

SCI-CONF.COM.UA

EURASIAN SCIENTIFIC CONGRESS



**ABSTRACTS OF IX INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE
SEPTEMBER 6-8, 2020**

**BARCELONA
2020**

EURASIAN SCIENTIFIC CONGRESS

Abstracts of IX International Scientific and Practical Conference

Barcelona, Spain

6-8 September 2020

Barcelona, Spain

2020

UDC 001.1

The 9th International scientific and practical conference “Eurasian scientific congress” (September 6-8, 2020) Barca Academy Publishing, Barcelona, Spain. 2020. 272 p.

ISBN 978-84-15927-31-0

The recommended citation for this publication is:

Ivanov I. Analysis of the phaunistic composition of Ukraine // Eurasian scientific congress. Abstracts of the 9th International scientific and practical conference. Barca Academy Publishing. Barcelona, Spain. 2020. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/ix-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-eurasian-scientific-congress-6-8-sentyabrya-2020-goda-barselona-isperaniya-arhiv/>.

Editor

Komarytskyy M.L.

Ph.D. in Economics, Associate Professor

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Ukraine, Russia and from neighbouring countries and beyond. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern science. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern science development.

e-mail: barca@sci-conf.com.ua

homepage: <https://sci-conf.com.ua>

©2020 Scientific Publishing Center “Sci-conf.com.ua” ®

©2020 Barca Academy Publishing ®

©2020 Authors of the articles

PHARMACEUTICAL SCIENCES

ПРАВОВІ, ЕТИЧНІ ТА СОЦІАЛЬНО – КОМУНІКАТИВНІ НОРМИ СПІЛКУВАННЯ В ФАРМАЦІЇ

Райкова Тетяна Семенівна,

к. фарм. н., доцент

Запорізький державний медичний університет

м. Запоріжжя, Україна

Вступ./Introduction. Проблема впливу людини на людину є центральною для дослідження спілкування. Цей вплив залежить від того, які інтереси, цінності та установки стоять за бажанням людини досягти того чи іншого результату спілкування. Це визначає, чи людина діє виключно у власних інтересах, використовуючи інших лише як засіб досягнення мети, чи прагнення взаємодіяти із ними на рівноправних партнерських умовах [1]. Останнє є притаманним у спілкуванні фармацевтичних працівників з споживачами фармацевтичних послуг, лікарями та діловими партнерами.

Мета роботи./Aim. Полягає у визначенні, на підставі аналізу, правових, етичних та соціально - комунікативних норм спілкування в фармації.

Матеріали і методи./Materials and methods. Для досягнення мети дослідження проведено аналіз вітчизняних наукових джерел та діючої нормативно - правової бази України з питань норм спілкування. Протягом дослідження використані методи інформаційного пошуку, систематизації, порівняння та узагальнення.

Результати та обговорення./Results and discussion.

При спілкуванні між людьми відбувається:

- передача знань, досвіду;
- формуються різні вміння та навички;
- погоджуються та координуються спільні дії тощо.

Як зазначають дослідники [1], спілкування є професійно значущою, суттєвою стороною комунікативної готовності до здійснення професійної діяльності. А у фармації – це головна вимога в організації фармацевтичного забезпечення. Від нього залежить психологічний клімат як у фармацевтичній організації, в цілому, так і її організаційна і виробнича мобільність, конкурентні позиції на фармацевтичному ринку. Правильно організоване спілкування забезпечує ефективний обмін інформацією, дає змогу глибше пізнати співрозмовника - споживача, спрогнозувати особливості подальшої ділової взаємодії з партнером, лікарями, колегами. Для цього потрібно наявність таких якостей як комунікативні вміння та комунікативні навички провізора – спеціаліста.

Комунікативні вміння - це готовність до професійної комунікативної діяльності. До комунікативних вмінь провізора належать:

- мовленнєве або вербальне спілкування, невербальне спілкування;
- орієнтування в ситуації, соціальна перцепція;
- володіння професійною увагою.

Комунікативні навички - це комплекс індивідуально - психологічних особливостей, що забезпечують здатність спеціаліста до активного й ефективного (оптимального) спілкування, передачі та адекватного сприймання інформації, організації взаємодії з іншими людьми, правильного розуміння як себе та своєї поведінки, так і розуміння споживачів та їх поведінки, що є необхідними умовами реалізації оптимального фармацевтичного забезпечення.

Важливе значення має зворотний зв'язок між комунікантами в системі фармацевтичного забезпечення. За наявності зворотного зв'язку учасники спілкування міняються комунікативними ролями. Так, одержувач інформації стає її відправником і проходить через усі етапи процесу обміну інформацією для передавання своєї реакції на інформацію відправника, який у цьому випадку відіграє роль її одержувача. Психологічні дослідження доводять, що людина швидше погоджується з пропозицією тієї особи, до якої вона ставиться позитивно. Саме на цій психологічній закономірності й базуються всі практичні

рекомендації щодо оптимізації спілкування в фармації в цілому, так і активного слухання споживача, зокрема. Це пояснюється тим, що для досягнення успіху в такому спілкуванні важливо домогтися від інших не лише розуміння своїх думок і порад, але й бути для них приємним співрозмовником. Бо в аптеку, інколи, йдуть не за ліками, а за порадами.

У нашій країні етичні норми поведінки як медичних [2] так і фармацевтичних працівників збігаються з правовими вимогами і підтримуються законами і підзаконними актами. Основні підходи до вирішення цієї проблеми викладені в Основах законодавства України про охорону здоров'я [3]. Одним з найважливіших є питання про лікарську таємницю. Так, у розділі V є стаття 40 «Лікарська таємниця», в якій говориться: «Медичні працівники та інші особи, яким у зв'язку з виконанням професійних чи службових обов'язків стало відомо про хворобу, результати медичного обстеження або огляду, інтимну і сімейну сторони життя громадянина, не мають права розголошувати ці відомості, крім випадків, передбачених законодавством. При використанні інформації, що становить лікарську таємницю, в навчальному процесі, наукових дослідженнях, в тому числі у випадках публікації в спеціальній літературі, повинна бути забезпечена анонімність пацієнта».

Наступним розділом Закону слід розглянути Розділ X «Медична і фармацевтична діяльність», який містить статті, які регламентують права, обов'язки і відповідальність медичних і фармацевтичних працівників під час професійної діяльності.

А основним етичним документом є Етичний кодекс фармацевтичних працівників України. Етичний кодекс фармацевтичних працівників України ґрунтується на кодексі фармацевтів, прийнятому у 1997 році Радою міжнародної фармацевтичної асоціації і схваленому ВООЗ. Міжнародні етичні принципи та рекомендації цього кодексу містять 9 базових принципів, які регулюють взаємовідносини між аптечним працівником, пацієнтом, медичним працівником і колегами. Професійна етика фармацевтичного працівника ґрунтується на принципах законності, компетентності, об'єктивності та

чесності, партнерства та незалежності, конфіденційності та індивідуального підходу до кожного громадянина. Кодекс спрямований на захист гідності та права людини на охорону здоров'я й визначає етичні норми професійної поведінки та відповідальності, які мають стати взірцевим керівництвом для провізорів та фармацевтів у їх взаємовідносинах із суспільством в умовах формування ринкових відносин, коли зростає роль та вагомість фармацевтичної професії. Він повинен сприяти формуванню довіри до професійної діяльності провізорів і фармацевтів, підвищенню статусу й іміджу цих професій у суспільстві [4,5].

Успішність комунікативної взаємодії, безпосередньо, залежить від культури спілкування співрозмовників, під якою розуміється перш за все уміння, бажання й готовність дотримуватися загальнолюдських норм моралі.

Поняття етикетно - комунікативних вмінь у фармації включають вміння проявляти повагу до відвідувача аптеки, до його думки, бути толерантним, не нав'язувати свою точку зору, вміння спонукати його на щирість, вміння проявляти доброзичливість і таке інше. Ці засади характеризують поняття «ввічливість».

У Сучасному словнику з етики «ввічливість» – «це форма взаємин між людьми, що виявляється в уважності, доброзичливості, бажанні добра іншій людині, у коректності, люб'язності, делікатності й такті, у готовності зробити послугу тому, хто цього потребує; риса характеру, моральна якість людини, що характеризує поведінку особи, для якої повага до людей стала повсякденною нормою й звичним способом поводження з оточуючими». На основі матеріалів словників можна виділити основні значення слова «ввічливий» і його дериватів [6,7]:

- дотримання правил пристойності;
- вияв уваги, доброзичливості, щирості;
- демонстрація поваги;
- бажання зробити послугу.

Ці засади цілком відповідають наведеним в Етичному кодексі і в вимогах фармацевтичної опіки.

В подальшому це дає можливість охарактеризувати нову концепцію комунікації – соціальні комунікації в фармації. Концепція передбачає залучення фармацевтичного фахівця разом з лікарем до активної діяльності стосовно забезпечення здоров'я і запобігання захворюваності населення. На фармацевтичного фахівця покладається обов'язок не тільки забезпечити хворого якісними ліками і виробами медичного призначення, але й сприяти їх раціональному використанню.

Поділяючи відповідальність за самолікування із хворим провізор (фармацевт) повинен проконтролювати доступність наданої інформації про лікарський засіб, з'ясовуючи наскільки хворий її засвоїв.

В розмові із хворим провізор (фармацевт) повинен буди ввічливим, уважним та доброзичливим, а з боку хворого очікується правдивість та розуміння відповідальності за власне здоров'я. Поєднання цих факторів дозволить здійснити якісну фармацевтичну опіку та сприятиме скорішому одужанню хворого. Детальний аналіз соціальних комунікацій у фармації проведений і опублікований раніше [8].

Висновки./Conclusions. Визначенні, на підставі аналізу, основні правові, етичні та соціально - комунікативні норми спілкування в фармації. Отримана інформація і результати аналізу дають можливість адаптувати їх в навчальний матеріал при підготовці занять з дисципліни «Соціально – комунікативне та інформаційне спілкування у фармації», а саме: лекційного і методичного матеріалу.

Література

1. Саннікова С.Б. Етичні та етично – комунікативні навички та вміння викладача ВНЗ. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/289.pdf>
2. Правові та етичні принципи управління інформацією в системі охорони здоров'я. URL: https://www.umsa.edu.ua/storage/kf_med_inform_mz/docs/

3. Основи законодавства України про охорону здоров'я: Закон України від 19 листопада 1992 р. № 2801 – XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-12#Text>
4. Дедишина Л. Етичні засади у фармації: навчати, виховувати, зберігати традиції. *Фармацевт Практик*. № 12. 2014.
5. Етичний кодекс фармацевтичних працівників України. URL: <https://www.apteka.ua/article/126803>
6. Тофтул М. Г. Сучасний словник з етики : словник. Житомир. Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2014. 416 с. URL: https://chtyvo.org.ua/authors/Toftul_Mykhailo/Suchasnyi_slovnyk_z_etyky/
7. Болотнікова А. П. Увічливість як національно - культурна категорія. URL: <https://nbuv.gov.ua>
8. Райкова Т.С. Соціальні комунікації у фармації. *National production and economics in conditions of reformation: state and prospects innovative development and interregional integration: collection of scientific papers of Intern. Scient. - pract. Confer. (October 31, 2018, Kamianets - Podilskyi)*. - Ternopil: Krok, 2018. С.185-187.