

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
фармацевтичний факультет
кафедра фармацевтичного менеджменту та маркетингу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «**ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ВРЕГУЛЮВАННЯ
КОНФЛІКТІВ В АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДАХ**»

Виконала: здобувачка вищої освіти групи

Фс17(5.5з)-1б

спеціальності 226 Фармація, промислова фармація
освітньої програми Фармація

Олександра ПАЩЕНКО

Керівник: завідувач кафедри фармацевтичного
менеджменту та маркетингу, д.фарм.н., професор
Володимир МАЛІЙ

Рецензент: завідувач кафедри соціальної фармації,
к.фарм.н., доцент

Аліна ВОЛКОВА

АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі досліджено типи та причини аптечних зіткнень; проаналізовано вплив сутичок в аптеках на фармацевтичних працівників; досліджено методи вирішення зіткнень в аптечних установах. Кваліфікаційна робота містить 48 сторінок, 16 рисунків, список літератури з 40 позицій.

Ключові слова: причини, зіткнення, аптечні установи, управління зіткненнями, методи вирішення зіткнень.

ANNOTATION

The qualification work investigated the types and causes of pharmacy collisions; the impact of clashes in pharmacies on pharmaceutical workers was analysed; the methods of resolving conflicts in pharmacy institutions were studied. The qualification work contains 48 pages, 16 figures, a list of references with 40 items.

Key words: causes, conflicts, pharmacy institutions, conflict management, conflict resolution methods.

ЗМІСТ

	стор.
Вступ.....	4
Розділ I ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДО СУТНОСТІ ЗІТКНЕНЬ.....	7
1.1. Теоретичні підходи до характеристики конфліктів в аптечних установах.....	7
1.2. Аналіз видів та причин проявів сутичок в аптеках.....	10
Висновки до розділу 1	16
II. УПРАВЛІННЯ ЗІТКНЕННЯМИ В ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ.....	17
2.1. Дослідження впливу зіткнень на фармацевтичних працівників.....	17
2.2. Аналіз методів управління зіткненнями.....	23
Висновки до розділу 2	29
Розділ III. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ УПРАВЛІННЯ ЗІТКНЕННЯМИ В АПТЕЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ.....	30
3.1. Аналіз динаміки аптечних конфліктів.....	30
3.2. Дослідження методів вирішення зіткнень за допомогою завідувачів аптечних установ.....	38
Висновки до розділу 3	44
Загальні висновки.....	47
Список використаних джерел.....	49
Додатки.....	53

ВСТУП

Актуальність теми. Робота аптечної установи має свої особливості в реаліях ринкової економіки, посилення конкуренції, розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Розглянуто вимоги до якості діяльності сучасної аптечної установи, управління соціальним розвитком, розвитку компетенцій фармацевта, який повинен не лише надавати консультативну допомогу пацієнту, а й проводити професійну фармацевтичну експертизу. Збільшується призначення лікаря щодо відповідності назви, дозування, лікарської форми тощо ліків. Необхідно дотримуватися, щоб суперечки, які неминуче виникають під час діяльності, могли бути передбачені, попереджені та вирішені. З розвитком інформаційних технологій пацієнти аптечних установ вже поінформовані про стан свого здоров'я та необхідність прийому тих чи інших ліків, активно і самостійно шукають форми і методи лікування, часто звертаються до фармацевтів, минаючи медичну допомогу з проханням видавати ліки за рецептом, що є основою сутичок [5].

В основі сутички також може бути інформація, отримана зі ЗМІ, фейкових медичних веб-сайтів та Вікіпедії, потік якої не контролюють ні медичні, фармацевтичні, аптечні установи, ні працівники відповідного профілю. Варто зазначити, що фармацевтичний працівник аптечної установи часто сприймається пацієнтами як продавець певного товару (що само по собі є проблемою), з чим не погоджується фармацевт, який як правило має вміння на високому рівні, у навчанні за професійними стандартами, компетенції якого виходять далеко за межі компетенцій продавця [9].

Зіткнення, як складне та багатогранне явище, яке завжди визначається внутрішнім і зовнішнім середовищем, ситуаційними чинниками та ризиками, має свою специфічну динаміку в діяльності аптечної установи. Про важливість і необхідність дослідження цього явища свідчать численні дослідження. На керівника аптечної установи покладено ряд функціональних обов'язків щодо попередження та вирішення проблемних ситуацій [4]. Нормативними документами не визначено специфіки, форм та методів вирішення зіткнень,

що виникають в аптечній установі, які комунікативні навички призводять до безсуттєвої взаємодії фармацевта та пацієнта, що породжує необхідність відповідної якісної експертизи сутички і розробку об'єктивних методів управління конфліктами [5].

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження особливостей врегулювання конфліктів в аптечних закладах.

Для досягнення мети кваліфікаційної роботи **необхідно вирішити наступні завдання:**

- проаналізувати види та причини проявів сутичок в аптеках;
- дослідити управління зіткненнями в діяльності фармацевтичних працівників;
- дослідити вплив зіткнень на фармацевтичних працівників;
- проаналізувати методи управління зіткненнями;
- дослідити особливості врегулювання зіткнень в аптечних установах;
- проаналізувати динаміку аптечних конфліктів;
- дослідити методи вирішення зіткнень за допомогою завідувачів аптечних установ.

Об'єктом дослідження є аптечні установи.

Предмет дослідження — дослідження причин зіткнень в аптечних установах.

Під час роботи ми використовували наступні **методи дослідження:** анкетне опитування, аналітичний, системний, графічний методи.

Практичне значення отриманих результатів. Використання результатів дослідження допомагає виявити першопричини та врегулювати зіткнення в аптечних установах.

Апробація результатів дослідження і публікації. Кваліфікаційна робота апробована на VII-ій Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Технологічні та біофармацевтичні аспекти створення лікарських препаратів різної направленості дії». Опубліковано статтю: Malyi V.V.,

Bondarieva I.V., Pashchenko O.S. Studying the peculiarities of solving pharmacy conflicts/ Технологічні та біофармацевтичні аспекти створення лікарських препаратів різної направленості дії: матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Харків, 24-25 листопада 2022 р.). – Х. : Вид-во НФаУ, 2022. – С.39-43.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, огляду літератури, експериментальної частини, загальних висновків, списку використаних літературних джерел та додатків. Кваліфікаційна робота має обсяг 48 сторінок, містить 16 рисунків та 40 літературних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДО СУТНОСТІ ЗІТКНЕНЬ

1.1. Теоретичні підходи до характеристики конфліктів в аптечних установах

Результативність трудової діяльності працівників багато в чому визначається сприятливою соціально-психологічною атмосферою. Зіткнення викликає стресові ситуації під час колективної роботи, які сприяють розвитку негативних психологічних впливів на працівників аптечних установ [1].

Аналіз суперечки в аптечному колективі дає змогу виявити фактори, що визначають розвиток даної ситуації. Оптимальний вплив на них забезпечує рівень психологічної згуртованості колективу в роботу, що важливо для працівників фармації як установи охорони здоров'я [3].

В даний час спостерігається зростання інтересу до дослідження зіткнень в аптечних установах. Аналіз літератури дозволив зробити висновок, що з початку 2010-х років існує попит на дані дослідження, які є цілком недостатніми [4].

Вчені спробували проаналізувати ситуації, що зустрічаються у вітчизняній та зарубіжній літературі, на підставі чого дійшли висновку, що для зарубіжної літератури характерні зіткнення інтересів у фармацевтичній установі, а зіткнення між фармацевтом і пацієнтом – не встановлено або описано [7].

Вивчення зіткнень в українській аптечній практиці виявило причини зіткнень між пацієнтами та фармацевтами окремо. Ці дослідження проводились на основі аналізу книг та анкет аптечних установ. Автори роблять висновок, що однією з основних причин зіткнень у вітчизняних аптечних організаціях є повернення (обмін) раніше придбаних товарів, і ця ситуація є стресовою як для пацієнтів, так і для фармацевтів [14].

Науковці виявили відмінності у зіткненнях в приватних і державних аптечних установах. Виявилось, що кількість типів зіткнень у державних аптечних організаціях менша, ніж у приватних [3].

Для них характерні конфронтаційні ситуації, пов'язані з поверненням (обміном) раніше купленого товару, стоянням у чергах і високими цінами. У державних аптечних організаціях зіткнення, пов'язані із «грубим обслуговуванням пацієнтів», «недосвідченістю фармацевтів» та «відсутністю ліків» зафіксовано значно рідше [9].

Не применшуючи важливості роботи авторів, слід зазначити, що ці висновки потребують уточнення, а саме: вплив очікувань пацієнтів щодо приватної та державної форм власності на поле суперечок, потенційна лояльність пацієнтів до державних аптечних установ, соціальний та віковий склад пацієнтів – відвідувачів даної аптеки, а також професійний стаж фармацевтичних працівників аптек, відповідні форми власності та інше [9].

Зрозуміло, що фармацевти бачать причини зіткнень, розпізнають їх і вміють діагностувати, але не завжди знаходять зв'язок із власною поведінкою та якістю спілкування. У цьому випадку необхідні певні уточнення щодо визначення фармацевтом «непридатності» пацієнта [4].

Слід зазначити, що зіткнення є двостороннім процесом, який потребує взаємної уваги, взаємоповаги та усвідомлення того, що пацієнт аптечної установи найчастіше відчуває тривогу, невпевненість і навіть певну вразливість [24].

Неувага до таких факторів сама по собі може викликати цілий комплекс захисних реакцій як у пацієнта, так і з боку фармацевта, викликати різні зіткнення. Подібні результати були отримані багатьма іншими авторами [2], що дає змогу узагальнити отримані дані.

Більшість досліджень, присвячених конфліктним ситуаціям, базуються на аналізі книг «Думки та пропозиції», анкетах та інших видах опитувань, тому не можна виключати суб'єктивний характер отриманих даних [1].

Слід також враховувати, що записи в книгах часто експресивно-емоційні, залишені певними типами людей (темперамент, тип характеру, психологічний і психосоматичний стан, зіткненнях особистостей) [4].

Автори дослідження зазначають, що пацієнти не завжди охоче заповнюють анкети, а анкетування фармацевтів базується на самооцінці професійної поведінки та діяльності, впливає на престиж особистості та установи, це актуалізує важливість анкетного опитування фармацевтів, включаючи дослідницькі методи спостереження, експерименту, статистичного аналізу, рецензування та інші [7].

При тлумаченні даних іноді допускаються неточності в інтерпретації результатів дослідження. Усе це свідчить про необхідність системного підходу до дослідження зіткнення у сучасній аптечній установі та розробки методики [30].

Слід зазначити, що розроблені в науці та практиці методичні рекомендації щодо профілактики та регулювання ситуацій зіткнення не завжди враховують конкретні умови, що склалися на фармацевтичному ринку, соціальне розшарування, характер спілкування пацієнтів із аптечними працівниками, специфіка яких очевидна [4].

Загалом, як зазначають деякі автори, більшість досліджень є експериментальними, наразі відбувається накопичення попередніх даних, дослідження зіткнень в аптечних установах, пошук методів дослідження. Це питання потребує дисциплінарного підходу із залученням фармацевтів, соціологів, психологів, економістів та юристів [9].

Важливим висновком подібних досліджень є висновок про те, що будь-який тип зіткнення в аптечній установі негативно впливає на пацієнтів, фармацевтів та установу в цілому [10].

Основні наслідки зіткнення в аптечних організаціях:

- зниження економічних показників;
- зниження задоволеності роботою фармацевтів;
- професійне вигорання фармацевтів;

- зростання незадоволеності пацієнтів якістю послуг;
- зниження якості фармацевтичного та медичного обслуговування;
- прояв ятрогенних явищ у хворого;
- зниження конкурентоспроможності установи;
- втрата репутації установи тощо [9].

1.2. Аналіз видів та причин проявів сутичок в аптеках

На рис.1.1. наведено зіткнення у розвитку організації [3].



Рис. 1.1. Зіткнення у розвитку організації

Внутрішньо особистісні зіткнення включають певний ступінь розчарування у професійній сфері, що зумовлено низькою підготовленістю до суперечливих ситуацій, порушенням реалізації різноманітних товарів аптечного асортименту, власного ставлення до окремих видів фармацевтичної продукції [9].

Встановлено, що першопричини зіткнень, особливо коли зіткнення затяжні, важко визначити [12].

Деякі ситуації являли собою комбінацію типів зіткнення (міжособистісний, внутрішньо особистісний, груповий), у цьому випадку при

класифікації зіткнень акцент робиться на більш очевидне джерело для оточуючих. Розрізняють 4 типи зіткнень: фармацевт – клієнт; серед працівників аптек; між працівником аптеки та керівником; працівник, у якого внутрішнє особисте зіткнення і між працівником і колективом [22].

Варто зазначити, що також розрізняють соціальні та психологічні зіткнення, які показані на рис. 1.2 [9].

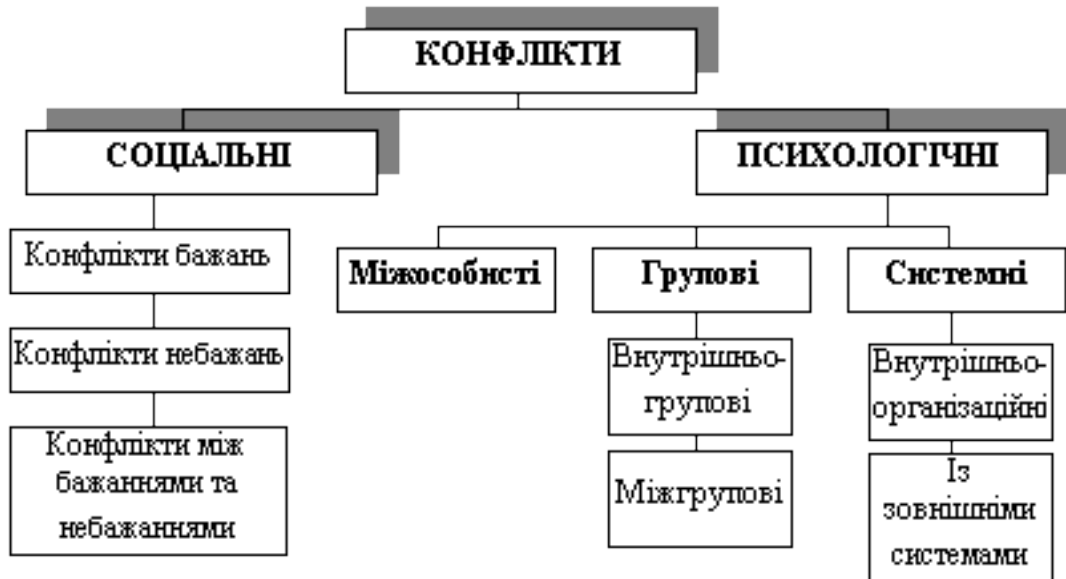


Рис. 1.2. Аналіз типів зіткнень

Вони виділяють цілий ряд переваг і недоліків у поведінці фармацевтів. Переваги включають [18]: високий рівень знання законодавства та нормативних документів; дисциплінована та раціональна поведінка; високий рівень професійної відповідальності; теоретичне знання професійних норм, етики та стандартів; вміння орієнтуватися в попиті та пропозиції; застосування особистого досвіду в різних ситуаціях спілкування.

До недоліків можна віднести [5]: неадекватний рівень соціально-психологічної компетентності (навички гнучкої взаємодії у стосунках з пацієнтами та працівниками); недостатній рівень творчої активності в спілкуванні з хворим; упереджене ставлення до окремих типів особистостей і керівників; негативний досвід конфронтаційного спілкування; феномен стереотипної поведінки.

На рис.1.3. показано причини та чинники зіткнень [11].



Рис. 1.3. Причини та фактори зіткнень

Аналіз вирішення зіткнень в аптечній установі показав, що фармацевти найменш гостро переживають зіткнення з пацієнтами, оскільки вони більш психологічно підготовлені до них, розуміють більшість мотивів пацієнта, виробили індивідуальні моделі захисної поведінки спілкування з конфронтаційними особистостями та отримувати емоційну підтримку від колег [20].

Особи, які постраждали від зіткнень, представлені на рис. 1.4. [19].



Рис. 1.4. Види конфліктних осіб

Міжособистісні зіткнення в колективі впливають на загальний настрій, спілкування з хворими, задоволеність роботою, мають досить гострий і тривалий характер. З часом міжособистісні зіткнення або згасають, або переходять на рівень зіткнень з керівником. У разі зіткнення з керівництвом спостерігається більша вразливість і невдоволення. Те, що керівники не втручаються в конфронтаційні ситуації між колегами, розцінюється як ущемлення прав однієї сторони та/або упереджене ставлення, а іноді як байдужість до особистості співробітника та/або соціально-психологічної атмосфери колективу [9].

Основні етапи розвитку зіткнень представлено на рис.1.5.

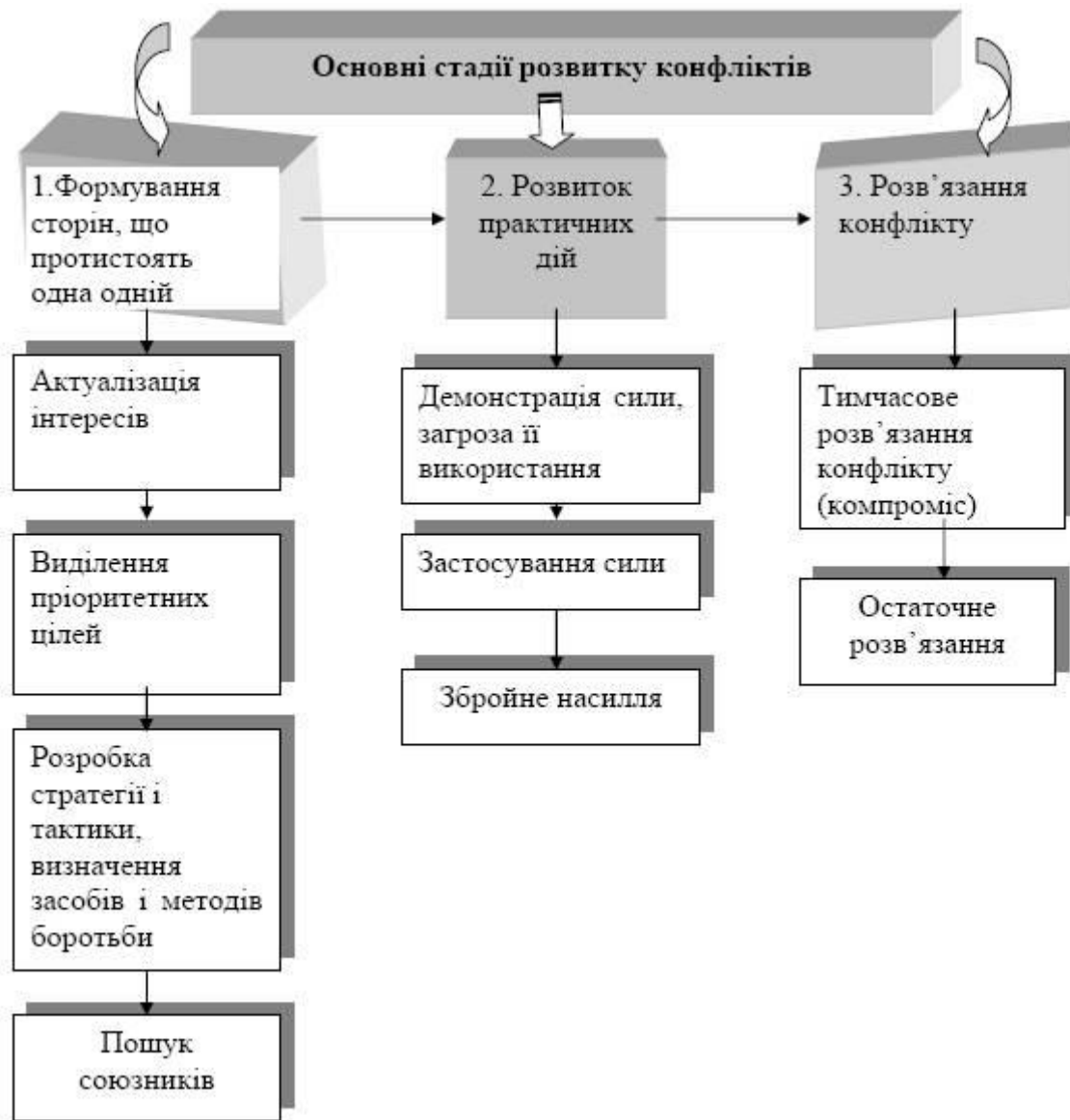


Рис. 1.5. Основні етапи розвитку зіткнень

Загалом варто відзначити, що на керівника аптечної установи в конфронтаційних ситуаціях покладено роль арбітра, який повинен правильно організувати стосунки та обмін думками в колективі, сприяти вирішенню зіткнень та надавати допомогу. Фармацевти часто засуджують нездатність керівництва втручатися в міжособистісні зіткнення, а втручання іноді розглядається як несправедливий моральний примус [3].

Неадекватна комунікація з керівництвом істотно впливає на соціально-психологічну атмосферу колективу, а також на рівень трудової мотивації. Підвищені вимоги висуваються до особистості керівника, як носія високих

професійних стандартів і правил, координатора діяльності, орієнтованої на справедливий розподіл ресурсів [3].

Основними причинами зіткнень в аптечній установі є недостатня увага до організаційних методів управління: розподілу ресурсів, дотримання етики ділового спілкування з боку керівника (завідувача) аптечної установи, неувага до потреб підлеглих і відповідність та прозорість цілей і завдань, справедливість у стимулюванні, оцінці, контролі, заохоченні, застосуванні санкцій. Інша причина зіткнень полягає в тому, що вони не приділяють достатньої уваги соціально-психологічним методам попередження зіткнень: формуванню колективної згуртованості, сприятливій психологічній атмосфері колективу в аптечній установі, соціально-психологічній сумісності фармацевтів [21].

Причинами зіткнень між фармацевтами та пацієнтами є відсутність індивідуального стилю спілкування, який полягає у творчому підході (подолання стереотипної поведінки) та недостатній увазі до особистості пацієнта в ситуації спілкування, а також низький рівень практичних навичок. Вирішенню цього питання можуть сприяти інтерактивні соціально-педагогічні тренінги та методи підвищення кваліфікації, які є потужним мотиваційним чинником професійної діяльності, через практичні тренінги, рольові ігри, вирішення кейсів. Зрозуміло, що вирішення зіткнень з пацієнтами має ґрунтуватися на корпоративній культурі та корпоративних стандартах обслуговування. Причиною внутрішньо особистісних зіткнень серед фармацевтів аптечної установи є не тільки індивідуальні установки та цінності, а й недостатня увага до навчання та розвитку персоналу. Попередити багато конфронтаційних ситуацій і знизити рівень суперечки можна за допомогою комплексу методів, спрямованих на задоволення діяльності фармацевтів [3].

На схемі 1.6 показано попередження негативних наслідків зіткнень у колективі [4].

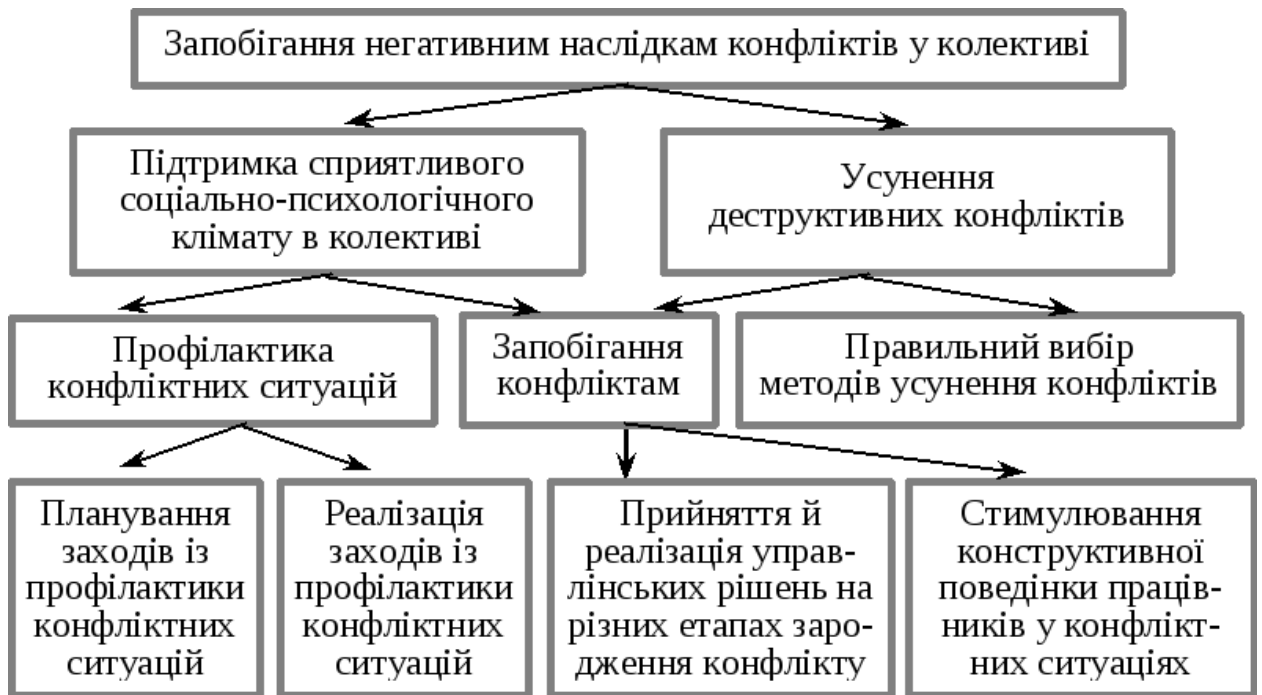


Рис. 1.6. Попередження негативних наслідків зіткнень всередині колективу

На основі отриманих даних можна визначити такі вектори дослідження [8]: розробка та вдосконалення методів запобігання та зменшення зіткнень в аптечній установі; розробка методики підвищення компетентності фармацевтичних працівників аптечних установ;

- застосування інтелектуальних систем у зборі та обробці даних, отримання кількісних даних про зіткнення між пацієнтами аптечних установ, користувачами соціальних мереж, відвідувачами сайтів аптечних установ;
- розробка програми для пацієнтів для зниження рівня конфронтації в аптечних установах;
- дослідження впливу кваліфікації аптечних установ на зіткнення суб'єктів аптечних установ [7].

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

1. Проаналізовано теоретичний аналіз наукових публікацій про конфліктні ситуації.
2. Досліджено види та причини аптечних зіткнень.

РОЗДІЛ 2

УПРАВЛІННЯ ЗІТКНЕННЯМИ В ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ

2.1. Дослідження впливу зіткнень на фармацевтичних працівників

Зіткнення відіграють важливу роль в особистому та соціальному житті будь-якої людини, установи та суспільства в цілому. Вони охоплюють всю сферу соціальної взаємодії людей, як необхідну умову суспільного розвитку. В даний час потреба в науковому вивченні зіткнень стала актуальною, оскільки стадія негативного ставлення до зіткнень вступила в стадію визнання зіткнення як природного, а в деяких випадках і бажаного явища. Особливої уваги потребує розгляд зіткнень у професійній діяльності і особливо у фармацевтичній. В аптечних організаціях можуть виникати зіткнення між працівниками, адміністрацією та працівниками, а також між відвідувачами та представниками інших установ. Торговий зал аптечної установи регулярно стає місцем зіткнень між фармацевтами та пацієнтами [20].

Зіткнення, що виникають у фармацевтичній практиці, мають багато характеристик: зіткнення аптечної установи можуть вплинути на результат лікування пацієнта, призвести до погіршення його емоційного стану, а також до погіршення якості фармацевтичної допомоги пацієнтам. Внаслідок зіткнень може бути втрачена довіра пацієнтів до фармацевтів і результатів лікування, що призводить до зниження лояльності до аптечної установи [2].

Втрати робочого часу через зіткнення складають приблизно 19%, продуктивність праці знижується в середньому на 25%, що негативно позначається на економічних показниках аптечної установи [3]. Швидке вирішення зіткнень або їх попередження є пріоритетним завданням фармацевта. У зв'язку з цим актуальність проблеми знайшла своє відображення в правилах належної аптечної практики [6].

Згідно з правилами, керівник аптечної установи повинен розробити та реалізувати програму адаптації новоприйнятих працівників, яка передбачає розвиток комунікативних навичок, у тому числі навичок запобігання зіткненням. Однак нормативний документ не розкриває структуру та зміст програми адаптації, що свідчить про те, що керівники повинні самостійно вирішувати, які навички та/або знання потрібні їхнім співробітникам для вирішення зіткнень [4].

У цьому випадку доцільно говорити про розвиток у фармацевтів здатності попереджати та управляти зіткненнями [8].

Подібні дослідження існують і в інших сферах діяльності, спрямованих на вивчення та формування компетентності у різних професіоналів [21].

Аптечна конфронтаційна ситуація – явище дуже поширене, особливо в нинішніх умовах. Взагалі, ліки не входять в категорію бажаних покупок — всі знають, що краще залишатися молодим і здоровим і не купувати взагалі. Зараз, в умовах фінансової кризи, багато людей відчують невпевненість у майбутньому, що може призвести до хронічного стресу. Ситуація ускладнюється ще й тим, що зараз в аптеках серйозна проблема, а ліки, що залишилися, серйозно подорожчали. Аптечна робота нині не менш напружена – постійні нарікання на ціни на ліки, невдоволення дефіцитом асортименту, але фармацевти теж живі люди, і економічна криза не впливає на них менш негативно. Зазвичай у нас виникає ситуація, яка може призвести до зіткнення [18].

У такій сприятливій для розвитку зіткнення обстановці фармацевт повинен бути особливо обережним, стриманим і по можливості оптимістичним [11].

Дуже важливо пам'ятати, що не варто боятися заперечень пацієнта, але варто боятися тих, які можуть перерости в зіткнення. Загалом можна сказати, що вміння усвідомлювати зіткнення і керувати ним дуже важливо – чим раніше ви помітите, що зіткнення розвивається, тим більше у вас шансів її запобігти [5].

Зіткнення має наступні етапи: формування суперечливих інтересів, цінностей і норм; перехід потенційного зіткнення в зіткнення реальний, в стадію усвідомлення; зіткнення; припинення або вирішення зіткнення [1].

Зіткнення – це повсякденна реальність, з якою стикається кожна людина. Найяскравіші події залишають неприємний слід надовго. Будь-яке зіткнення – це зіткнення інтересів, різниця в цінностях або відсутність відкритого спілкування, коли люди в чомусь не згодні. Все це супроводжується сильними емоційними переживаннями [7].

Якщо зіткнення виникає на робочому місці, то це подвійно неприємно, адже тоді залучаються і колеги, і керівники, і клієнти. Фармацевти, які щоденно працюють на реєстратурі та чи не щохвилини спілкуються з відвідувачами аптеки, часто стикаються з неприємними ситуаціями, коли клієнти за станом здоров'я ставляться до них вкрай непривітно [3].

Спір вважається вирішеним, якщо відвідувач все ж зробив покупку. Якщо ви підете роздратованим, ображеним і без товару, навряд чи станете постійним клієнтом. Крім того, своє негативне ставлення до аптеки він доносить до рідних, знайомих та колег. Таким чином, програне зіткнення з відвідувачем позбавляє аптеку кількох потенційних клієнтів [10].

Останнім часом в аптеках значно побільшало конфронтаційних клієнтів. Складна психологічна та економічна ситуація в країні безпосередньо впливає на емоційний стан людей. Особливо поширеною причиною зіткнень є подорожчання ліків [4].

Фармацевтам часто доводиться вислуховувати скарги клієнтів. При цьому їх можуть відвідувати кілька разів на день скандальні, роздратовані клієнти, які висловлюють своє невдоволення [3].

Після зустрічі з агресивним клієнтом, особливо на початку робочого дня, нелегко заспокоїтися і оговтатися. Щоб мінімізувати наслідки скандалу і завершити зміну позитивно, не варто вважати скандальним тих, хто задає питання, дивується підвищенню цін або сумнівається в якості товару. Агресорів можна визначити за типом поведінки: або вони надто імпульсивні і

привертають увагу на порозі, або, навпаки, зберігають крижаний спокій, але дотримуються кожний свого слова [10].

Фактично причини розгоряння зіткнень можна розділити на дві великі групи:

- відвідувач має права, але реагує на ситуацію неадекватно (можливо, через раніше зіпсований настрій);
- відвідувач помиляється і, в силу особливостей свого характеру, намагається зірвати свою злість на аптекарці

Якщо з першим типом відвідувачів цілком можна знайти спільну мову і вирішити проблему, то другий не сприймає аргументів логіки. Їх мета — зіпсувати настрій іншим. Такі люди досягають комфортного стану, лише провокуючи зіткнення, ображаючи співрозмовника і багато кричачи. При цьому вони вважають себе борцями за правду або жертвами обману [24].

У будь-якому зіткненні фармацевт може уславитися бешкетником і зіпсувати імідж аптеки, або його настрій буде поганим на весь день, він буде боятися зіткнення, робота буде викликати негативні емоції [5].

Коли аптекар відчує, що клієнт уже почав його розпалити, хоче зробити неадекватні заяви чи влаштувати скандал, йому слід зробити паузу на кілька секунд. При цьому потрібно намагатися зрозуміти суть вимог замовника: хороший споживач чи поганий. У першому випадку можна спробувати з ним домовитися, виправити помилку, якимось компенсувати завдані незручності і т.д. Але якщо він просто вихлюпує свої емоції і зриває на вас свою злість, не погоджуйтеся на це. Адже насправді агресія спрямована не на вас особисто, проблема в самому бійцеві: його ображає весь світ [2].

Навіть якщо всередині все вирує, фармацевт повинен поводитися максимально стримано. На тлі неадекватної поведінки позиція фармацевта буде більш виграшною, що зможуть оцінити інші відвідувачі [3].

Якщо ви спілкуєтеся зі скандальним клієнтом, ви повинні: говорити тихо, але чітко, без роздратування і зарозумілості [4].

Якщо аптекар зрозуміє, що воно «кипить», він повинен кілька разів глибоко вдихнути. Після цього аптекар відразу заспокоюється. Необхідно пам'ятати про табу при спілкуванні зі сваркою: не злитися, не кричати у відповідь, але не проявляти байдужості. Байдужість до «проблем» відвідувача погіршує ситуацію [9].

Треба вміти володіти собою в зіткненні, не переживати і не приймати близько до серця погані слова. Однак це працює не у всіх і не завжди. Є багато прийомів, за допомогою яких можна мінімізувати наслідки протистояння з агресором [8].

1. Після обговорення подумки «перегорніть сторінку», скажіть собі: «Нічого страшного!» Посміхніться, попросіть чаю [2].

2. Намалюйте плакатом карикатуру на свого кривдника: «Чому він такий дорогий? Хто тебе сюди привіз?!» І порвіть листа на дрібні шматочки [4].

3. З'їжте щось смачненьке, але корисне: банани, фісташки, мигдаль. Ці продукти заповнюють нестачу необхідних організму мінералів, служать джерелом вітамінів і просто покращують настрій [5].

4. Пройдіть парком або тихою вулицею після закінчення зміни, хоча б частину шляху додому. Свіже повітря та фізична активність – найкращі ліки від стресу та негативних емоцій [9].

5. Якщо ви прийшли додому, а ваших рідних ще немає, увімкніть музику і голосно заспівайте. Або перфоратори - виплеснути негативну енергію на неживий предмет [7].

Робота в аптеці передбачає щоденне спілкування з безліччю різних людей, більшість з яких буквально хворі. Здається, рідкісний день минає без зіткнень. Але не варто сприймати їх негативно. Подібні стресові ситуації можуть несподівано згуртувати колектив аптеки, а успішне вирішення протиріч дозволяє виявити та усунути багато недоліків як у роботі, так і в собі [8].

Найголовніше пам'ятайте: негатив руйнує, тому вибачте себе, якщо проявили необережність, і кривдника, якщо розлад викликала конкретна

людина. Не бажайте йому зла, краще пожалійте його: у того, хто виносить поганий настрій на незнайомих, був не найлегший день [2].

Якщо клієнт ображає і намагається вас принизити, твердо заявіть, що розмовляти з вами таким тоном неприпустимо, а якщо людина не вміє поводитися в рамках пристойності, то діалог необхідно припинити [7].

Аптечні зіткнення – це частина повсякденної роботи, від того, як фармацевти їх вирішують, залежить їхнє здоров'я та настрої. І це дуже багато. Будь-яке зіткнення в аптеці можна ігнорувати, але це не означає, що його варто розвивати. Давайте розглянемо кілька яскравих конфронтаційних випадків в аптеці і дізнаємося, що з ними можна зробити [8].

Аптека – особливий вид бізнесу. Сюди приходять люди, які потребують допомоги. Випадкових відвідувачів майже немає. У цьому і перевага, і складність аптечного бізнесу: всі відвідувачі аптеки зацікавлені в покупках, але тому вимоги до них досить високі як до продукції, так і до обслуговування. Такий «баланс сил» створює основу для зіткнень в торговому просторі. Фармацевт бере на себе «перший удар»: його завдання або запобігти зіткненням, або швидко і безболісно їх погасити [19].

Найголовніше – не розглядати кожного, хто задає питання та висловлює сумніви, як потенційного бешкетника. Не дратуйтеся боягузливим виправданням: «Ну що ти, жінко, панікуєш, хіба не бачиш, ось інструкція, читай і заспокойся!». На початковому етапі конфронтації, коли, наприклад, клієнт наляканий довгим списком побічних ефектів в інструкції до препарату і здивований, що ви пропонуєте йому сумнівний засіб, можна з упевненістю сказати, що це свідчить про сумлінність і відповідальність виробника, що особа, яку попереджають, озброєна тощо. Немає нічого поганого в подиві, сумніві чи страхі, висловленому клієнтом. Зіткнення виникає тільки в стресових ситуаціях; отже, завданням працівника рецепції є запобігання подальшому розвитку тривоги. Якщо чітко реагувати на невдоволення клієнта, зіткнень не буде [7].

Якщо конфронтаційна ситуація все ж виникла, то це не велика проблема. Думка про те, що клієнт, який «сперечається» з аптечним працівником, втрачається як постійний клієнт, не відповідає дійсності. Часто після конструктивного вирішення проблеми відвідувач може стати постійним клієнтом, довірившись компетентному, терплячому та привітному персоналу аптеки. Але якщо колективу не вдасться вирішити справу мирним шляхом, аптека втратить кількох клієнтів: усі свідки зіткнення змирилися з цим [11].

Тому фармацевт, який реагує на потреби відвідувача, потребує, перш за все, доброї волі та терпіння. Необхідно якомога швидше знизити загострення пристрастей, не піддаватися спокусі відповісти розлюченому клієнту в тому ж дусі. Зіткнення в агресивному стилі призводить до найсумніших результатів. Навіть якщо клієнт в корені неправий, якщо він впав в образи, фармацевт повинен зберегти душевну рівновагу [6].

Якщо фармацевт часто стикається з подібними ситуаціями, то не варто переносити свою втому від подібних «розборок» на цей конкретний випадок. Замовник не винен, що він уже сто сорок перший, хто обурений подорожчанням знеболюючих. Ви повинні говорити з ним так, ніби він перший поставив це питання. Перш ніж почати вирішувати зіткнення, проаналізуйте ситуацію [12].

2.2. Аналіз методів управління зіткненнями

За загальним правилом, бешкетник в аптеці — це звичайна людина з нормальною психікою, яка з якихось причин обрала суперечливу поведінку в даній ситуації. Вона вимагає розуміння своєї проблеми, висловлює своє обурення і незгоду, не йде, затримує чергу, можливо, кричить на фармацевта або дзвонить завідувачу аптеки [12].

Окрім об'єктивних обставин, що змусило людину вибухнути емоціями? Тут не можна говорити такими словами: «просто ненормальний», «не знає, що самому треба». Люди досить швидко пристосовуються до обставин і вибирають відповідний стиль поведінки. Навряд чи ця людина буде так само

штовхати свого начальника. Це означає, що у людини були причини поводитися саме так, а не інакше [18].

Можливо, нервова система зазвичай сильно розхитується власною хворобою або хворобами ваших близьких — не дивно, адже саме такі люди складають постійну клієнтуру аптеки. Можливо, вона прийшла сюди з надією, їй дуже потрібні ліки, які аптекар відмовляється дати; її раптова поведінка — це розгубленість і відчай, клієнт діє так, ніби це остання боротьба, і найважливіше — добитися свого. Він витрачає на це свій час і нерви, нехтуючи правилами пристойності. Все тому, що є серйозна причина. І крім причини, у клієнта є ще мета. Як і всі люди, ваш клієнт прагне максимально комфортного стану — проте у кожного свої уявлення про це. Досвідчене бачення продавця вже розрізняє, що в цьому сенсі потрібно розлюченому клієнту [7].

Людина вже змирилася з тим, що за правилами аптеки поверненню придбані ліки не підлягають, і від безсилля продовжує репетувати, щоб самоствердитися: він ще не «випустив пару», ви повинні прийняти співчуття черги, вибачитися перед фармацевтами; зазвичай такі люди посилаються на емоції від свідків зіткнення і взагалі поведуться емоційно. Причина скандалу залишилася та сама, але під час розмови з фармацевтом мета змінилася. Співчутливі кивки, вирази жалю і, можливо, якась «втішна винагорода» в кінці скандалу, коли клієнт втомився від обурення і став більш сприйнятливим (як чашка чаю в кабінеті менеджера), її заспокоять [2].

Інший споживач все ще хоче повернути свої гроші. Він наполегливо вимагає розуміння, наводить логічні аргументи і не має наміру йти, поки не отримає бажане. Такого замовника необхідно переконати, що вимога не може бути виконана, а потім запропонувати розумний компроміс [7].

Для третього споживача важливий не конкретний результат (гроші) чи можливість зняти емоційну напругу, а перемога в довгому і важкому бою з фармацевтом. При цьому будь-який вчинок, який аптека сприймає як поступку йому, клієнту (особливо після певного опору), робить його переможцем у

власних очах: він з гордістю бере трофей, хоч і маленький, але не свій. Спочатку розкаже своїм родичам, як він зміг утримати власну владу. Як свідчить популярний рекламний слоган, ваша перемога — наша нагорода; ця аптека буде його улюбленим місцем: тут його поважають і слухають, він із задоволенням сюди ходить [14].

Розглядаючи весь спектр мотивацій незадоволеного клієнта, легше увійти в його ситуацію і, так би мовити, доставити йому задоволення [27].

Існують і споживачі-провокатори, метою яких є загальне розважання негативних пристрастей. Їм потрібен не стільки об'єктивний привід, скільки привід для скандалу. Немає сенсу злитися і засмучуватися через таких людей: вони поведуться як стихійне лихо і не можуть вибрати іншу поведінку, контролювати себе. Все, що фармацевт може зробити, це не напружуватися при вигляді бешкетника, відомого сусіднім аптекам, а заспокоїтися і застися терпінням. На його тлі завжди виграшно виглядає спокійна людина; відвідувачі аптеки оцінять стриманість фармацевта і стануть на його сторону [7].

Мета «патологічного» бійця зазвичай не полягає в тому, щоб витягти з нього фармацевта. Таким людям зазвичай байдуже до оточуючих, вони сприймають інших як засіб досягнення бажаного ефекту. Для них зіткнення — це лише спосіб увійти в комфортний стан. Цей комфорт, як не дивно, приносить їм негативні емоції. Після того, як вони принизять іншу людину або переконуються, що «довкола все погано» (для чого, наприклад, потрібно спровокувати аптекаря на крик), їм стає легше: є кого засуджувати, кому перетирати кістки, з ким можна відчувати себе невинною жертвою чи самим відважним борцем за правду. Метою бешкетників часто є вихлюпувано накопиченої агресії на людині, яка не може агресивно реагувати на їхні дії; або, навпаки, він повинен звести вас з розуму, щоб переконати, що ви гірші за нього; а також ви отримаєте матеріал для обговорення [2].

Більшість таких «борців за правду» – психічно нездорові люди, які шукають, на кого звинуватити всі біди, або можуть почуватися на своєму тлі борцями та героями – щоб хоч щось «домогтися» [1].

Якщо аптекар розлютився, бешкетник отримав те, що хотів. Ви будете постійним відвідувачем своєї аптеки, але приходите лише для того, щоб передати улюблений номер. Однак повне ігнорування провокатора не завжди призводить до бажаного результату: неврівноважений клієнт, ображений неувагою, лише розвиває активність. Кращим рішенням буде часткова згода з міркуваннями клієнта (не з аргументами і тим більше не з висновками). Більшість бійців ще не готові до такого розвитку подій; дезорієнтовані, вони пристосовуються до більш мирного способу [8].

Крім психологічних причин, у зіткненнях є і конкретна причина: через що спалахнули пристрасті. Перерахуємо найпоширеніші скарги клієнтів. Клієнту потрібен препарат, якого немає в наявності. Виправдання фармацевта (складнощі з постачальниками, високий попит на цей препарат) лише втішать досить спокійного споживача. Хтось може перебити фармацевта: «Це ваші проблеми, а мені потрібні лікарські засоби! Минулого тижня ви сказали, що сьогодні вони є!» і роздратовано, але пропонує одне з можливих рішень [2].

1. Запропонуйте аналогічний препарат. Можливо, це задовольнить клієнта, але не ображайтеся, якщо він відмовиться: він довіряє своєму лікарю, можуть бути медичні показання до застосування того чи іншого препарату [3].

2. Назвіть час доставки ліків! Навіть якщо його доставлять протягом місяця, принаймні він не буде в невіданні і зможе приймати розумні рішення. Якщо клієнт дуже зацікавлений в отриманні ліків і, відповідно, схвильований, то повідомте йому про термін доставки тихим, конфіденційним голосом, навіть можете написати дату на візитці аптеки або просто на аркуші паперу — це турбота, а даний жест заспокоїть людину. У деяких випадках варто зателефонувати постійному клієнту, щоб повідомити про прибуття ліків. Його вдячність не має меж! [15].

3. Необхідно направити його до конкуренту. Це не велика проблема. Якщо фармацевт не пропонує споживачу прийняттого рішення, то він сам йде в інші аптеки шукати потрібні ліки, а аптека від цього нічого не виграє. Але якщо аптекар допоможе йому, давши іншу адресу, він завоює його вдячність і довіру раз і назавжди: він повинен чесно відмовитися від допомоги, щоб допомогти. На знак подяки клієнт може купити щось в аптеці просто тому, що йому подобається мати справу з фармацевтом [17].

Клієнт вимагає те, на що аптекар не має права. Наприклад, відпуск ліків без рецепта або повернення проданих ліків в аптеку. Тут немає іншої відповіді, крім відмови. Його потрібно відкинути рішуче, але ніжно, втілюючи відмову в співчутливий спосіб. Багато людей думають, що емпатичну людину легко підштовхнути; однак після двох-трьох «стрибків» споживач переконується, що за добротою фармацевта стоять тверді принципи. Не варто допускати невпевненості і сумнівів в голосі, інакше протистояння затягнеться і фармацевту доведеться терпіти скарги, погрози, сльози. Потрібно показати, що фармацевт дуже шкодує, але не має іншого вибору [1].

Як відмовити клієнту і не сваритися з ним.

1. Твердження необхідно повторити. Повторивши свою претензію відвідувачеві, ви переконаєтесь, що вони зрозуміють. Це слід зробити, пояснюючи свою проблему: «Він каже, що стояв у довгій черзі...» або «Я розумію, що йому потрібно п'ять упаковок ліків, а в нас лише дві наявності...» або «Вам важливо, що упаковка ліків інша». Тепер відвідувач впевнений, що добре зрозумів, і спокійніше чекає вашого рішення [12].

2. Ви повинні погодитися з твердженням.

Щоб почати конструктивний діалог із замовником, необхідно погодитися з його твердженням. І тільки потім каже «але...». Наприклад: «Ви маєте рацію, не варто страждати через те, що лікар нерозбірливо написав назву ліків. Це жахлива незручність, я вам співчуваю. Але оскільки ми не можемо прочитати рецепт, вам доведеться попросити лікаря переписати його». Первісна згода з вимогою заспокоює людину, вона розуміє, що фармацевт не

ворог, і подальші його вимоги сприймаються більш тверезо. Слід пам'ятати, що договір із замовником не зобов'язує фармацевта виконувати неприйнятні вимоги [1].

3. **Обов'язкове використання жестів.** Коли клієнт висловлює свою скаргу, він повинен жестами і мімікою продемонструвати розуміння і співчуття: наприклад, він повинен кивнути головою. Деякі люди краще реагують на візуальну інформацію, ніж на словесне заспокоєння [24].

4. **Заклинило диск.** Якщо клієнт продовжує наполягати на тому, чого фармацевт не може дозволити, тоді він повинен використовувати підхід «старої історії»: повторювати той самий аргумент з різними варіантами, завжди з доброї волі. Не слухайте, як він висуває все нові і нові аргументи: відповідайте йому: "Так, я розумію, що вам незручно знову відвідувати свого терапевта. Але, на жаль, ми не можемо продати вам препарат без рецепта. Я розумію, що ви знаєте назву препарату, який вам потрібен, але, на жаль, цей препарат доступний лише за рецептом, і ви його втратили, і ми не можемо його продати». Слід пам'ятати, що рано чи пізно людина вичерпує свій арсенал аргументів, і виграє той, хто не шукав нових аргументів, а просто був вірним займаній позиції [5].

5. **Будьте конструктивними.** Усунувши всі заперечення замовника, не варто залишати його в розгубленості. Коли він вичерпав усі аргументи і зрозумів, що аптекар робить не те, що він хотів, йому довелося запропонувати розумний компроміс, наприклад: «Звичайно, шкода, що ми отримали таку малу партію... скажемо так: як тільки до нас прийде препарат, він знову прийде, я Вам зателефоную, давайте я залишу Ваш номер телефону». Слід пам'ятати, що не всі клієнти відразу сприймають альтернативне рішення; вибір слід пропонувати лише в тому випадку, якщо фармацевт переконаний, що прохання людини не може бути задоволено, «випустив пару» і зараз щиро відкритий до інших пропозицій [27].

6. **Потрібно вживати слово «ми».** Поки що, аргументуючи позицію фармацевта, він сказав: «Ми не можемо цього зробити», маючи на увазі, що

під «ми» маємо на увазі саму аптеку, даючи зрозуміти, що він діє не за своїми уподобаннями, а за правилами аптеки (так би мовити, від імені установи), і це додало ваги відмови аптекаря. Тепер, коли фармацевт пропонує розумний компроміс, він може використовувати той самий займенник в іншому значенні: «Знаєте що, давайте зробимо вам це...». У цьому випадку «ми» об'єднує вас із клієнтом. Фармацевт висловлює зацікавленість у вирішенні проблеми клієнта. Зазвичай ця методика працює безпомилково [4].

7. Ви не повинні відповідати заявами. Не потрібно намагатися маніпулювати клієнтом закидами на кшталт: «Ти тримаєш лінію!» або захищайте свої претензії відповідним: «Ну я заплутався і ви не змогли чітко сказати, що вам потрібно? Замість того, щоб «тиснути» на совість клієнта, вказуючи на людей, яких ви затримуєте, краще скажіть що аптекар не може звернути на це достатньо уваги навіть на мить і просить когось із колег розібратися. Якщо аптекар дійсно неправильно обслужив клієнта (навіть якщо це була його вина), то краще вибачитися: «Вибачте, мабуть, не зрозумів» і виправити помилку. Таким чином фармацевт задовольняє імідж клієнта і зберігає власну гідність [29].

8. Пам'ятайте про інших клієнтів. Якщо клієнт все-таки не заспокоївся і з важким серцем покинув двері, варто пам'ятати про інших відвідувачів: аптека не повинна втрачати їхню довіру. Ви повинні коротко вибачитися перед першим у черзі за затримку обслуговування та запитати наступного клієнта: «Чим я можу вам допомогти?» [3].

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

1. Проаналізовано вплив конфронтаційних ситуацій на аптечних працівників.
2. Вивчено методи управління фармацевтичними зіткненнями.

РОЗДІЛ 3

ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ УПРАВЛІННЯ ЗІТКНЕННЯМИ В АПТЕЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

3.1. Аналіз динаміки аптечних конфліктів

Для виявлення причин аптечних зіткнень було проведено опитування 26 працівників. Заповнено анкету, що знаходиться у додатку.

Ми виявили, що 97% респондентів – жінки (рис. 3.1).

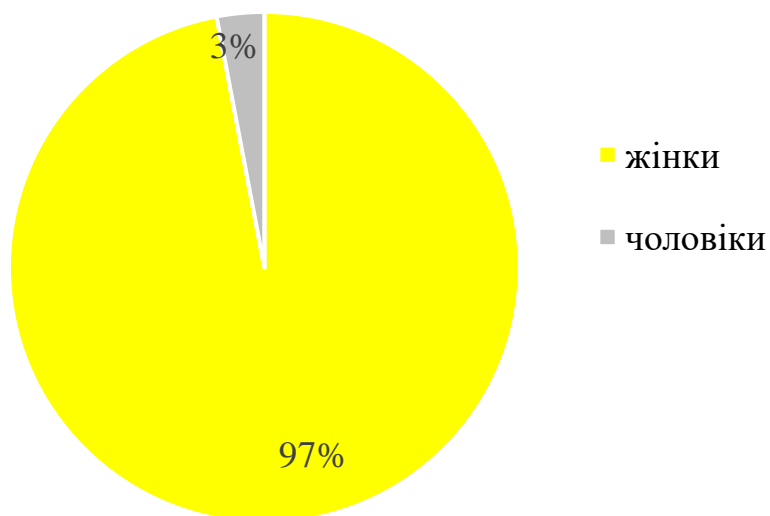


Рис. 3.1. Аналіз статі співробітників аптек

Встановлено, що 20% учасників опитування – керівники фармацевтичних компаній, 85% – фармацевти (рис. 3.2).

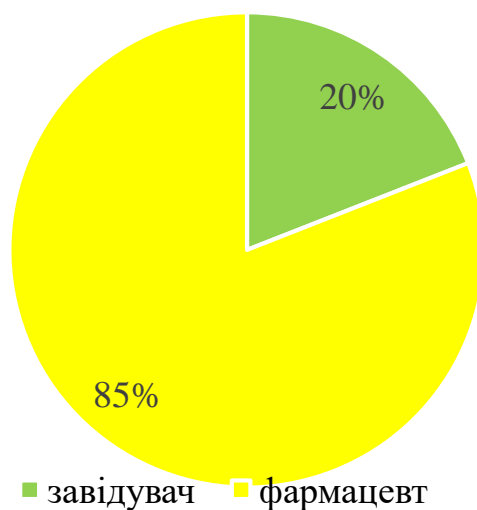


Рис. 3.2. Аналіз посад співробітників аптек

Досліджено, що 1% респондентів мають досвід роботи в аптеках до 5 років, 6-10 років — 11% спеціалістів, 11-20 років — у 20% респондентів, 21-30 років — у 48% респондентів, від 31 до 40 років — у 10% респондентів та старше 50 років — у 5% фармацевтичних працівників (рис. 3.3) [10].

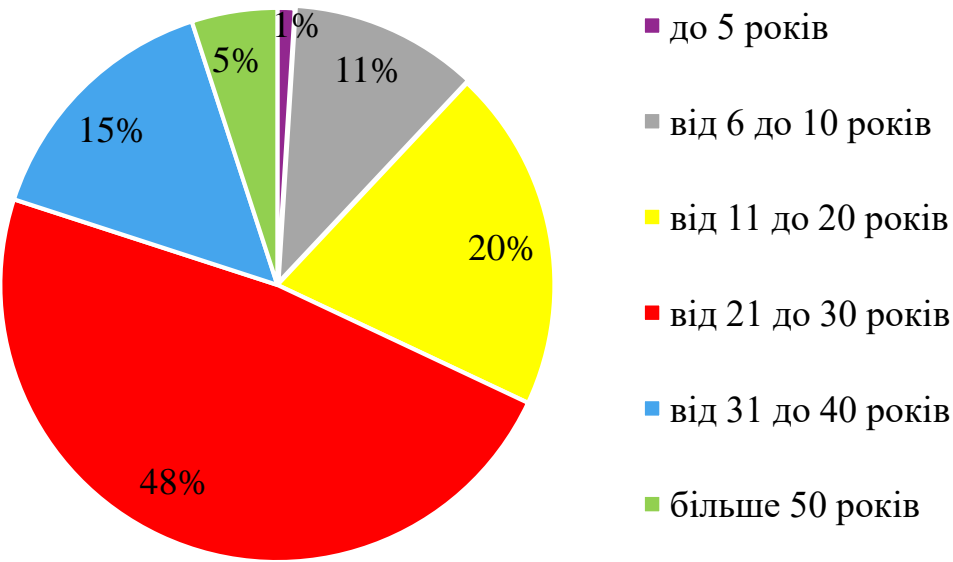


Рис. 3.3. Аналіз стажу фармацевтів

Виявлено, що 78% респондентів мають вищу фармацевтичну освіту, 12% – неповну вищу, 10% – середню спеціальну освіту (рис. 3.4).

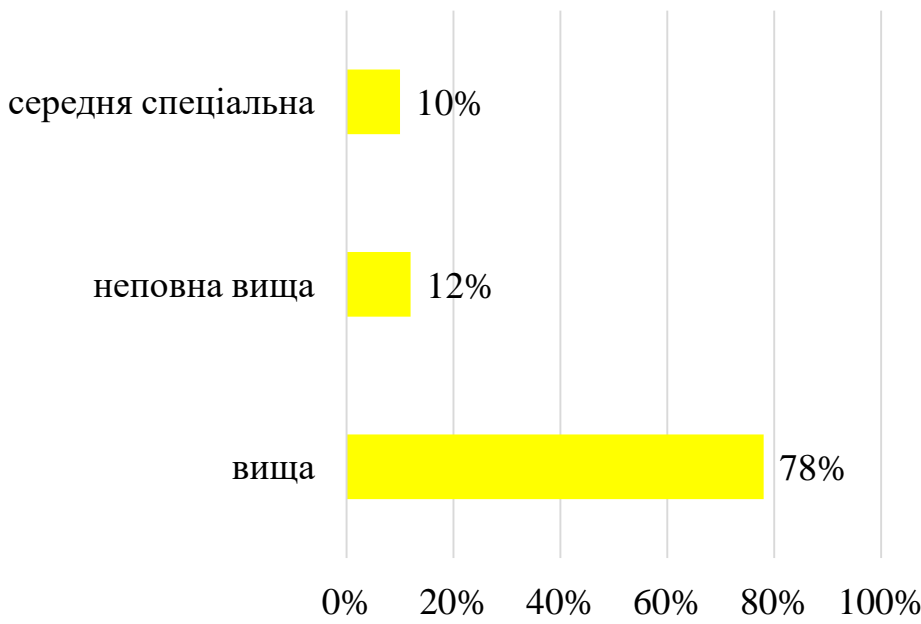


Рис. 3.4. Аналіз освітньої компетентності респондентів

Виявилося, що 8% респондентів наразі не хочуть працювати в аптечній установі. В аптечних установах причиною зміни вектору професійної діяльності називають незадовільне спілкування та емоційні перевантаження. 92% аптечних працівників бажають продовжити роботу в аптечних організаціях (рис. 3.5) [3].

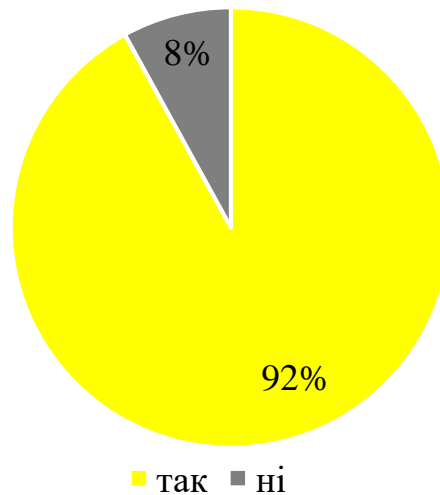


Рис. 3.5. Аналіз намірів аптечних працівників продовжувати роботу в аптечних організаціях

Всі респонденти отримали завдання детально описати як мінімум 3 суттєві зіткнення для аптечних працівників, які трапилися або відбуваються з ними або їхніми безпосередніми колегами (включається психологічний механізм перенесення, коли людині важко визначити власну актуальну проблему). Проблема в зіткненні, але цю проблему він бачить в іншому співробітнику в контексті його професійної діяльності в аптечній установі [3].

Метою мінімізації суб'єктивізму та свідомого залучення фармацевтичних працівників аптечних організацій до попереднього аналізу та оцінки їх діяльності нами обрано проєктивний метод, який включає метод письмового опитування – анкетування [2].

В результаті від кожного працівника аптеки надійшло по 3 конфронтаційні справи, всього 156 справ [29].

Виходячи з теорії та методології проєктивних методів, перевагу індивідуального вибору можна класифікувати як показник особистої залученості та ставлення до конфронтаційних ситуацій: 1 ситуація — релевантна (очевидно бажаний вибір); 2 ситуація — важлива (кращий вибір); 3 ситуація — додаткова (додатковий вибір) [29].

Виявлено, що 61% респондентів відзначили, що найчастіше зіткнення виникають з пацієнтами, 19% — міжособистісні зіткнення між керівником і підлеглими, 17% — зіткнення всередині колективу, 3% — внутрішні особистісні зіткнення (рис.3.6) [6].

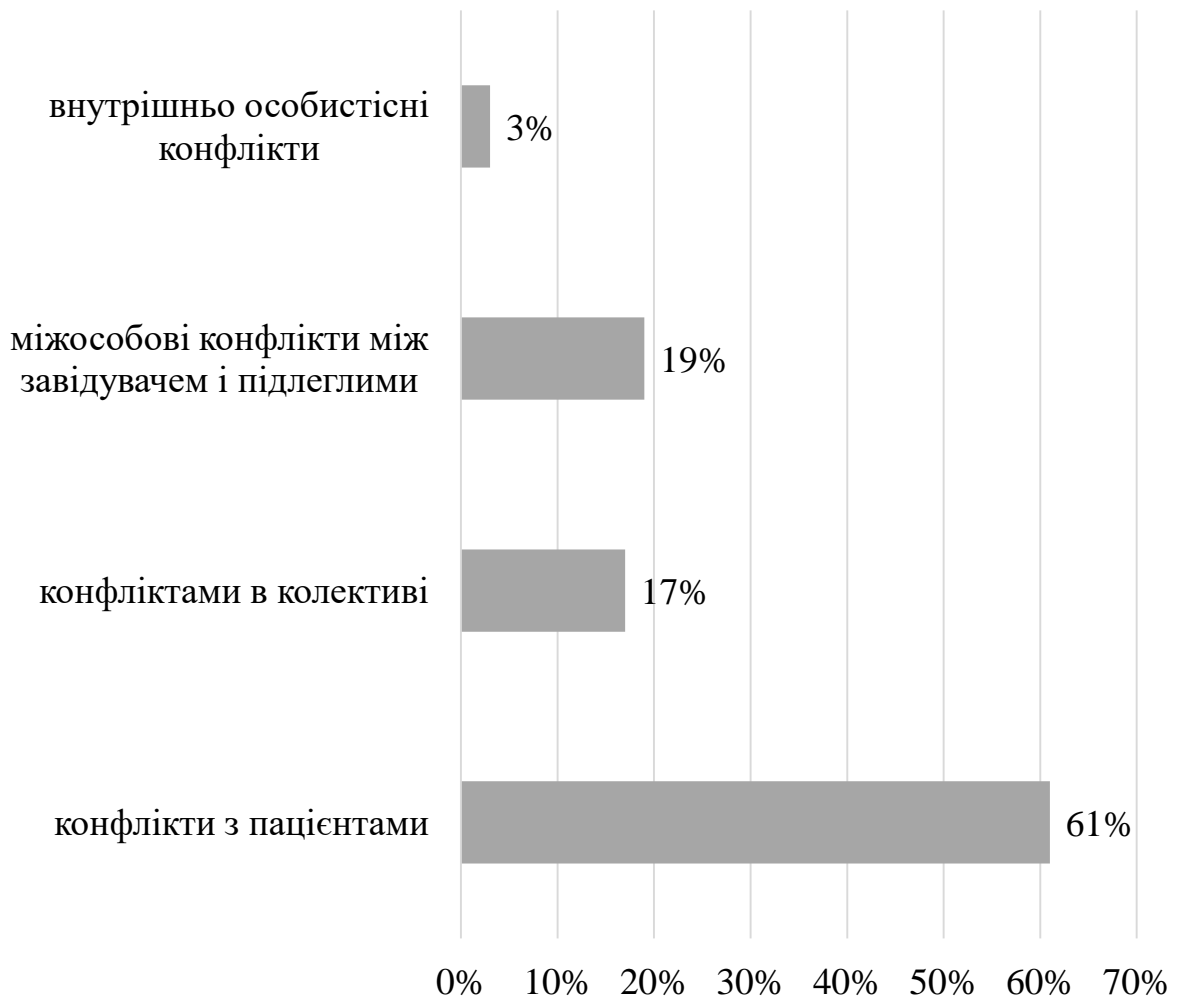


Рис. 3.6. Аналіз типів аптечних сутичок

Кількісний аналіз показав, що в початковій вибірці серед описаних зіткнень перше місце посідали зіткнення з пацієнтами, у 83% ситуацій; 17%

ситуацій пов'язані з зіткненнями всередині колективу. У другому варіанті змішані (горизонтальні та вертикальні) зіткнення виникали в колективі лише у 58% ситуацій; 42% ситуацій стосуються лише фармацевтів першого столу (горизонтальні зіткнення) [29].

Третім вибором відзначено 52% ситуацій за участю пацієнтів в аптечних установах; 32% ситуацій стосуються серйозного міжособистісного зіткнення між керівником і підлеглими (вертикальні зіткнення), а 16% ситуацій пов'язані з внутрішньо особистісними зіткненнями [1].

Слід зазначити, що в зіткненнях з пацієнтами нерідко непорозуміння викликають самі керівники аптечних установ.

Встановлено, що основними причинами зіткнень між фармацевтами та споживачами є: 31% респондентів – пацієнт бажає повернути раніше придбані ліки, медичні діагностичні засоби чи інші товари з пропозиції аптечних установ; 19% — пацієнт не має рецепта або неправильно виписав рецепт на ліки; 17% — висока ціна і пов'язана з нею емоційна дратівливість пацієнтів; 15% — відсутність розмінної монети або пропозиція придбати «акційний товар» для обміну; 13% – консультація пацієнта фармацевтом незадовільна; 5% — поведінка пацієнта незадовільна для фармацевта (рис. 3.7) [7].

Також ми виявили конфронтаційні ситуації, пов'язані зі стосунками в колективі аптеки (рис. 3.8): 34% респондентів повідомили про боротьбу за ресурси (наприклад, вигідне розташування каси в приміщенні, вид діяльності, наприклад, оформлення виробу тощо); 39% – незадовільний соціально-психологічний клімат колективу; 27% — неадекватна адаптація та мотивація роботи фармацевтів [3].



Рис. 3.7. Аналіз основних причин зіткнень між фармацевтами та споживачами

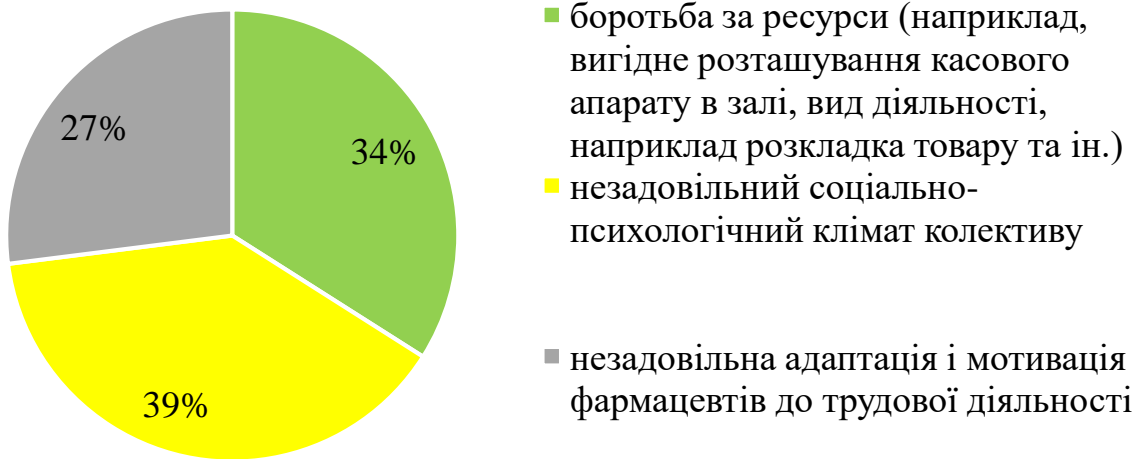


Рис. 3.8. Аналіз причин зіткнень, пов'язаних зі стосунками в аптечному колективі

Визначили джерела зіткнень між керівником та фармацевтами (рис. 3.9).



Рис. 3.9. Аналіз основних причин зіткнень між завідувачем та фармацевтичними працівниками

Встановлено, що джерелами зіткнення між завідувачем і фармацевтами є: 24% респондентів – нерівний розподіл ресурсів; 20% — фаворитизм в колективі (прихильність або перевага до співробітника, родинні зв'язки); 27% — тиск на фармацевтичних працівників з боку керівництва, наприклад, спонукання продати певний товар з аптечного асортименту; 7% — керівник порушив положення посадової інструкції фармацевтичного працівника; 19% – незадовільне спілкування; 3% — інші [7].

За даними анкетного опитування, 83% фармацевтів спорять з пацієнтами, які поведуться неадекватно з точки зору респондентів, при цьому фармацевти не вважають себе конфронтаційними (рис. 3.10) [6].

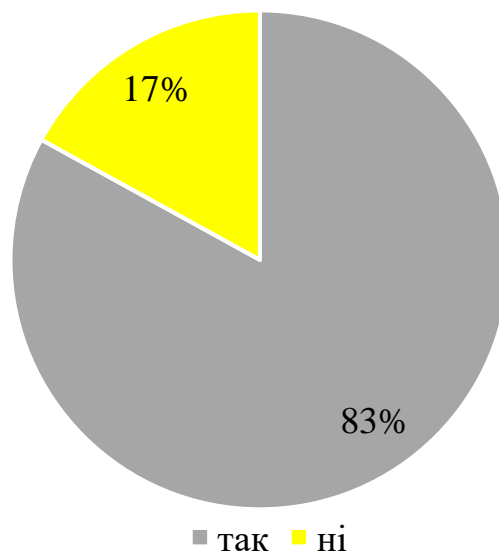


Рис. 3.10. Аналіз зіткнень зі споживачами, які поведуться некоректно та неадекватно з точки зору фармацевтів

Виявилося, що 76% респондентів вважають, що причиною зіткнень є різне уявлення людей про цілі, цінності та інтереси; 18,7% респондентів вказали причиною зіткнень психологічну несумісність, лише 5,3% респондентів бачать причини зіткнень у непорозумінні, логічних помилках, труднощах спілкування [8].

3.2. Дослідження методів вирішення зіткнень за допомогою завідувачів аптечних установ

Якщо співробітник за першою стійкою не зміг вирішити зіткнення, або обговорення було занадто довгим, і черга повільно «кипить» від нетерпіння. Тут має вийти на сцену нова фігура: якщо підлеглий не впорався, суперечку вирішує начальник [1].

Перед завідувачою аптеки, яка з'явилася в торговому залі для вирішення зіткнення, постають дві сторони зіткнень: відвідувач і фармацевт. Відвідувач робить претензію. Фармацевт заперечує. Якщо, наприклад, мова йде про правові норми чи інші об'єктивні чинники, то в цьому випадку роль керівника полягає лише в тому, щоб підтвердити правоту підлеглого, посилаючись на правила відпуску ліків або відсутність ліків в аптечній установі. При цьому достатньо використовувати ті ж прийоми, які рекомендують фармацевтам: «Ми вас розуміємо, але не можемо вам допомогти, як і в будь-якій іншій аптеці», «Наступного тижня» тощо [3].

Але якщо причиною зіткнення є невдоволення покупця поведінкою продавця. Наприклад, аптекар довго не підходив до прилавка, або сказав щось, що зачепило відвідувача, то на чий бік повинен стати керівник? [9].

Ситуація 1. Є такий тип лідера, який завжди відстоює «своє», незалежно від того, право чи не правильно останнє. Колектив аптеки щиро вірить у такого керівника, і це плюс такого ставлення; але клієнт «голосує ногами» проти аптеки, де вибір завжди не на його користь. Можливо, керівник просто вважає, що публічне визнання помилки персоналу є ведмежою послугою для репутації аптеки; і, ймовірно, насварить своїх підлеглих пізніше, після інциденту. Але яка різниця клієнту, якщо він не бачить справедливості. Важливо знати: визнання провини працівників аптеки не шкодить репутації закладу. Навпаки, це зміцнює впевненість відвідувача в тому, що ця аптека надійна, оскільки керівництво суворо стежить за дотриманням прав клієнта тут [18].

Ситуація 2. Лідери занадто вимогливі до себе і очікують від підлеглих, що вони завжди будуть брати на себе відповідальність. Таким людям простіше

знайти винного серед співробітників і покарати його заради задоволення замовника, ніж потрапити в неприємну ситуацію. Звісно, кількість зіткнень не зменшується, тому що винуватий вигляд і самовіддана поведінка співробітників провокує агресію клієнтів не менше, ніж нахабство і хамство. Не кажучи вже про те, що клієнт втрачає повагу до аптеки, де на його очах знову і знову принижують і карають людей, чи то відвідувачів, чи то самих фармацевтів [7].

Ситуація 3. Якщо керівник ігнорує зіткнення і залишає учасників вирішувати проблему самостійно, постраждати можуть обидві сторони. Клієнт, швидше за все, інтерпретує політику невтручання як несерйозне сприйняття своєї проблеми. А самовпевнений фармацевт може розгубитися і «наламати дров» перед агресією клієнта. Далеко не завжди потрібно втручатися в зіткнення, але якщо підлеглий просить допомоги або явно не може вирішити проблему, то лідеру має сенс взяти вогонь на себе. По-перше, вам потрібно зберігати спокій. Щоб не оголосити торговий зал страхітливим: «Що за скандал? Хто це допустив?!» Не виявляйте роздратування чи хвилювання. Це нікому не додає впевненості. Слід пам'ятати: чим більше людина хвилюється, тим більше ймовірність неадекватної поведінки [8].

Тому завдання керівника – з самого початку відновити почуття довіри та спокою для обох сторін. В ідеалі з появою керівника обидві сторони зіткнення можуть відчувати полегшення: нарешті є хтось мудрий і справедливий, на кого можна покластися, тепер все буде добре [10].

Посміхніться клієнту, привітайтеся (можна привітатися з усією чергою), потім попросіть фармацевта пояснити ситуацію. Після цього так само уважно потрібно вислухати іншу сторону. Треба спробувати зрозуміти мотиви обох сторін: у кожного своя логіка. Під час розмови із замовником потрібно пам'ятати найголовніше: завідувач не зобов'язаний заздалегідь ставати на бік учасників зіткнення. Метою керівника є збереження робочих стосунків з колегами, а з клієнтом – довірчих відносин [19].

Якщо завідувач встановив «винного», не дайте людині зрозуміти, що він зробив щось не так. Клієнт, якому публічно «вказали на місце», навряд чи знову відвідає ту ж аптеку. Щоб пояснити помилку споживача, краще висловити розуміння м'якше: «Я вас розумію, але мені здається, що тут було непорозуміння» 2. Я не здивуюся, що ви зробили помилку, тому що ліків дуже багато. Зі схожими назвами пора заплутатися! Відвідувачу необхідно дати можливість гідно вийти з зіткнення [5].

Якщо помилку зробив фармацевт, йому слід дати можливість погодитися: «Тепер нам зрозуміло, що фармацевт просто неправильно зрозумів, чи не так?» — таким чином фармацевт висловлює повагу до власного працівника, дає йому можливість без осуду оцінити власну поведінку. При цьому керівник підкреслює правомірність клієнта, кажучи: «Аптека вас не послухав», і дає більш м'яку характеристику його поведінки, «зберігаючи» гідність працівника [8].

На жаль, буває так, що ніякі формулювання не можуть вивести вашого співробітника на публіку. Ви повинні взяти на себе відповідальність: вибачитися від імені аптеки та пообіцяти вжити відповідних заходів. Цей же прийом можна застосувати, коли керівник має справу з неврівноваженим клієнтом, який не бажає прислухатися до аргументів розуму і прагнуть, щоб наказали фармацевта: незалежно від того, винен працівник чи ні, керівник може пообіцяти «прийняти заходи». Відвідувач заспокоїться, і інцидент вичерпається [14].

А тепер зіткнення вичерпане – нехай фармацевт «відпочине осторонь», поп'є чаю чи погуляє. Це дає йому можливість охолонути, заспокоїтися, правильно оцінити те, що сталося і зробити висновки на майбутнє. Крім того, подальші емоційні обговорення не викликають зіткнень між персоналом та відвідувачами. Важливо пам'ятати, що завдання працівника аптеки – не виграти, а вирішити зіткнення до максимального задоволення обох сторін [6].

Управління зіткненнями — це процес розв'язання суперечок, у якому негативні наслідки зводяться до мінімуму, а позитивним надається пріоритет.

Ця ключова лідерська навичка передбачає використання різних тактик залежно від ситуації, переговорів та творче мислення. Завдяки належному управлінню зіткненнями може мінімізувати міжособистісні проблеми, підвищити задоволеність клієнтів і досягти кращих результатів у бізнесі [10].

Зіткнення на робочому місці не означають автоматично, що винні конкретні співробітники, хоча в деяких випадках це проблема. Якщо у вас є співробітники, які кидають виклик статус-кво і хочуть ввести зміни, які, на їхню думку, будуть позитивними для аптечної установи, це може означати, що ваша організація має високий рівень організованості співробітників [6].

Зіткнення також може означати, що працівники відчують себе досить зручно, щоб кинути виклик один одному, і відчують, що їхні зіткнення вирішуються організацією справедливо. Управління зіткненнями, якщо воно здійснюється належним чином, може навіть збільшити організаційне навчання аптечної установи через запитання, які виникають під час процесу. Важливим аспектом того, щоб бути хорошим лідером, є розуміння управління зіткненнями [15].

Керівник не розуміє п'яти стилів управління зіткненнями і того, як їх правильно застосовувати в різних ситуаціях, тому вони залишають його вирішувати зіткнення без керівництва. У спробах швидко вирішити проблеми, проблеми часто не вирішуються належним чином і з'являються знову. Існує 5 стилів управління зіткненнями: поступливий, уникаючий, компромісний, конкурентний і кооперативний [9].

Коли справа доходить до зіткнення, не існує універсального рішення. Кожна ситуація буде різною, від джерела зіткнення до залучених сторін. Менеджер, який володіє навичками вирішення зіткнень, повинен вміти дивитися на зіткнення з висоти пташиного польоту і застосовувати необхідний в даній ситуації стиль управління зіткненням [11].

Поступливий стиль просто означає, що ви ставите потреби іншої сторони вище своїх власних. Ви дозволяєте їм «перемагати» і добиватися свого. Компроміс підходить для ситуацій, коли вам байдужа інша особа, коли

затягування зіткнень не варте вашого часу або коли ви вважаєте, що не праві. Цей варіант передбачає збереження миру, не докладаючи більше зусиль, ніж проблема варта, і знання, коли починати сварку [11].

Хоча це може здатися трохи слабким, примирення може бути найкращим варіантом для вирішення незначного зіткнення та переходу до більш важливих питань. Цей стиль дуже сприятливий для розв'язування, але може викликати гнів [7].

Плюси: дрібні розбіжності можна вирішити швидко та легко з мінімальними зусиллями. Менеджери можуть створити репутацію людей, які легко підходять, а співробітники знають, що вони можуть висловлювати свою думку з питань без помсти. Мінуси: босів можна вважати слабкими, якщо вони здаються занадто часто. Використання цієї техніки для більших або важливіших питань не вирішить проблеми, і його слід повністю уникати [3].

Метою стилю уникнення є зменшення зіткнення шляхом його ігнорування, усунення конфліктуючих сторін або уникнення їх якимось чином. Зіткнення людей можна видалити з проекту, з яким вони суперечать, відсунути терміни або навіть перевести в інші відділи [3].

Це може бути ефективним стилем вирішення зіткнення, коли є шанс, що період охолодження буде корисним, або коли вам потрібно більше часу, щоб обміркувати свою позицію щодо самого зіткнення. Однак уникнення не може замінити відповідне рішення; зняття зіткнення на невизначений термін може і призведе до нових (і більших) зіткнень у майбутньому [6].

Плюси: давши людям час заспокоїтися, можна вирішити напролюд багато проблем. Час і простір можуть дати тим, хто перебуває в зіткненні, необхідну перспективу, а деякі проблеми можуть вирішитися самі собою. Керівники показують, що вони довіряють співробітникам діяти самостійно та вирішувати проблеми [11].

Недоліки: якщо використовувати цей прийом у невідповідних ситуаціях, він посилює зіткнення. Менеджери можуть виглядати некомпетентними, коли

вони зловживають ухиленням, оскільки працівники вважають, що вони нездатні вирішити розбіжності [9].

Компромісний стиль прагне знайти золоту середину, просячи обидві сторони узгодити певні аспекти своїх бажань, щоб узгодити рішення. Цей стиль іноді називають безпрограшним, оскільки обидві сторони мають відмовитися від деяких речей, щоб домовитися про велике питання. Це використовується, коли час закінчується або коли рішення просто має відбутися, а не бути ідеальним [8].

Компроміс може призвести до образи, особливо якщо його неправильно використовувати як тактику вирішення зіткнень, тому його слід використовувати обережно. Плюси: проблеми можна вирішити швидко, а сторони зіткнення розходяться з кращим розумінням точки зору іншої сторони. Компроміс може створити основу для подальшої співпраці та дозволить обом сторонам бути почутими. Менеджери, які використовують цю тактику, бачать у ній полегшення бізнесу, практичні та знаходять рішення [6].

Мінуси: ніхто не йде повністю щасливим. У деяких випадках одна сторона може відчувати, що вона пожертвувала занадто багатством, і не бажає знову йти на компроміс у майбутньому. Менеджери, які покладаються на цю техніку, ігнорують доброзичливість своїх співробітників і вважають, що вони не хочуть співпрацювати [14]. Компроміс досягається шляхом найму працівника соціальних мереж на неповний робочий день, а решту бюджету витрачається на цифрову рекламу. Змагальний стиль відмовляється від компромісів і не поступається іншими точками зору чи бажаннями. Одна сторона наполягає на тому, що, на її думку, є правильним вирішенням ситуації, і не відступить, доки не доб'ється свого. Це може статися в ситуаціях, коли мораль наказує вжити певних заходів, коли немає часу шукати інші рішення або коли потрібно прийняти непопулярне рішення. Ви можете швидко вирішити суперечки, але моральний дух і продуктивність, швидше за все, будуть нижчими [3].

Переваги: лідери, які використовують цей стиль, показують, що вони сильні і не відступляться від своїх принципів. Спорі вирішуються швидко, оскільки немає місця розбіжностям чи суперечкам [6].

Недоліки: лідерів, які використовують цей стиль, сприйматимуть як нерозумних і авторитарних. Вирішення зіткнення шляхом придушення всіх розбіжностей не призводить до щасливих, продуктивних працівників і в більшості випадків не призводить до пошуку найкращого рішення [7].

Стиль співпраці дає найкращі довгострокові результати, але він також є найважчим і трудомістким. Враховуються потреби та побажання всіх сторін і знаходиться безпрограшне рішення, щоб усі залишилися задоволені. Це часто означає, що всі сторони сідають, обговорюють зіткнення і ведуть переговори разом [3].

Це використовується, коли життєво важливо підтримувати відносини між усіма сторонами або коли саме рішення матиме значний вплив. Переваги: всі залишаються задоволені. Вони знаходять рішення, яке фактично вирішує проблеми зіткнення, а менеджер, який реалізує цю тактику, вважається кваліфікованим [11]. Недоліки: цей стиль управління зіткненнями займає багато часу. Деякі терміни або виробництво можуть бути затримані, поки не будуть знайдені рішення, що, залежно від залучених сторін, може зайняти багато часу та спричинити збитки [4].

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

1. Для виявлення причин аптечних зіткнень було проведено опитування 26 працівників. Виявилось, що 97% респондентів - жінки. Виявилось, що 20% учасників опитування – завідувачі аптечних установ, 85% – фармацевти.

2. Виявлено, що 1% респондентів мають досвід роботи в аптеці до 5 років, 6-10 років — 11% спеціалістів, 11-20 років — 20% респондентів, 21-30 років — 48% респондентів, від 31 до 40 років — 10% респондентів і старше 50 років — 5% експертів.

3. Виявлено, що 78% респондентів мають вищу фармацевтичну освіту, 12% – неповну вищу, 10% – середню спеціальну.

4. Виявилось, що 8% респондентів наразі не хочуть працювати в аптечній установі. В аптечних організаціях причиною зміни вектору професійної діяльності називають незадовільне спілкування та емоційні перевантаження. Встановлено, що 92% аптечних працівників хочуть продовжити роботу в аптечних організаціях.

5. Виявилось, що 61% респондентів відзначили, що найчастіше зіткнення виникають з пацієнтами, 19% — міжособистісні зіткнення між керівництвом і підлеглими, 17% — зіткнення всередині колективу, 3% — зіткнення всередині особистості.

6. Встановлено, що основними причинами зіткнення між фармацевтами та споживачами є: 31% респондентів – пацієнт бажає повернути раніше придбані ліки, медичні діагностичні засоби чи інші товари з пропозиції аптеки; 19% — пацієнт не має рецепта або неправильно виписав рецепт на ліки; 17% — висока ціна і пов'язана з нею емоційна дратівливість пацієнтів; 15% — відсутність розмінної монети або пропозиція придбати «акційний товар» для обміну; 13% – консультація пацієнта фармацевтом незадовільна; 5% — поведінка пацієнта незадовільна для фармацевта.

7. Визначено зіткнення, пов'язані зі стосунками аптечного колективу: 34% респондентів відзначили боротьбу за ресурси (наприклад, вигідне розташування каси в залі, вид діяльності, наприклад, розстановка товарів тощо); 39% – незадовільний соціально-психологічний клімат колективу; 27% — неадекватна адаптація та мотивація роботи фармацевтів.

8. Встановлено, що джерелами зіткнення між керівником і фармацевтами є: 24% респондентів – нерівний розподіл ресурсів; 20% — фаворитизм в колективі (прихильність або перевага до співробітника, родинні зв'язки); 27% — тиск на фармацевтичних працівників з боку керівництва, наприклад, спонукання продати певний товар з аптечного асортименту; 7% —

керівник порушив посадову інструкцію фармацевтичного працівника; 19% – незадовільне спілкування; 3% — інші.

9. Виявлено, що 83% фармацевтів мають зіткнення з пацієнтами, які поведуться неадекватно з точки зору респондентів, при цьому фармацевти вважають себе неконфліктними.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. Проведено теоретичний аналіз наукових публікацій про конфліктні ситуації. Розбираємо види та причини аптечних зіткнень.
2. Аналізуємо вплив конфліктних ситуацій на аптечних працівників. Вивчено методи управління зіткненнями.
3. Для виявлення причин аптечних зіткнень було проведено опитування 26 працівників. Виявилось, що 97% респондентів - жінки. Виявилось, що 20% учасників опитування – завідувачі аптечних установ, 85% – фармацевти.
4. Виявлено, що 1% респондентів мають досвід роботи в аптеці до 5 років, 6-10 років — 11% спеціалістів, 11-20 років — 20% респондентів, 21-30 років — 48% респондентів, від 31 до 40 років — 10% респондентів і старше 50 років — 5% експертів.
5. Виявлено, що 78% респондентів мають вищу фармацевтичну освіту, 12% – неповну вищу, 10% – середню спеціальну.
6. Виявилось, що 8% респондентів наразі не хочуть працювати в аптечній установі. В аптечних організаціях причиною зміни вектору професійної діяльності називають незадовільне спілкування та емоційні перевантаження. Встановлено, що 92% аптечних працівників хочуть продовжити роботу в аптечних організаціях.
7. Виявилось, що 61% респондентів відзначили, що найчастіше зіткнення виникають з пацієнтами, 19% — міжособистісні зіткнення між керівництвом і підлеглими, 17% — зіткнення всередині колективу, 3% — зіткнення всередині особистості.
8. Встановлено, що основними причинами зіткнення між фармацевтами та споживачами є: 31% респондентів – пацієнт бажає повернути раніше придбані ліки, медичні діагностичні засоби чи інші товари з пропозиції аптеки; 19% — пацієнт не має рецепта або неправильно виписав рецепт на ліки; 17% — висока ціна і пов'язана з нею емоційна дратівливість пацієнтів; 15% — відсутність розмінної монети або пропозиція придбати «акційний

товар» для обміну; 13% – консультація пацієнта фармацевтом незадовільна; 5% — поведінка пацієнта незадовільна для фармацевта.

9. Визначено зіткнення, пов'язані зі стосунками аптечного колективу: 34% респондентів відзначили боротьбу за ресурси (наприклад, вигідне розташування каси в залі, вид діяльності, наприклад, розстановка товарів тощо); 39% – незадовільний соціально-психологічний клімат колективу; 27% — неадекватна адаптація та мотивація роботи фармацевтів.

10. Встановлено, що джерелами зіткнення між керівником і фармацевтами є: 24% респондентів – нерівний розподіл ресурсів; 20% — фаворитизм в колективі (прихильність або перевага до співробітника, родинні зв'язки); 27% — тиск на фармацевтичних працівників з боку керівництва, наприклад, спонукання продати певний товар з аптечного асортименту; 7% — керівник порушив посадову інструкцію фармацевтичного працівника; 19% – незадовільне спілкування; 3% — інші.

11. Виявлено, що 83% фармацевтів мають зіткнення з пацієнтами, які поводяться неадекватно з точки зору респондентів, при цьому фармацевти вважають себе неконфліктними.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бадакшанов А.Р., Самігулліна Ф.Р. , Бадакшанова Є.В. Аналіз суперечливий ситуації в аптеках установи . Інновації в охороні здоров'я народів : Матеріали IV Всеросс науково-практ конференції з міжн . участь _ Санкт-Петербург, 9–10 листопада 2016 р . Санкт-Петербург. 2016. 238–241.
2. Батаршев А. І. Психологія управління персоналом : учебн . посібник _ М.: Вид- во Інститут психотерапія , 2005. 311 с.
3. Башкіна Н. А. Методи інноваційного управління зіткненнями в установи. Вісник Інституту економіки та підприємництва. 2014. № 2 С. 34-39.
4. Биков В. М., Бикова О. В. Роль менеджера в зіткненніній ситуації. Наука час _ 2015. № 5 (17). С. 54-56.
5. Буданцева Д. Н. Психологічний клімат в колективі аптеки. *Наука та інновації* . 2015. Т. 5. № 5. С. 344-344.
6. Ворозсейкін І. Є. Зіткненнялогія : навч . М.: ИНФРА-М, 2004. 240 с.
7. Ворожцова Е. С. , Гурьянова М. Н. , Тарасевич В. Н., Новікова Н. В. Зіткнення у фармацевтичній галузі . діяльності . *Messenger Смоленська хвороба медичний академії* _ 17. 2018 (3). С. 89–96.
8. Ворожцова Е. С. , Гурьянова М. Н., Тарасевич В. М., Новікова Н. В. Наслідки міжособистісних зіткненняів у фармацевтичній діяльності. *Далекосхідний медичний журнал* . 2019. № 1 С. 56-60.
9. Ворожцова Е. С. , Солониніна А. В. Аналіз причин аптечних зіткненняів установи . *Messenger Смоленська хвороба медичний академії* _ 18. 2019 (2). С. 202–208.
10. Воротникова А.Ю. Управління зіткненнями в установи. *Молодь і наука* . 4-1 2017 року стор 104
11. Глазирин Т. С., Козлов Т. Л. Зіткнення державні та суспільні інтереси _ обслуговування , в діяльності установи : причини виникнення , запобігання , регулювання . М: ИНФРА-М, 2018. 224 с.

12. Глембоцька Г. Т. Фармацевтичний менеджмент : моделі розвитку професійний культури зв'язку _ *Економ газета аптека* . 2012 № 3. С. 61-69.
13. Глущенко Д. Н. Управління зіткненнями в установи. *Енергія науки* . 2016. С. 490-494.
14. Грибова Я. V. Зіткнення у фармації : можливості менеджмент [Електронний ресурс]. Спосіб доступу : <http://mfvt.ru/konflikty-v-artekevozmozhnostiupravleniya/>.
15. Громова О. Н. Зіткненнялогія : курс лекцій / О. Н. Громова. М.: ЕКМОС, 2010. 319 с.
16. Гур'єв М. Є. Стратегії поведінки особистості в процесі вирішення міжособистісних зіткнень всередині установи. *Проблеми сучасної педагогічної освіти*. 2016. 50-3. С. 265-276.
17. Дмитрієв А. В. Зіткненнялогія . М.: « Гардарика », 2008. 318 с.
18. Дмитрієва Н. А., Михайлова А. В. Внутрішньогруповий зіткнення в установи. *Наукові дослідження: від теорії до практики* . 2015. Рік 1, Випуск 4 (5). С. 266-267.
19. Дуткевич Т. В. Зіткненнялогія з основами психології управління: навч . довідка _ К.: Oktátási Irodalom Központ, 2015. 456 с.
20. Желтухін А. І. Соціологія концепція зіткнення : Соціолог дослідження __ М.: «ЮНІТИ», 2008. № 4. С. 140-144.
21. Запєвалова О. В. , Бабурін В. В. Попередження зіткненняних ситуацій у колективі. *Психопедагог в органах внутрішніх справ* . 2018. № 2 (73). С. 30-34.
22. Запрудський Г. В. Соц зіткнення _ Політичний аспект. Ростов н/д: « Фенікс », 2007. 120 с.
23. Зігерт В. Ведення без зіткнень . М.: « Економіка », 2007. 216 с.
24. А. Г. Зобова Про сучасні тенденції та методи управління зіткненнями на підприємствах. *Соціально-економічні явища та процеси* . 2014. № 4 (62). С. 46-49.

25. Каратаєв А. А. Зіткнення в організаціях . *Інтернаука — міжнародний науковий журнал* . № 2016 8. С. 105-106.
26. Каратунова Н. Г. Зіткнення, що виникають в установи. *Економіка. правильно. Штамп. Оголошення ХЕІ* . 2013. № 3 (59). С. 52-63.
27. Кіржнер Л. О. Теорія зіткнень: навч . посібник _ Х.: Хнеу, 2007. 142 с.
28. Ковнер О. В. , Медвецька Є. О. Управління зіткненнями в аптечній установи. *Актуальні проблеми психолого-педагогічного та медико-соціального супроводу вищої освіти: інтеграція науки і практики* . 2017. С. 155-157.
29. Кодинська В. А. Рішення проблем управління зіткненнями в сучасних організаціях. *Сучасні технології управління персоналом* . 2018. № 1 С. 312-315.
30. Коломицев О. Н., Шарипово А. І. Причини, етапи, способи вирішення зіткненняних ситуацій. *Економіка. правильно. Штамп. Оголошення ХЕІ* . 2017. № 3 (75). С. 135-140.
31. Компанієць Д. І., Тукова Є. А. Зіткнення в організаціях. *Педагогіка і психологія: актуальні проблеми теорії та практики* . 2016. № 1 (6). С. 258-260.
32. Кравченко І. А. Зіткнення в аптеках установи . *Бюлетень медичний Інтернет-конференції* . 4. 2014 (4). 297.
33. Кравченко І. А. Зіткнення в аптечних організаціях. *Оголошення про медичні інтернет-конференції* . 2014. Т. 4 № 4, стор 297
34. Ларіонов В. В. , Мулач М. В. Управління зіткненнями в установи як технологія управління. *Інновації в менеджменті* . 2015. № 1 (3). С. 50-54.
35. Литвишко В. М. Тяжкість, тривалість і наслідки зіткнення. *Питання педагогіки* . 2018. № 8 С. 48-50.
36. Малиновський П. А. Метод оцінки персонал . Мінськ : «РІВШ», 2010. 129-130.

37. Миронова О. М. Зіткненнялогія : навч. Х.: Ред. ХНЕУ, 2011. 168 с.
38. Моргунов Е. Б. Зіткнення : профілактика та лікування . / Моргунов Е.Б.М.: « Інфра -М», 2007. - 187 с.
39. Разумова Н. Н. Споби управління зіткненнями в сучасний час установи _ *Проблеми науки* . 2016. № 37 (79). Нд 11-12.
40. Саакова М. А. Зіткнення в аптеці . Спосіб доступу : www.alppp.ru

ДОДАТКИ

Анкета

*Кафедрою фармацевтичного менеджменту та маркетингу
Національного фармацевтичного університету проводяться
маркетингові дослідження з метою вивчення основних причин
конфліктів у фармацевтичних організаціях*

Дайте відповіді на наступні питання:

1. Ваша стать

- чоловіча
- жіноча

2. Ваша посада

- фармацевт
- провізор
- завідувач

3. Ваш стаж роботи

- до 5 років
- від 6 до 10 років
- від 11 до 20 років
- від 21 до 30 років
- від 31 до 40 років
- більше 50 років

4. Ваша освіта

- вища
- неповна вища
- середня спеціальна

5. Чи маєте Ви намір продовжувати працювати в аптечній організації?

- так
- ні

6. Які конфлікти частіше за все виникають в аптеці?

- конфлікти з пацієнтами
- конфліктами в колективі
- міжособові конфлікти між завідувачем і підлеглими
- внутрішньо особистісні конфлікти

7. Які основні причини конфліктів?

- бажання пацієнта повернути раніше придбані лікарські засоби, медичні діагностичні прилади або інші товари аптечного асортименту
- відсутність у пацієнта або некоректно оформлений рецепт на лікарські засоби
- висока ціна і пов'язана з цим емоційна збудливість пацієнтів
- відсутність розмінної монети або пропозицію придбати на здачу «товар по акції»
- незадовільна консультація пацієнта фармацевтичним працівником
- незадовільний для фармацевтичного працівника поведінку пацієнта

8. Назвіть конфліктні ситуації, які пов'язані із взаємовідносинами в колективі?

- боротьбу за ресурси (наприклад, вигідне розташування касового апарату в залі, вид діяльності, наприклад розкладка товару та ін.)
- незадовільний соціально-психологічний клімат колективу
- незадовільна адаптація і мотивація фармацевтів до трудової діяльності

9. Джерелами конфліктів між завідувачем і фармацевтичними працівниками є:

- нерівномірний розподіл ресурсів
- фаворитизм в колективі (сприяння або прихильність до певного співробітника, родинні зв'язки)
- тиск на фармацевтичного працівника з боку керівництва, наприклад спонукання реалізувати певний товар з аптечного асортименту

продовж. дод. А

- порушення завідувачем положень посадової інструкції фармацевтичного працівника
- незадовільна комунікація
- інші

10. Чи виникають у Вас конфлікти з пацієнтами, які демонструють некоректну, та не адекватну поведінку, тоді як фармацевтичний персонал є неконфліктним?

- так
- ні

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ТЕХНОЛОГІЇ ЛІКІВ
КАФЕДРА ЗАВОДСЬКОЇ ТЕХНОЛОГІЇ ЛІКІВ**



**МАТЕРІАЛИ
VII Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції**

**«ТЕХНОЛОГІЧНІ ТА БІОФАРМАЦЕВТИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ
ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ РІЗНОЇ НАПРАВЛЕНОСТІ ДІЇ»**

**«TECHNOLOGICAL AND BIOPHARMACEUTICAL
ASPECTS OF DRUGS DEVELOPING WITH
DIFFERENT ORIENTATION OF ACTION»**

**24-25 листопада 2022 р.
м. Харків**

УДК: 615.014.2:615.2

Редакційна колегія: проф. Котвицька А. А., проф. Владимірова І. М., проф. Рубан О. А., проф. Ярних Т. Г., проф. Сагайдак-Нікітюк Р. В., доц. Ковалевська І. В., доц. Ковальов В. В., ас. Пономаренко Т. О.

Технологічні та біофармацевтичні аспекти створення лікарських препаратів різної направленості дії: матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Харків, 24-25 листопада 2022 р.). – Х. : Вид-во НФаУ, 2022. – 501 с. (Серія «Наука»).

Збірник містить матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Технологічні та біофармацевтичні аспекти створення лікарських препаратів різної направленості дії».

Розглянуті теоретичні аспекти та перспективи розробки лікарських препаратів, висвітлені напрямки наукової роботи спеціалістів фармацевтичної галузі, що стосуються питань сучасної технології створення лікарських препаратів, контролю їх якості, організаційно-економічних аспектів діяльності фармацевтичних підприємств, маркетингових досліджень сучасного фармацевтичного ринку, фармакологічних досліджень біологічно активних речовин.

Для широкого кола наукових, науково-педагогічних і практичних працівників, що займаються питаннями розробки та впровадження сучасних лікарських препаратів.

Матеріали подаються мовою оригіналу.

За достовірність матеріалів відповідальність несуть автори.

УДК: 615.014.2:615.2
© НФаУ, 2022

10. Rozza A.L., Meira de Faria F., Souza Brito A.R., Pellizzon C.H. The gastroprotective effect of menthol: involvement of anti-apoptotic, antioxidant and anti-inflammatory activities. *PLoS ONE*. 2014;9:e86686.
11. Sadlon A.E., Lamson D.W. Immune-modifying and antimicrobial effects of eucalyptus oil and simple inhalation devices. *Altern Med Rev J Clin Ther*. 2018;15:33–47.
12. Sante Di Gioia, Carla Sardo, Stefano Castellani, Barbara Porsio, Giuliana Belgiovine, Annalucia Carbone, Gaetano Giammona, Gennara Cavallaro, Massimo Conese. From Genesis to Revelation: The Role of Inflammatory Mediators in Chronic Respiratory Diseases and their Control by Nucleic Acid-based Drugs. *Curr Drug Deliv*. 2017;14(2):253–271.
13. Thuy BTP, et al. Investigation into SARS-CoV-2 resistance of compounds in garlic essential oil. *ACS Omega*. 2020;5:8312–8320.
14. T. Whyand, J. R. Hurst, M. Beckles, M. E. Caplin. Pollution and respiratory disease: can diet or supplements help? A review. *Respir Res*. 2018;19(1):79.
15. Schnitzler P., Schuhmacher A., Astani A., Reichling J. Melissa officinalis oil affects infectivity of enveloped herpesviruses. *Phytomed Int J Phytotherapy Phytopharmacol*. 2018;15:734–740.
16. Vimalanathan S., Hudson J. Anti-influenza virus activity of essential oils and vapors. *Am J Essent Oils Nat Prod* 2014;2:47–53

STUDYING THE PECULIARITIES OF SOLVING PHARMACY CONFLICTS

Malyi V.V., Bondarieva I.V., Pashchenko O.S.

National University of Pharmacy, Kharkiv, Ukraine

iryana.bondarieva@gmail.com

Gone are the days when pharmacists were only known for dispensing pills. With the advent of new medicines and pharmacogenomics, and many clinicians taking on new roles at the forefront of public health efforts, such as the administration of the COVID-19 vaccine, pharmacists are now recognized as a critical and indispensable part of the patient healthcare team.

But like many healthcare professionals, pharmacists today face many technical and resource challenges as they strive to make the best and most effective medication decisions and patient care.

As pharmacists become increasingly involved in patient care, so does the need for access to evidence-based clinical information—especially at the point of care. Unfortunately, the industry

is replete with existing resources to assist with dosing and drug interactions, and these are often outdated, difficult, and time-consuming to search.

Finding a centralized, reliable, evidence-based source for drug information and drug interactions is a major challenge. Instead, pharmacists must often sift through a variety of books, tools, and other resources to find the drug information they need. The increased evolution and complexity of pharmaceutical options increases the need for a single trusted digital resource that is proven and trusted in the industry.

Pharmacy times reports that the number of specialty drugs on the market has increased by more than 1,200% since the 2000s. While these drugs offer new hope to patients, they are usually expensive, require prior authorization, or involve the exchange of detailed clinical information between prescribers and specialist pharmacists. All of this increases the demand for the latest drug information and patient information materials. Between dosing, extended renal dosing, patient safety screening, drug therapy management and more, pharmacists are busier than ever. Spending too much time finding reliable medication information at the point of care can be overwhelming when added to the many responsibilities. Pharmacists need the most up-to-date, evidence-based drug interaction information at hand to ensure accurate and safe prescribing recommendations. Resources often do not keep up with newly released drugs, recent drug changes, and contraindications, putting patient safety at risk. The World Health Organization reports that medication errors are all too common worldwide, costing \$42 billion. With some pharmacists reporting working 12 to 14-hour shifts, it is imperative that they have access to efficient, accurate information to avoid errors and adverse patient outcomes. The patient's age, gender, and even the history of drug abuse can play a key role in the preparation of prescriptions. Pharmacists need to understand how to negotiate nuanced interactions and how to provide support, such as counseling patients when to administer doses or screening patients for opioid abuse. Access to a single drug information database can help pharmacists save time and potentially reduce adverse patient events.

The aim of the work is studying the peculiarities of solving pharmacy conflicts.

Research methods: expert estimations, statistical and graphical methods were used in the study.

Main results. Conflict is an important sign of a person's loss of integrity, mental balance, stability, and productivity. In general, it means a clash of thoughts, feelings, positions, instructions and directions etc. within one or more persons.

The external form of conflict is a collision, a contradiction. The essence of psychology is disagreement. The functional goal is to draw a person's attention to the need to change an outdated stereotype of behavior that no longer meets the requirements of a new situation.

Reason for escalation conflict is a person's reluctance to change. Personality development can also take place without conflict. However, this can only be achieved with the effective acquisition of self-management, which includes a willingness to change. The presence of conflict means loss of mobility and flexibility of behavior. And if the situation is not corrected in time, it can lead to the complete psychological and physical destruction of a person. A rational approach to the conflict consists in perceiving it as a task for the inner work of the individual, an incentive for its improvement. To resolve conflicts with optimal usability and security, this process must be managed effectively.

Management, as mentioned above, involves awareness human control over the achievement of set positive goals. The main strategic goal of all conflict management is elimination, elimination of contradictions and achievement of beneficial effects, among others the main goal of which is to achieve and maintain a state of mental balance.

A survey of pharmacy employees was conducted to reveal the causes of pharmacy conflicts. It was found that most respondents are women. It turned out that the participants in the survey are managers of pharmaceutical companies and pharmacists. It was found that that respondents have organizational experience from 5 till 50 years. It was found that most respondents have a higher education, and some - incomplete higher education, and special secondary education.

It turned out that some respondents currently do not want to work in a pharmacy organization. In pharmacy organizations, unsatisfactory, conflictual communication and emotional overload are mentioned as the reason for the change in the vector of professional activity. It was found that most pharmacy workers want to continue working in pharmacy organizations. It was found that respondents noted that the most frequent conflicts occur with patients, interpersonal conflicts between superiors and subordinates, conflicts within the team, internal personal conflicts.

It was established that the main causes of conflicts between pharmacists and consumers are: the patient's desire to return previously purchased medicines, medical diagnostic devices or other products from the pharmacy range; the patient does not have a prescription or issued a prescription for medication incorrectly; high price and related emotional irritability of patients; lack of exchangeable coin or offer to purchase "promotional item" for exchange; patient consultation by a pharmacist is not satisfactory; the patient's behavior is unsatisfactory for the pharmacist.

There were identified conflict situations related to relationships within the pharmacy team: respondents noted the struggle for resources (for example, the advantageous location of the cash register in the room, the type of activity, e.g. goods, etc.); unsatisfactory social and psychological climate of the team; inadequate adaptation and work motivation of pharmacists.

It turned out that the sources of conflicts between the manager and pharmacists are: unequal distribution of resources; favoritism in the team (favoring or preferring an employee, family ties); pressure on pharmaceutical workers from the management, for example, an urge to sell a certain product from the pharmacy range; the manager violated the job description of the pharmacist employee; unsatisfactory communication; others. It was found that pharmacists are in conflict with patients who behave inappropriately from the point of view of the respondents, while pharmacists do not consider themselves conflict-free.

There are 5 conflict management styles: compliant, avoidant, compromise, competitive, cooperative. When it comes to conflicts, there is no one-size-fits-all solution. Every situation will be different, from the trigger of the conflict to the parties involved. A manager skilled in conflict resolution must be able to take a bird's eye view of the conflict and apply the conflict management style required in that particular situation. An accommodating style simply means putting the needs of the other party before your own. You let them "win" and get their way. Compromise is for situations where you don't care about the other person, when prolonging the conflict isn't worth your time, or when you think you might be wrong. This option is about keeping the peace without putting in more effort than the issue is worth and knowing when to pick your battles.

Although it may seem a little weak, adaptation may be the best choice to resolve a small conflict and move on to more important issues. This style is highly cooperative on the part of the solver, but can lead to resentment. Pros: small disagreements can be resolved quickly and easily with minimal effort. Managers can develop a reputation for being easy-going, and employees will know they can voice their opinions on issues without reprisal. Cons: managers can be seen as weak if they give in too often. Using this technique with larger or more important problems will not solve any problems and should be avoided entirely. The avoidance style aims to reduce conflict by ignoring it, eliminating conflicting parties, or avoiding it in some way. Participants in the conflict can be removed from the project with which they are in conflict, deadlines can be shifted, or people can even be redirected to other departments. This can be an effective conflict resolution style if there is a chance that a cooling off period would be beneficial, or if you need more time to consider your position on the conflict itself. However, avoidance should not be a substitute for proper resolution; withdrawing the conflict indefinitely can and will lead to new (and bigger) conflicts in the future. Pros: giving people time to calm down can solve a surprising number of problems. Time and space can give much-needed perspective to those in conflict, and some problems resolve themselves. Managers show that they trust employees to act on their own and solve problems. Cons: if it used in the wrong situations, this technique will increase conflicts. Managers may appear incompetent if they abuse avoidance because employees will believe they are incapable of resolving disagreements.

The compromise style seeks to find a middle ground by asking both parties to agree on some aspects of their desires in order to agree on a solution. This style is sometimes known as lose because both sides must give up a few things to agree on a big issue. This is used when there is a time lapse, or when a solution just has to happen rather than being perfect. Compromise can lead to resentment, especially when misused as a conflict resolution tactic, so it should be used sparingly. Pros: problems can be resolved quickly, and the parties in conflict will leave with a better understanding of the other person's point of view. Compromise can create a basis for further cooperation and allow both sides to feel heard. Managers who use this tactic see it as facilitating deals, being practical, and finding solutions. Cons: No one leaves completely happy. In some cases, one party may feel as though they have sacrificed too much and are unwilling to compromise again in the future. Managers who rely on this technique will ignore the goodwill of their employees and be seen as uncooperative.

A compromise is reached by hiring a social media person to work part-time, and the rest of the budget is spent on digital advertising. A competitive style rejects compromise and involves not giving in to other points of view or desires. One side holds fast to what they believe is the right solution to the situation and will not back down until they get their way. This can be in situations where morality dictates taking certain measures, when there is no time to try to find another solution, or when an unpopular decision must be made. He can resolve disputes quickly, but there is a high likelihood of lower morale and productivity.

Conclusions

1. A survey of pharmacy employees was conducted to reveal the causes of pharmacy conflicts. It turned out that some respondents currently do not want to work in a pharmacy organization. In pharmacy organizations, unsatisfactory, conflictual communication and emotional overload are mentioned as the reason for the change in the vector of professional activity and it was found that most pharmacy workers want to continue working in pharmacy organizations.

2. It was found that respondents noted that the most frequent conflicts occur with consumers. It was determined the main causes of conflicts between pharmacists and consumers. There were identified conflict situations related to relationships within the pharmacy team. It turned out the sources of conflicts between the manager and pharmacists. Five conflict management styles were described.

<i>Zoabi T., Pul-Luzan V., Levachkova Yu.</i>	
Studying the peculiarities of solving pharmacy conflicts	39
<i>Malyi V.V., Bondarieva I.V., Pashchenko O.S.</i>	
Substantiation of gel composition for the treatment of bacterial skin infections	44
<i>Mona Malik, Buryak M.V., Yarnykh T.G.</i>	
The challenges and issues of occupational safety aspects of pharmacists in different directions of action in pharmaceutics in Georgia	48
<i>Nana Gorgaslidze, Nodar Sulashvili</i>	
The challenges and prospects of pharmaceutical marketing different directions of action from patient, to public its aspects in pharmacy management in Georgia	75
<i>Nana Gorgaslidze, Nodar Sulashvili</i>	
The development of conditions for the chromatographic determination of tryptazine S-oxide in urine	114
<i>Kovalenko V. S., Merzlikin S. I.</i>	
The effect of zizifora plant incorporation on the cardiovascular system	116
<i>Allanazarov O.T., Narzulloyeva G., Saydaliyeva F.A.</i>	
The effectiveness of the complex application of the feed additive "Humilid" and amaranth oil on the body of laboratory white rats	117
<i>Harashchuk M.I., Haluzina L.I.</i>	
The features of problems and prospects clinical pharmacist in general and aspects of pharmaceutical care in different directions of action of pharmaceutics and public health	119
<i>Nodar Sulashvili, Margarita Beglaryan, Tamar Lobjanidze, Nana Gorgaslidze, Nato Alavidze</i>	
The issues and perspectives of the pharmaceutical market and its prospects in different directions of action in pharmaceutics in Georgia	145
<i>Nana Gorgaslidze, Nodar Sulashvili</i>	
The key pharmacoeconomic aspects of treatment of ischemic stroke: one year of life with account for quality - QALY (quality adjusted life year)	162
<i>Nana Baratashvili</i>	
The manifestation of challenges, inclinations and prospects of artificial intellect in different directions of action in pharmacy	164
<i>Nato Alavidze, Nodar Sulashvili</i>	
The manifestation of features of drug addiction aspects and rehabilitation pharmacotherapy in different directions of action	186
<i>Nodar Sulashvili, Nana Gorgaslidze</i>	
The peculiarities of manifestation of mental illnesses and medications therapy aspects in in different directions of action	217
<i>Nodar Sulashvili, Nana Gorgaslidze</i>	

Науково-виробниче видання

Серія «Наука»

**«ТЕХНОЛОГІЧНІ ТА БІОФАРМАЦЕВТИЧНІ АСПЕКТИ
СТВОРЕННЯ
ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ РІЗНОЇ НАПРАВЛЕНОСТІ ДІЇ»**

**«TECHNOLOGICAL AND BIOPHARMACEUTICAL ASPECTS OF
DRUGS
DEVELOPING WITH DIFFERENT ORIENTATION OF ACTION»**

МАТЕРІАЛИ

**VII Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції**

**Підписано до друку 23.11.22
Формат 60x84/16 Папір офсетний.
Друк ризографічний. Тираж 100 екз.**

Міністерство охорони здоров'я України
 Ministry of Health of Ukraine
 Національний фармацевтичний університет
 National University of Pharmacy
 Кафедра заводської технології ліків
 Industrial Technology of Drugs department
 Кафедра технології ліків
 Technology of Drugs department



СЕРТИФІКАТ CERTIFICATE

№ 35

Цим засвідчується, що
 This is to certify that

Pashchenko O.S.

брав(ла) участь у роботі VII Міжнародної
 науково-практичної Інтернет-конференції
 participated in the VII International scientific and
 practical Internet conference

ТЕХНОЛОГІЧНІ ТА БІОФАРМАЦЕВТИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ РІЗНОЇ НАПРАВЛЕНОСТІ ДІЇ

TECHNOLOGICAL AND BIOPHARMACEUTICAL ASPECTS OF THE
 CREATION OF DRUGS OF DIFFERENT DIRECTIONS OF ACTION

24-25 листопада 2022 року, м. Харків
 November 24-25, 2022, Kharkiv

Ректор НаУФУ,
 проф.
 Rektor of NUP,
 prof.



Алла КОТВИЦЬКА

Alla KOTVITSKA



Національний фармацевтичний університет

Факультет фармацевтичний
Кафедра фармацевтичного менеджменту та маркетингу
Ступінь вищої освіти магістр
Спеціальність 226 Фармація, промислова фармація
Освітня програма Фармація

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
фармацевтичного
менеджменту та
маркетингу

Володимир МАЛИЙ
«1» вересня 2022 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

Олександри ПАЩЕНКО

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Дослідження особливостей врегулювання конфліктів в аптечних закладах»
керівник кваліфікаційної роботи: Володимир МАЛИЙ, д.фарм.н., професор
затверджений наказом НФаУ від “ 01 ” листопада 2022 року № 238
2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи: грудень 2022 р.
3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: джерела наукової літератури, довідники, роздрібний сектор фармацевтичного ринку, законодавча та нормативна база, статистичні та звітні дані, діяльність аптечних підприємств, аналіз фахових періодичних видань.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): проаналізувати види та причини проявів сутичок в аптеках; дослідити управління зіткненнями в діяльності фармацевтичних працівників; дослідити вплив зіткнень на фармацевтичних працівників; проаналізувати методи управління зіткненнями; дослідити особливості врегулювання зіткнень в аптечних установах; проаналізувати динаміку аптечних конфліктів; дослідити методи вирішення зіткнень за допомогою завідувачів аптечних установ.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):
рисуноків – 16.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Володимир МАЛИЙ, завідувач кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу	07.09.2022	07.09.2022
2	Володимир МАЛИЙ, завідувач кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу	20.10.2022	20.10.2022
3	Володимир МАЛИЙ, завідувач кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу	17.11.2022	17.11.2022

7. Дата видачі завдання: «1» вересня 2022 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів кваліфікаційної роботи	Примітка
1	Збір та узагальнення даних наукової літератури за напрямками кваліфікаційної роботи	вересень 2022	виконано
2	Аналіз видів та причин проявів сутичок в аптеках	вересень 2022	виконано
3	Аналіз динаміки аптечних конфліктів	жовтень 2022	виконано
4	Дослідження впливу конфліктів на фармацевтичних працівників	листопад 2022	виконано
5	Дослідження методів вирішення зіткнень за допомогою завідувачів аптечних установ	грудень 2022	виконано
6	Написання і оформлення кваліфікаційної роботи	грудень 2022	виконано
7	Апробація кваліфікаційної роботи	грудень 2022	виконано
8	Подання кваліфікаційної роботи до ЕК НФаУ	грудень 2022	виконано

Здобувач вищої освіти

_____ Олександра ПАЩЕНКО

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ Володимир МАЛИЙ

ВИТЯГ З НАКАЗУ № 238
по Національному фармацевтичному університету

від 01 листопада 2022 року

Затвердити тему, керівника та рецензента кваліфікаційної роботи здобувачу вищої освіти заочної форми навчання фармацевтичного факультету НФаУ 2023 року випуску:

№ з/п	Прізвище, ім'я по батькові здобувача вищої освіти	Тема кваліфікаційної роботи (українською мовою)	Тема кваліфікаційної роботи (англійською мовою)	Керівник кваліфікаційної роботи	Рецензент кваліфікаційної роботи
1.	Пашенко Олександра Сергіївна	Дослідження особливостей врегулювання конфліктів в аптечних закладах	Study of the peculiarities of conflict resolution in pharmacies	проф. Малий В. В.	доц. Волкова А. В.

ПІДСТАВА: службова записка завідувача кафедрою про затвердження теми кваліфікаційної роботи, керівника та рецензента.

Вірно: пров. фахівець деканату

Н. В. Фоменко

ВИСНОВОК

**Комісії з академічної доброчесності про проведену експертизу
щодо академічного плагіату у кваліфікаційній роботі
здобувача вищої освіти
№ 108760 від «18» листопада 2022 р.**

Проаналізувавши випускну кваліфікаційну роботу за магістерським рівнем здобувача вищої освіти заочної форми навчання Пашенко Олександри Сергіївни, ____ курсу, _____ групи, спеціальності 226 Фармація, промислова фармація, на тему: «Дослідження особливостей врегулювання конфліктів в аптечних закладах / Study of the peculiarities of conflict resolution in pharmacies», Комісія з академічної доброчесності дійшла висновку, що робота, представлена до Екзаменаційної комісії для захисту, виконана самостійно і не містить елементів академічного плагіату (копіляції).

**Голова комісії,
професор**



Інна ВЛАДИМИРОВА

1%

6%

ВІДГУК

наукового керівника на кваліфікаційну роботу ступеня вищої освіти магістр, спеціальності 226 Фармація, промислова фармація

Олександри ПАЩЕНКО

на тему: «Дослідження особливостей врегулювання конфліктів в аптечних закладах»

Актуальність теми. З розвитком інформаційних технологій споживачі аптечних організацій вже є поінформованими щодо стану свого здоров'я, необхідності застосування тих чи інших лікарських засобів, вони активні і самостійні в пошуку форм і методів лікування і часто звертаються до фармацевтичного працівника, минаючи медичні установи, з проханням відпуску рецептурних лікарських препаратів, що служить ґрунтом для конфліктних ситуацій.

Практична цінність висновків, рекомендацій та їх обґрунтованість.

Практична значимість проведених досліджень полягає у можливості використання рекомендацій у практичній діяльності аптечного підприємства. Наведені результати є науково-обґрунтованими та можуть бути використані при визначенні основних причин конфліктів та дозволять управляти конфліктами в аптечних організаціях.

Оцінка роботи. Олександра ПАЩЕНКО провела значну дослідну роботу і успішно з нею справилася, показала уміння аналізувати й узагальнювати дані літературних джерел, працювати самостійно. У роботі результати досліджень належним чином інтерпретовані та проілюстровані таблицями, рисунками. При виконанні кваліфікаційної роботи здобувач вищої освіти проявив креативність, цілеспрямованість, самостійність, наполегливість.

Загальний висновок та рекомендації про допуск до захисту. Кваліфікаційна робота здобувача вищої освіти Олександри ПАЩЕНКО на тему: «Дослідження особливостей врегулювання конфліктів в аптечних закладах» є завершеним науковим дослідженням, яке за актуальністю, науковою новизною, теоретичним та практичним значенням відповідає вимогам щодо кваліфікаційних робіт, і може бути представлена до ЕК НФаУ.

Науковий керівник
"05" грудня 2022 р.

_____ Володимир МАЛІЙ

РЕЦЕНЗІЯ

**на кваліфікаційну роботу ступеня вищої освіти магістр, спеціальності 226
Фармація, промислова фармація**

Олександри ПАЩЕНКО

**на тему: «Дослідження особливостей врегулювання конфліктів в
аптечних закладах»**

Актуальність теми. У нормативних документах не вказані специфіка конфліктів в аптечній організації, форми і методи врегулювання їх, які комунікативні навички ведуть до безконфліктної взаємодії між фармацевтичним працівником і пацієнтом, що створює запит на відповідні якісні дослідження конфлікту і розробку об'єктивних методів управління конфліктами.

Теоретичний рівень роботи. У кваліфікаційній роботі проведено теоретичний аналіз наукових публікацій про конфліктні ситуації в аптеках. Проаналізовано види та причини виникнення конфліктів в аптеках.

Пропозиції автора з теми дослідження. Автором досліджено методи врегулювання конфліктів за допомогою завідувача аптеки.

Практична цінність висновків, рекомендацій та їх обґрунтованість. Отримані результати дослідження мають практичне значення і можуть бути використані для врегулювання конфліктів в аптечних організаціях.

Недоліки роботи. Як зауваження слід відмітити, що окремі результати літературного огляду, які представлені у першому розділі, потребують стилістичного доопрацювання. В цілому зазначені зауваження не зменшують наукової та практичної цінності кваліфікаційної роботи.

Загальний висновок і оцінка роботи. Кваліфікаційна робота Олександри ПАЩЕНКО на тему: «Дослідження особливостей врегулювання конфліктів в аптечних закладах» є науково-обґрунтованим аналітичним дослідженням, яке має теоретичне та практичне значення. Кваліфікаційна робота відповідає вимогам, які висуваються до кваліфікаційних робіт, і може бути представлена до ЕК Національного фармацевтичного університету.

Рецензент _____

доц. Аліна ВОЛКОВА

"12" грудня 2022 р.

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ВИТЯГ З ПРОТОКОЛУ № 6

19 грудня 2022 року

м. Харків

засідання кафедри фармацевтичного
менеджменту та маркетингу

Голова: завідувач кафедри ФММ, доктор фарм. наук, професор Малий В.В.

Секретар: доцент ЗВО, канд. фарм. наук, доц. Жадько С.В.

ПРИСУТНІ: зав. кафедри ФММ, доктор фарм. наук, проф. Малий В.В., професор ЗВО, докт. фарм. наук, проф. Слободянюк М.М., професор ЗВО, докт. фарм. наук, проф. Пестун І.В., професор ЗВО, докт. фарм. наук, проф. Ткачова О.В., доцент ЗВО, канд. фарм. наук, доц. Рогуля О.Ю, доцент ЗВО, канд. фарм. наук, доц. Жадько С.В., доцент ЗВО, канд. фарм. наук, доц. Бондарєва І.В., доцент ЗВО, канд. фарм. наук, доц. Софронова І.В., доцент ЗВО, канд. фарм. наук, доц. Малініна Н.Г., доцент ЗВО, канд. фарм. наук, доц. Бабічева Г.С., асистент, канд. фарм. наук Шуванова О.В., асистент, канд. фарм. наук Чегринєць А.А., асистент, канд. фарм. наук Ткаченко І.В., здобувачі вищої освіти випускного курсу спеціальності 226 Фармація, промислова фармація (5,5з), освітньої програми Фармація.

ПОРЯДОК ДЕННИЙ: Про допуск здобувачів вищої освіти випускного курсу спеціальності 226 Фармація, промислова фармація (5,5з), освітньої програми Фармація до захисту кваліфікаційних робіт в Екзаменаційній комісії НФаУ.

СЛУХАЛИ: Про допуск здобувача вищої освіти випускного курсу спеціальності 226 Фармація, промислова фармація (5,5 з), освітньої програми Фармація групи Фс17(5,5з)-01б Олександри ПАЩЕНКО до захисту кваліфікаційної роботи в Екзаменаційній комісії НФаУ. Кваліфікаційна робота на тему «Дослідження особливостей врегулювання конфліктів в аптечних закладах».

ВИСТУПИЛИ: В обговоренні кваліфікаційної роботи взяли участь доц. ЗВО Малініна Н.Г., доц. ЗВО Бабічева Г.С. Керівник кваліфікаційної роботи: д. фарм. наук, проф. Малий В.В.

УХВАЛИЛИ: Допустити здобувача вищої освіти Олександру ПАЩЕНКО до захисту кваліфікаційної роботи на тему «Дослідження особливостей врегулювання конфліктів в аптечних закладах» в Екзаменаційній комісії НФаУ.

Зав. каф. ФММ, доктор фарм. наук,
професор

Володимир МАЛИЙ

Секретар,
доцент ЗВО,
канд. фарм. наук, доцент

Світлана ЖАДЬКО

НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПОДАННЯ ГОЛОВІ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ КОМІСІЇ ЩОДО ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Направляється здобувач вищої освіти Олександра ПАЩЕНКО до захисту кваліфікаційної роботи за галуззю знань 22 Охорона здоров'я спеціальністю 226 Фармація, промислова фармація освітньою програмою Фармація на тему: «Дослідження особливостей врегулювання конфліктів в аптечних закладах»

Кваліфікаційна робота і рецензія додаються.

Декан факультету _____ / Микола ГОЛІК /

Висновок керівника кваліфікаційної роботи

Здобувач вищої освіти Олександра ПАЩЕНКО виконала на кафедрі фармацевтичного менеджменту та маркетингу НФаУ кваліфікаційну роботу, яка присвячена дослідженню особливостей врегулювання конфліктів в аптечних закладах.

У першому розділі роботи проаналізовано наукові публікації про конфліктні ситуації в аптеках та проаналізовані види та причини виникнення конфліктів в аптеках.

У другому розділі проаналізовано вплив конфліктних ситуацій на співробітників аптеки та досліджено методи управління конфліктами. У третьому розділі досліджено причини конфліктів в аптечних закладах та досліджено методи врегулювання конфліктів за допомогою завідувача аптеки.

У цілому подана до захисту кваліфікаційна робота Олександри ПАЩЕНКО на тему «Дослідження особливостей врегулювання конфліктів в аптечних закладах» відповідає вимогам, що висувуються до кваліфікаційних робіт, оцінюється позитивно і може бути рекомендована для захисту в Екзаменаційну комісію НФаУ.

Керівник кваліфікаційної роботи

Володимир МАЛИЙ

“05” грудня 2022 року

Висновок кафедри про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційну роботу розглянуто. Здобувач вищої освіти Олександра ПАЩЕНКО допускається до захисту даної кваліфікаційної роботи в Екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри
фармацевтичного менеджменту та маркетингу

Володимир МАЛИЙ

“19” грудня 2022 року

Кваліфікаційну роботу захищено
у Екзаменаційній комісії

« ____ » _____ 2023 р.

З оцінкою _____

Голова Екзаменаційної комісії,

доктор фармацевтичних наук, професор

_____ / Лена ДАВТЯН/