



«С.Ж. АСФЕНДИЯРОВ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ МЕДИЦИНА УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ
НАО «КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.Д. АСФЕНДИЯРОВА»

Фармацияның ұйымдастырылуы, басқарылуы және экономикасы және
клиникалық фармация кафедрасы

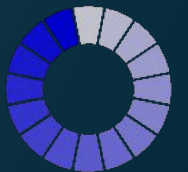
Фармацевтикалық мерчандайзинг

Мерчандайзер жұмысының психологиялық ерекшеліктері.

**Орындаған: Жақсылықова
Балнұр, Тұрар Аружан**

Сабаққа дайындалуға арналған сұрақтар:

- 1. *Фармация тауар айналымы объектісі ретінде нормативтік құқықтық актілерге сәйкес халыққа фармацевтикалық қызметтер көрсетуді жобалауды реттейді.*
- 2. *Фармацевт пен пациенттің өзара әрекеттесуіндегі психологиялық аспектілер*
- 3. *Дәріхан тұтынушыларын әр түрлі сипаттамалары бойынша (жынысы, жасы, әлеуметтік жағдайы және т.б.) ерекшеленуі*
- 4. *Науқастың ерекшеліктері (жасына, әлеуметтік жағдайына, жынысына және басқаларына)*
- 5. *Сатушы жұмысының психологиялық ерекшеліктері*



Фармацевт пен пациенттің өзара әрекеттесуіндегі психологиялық аспектілер

- Фармацевтің кәсіби қызметінің негізгі міндеті-адам денсаулығын сақтау.
- Фармацевт науқастың ұлтына, саяси және діни сенімдеріне, мүліктік жағдайына, жынысына, жасына, әлеуметтік мәртебесіне қарамастан кез-келген адамға фармацевтикалық көмек көрсетуі керек.
- Фармацевт халықтың денсаулығын сақтау мүддесінде дәрілік препараттардың сапасына, қауіпсіздігіне және тиімділігіне кепілдік беруге тиіс



Фармацевт және пациент.



- Фармацевт пациенттің ар-намысы мен қадір-қасиетін құрметтеуі керек.
- Фармацевт әр пациентке құрметпен қарауы керек, ешкімге артықшылық көрсетпеуі немесе ұнамауы керек. Фармацевтің пациентке ықыласты қарауы, түсінуі және қамқорлығы емделушінің сауығуына деген сенімін арттыра алады.
- Фармацевт пациентпен өзара түсіністікті жақсарту үшін психология негіздерін білуі керек.
- Пациентпен қарым-қатынас кезінде тітіркену, реніш, асығыс, шыдамсыздық, бойкүндік, немқұрайлылық қабылданбайды.
- Фармацевт пациенттің алдында екенін есте ұстауы керек және оған ашуланшақтық пен дөрекілікке жеңілдік жасауы керек.
- Фармацевт өз сөзін, ым-ишарасын және бет-әлпетін қадағалап, нақты, нақты және қатты сөйлеуі керек.
- Сыртқы түрі бойынша фармацевтика қызметкері пациентті өзіне қарай орналастыруы тиіс.
- Фармацевт науқастарға дәрі-дәрмектердің шынайы құндылығы, дәрі-дәрмектерден туындауы мүмкін жанама әсерлер, қолдану және сақтау әдістері туралы хабарлауы керек.
- Фармацевт пациенттің медициналық құпиясын және оған сеніп тапсырылған жеке ақпаратты сақтауға міндетті.
- Фармацевт әрдайым алғашқы медициналық көмек көрсетуі керек.

Дәріхан тұтынушыларын әр түрлі сипаттамалары бойынша (жынысы, жасы, әлеуметтік жағдайы және т.б.) ерекшеленуі

- Психографиялық түрлері
- "мансапшылар" - бұл дүкенге бару олардың әлеуметтік мәртебесін баса көрсететінін білуі керек, ал сыпайы қызметкерлер жеткіліксіз, дүкеннің сәтсіз жарнамасы, келушілердің түрлі-түсті контингенті оларды иеліктен шығаруы мүмкін.
- "интеллигенттер" - дүкенге баруды қарым-қатынас шеңберін кеңейту, жаңа нәрселерді білу мүмкіндігі ретінде қарастырады. Оларды жаңалықтармен танысуға, каталогтар мен журналдарды көруге болатын дүкендер қызықтырады; бұл ретте қызметкерлердің әңгімелесуді қолдауға және туындаған барлық сұрақтарға жауап беруге мүмкіндігі болғаны жөн. Дүкенге барудан бас тартудың себебі, ең алдымен, қызметкерлердің біліктілігінің жеткіліксіздігі болуы мүмкін.
- "қарапайым адам" - олар заттардың "сенімді" екендігіне сенімді болуы керек, олар жалған сатылмайды және өз ақшалары үшін қарапайым адам сапалы нәрсе алуы керек.
- "тәуелсіз" - олардың мінез-құлқы импульсивті, және көбінесе олар үшін бас тарту факторы-бұл қызметкерлердің шамадан тыс интрузивтілігі, өйткені "үшін олардың таңдауына ешкім әсер етпегені туралы сана қажет.
- "гедонистер" - бұл сатып алу жағдайы - бұл ләззат алуға себеп, сондықтан олар үшін дүкенге бару-бұл мереке. Бұл түрдегі адамдар дүкеннің дизайнына, қызмет көрсету деңгейіне өте қажет. Бару олардың жағымсыз сезімдерін тудырған дүкен қабылданбайды және екінші рет олар өздерін жағымсыз эмоциялардан қорғау үшін оған бармайды.
- "еліктегіштер" - мінез-құлық стандарты ретінде қызмет ететін адамдардың кез-келгені немесе қызметкерлері оларға толық және сөзсіз сенім тудыратын дүкендерді таңдауға тырысады.

Сатып алушы түрлерінің сипаттамасы

<i>Сатып алушылардың түрлері</i>	<i>Сатып алушылардың мотивтері</i>	<i>Тауар туралы ақпарат көздері</i>	<i>Сатып алушыларды ынталандыру жолдары</i>	<i>Сатып алушылардың сауда кәсіпорнына қатынасы</i>
<i>Бағаға сезімтал</i>	<i>Рационализм тек төмен бағаға бағытталған</i>	<i>Каталогтар. Прайс-парақтар. Интернет. Жаппай сатылымдар туралы Жарнама</i>	<i>Бағалық ынталандыру</i>	<i>Адалдықтың төмен деңгейі</i>
<i>Тауарлар мен қызметтердің сапасына сезімтал</i>	<i>Жайлылық, Еліктеу. Ерекшеленуге деген ұмтылыс (бренд имиджі, сауда компаниясының имиджі). Сапа кепілдігі және жалғаннан қорғау</i>	<i>СМИ-дағы жарнама. Каталогтар. Интернет, Көрмелер. Жәрмеңкелер, Презентациялар. Тауарды ұсыну және сауда залындағы жарнама</i>	<i>Сауда кәсіпорнының тартымды имиджін құру. Мерчандайзинг. Сауда персоналының кеңестері. Сауда кәсіпорнының брендин пайдалану. Сауда кәсіпорнымен әріптестік қатынастар орнату</i>	<i>Адалдықтың жоғары деңгейі. Тұрақты клиент</i>

Науқастың ерекшеліктері (жасына, әлеуметтік жағдайына, жынысына және басқаларына)

Әр түрлі жастағы пациенттердің ауруды қабылдау ерекшеліктері

Мектеп жасына дейінгі балалар:

- Жалпы ауру туралы хабардар болмауы;
- шағымдарды тұжырымдай алмау;
- аурудың жекелеген симптомдарына күшті эмоциялық реакциялар;
- емдік және диагностикалық процедураларды қорқытатын шаралар ретінде қабылдау;
- ауру кезеңінде баланың мінезінің, тәрбиесінің ақауларының күшеюі;
- ата-аналардан алыс медициналық мекеменің қабырғаларында қорқыныш, құмарлық, жалғыздық сезімі;

Деонтологиялық тактика: эмоционалды жылы қарым-қатынас (медбике, тәрбиеші және ана болу), аурудан аулақ болу, шулы ойындарды ұйымдастыру, оқу, сендіру рәсімдерін жүргізу. Баланың

туыстарымен кәсіби қарым-қатынас.



- Жұмысқа қабілетті жастағы пациенттер.
- Ең алдымен, науқастың жеке басын, білу қажет. Ауруға, медициналық персоналға, пациенттің медициналық персоналмен өзара әрекеттесуіне деген көзқарасын біліңіз.
- Деонтологиялық тактика: Еңбек және әлеуметтік оңалтуға бағдарлау, аурудың ішкі картасына, көзқарастарына, мазасыз және күдікті пациенттердің психотерапиясына байланысты қарым-қатынас тактикасын таңдау.
- Егде және кәрілік жастағы науқастар.
- Олар жастың психикалық үстемдігімен сипатталады - "өмірден кету", "өлімге жақындау", аңсау сезімі, жалғыздық. Үдемелі әлсіздік. Таза жасқа байланысты өзгерістер: есту, көру, есте сақтау қабілетінің төмендеуі, қызығушылық шеңберінің тарылуы, сезімталдықтың жоғарылауы, осалдық, өзін-өзі күту қабілетінің төмендеуі. Ауруды түсіндіру, осылайша, жасқа байланысты, емдеуге және қалпына келтіруге ынталандырудың болмауы.
- Деонтологиялық тактика: пациенттің өзіндік маңыздылығын сақтау, нәзік құрмет, сыпайы қарым-қатынас, таныстықсыз, тәртіпті тонуссыз, моральсыз. Қозғалыс белсенділігіне бағдарлау. Қалпына келтіру мотивациясы.
- ҚОРЫТЫНДЫЛАР
- Адамның жасы-оның психикалық өмірі мен мінезінің негізгі критерийлерінің бірі. Жасына байланысты адам әртүрлі өмірлік жағдайларды, соның ішінде ауруды әр түрлі қабылдайды.
- Жас әдетте әртүрлі кезеңдерге бөлінеді. Жалпы, адам өмірінде келесі жас кезеңдерін бөлуге болады: балалық шақ, Жастық шақ, жетілу және кәрілік. Осы кезеңдердің әрқайсысын кіші және нақты жас кезеңдеріне бөлуге болады. Балалық шақта жас ерекше мәнге ие, өйткені осы кезде негізгі жеке қасиеттер қалыптасады.

Сатушы жұмысының психологиялық ерекшеліктері

- Сатушы-консультанттың жұмыс ерекшеліктері
- жүктеме барлық сатушылар арасында біркелкі бөлінеді, бірақ сатушы-консультанттың лауазымдық міндеттері бірнеше қосымша тармақтарды қамтиды. Олар осы мамандық үшін жауапкершілікті анықтайды. Сіз сатушы-кеңесші тек сатушы емес екенін түсінуіңіз керек. Ол компания тауарларының ассортиментін түсінуі, тұтынушының қажеттіліктерін анықтай білуі, қарсылықтармен жұмыс істеуі және барлық өнімдер үшін материалдық жауапты болуы керек. Бүгінгі таңда бұл мамандық ең танымал, бірақ өз ісін білетін шынымен талантты сатушылардың бірі болып саналады.



+ PHARMACY



- Сонымен қатар, сатушы-консультант келесі талаптарды қанағаттандыруы керек: Орта арнайы білімнің болуы;
- үміткердің жасы 35 жастан аспауы керек;
- жағымды келбеті мен ұқыптылығы;
- нәтижеге бағытталған, өйткені негізгі жалақы сату жоспарының орындалу пайызына негізделген. Әрине, сауатты сатушы-кеңесші өнімді жақсы түсініп, оның ерекшелігі мен сипаттамаларын білуі керек. Маңызды фактор – адамды жеңе білу, оны қызықтыру және әңгімені басты нәтижеге жеткізу-кассада сатып алу ақысын төлеу.

Пайдаланылған әдебиеттер:

- 1. Фармация менеджменті және экономикасы. - М.: Медицина, 2014.*
- 2. Мнушко з.н. дәріханадағы менеджмент және маркетинг. - Харьков: Nfau баспасы, Фармацевтикалық маркетинг. - "Ремедиум" Баспасы, 2017. - 400 Б.*
- 3. Грибкова е. и. фармацевтикалық нарықтағы интеграцияланған Маркетингтік коммуникациялардың тиімділігін зерттеу. - М., 2014.- 300 Б.*
- 4. Фармация менеджменті және экономикасы. - М.: Медицина, 2014.*
- 5. Мнушко з.н. дәріханадағы менеджмент және маркетинг. - Харьков: Nfau баспасы, б.*
- 6. Фармацевтикалық маркетинг. - "Ремедиум" Баспасы, 2017. - 400 Б.*
- 7. Грибкова е. и. фармацевтикалық нарықтағы интеграцияланған Маркетингтік коммуникациялардың тиімділігін зерттеу. - М., 2014.- 300 Б.*



НАЗАРЛАРЫҢЫЗҒА РАХМЕТ.