

3. Кліщі – переносники збудників інфекційних захворювань [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ses.lviv.ua/novyny/2019/kviten/klischi-perenosnyky-zbudnykiv-infektsiinykh-zakhvoriuvan>.

4. Особливості розуміння студентами-провізорами проблеми запобігання кліщовим трансмісивним природно-осередковим інфекціям / О. А. Палюх, Б. П. Громовик, Н. О. Виноград, Г. І. Білуцзяк // Фармацевтичний часопис. – 2018. – № 2. – С. 88 – 95.

5. Малы́й В.П. Системный клещевой боррелиоз (болезнь Лайма): уч. пос. / В.П. Малы́й, И.С. Кратенко. – Х.: Фолио, 2006. – 127 с.

6. Наказ МОЗ 07.05.2013 № 359 Про затвердження методичних рекомендацій «Епідеміологія, клініка, лабораторна діагностика та профілактика гранулоцитарного анаплазмозу людини» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до інформації: http://old.moz.gov.ua/docfiles/dod359_2013.pdf.

7. Палюх О. А. Поінформованість фармацевтичних фахівців щодо іксодових кліщів як переносників природно – осередкових інфекцій / О.А. Палюх, Б.П. Громовик, Н. М. Левицька // Ліки України плюс. – 2019. - № 2. – С.10 -13.

Пузак Н.О., Пирмашова Маджабому

Національний фармацевтичний університет

Дослідження проблем взаємовідносин провізора та відвідувачів аптек

socpharm@nuph.edu.ua

Тенденції розвитку торгівлі та особливості забезпечення населення лікарськими засобами свідчать про зростання значення взаємовідносин між провізором та відвідувачем аптеки. Ці відносини обумовлюються чинниками оточуючого середовища, рівнем освіти, типом характеру, настроєм співбесідників та ін.

Метою наших досліджень є визначення впливу чинників, що обумовлюють встановлення взаємовідносин між провізором та відвідувачем аптеки під час надання фармацевтичних послуг.

У процесі спілкування можна виокремити ряд загальних моментів, що пов'язані з виконуваними соціальними функціями між ними. Провізор аптеки та покупець – це соціальні ролі, які значно полегшують контакти незнайомих людей у процесі купівлі-продажу товарів аптечного асортименту. Ці контакти, найчастіше, мають нетривалий і випадковий характер у вигляді формальних відносин.

Дуже важливим у формуванні відносини між провізором та продавцем є те, що вони не повинні закінчуватися у момент надання фармацевтичної послуги. Формування довгострокових відносин стає більш актуальним, завдяки чому покупці заздалегідь визначають до якої аптеки вони повернуться у наступний раз за покупкою, до якого провізора звернуться повторно. Забезпечення таких відносин обумовлює задоволеність покупця від здійсненої покупки. Процес продажу закінчиться лише тоді, коли провізор буде впевненим, що покупець повністю задоволений і при необхідності ще раз звернеться до цієї аптеки.

Вивчення даних наукової літератури доводить, що важливою складовою спілкування у процесі купівлі-продажу є рівень значущості спілкування, необхідність самого процесу спілкування: прояв уваги, такту, витримки, співчуття можуть підвищити імідж організації та забезпечити активні конкурентні позиції фірми на ринку. Провізор – єдиний представник усієї системи забезпечення хворих лікарськими засобами, що має безпосередній контакт з споживачами цих товарів. Саме з цієї причини лише йому адресуються усі особисті реакції, претензії споживачів. Розуміння та знання даного факту дозволяє працівникам роздрібною торгівлі підвищити власну самооцінку і значимість свого місця в обслуговуванні покупців, а

також відчуті відповідальність не лише за результати власної праці, але й за діяльність усієї аптеки й фармацевтичного сектору охорони здоров'я в цілому.

Практика підтверджує нерівноправність провізора і покупця фармацевтичних послуг у процесі обслуговування: покупець самостійно вирішує яку аптеку йому вибрати для придбання лікарського засобу, до якого провізора звернутися, а провізор надає фармацевтичну допомогу всім, кому вона потрібна, не залежно від особистих факторів. Спілкування провізора та відвідувача може мати як позитивний так і негативний результат, що може визначатися певними обставинами, умовами взаємодії, рівнем культури, професійною підготовкою, а також відповідними чинниками покупця.

Отже, не залежно від того на скільки сильно виражені розглянуті особливості спілкування у роздрібній торгівлі аптек і як усвідомлюються вони співучасниками взаємин, але вони реально існують і обумовлюють серйозні наслідки; вони здатні як затьмарити ці контакти, викликати взаємну неприязнь, так і створити довгострокові тривалі взаємозв'язки, підвищивши імідж організації та її конкурентоздатність.

Свинаренко Т.І., Присягіна Д.Р.

ДВНЗ «Донбаська державна машинобудівна академія»

Професійна компетентність - рушій якісної діяльності майбутніх фахівців з економічного профілю

darina.prisyagina@gmail.com

Сьогодні на ринку праці стає все більше компаній, які бажають бачити серед своїх співробітників висококваліфікованих, компетентних фахівців. У зв'язку з цим посилюється процес відбору кандидата і підвищуються вимоги до нього. На сьогодні студенти навчальних закладів мають основу - вони належним чином наділені рівнем отримуваних знань, але не забезпечені якісною підготовкою становлення професійної компетентності. Виходячи з цього, варто наголосити на актуальності та глобальності сформульованої проблеми сучасного суспільства. Тому саме формування професійної компетентності майбутніх фахівців потребує значної уваги з боку закладів освіти.

Наявний досвід розвитку педагогічної думки свідчить про важливість потреби у розробці теоретичних основ і практичних шляхів формування професійної компетентності. Аналіз останніх досліджень показує, які аспекти підготовки фахівців економічного профілю досліджуються: Є. А. Іванченко (формування професійної мобільності майбутніх економістів), Н. В. Баловсяк (інформаційна компетентність економіста), В. Б. Уйсімбаєва (формування професійної компетентності економіста у процесі наукової роботи), Ю. Деркач (підготовка майбутніх економістів за умов нових технологій навчання), праці І. Демури присвячені формуванню професійної компетенції студентів економічних спеціальностей. Окрему увагу варто звернути на дослідження, пов'язані з формуванням компетентності майбутніх економістів на засадах індивідуального підходу, які окреслені у роботах Л. Дібкової та Р. Гейзерської. Однак, у науковій літературі поняття професійної компетентності досі неоднозначно визначається та потребує подальшого дослідження.

Метою даного дослідження є розкриття сутності професійної компетентності майбутніх фахівців з економічного профілю та визначення сучасних професійних вимог до них.

Поняття “професійна компетентність” увійшло в термінологію у 80-ті роки минулого століття з праць Ю. Бабанського, В. Сластьоніна і вважалось складовою професіоналізму. З позицій системного підходу професійна компетентність розуміється як певна система, що інтегрує знання, уміння, навички, професійно значущі якості особистості, яка забезпечує виконання особистих професійних зобов'язань [2].

Сьогодні під «професійною компетентністю» розуміють «інтегральну