



Н. О. Ткаченко

Вивчення інформаційного професійного поля спеціалістів фармації

Запорізький державний медичний університет

Ключові слова: соціальна відповідальність, провізор, фахові видання, неперервна фармацевтична освіта.

Різноманітні складові професіоналізму формують соціальну відповідальність провізора у сучасних умовах. Періодичні професійно орієнтовані видання та науково-практичні заходи є невід'ємною частиною цього процесу. З метою визначення джерел інформаційного забезпечення працівників аптечних закладів південно-східного регіону України вивчили основні джерела професійної інформації, частоту їх використання і направленість методом анкетування 147 респондентів. Виявили, що спеціалісти приділяють дуже мало уваги вітчизняним науковим періодичним виданням, що є фаховими. Недоліком процесу ознайомлення провізорів з інноваційними пошуками та досягненнями науковців у галузі фармації є те, що тільки 20% спеціалістів фармації різних рівнів управління протягом практичної діяльності працюють із матеріалами науково-практичних конференцій. Це свідчить про відсутність мотивації до самоосвіти спеціалістів, необхідність визначення основних чинників мотивації до підвищення свого професіоналізму.

Изучение информационного профессионального поля специалистов фармации

Н. А. Ткаченко

Разнообразные составляющие профессионализма формируют социальную ответственность провизора в современных условиях. Периодические профессионально ориентированные издания и научно-практические мероприятия являются неотъемлемой частью этого процесса. С целью определения источников информационного обеспечения работников аптечных заведений юго-восточного региона Украины изучены основные источники профессиональной информации, частота их использования и направленность методом анкетирования 147 респондентов. Установлено, что специалисты уделяют незначительное внимание отечественным научным периодическим специализированным изданиям. Недостатком процесса ознакомления провизоров с инновационными поисками и достижениями ученых в области фармации является то, что только 20% специалистов фармации разных уровней управления в ходе практической деятельности работают с материалами научно-практических конференций. Это свидетельствует об отсутствии у специалистов мотивации к самообразованию, о необходимости определения мотивационных факторов в повышении профессионализма.

Ключевые слова: социальная ответственность, провизор, специализированные издания, непрерывное фармацевтическое образование.

Актуальные вопросы фармацевтической и медицинской науки и практики. – 2014. – № 2 (15). – С. 106–108

The study of informational professional field of pharmacy specialists

N. O. Tkachenko

Aim. Various components of professionalism form social responsibility of pharmacist in modern conditions. Professionally oriented periodical publications, scientific and practical activities are an integral part of this process.

Methods and results. Main sources of professional information, the frequency of its use and orientation have been studied by surveying 147 respondents in order to identify sources of informational support of pharmacy workers in South-Eastern region of Ukraine. It has been found that the experts pay minor attention to the domestic scientific periodical specialized publications. The disadvantage of the process of pharmacists' review with innovative search and achievements of scientists in the field of pharmacy is that only 20% of pharmacy specialists at various levels of management in the course of their practical activities work with the materials of scientific practical conferences.

Conclusion. This attests the lack of motivation among specialists to educate themselves during the process and it requires the definition of motivational factors in increasing their professionalism.

Key words: Social Responsible, Pharmacists, Journal Article, Continuing Pharmacy Education.

Current issues in pharmacy and medicine: science and practice 2014; № 2 (15): 106–108

Професіоналізм – не лише досягнення спеціалістом вагомих виробничих показників, але й особливості його професійної мотивації, система його прагнень, ціннісних орієнтацій, сенсу праці для кожної особистості. Як інтегративна категорія професіоналізм має значення і для характеристики особистості, і для прояву професійної діяльності. Складові професіоналізму формують соціальну відповідальність провізора в сучасних умовах. Рівень професіоналізму спеціалістів фармацевтичного підприємства є показником рівня соціальної відповідальності підприємства [1]. Формування професіоналізму провізора відбувається поетапно з моменту вибору професії (етап формування

платформи). Базисом є етап навчання у професійному закладі – отримання конкретних професійних навичок і якостей. Акмеологічними ознаками професіоналізму є самодіагностика, самокорекція, саморозвиток, самомотивація.

Сьогодні на фармацевтичному ринку праці цінуються спеціалісти, які не тільки мають знання та досвід праці за професією, але й можуть прогнозувати тенденції соціальних змін, передбачати вектор розвитку суспільства та добре орієнтуватись у біоетичних проблемах системи фармацевтичної допомоги та маркетингу. Роль неперервного професійного розвитку провізора в наданні якісної кваліфікованої фармацевтичної допомоги населенню

стає все більш значною і необхідною [2]. Концепція неперервного професійного розвитку визначається як індивідуальна відповідальність провізорів (фармацевтів) за систематичне підтримання, розвиток і розширення обсягу знань, навичок і настанов для забезпечення постійної компетентності як спеціалістів протягом їхньої кар'єри. Реалізується вона за допомогою формальної, неформальної та інформальної форм. Самоосвіта, самопідготовка і навчання на практиці є невід'ємними елементами усього неперервного професійного розвитку [3–5].

Підвищення рівня знань і вмінь фахівці-провізори (фармацевти) здійснюють протягом усієї професійної діяльності, тобто відбувається неперервне формування управлінської, економічної, правової, комунікаційної та соціально-інформаційної компетентності [6]. Основними помічниками є періодичні професійно орієнтовані видання та науково-практичні заходи (семінари, конференції, симпозиуми, конгреси тощо).

Мета роботи

Вивчення джерел інформаційного професійного поля працівників аптечних закладів південно-східного регіону України та визначення частоти їх використання і спрямування.

Матеріали і методи дослідження

Збір інформації здійснювали методом анкетування [7]. Структура анкети, яку розробили, передбачала умовний поділ питань на два блоки: перший – характеристика респондентів за демографічними і психологічними критеріями: вік, посада, стаж роботи, форма власності підприємства; другий блок питань дав можливість визначити основні джерела професійної інформації фахівців регіону, частоту їх використання та спрямованість інформації для практичної діяльності.

Результати та їх обговорення

Згідно з результатами анкетування респондентів поділили за віковим критерієм. Так, основну частку становлять фахівці віком від до 25 років – 31,8%, особи старше за 50 років – майже 19%, особи віком 25–35 років – 14,6%. Однаковий віковий сегмент становлять провізори віком 31–35 та 36–40 років – по 11,9%. В анкетуванні взяли участь майже однакова кількість спеціалістів фармації віком 46–50 та 41–45 років – 6% і 5% відповідно.

Поділ провізорів за критерієм «рівень управління» показав: до управлінської ланки (завідувачі і заступники завідувачів аптек) належать 35% працівників аптечних організацій, яких опитали. Фахівці технічного рівня (провізори) – 65% респондентів (рис. 1).

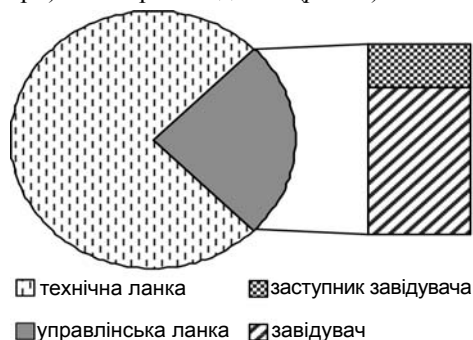


Рис. 1. Діаграма співвідношення респондентів за рівнем управління.

Вивчення місця здійснення фармацевтичної діяльності спеціалістів засвідчило, що вони працюють переважно у фармацевтичних підприємствах приватної форми власності (74,8%). Аптеки з колективною формою власності становили 2,7%, комунальною – 22,5%.

У другому блоці анкети респондентам запропонували перелік періодичних видань, за якими сьогодні спеціалісти фармації орієнтуються у сучасних тенденціях розвитку медицини та фармації. Критерій класифікації – розподіл джерел за відомостями засновників цих періодичних видань: спеціалізоване, науково-практичне, наукове та інформаційно-аналітичне видання.

Результати анкетування дали можливість визначити найбільш затребувані на практиці джерела інформації з сучасних питань медицини і фармації: спеціалізовані видання «Мистер Блистер», «Еженедельник Аптека» і «Фармацевт Практик», саме їх фахівці різних рівнів управління фармації використовують у друкованому вигляді [8].

Наступний крок досліджень – вивчення частоти використання названих літературних джерел і спрямованості інформації у процесі самоосвіти і підвищення кваліфікації.

Протягом досліджень виявили, що 38% респондентів завжди вивчають кожний номер видання, 28% знайомляться зі змістом номера і вивчають його тільки тоді, коли є необхідність отримати певну інформацію, 22% працюють із ними у вільний час. Якщо є необхідність отримати інформацію до періодичних видань звертаються лише 7% фахівців фармації. Серед опитаних є такі, які вважають, що курси підвищення кваліфікації дають достатню інформацію і знань для практичної діяльності. Цей сегмент провізорів рідко працює з інформацією, що є у періодичних виданнях – 5%.

Аналіз характеру інформації, якою цікавляться респонденти, показав: відомості щодо нових лікарських засобів і питання законодавчого і нормативного регулювання діяльності фармацевтичних (аптечних) підприємств вивчають найбільше.

На жаль, практичні фахівці мало цікавляться питаннями соціального спрямування, питаннями управління (менеджменту) у фармації і маркетингової діяльності.

Крім того, спеціалістам поставили запитання: «Як часто Ви працюєте з матеріалами науково-практичних конференцій?». 60,3% респондентів відзначили, що вивчають і працюють із ними рідко і тільки у вільний від основної роботи час. Основу практичної діяльності провізорів становить доказова медицина та наукові інновації. Таку інформацію спеціалісти можуть отримати із матеріалів науково-практичних конференцій, симпозиумів, конгресів тощо. Названі відомості необхідні для поглиблення знань протягом самопідготовки та підвищення рівня кваліфікації спеціалістів. Завжди знайомляться і вивчають матеріали конференцій лише 19,8% опитаних.

Майже така ж частка фахівців (19,9%) зовсім не цікавляться або дуже рідко знайомляться з матеріалами науково-практичних конференцій, бо вважають, що інформація конференцій призначена лише для науковців і керівників управлінської ланки (рис. 2).

Позитивним результатом анкетування є те, що 98%



Рис. 2. Діаграма розподілу думки респондентів щодо вивчення матеріалів науково-практичних конференцій.

опитаних вважають необхідним проведення централізованих заходів на кожному підприємстві щодо інформованості співробітників про нові тенденції фармацевтичної науки та практики з періодичністю один раз на півроку.

Саме таку періодичність вважають оптимальною 63% респондентів. Серед тих, хто згоден із централізованими заходами на кожному підприємстві, є ті, хто вважає, що інформувати необхідно тільки про тенденції практичної фармації. Частка таких осіб становить 17%. 7% опитаних висловлюють думку, що централізовані заходи потрібно присвятити лише сучасним тенденціям фармацевтичної науки.

Висновки

Дуже мало уваги спеціалісти приділяють вітчизняним науковим періодичним виданням, котрі є фаховими (журнал включено до переліку видань, що визнані МОН України). Майже половина опитаних спеціалістів рідко працюють зі спеціалізованими виданнями, котрі є в наявності на їхніх підприємствах. Недоліком процесу ознайомлення провізорів з інноваційними пошуками та досягненнями науковців у галузі фармації є те, що тільки 20% фахівців фармації різних рівнів управління під час практичної діяльності працюють із матеріалами науково-практичних конференцій. Це можна пояснити відсутністю мотивації у самоосвіті спеціалістів у робочому процесі. Порушена проблема потребує наступних досліджень із визначення чинників мотивації до самоосвіти та підвищення професіоналізму.

Список літератури

1. Ткаченко Н.О. Сучасний стан і характеристика соціальної відповідальності підприємницької діяльності / Н.О. Ткаченко, Н.М. Червоненко, Є.Г. Книш // Запорозький медичний журнал. – 2013. – № 2. – С. 76–82.
2. Громовик Б.П. Фармацевтична логістика: фокус на допомозі пацієнту: монографія / Б.П. Громовик, Л.М. Унгурян. – Л.: РАСТР-7, 2013. – 212 с.
3. Громовик Б.П. Неперервна фармацевтична освіта в Україні: науково-методичні аспекти управлінсько-економічної підготовки: монографія / Б.П. Громовик, А.В. Горілик. – Л.: РАСТР-7, 2012. – 166 с.
4. Деркач Ю. Неформальна освіта як умова неперервного навчання молоді / Ю. Деркач // Вісник львівського університету. Серія педагогічна. – 2008. – Вип. 23. – С. 17–22.
5. Концептуальні питання безперервної фармацевтичної освіти / [Б.П. Громовик, Б.Л. Парновський, О.М. Заліська та ін.] // Фармацевтичний журнал – 2010. – № 3. – С. 29–37.
6. Галій Л.В. Теоретичне обґрунтування поняття фармацевтичної компетенції / Л.В. Галій // Вісник фармації. – 2009. – № 3. – С. 49–51.
7. Зозулев А.В. Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика: учебное пособие / А.В. Зозулев, С.А. Солнцев. – М.: Рыбари; К.: Знания, 2008. – 643 с.
8. Ткаченко Н.О. Вивчення інформаційного забезпечення аптечних закладів / Н.О. Ткаченко, Н.М. Червоненко // Фармацевтичний журнал. – 2013. – № 5. – С. 16–22.

References

1. Tkachenko, N. O., Chervonenko, N. M., Knysh, E. G. (2013). Suchasnyi stan i kharakterystyka sotsialnoi vidpovidalnosti pidpryemnytskoi diialnosti [The current state and characteristics of social responsibility of business]. *Zaporozhskij medicinskij zhurnal*, 2(77), 76–82 [in Ukrainian].

2. Hromovyk, B. P. & Ungurian, L. M. (2013). *Farmatsevychna lohistyka: focus na dopomozhi patsientu [Pharmaceutical Logistics: Focus on helping the patient]*. Lviv: RASTR-7. [in Ukrainian].
3. Hromovyk, B. P. & Horilyk, A. V. (2012). *Neperervna farmatsevychna osvita v Ukraini: naukovo-metodychni aspekty upravlinsko-ekonomichnoi pidhotovky [Continuing Pharmaceutical Education in Ukraine: the scientific and methodological aspects of management and economic training]*. Lviv: RASTR-7. [in Ukrainian].
4. Derkach, Yu. (2008). *Neformalna osvita yak umova neperervnoho navchannia molodi [Informal education as a condition of continuous training of youth]*. *Visnyk Ivivskoho universytetu. Seriya pedahohichna*, 23, 17–22 [in Ukrainian].
5. Gromovyk, B. P., Parnavckyyi, B. L., Zaliska, O. M., Slabyi, M. V., & Horilyk, A. V. (2010). *Kontseptualni pytannia bezperervnoi farmatsevychnoi osvity [Conceptual issues of continuing pharmacy education]*. *Farmatsevychnyi zhurnal*, 3, 29–37 [in Ukrainian].
6. Galii, L. V. (2009). *Teoretychne obgruntuvannia poniattia farmatsevychnoi kompetensii [The theoretical grounding of the pharmaceutical competence concept]*. *Visnyk farmatsii*, 3, 49–51 [in Ukrainian].
7. Zozulev, A. V. & Solncev, S. A. (2008). *Marketingovye issledovaniya: teoriya, metodolohiya, statistika [Marketing research: theory, methodology, statistics]*. Moscow: Rybari.; Kyiv: Znaniya. [in Russian and Ukrainian].
8. Tkachenko, N. O., & Chervonenko, N. M. (2013). *Vyvchennia informatsiinoho zabezpechennia apteknykh zakladiv [Study information of pharmacy agencies]*. *Farmatsevychnyi zhurnal*, 2, 16–22 [in Ukrainian].

Відомості про автора:

Ткаченко Н.О., к. фарм. н., доцент каф. управління і економіки фармації, медичного та фармацевтичного правознавства, Запорізький державний медичний університет, E-mail: tkachenko@zsmu.zp.ua.

Надійшла в редакцію 19.03.2014 р.