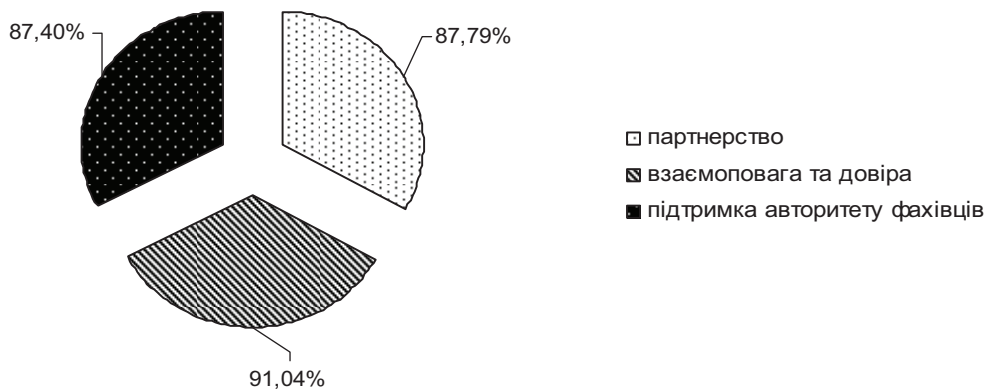


Рис. 3. Принципи взаємовідносин в системі «лікар-провізор-пацієнт»

— відсутність у дослідника суб'єктивного відношення до респондентів.

Відповідно до поставленої мети нами була розроблена анкета, яка містила питання такого типу: закриті питання із шкальною формою відповідей, що дозволяє ефективно співвідносити відповіді респондентів; відкриті питання, які припускають чітке формування відповідей респондентів.

Питання, що були поставлені в анкеті, мали прямий та непрямий вплив на відповіді респондентів та були розділені на: інформаційні (основні) — більша частина питань, направлених на отримання інформації від кожного респондента; фільтри — отримання відомостей від певної групи респондентів; контрольні (уточнюючі) — надання можливості підтвердити достовірність отриманих даних, а також вилучити недостовірні відповіді.

Розроблена анкета містила короткий вступ — звернення до респондента, де наголошувалась тема опитування, його мета, задачі, повідомлялось про конфіденційність одержаної інформації. По мірі зміни характеру питань було надано інструкції щодо заповнення анкети.

Під час розробки анкети було дотримано основних вимог відносно формування питань:

- відсутність підказок;
- наявність питань, які не перевищують рівня сприйняття респондентів;
- відсутність питань, що містять незрозумілі слова або висловлювання;
- наявність питань, що не торкаються гідності респондентів;
- відсутність помилок у логіці висловлювання [1].

В ході анкетування було опитано 154 респондента (12 % від загальної кількості студентів IV, V, та VI курсів заочної форми навчання), що є репрезентативним по відношенню до даної категорії студентів.

Респонденти відповіли на запитання анкети стосовно переваг соціально-етичних принципів у відносинах фармацевтичних працівників та лікарів, вимог деонтології, що підвищують авторитет фахівців.

Оброблені дані виявили наступні результати анкетування: більшість опитаних (87,66 %) — жінки; основний контингент опитаних — люди у віці 21-30 років (81,17 %) та 31-45 років (17,53 %), незначна частина респондентів (по 0,65 %) віком до 20 та 45-60 років; більшість опитаних — 87 респондентів (56,49 %) працюють в роздрібній аптечній мережі, 14 респондентів (9,09 %) — в оптовій, 48 респондентів (31,17 %) — тимчасово не працюють, та незначна частина задіяна в сфері контролю якості — 2 респонденти (1,3 %), та виробництві ЛЗ — 3 респонденти (1,95 %) (таблиця).

Основні соціально-психологічні та етичні принципи фармацевтичної опіки за 5-ти бальною шкалою представлені на рис. 1.

В результаті анкетування були отримані наступні показники соціально-психологічного характеру: найбільший відсоток — 96,75 % надається професіоналізму; 90,26 % надають індивідуальному підходу до клієнта аптеки; однаково (по 90 %) отримали такі соціально-етичні принципи, як чесність, гуманність та ввічливість по відношенню до виконуваної роботи; конфіденційності надали оцінку — 85,58 %; об'єктивності — 84,8 %, та партнерству — 81,43 %.

Як бачимо, всі зазначені соціально-психологічні та етичні принципи фармацевтичної опіки містять як професійні, так й особистісні показ-

ники діяльності працівників аптек та мають досить високе значення.

Відносно вимог деонтології, що сприяють підвищенню авторитету фармацевтичних фахівців були отримані наступні показники: найбільший відсоток (95,45 %) було надано вмінню слухати відвідувачів аптеки; друге місце посідає доброзичливість — 91,17 %; великого значення (84,29 %) надають належному вигляду працівників аптек; мові та жестам аптечних працівників при здійсненні фармацевтичної опіки було надано 78,44 %. Результати опитування щодо питань деонтології наочно представлені на рис. 2.

За результатами проведеного анкетування було виявлено найбільш важливі соціально-психологічні чинники, на яких базуються ділові відносини фармацевтичних фахівців та лікарів, а саме: партнерство (87,79 %); взаємна повага та довіра (91,04 %); підтримання авторитету фахівців серед відвідувачів (87,4 %).

Наочно принципи ділових відносин між провізорами та лікарями представлено на рис. 3.

Стосовно питання етичних принципів у керівництві аптечних закладів були отримані наступні результати: 19 респондентів (12,34 %) вважають, що керівництво повинно ґрунтуватись лише на адміністративному положенні, з погляду 135 респондентів (87,66 %) — на принципах гуманізму та моралі, високої професійної компетентності та авторитету.

В результаті проведеного анкетування було встановлено, що 74,68 % респондентів засуджують некомпетентність та непрофесіоналізм дій колег. За умов відсутності медичних показань, побоювань щодо здоров'я пацієнта, станів алкогольного сп'яніння, наркотичної залежності, реалізують ЛЗ 23 респондента (14,94 %). Також було встановлено, що 21 респондент (13,64 %) оцінюють відпуск ЛЗ як торговий процес, 133 опитаних (86,36 %) — як реалізацію ЛЗ із врахуванням соціально-психологічних та етичних принципів фармацевтичної опіки.

Результати проведеного анкетування мають практичне значення та дають можливість фармацевтичним фахівцям звернути ретельну увагу на дотримання соціально-психологічних та етичних принципів, та у разі необхідності провести їх коригування таким чином: підвищення професійної підготовки фармацевтичних працівників шляхом проведення тематичних семінарів провізорів та лікарів, навчальних тренінгів із залученням фахівців у галузі психології та ін.; організація періодичного опитування відвідувачів аптеки з метою визначення негативних та проблемних питань в роботі фахівців [1, 2].

**ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК**

1. Якість фармацевтичної опіки потребує від провізорів знань соціальної психології та етики, врахування яких сприяє більш раціональному здійсненню фармацевтичної опіки.
2. Основні соціально-психологічні принципи, що необхідні для здійснення якісної фармацевтичної опіки у процесах реалізації ЛЗ містять як професійні, так і особистісні якості фармацевтів і провізорів, а саме: професіоналізм; компетентність; індивідуальний підхід до відвідувача аптеки; чесність; гуманність; ввічливість; конфіденційність стосовно отриманої інформації; об'єктивність та партнерство.

**ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ
ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ**

1. Авдеев И. Качественное обслуживание в аптеке: реальность, остающаяся мифом? // Провизор. — № 19. — 2000. — С. 16-17.
2. Дацко А. І., Мандюк Я. О. До питання підготовки Кодексу Етики фармацевтичного працівника України // Фармацевтичний журнал. — № 6. — 2005. — С. 3-5.
3. Фармацевтична енциклопедія / [Н. М. Авраменко, Ю. М. Азаренко, Т. В. Алексеева та ін.]; за ред. Черних В. П. — К.: МОРІОН, 2005. — 848: іл., табл. — Бібліогр.: с. 768-769. — ISBN 966-7632-72-5.
4. Фармацевтическая опека / (И. А. Зупанец, В. П. Черных, С. Б. Попов, и др.); под ред. В. П. Черных, И. А. Зупанца, В. А. Усенко. — Х.: Мегаполис, 2003. — 608 с.: ил., табл. — Бібліогр.: с. 5-52. — ISBN 966-96241-1-8.
5. Фармацевтическая опека: атлас / И. А. Зупанец, В. П. Черных, С. Б. Попов и др. — 2-е изд., расшир. и дополн. — К.: Фармацевт практик, 2007. — 144 с. — ISBN 966-8156-05-6.

Адреса для листування:

61168, м. Харків, вул. Блюхера 4.

Каф. економіки та організації фармації НФаУ.

Тел. 8(0572)67-91-70

Надійшла до редакції: 15. 10. 2008 р.

УДК 65: 661.112

**ВПРОВАДЖЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ
ЛОГІСТИЧНИМИ ВИТРАТАМИ НА ФАРМА-
ЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Р. В. САГАЙДАК-НІКІТЮК

Національний фармацевтичний університет

Ключові слова: логістичні витрати, логістична система, фармацевтичне підприємство, лікарський засіб, економічний механізм управління витратами

Запропонований економічний механізм управління логістичними витратами фармацевтичного підприємства, який спрямований на підвищення ефективності використання ресурсів, зниження собівартості лікарських засобів і підвищення задоволення споживачів лікарських засобів. Запропоновано модель оптимізації логістичних витрат з умовах обмеження ресурсів фармацевтичного підприємства.

**ПОСТАНОВКА
ПРОБЛЕМИ**

У зв'язку з постійним ростом конкурентної боротьби перед фармацевтичними підприємствами

твами (ФП) гостро постає питання оптимізації управління логістичними витратами (ЛВ), що пов'язано з їх значною часткою, як у загальному обсязі витрат підприємства, так і витрат, які припадають на одиницю лікарських засобів (ЛЗ). Так, наприклад, ЛВ, які припадають на один ЛЗ в умовах ТОВ ФК «Здоров'я», в середньому складають до 0,3 грн.

Сагайдак-Нікітюк Р. В. — доц. кафедри економіки підприємства Національного фармацевтичного університету, к.фарм.н., доц.