

Рекомендована д-м фармац. наук, проф. Т.А. Грошовим

УДК 615.12:331.109.62

ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЙ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАХОДІВ ЩОДО ЇХ РОЗВ'ЯЗАННЯ В АПТЕКАХ

© А.С. Немченко, Н.В. Тетерич

Національний фармацевтичний університет, Харків

Резюме: обґрунтовано соціально-психологічні аспекти конфліктних ситуацій в аптеках. Надана характеристика факторів, що спричиняють конфлікти в аптечних закладах. Наведено основні правила поведінки у конфліктах, що виникли в аптеках.

Ключові слова: конфліктні ситуації; соціальна психологія; психологічні аспекти.

Вступ. Спілкування між провізором і відвідувачами аптек часто пов'язане з таким явищем, як конфлікт. При здійсненні фармацевтичної опіки в аптеці завжди існує імовірність виникнення конфлікту. В соціальній психології не існує загальноприйнятого визначення конфлікту. Деякі фахівці розглядають конфлікт як протиріччя між людьми, які виникають через несумісність їх потреб, мотивів і цілей діяльності, відносин і поглядів, психологічної складової. Існує багато класифікацій конфліктів, але найбільш часто їх розділяють на конструктивні і деструктивні. Провізор, перетворивши деструктивний конфлікт на конструктивний, перестає бути його учасником. Така тактика дозволяє перестати емоційно реагувати на випадки клієнта і проаналізувати причини конфлікту, що в кінцевому результаті дає можливість запропонувати конструктивне рішення, завдяки якому конфлікт буде вичерпано [5-7].

Методи дослідження. Для аналізу зазначеної проблеми застосовувались: основний метод психологічного дослідження – спостереження, та додаткові – узагальнення незалежних характеристик та самооцінка.

Результати й обговорювання. З точки зору людської фізіології, конфлікт – це стрес. Початкова фаза стресу супроводжується емоційним підйомом. Цілком очевидно, що конфліктні клієнти дуже емоційні люди. Працівникам аптек для згладження конфліктних ситуацій треба вчитися їх розпізнавати. Як показує статистика, приблизно 25% клієнтів аптек – приємні, доброзичливі і миролюбні люди, останні ж 75% клієнтів аптек здатні спровокувати конфлікт [1]. Треба пам'ятати, що люди за характером, темпераментом і багатьма іншими критеріям неоднакові, тому по-різному сприймають ситуацію, в котрій опинились. Провізор не в змозі постійно уникати суперечностей з відвідувачами. Різниця у сприйнятті часто

призводить до того, що фахівець і відвідувач не погоджуються одне з одним. Аптечні фахівці повинні пам'ятати, що конфлікт виникає лише в тому випадку, коли всі потенційні учасники готові його підтримати. Також важливими умовами для виникнення конфлікту є наявність конфліктогенів, тобто факторів, які спричиняють конфлікт. Існує декілька типів конфліктогенів:

- пряме негативне ставлення (накази, погрози, критика, обвинувачення, кепкування, сарказм);
- зневажливе ставлення (принизливе втішання, принизлива похвала, докір, кепкування);
- менторське ставлення (категоричні оцінки, судження, висловлювання, нав'язування своїх порад, точок зору, повчання);
- порушення етики (спричинені неподобства без вибачення, перебивання співрозмовника);
- регресивна поведінка (наївні запитання, прирікання) [10].

Провізор повинен пам'ятати, що чим більше конфліктогенів, тим більша вірогідність конфлікту. Конфлікт зростає згідно з відповідним законом. Якщо хоча б один з людей, які сперечаються, усвідомлює себе учасником конфлікту і буде відкрито переживати, тоді суперечка неминуха. Конфлікт розвивається хвилеподібно: за початковою фазою йде підйом, котрий досягнувши піку, йде на спад. Після того, як ситуація дещо розрядиться, знов настає підйом, пік і спад. Вірогідність розв'язання конфлікту, на думку спеціалістів, залежить від фази розвитку конфліктної ситуації. Так, на початковій фазі імовірність розв'язання конфлікту дорівнює 92%, на фазі підйому – 46%, на піку дорівнює 5%, та в фазі спаду – 20% [12].

Таким чином, в разі виникнення конфліктної ситуації в аптеці робітникам аптек слід дотримуватись таких основних правил:

- усвідомлення конфлікту;
- намагання уникнення від участі у конфлікті,

а при неможливості цього формування рішучої позиції та швидкого реагування ;

- розробка конструктивного плану ліквідації самого конфлікту та його наслідків;
- прийняття профілактичних заходів щодо запобігання конфліктних ситуацій.

Висновки. Вірогідність конфліктних ситуацій

в аптеці вимагає впровадження в практичну роботу провізорів відповідних правил з метою виявлення факторів, які спричиняють конфлікт. Використання рекомендованих правил сприяє поліпшенню роботи аптек, формуванню позитивного іміджу аптеки та дозволяє вирішувати основну задачу аптечних закладів в повному обсязі.

Література

1. Бандурка А.М., Бочарова С.П., Землянская Е.В. Основы психологии управления. – Харьков, 1999.
2. Консультация пациента в аптеке // Провизор. – 2004. – № 9. – С. 3-4.
3. Котлер Ф., Маркетинг, менеджмент. – Санкт-Петербург, 1998.
4. Карнеги Дейл. Язык убеждения. – Эксмо, 2003.
5. Максименко С.Д. Загальна психологія. – Київ, 2004.
6. Маклаков А.Г. Общая психология. – Санкт-Петербург, 2006.
7. Немов Р.С. Психология. – М., Владос, 2004.
8. Носс И.Н. Руководство по психодиагностике. – М., 1989.
9. Бороздина Г.В. Психология общения. – Москва: ИНФРА-М, 2001. – С. 208–210.
10. Ребрик Сергей. Тренинг профессиональных продаж. – Эксмо, 2002.
11. Рубинштейн С.П., Основы общей психологии. Санкт-Петербург, 2005.
12. Усенко В.А. Фармацевтический маркетинг, политика фармацевтических фирм по продвижению продукции // Провизор. – 2000. – № 9.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ АСПЕКТОВ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ И ОРГАНИЗАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ ИХ РЕШЕНИЯ В АПТЕКАХ

А.С. Немченко, Н.В. Тетерич

Национальный фармацевтический университет, Харьков

Резюме: обоснованы социально-психологические аспекты конфликтных ситуаций в аптеках. Предоставлена характеристика факторов, которые провоцируют конфликты в аптечных учреждениях. Приведены основные правила поведения в конфликтах, произошедших в аптеке.

Ключевые слова: конфликтные ситуации, социальная психология, психологические аспекты.

INVESTIGATION OF PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF CONFLICT SITUATIONS AND ORGANIZATION OF MEASURES ON THEIR DECISION IN PHARMACIES

A.S. Nemchenko, N.V. Teterich

National Pharmaceutical University, Kharkiv

Summary: psychological aspects The social-psychological aspects of disagreement situations were approached. Characteristic of factors that make disagreements in the pharmacy was given. Whole rules how to behave in the conflict situations in the pharmacy were given.

Key words: conflict situations, social psychology, psychological aspects.