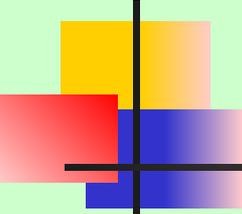


МИНИСТЕРСТВО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ УКРАИНЫ
ГЗ «ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Этические аспекты общения
провизора с клиентами в аптеке,
врачами, медицинскими
представителями



Морально-этические проблемы в фармацевтическом обеспечении населения ЛС



**Проблемы в
сфере
обеспечения
населения ЛС**

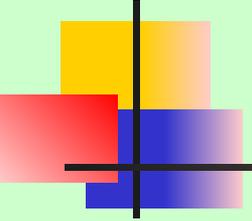
**Незаконная деятельность
отдельных субъектов
хозяйствования**

Поступление на рынок фальсифицированных, субстандартных, незарегистрированных ЛС

Нечестная конкуренция

Неограниченная реклама ЛС

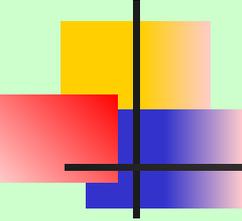
**Непрофессиональные действия
медицинских представителей
фармацевтических компаний**



"Саморегуляция и самодисциплина есть основные принципы, на которых держится доверие к любой профессии"

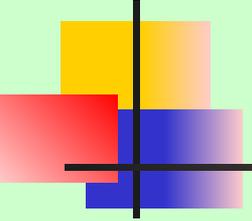
L.D. Vottero "The code of ethics for pharmacists"

- **Фармацевтическая этика** - это совокупность неформальных норм нравственного поведения фармацевтических работников при выполнении ими своих обязанностей по отношению к обществу, конкретному пациенту, друг другу, контактными группам людей (медицинские работники, контролирующие органы и др.).



Задачи фармацевтической этики и деонтологии:

- разработка нравственных основ управления аптечным коллективом ;
 - совершенствование морально-психологического климата в коллективе;
 - изучение специфики нравственных отношений в аптечных коллективах, противоречий, которые возникают в них, и поиск путей их разрешения.

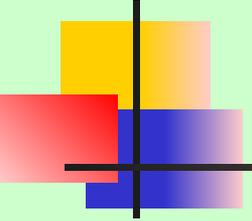


Истоки становления фармацевтической этики и деонтологии:

- Впервые в России требования профессиональной этики нашли свое отражение в Аптекарском уставе 1789 г.

В частности, в нем отмечалось:

"Аптекарь, яко добрый гражданин, верно хранящий присяжную должность, повинен быть искусен, честен, совестен, благоразумен, трезв. Прилежен, во всякое время присутственен и исполняющий звание свое всеобщему благу соответственно".

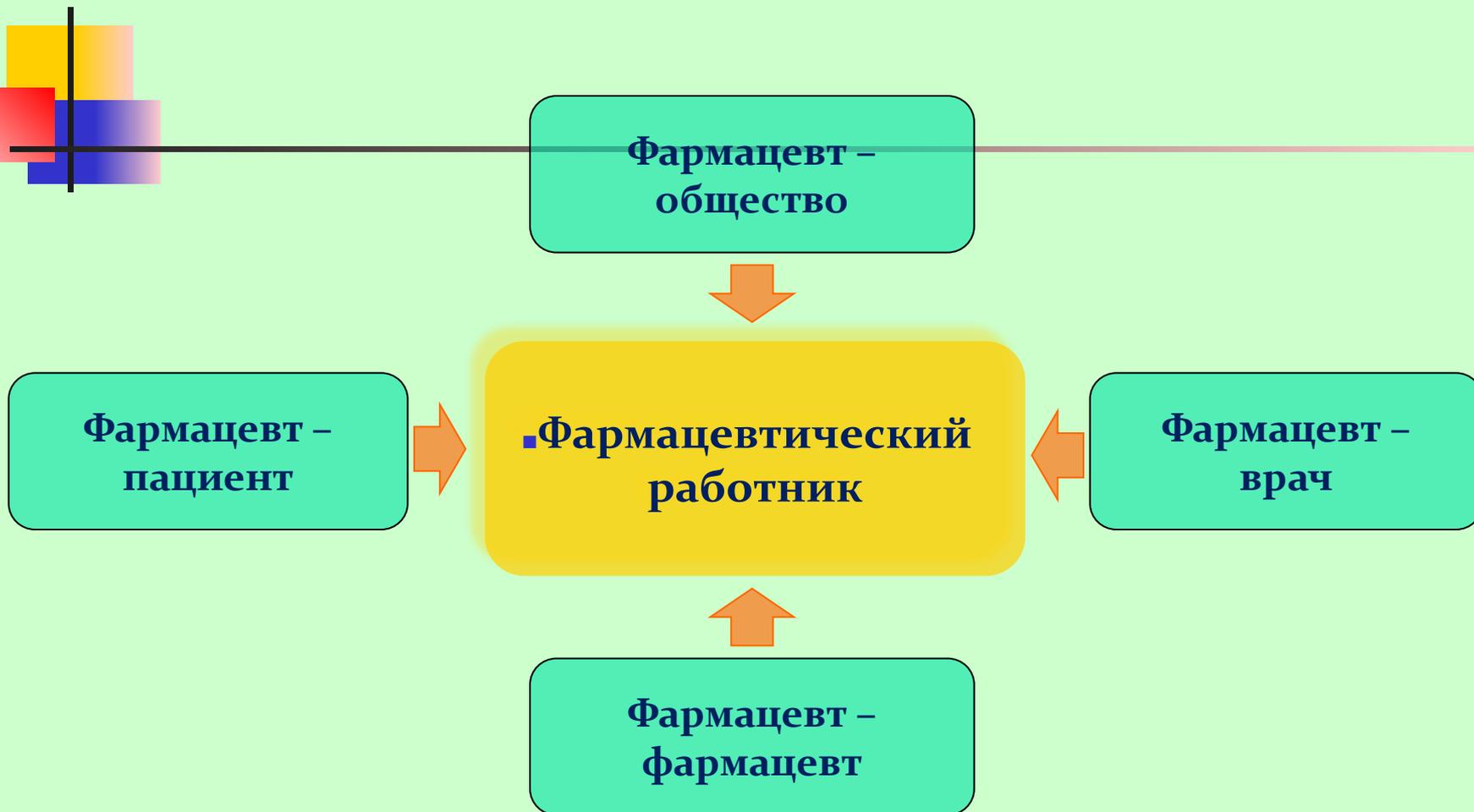
- 
-
- В 1997 г. Советом Международной фармацевтической ассоциации был принят Кодекс фармацевтов, в котором сформулированы принципы, определяющие обязанности и ответственность фармацевтических работников.
 - В 2004 г. ряд фармацевтических компаний – членов Европейской Бизнес Ассоциации пообещали придерживаться этических норм поведения на рынке Украины и подписали кодекс маркетинговой практики.

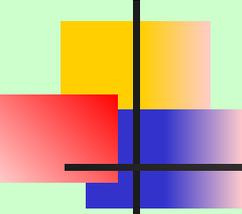


**ЕТИЧНИЙ КОДЕКС
ФАРМАЦЕВТИЧНОГО
ПРАЦІВНИКА УКРАЇНИ**

2010

Система взаимоотношений в практической деятельности фармацевтического работника





Этика взаимоотношений провизора и больного

Задача провизора – укрепить веру больного в выздоровление, целительную силу лекарства, в фармацию и медицину в целом.

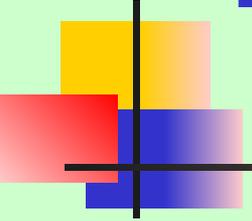
Деонтологические требования:

- внешний вид (белоснежный накрахмаленный халат, скромная прическа, внешняя подтянутость и аккуратность, опрятность и скромность сотрудника аптеки);
- поведение (максимум чуткости, внимания и такта)

Недопустимы такие выражения как:

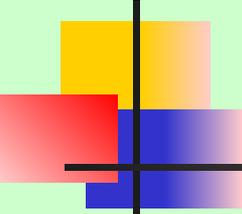
- Мне некогда!
- Вас много, а я одна.
- Я же Вам уже сказала: все равно как принимать до или после еды.
- Речь (следует избегать употребления сложных медицинских терминов, говорить понятно и в меру громко, а пожилым основные положения необходимо повторять несколько раз, темп речи провизора должен быть умеренным);



- 
- умение выслушать;
 - оформление витрин (выкладка лекарств должна быть не только профессиональной с точки зрения мерчандайзинга, но и корректной с точки зрения профессиональной этики);
 - эстетическое оформление лекарственных средств;
 - сохранение в тайне от больного некоторых неблагоприятных сведений;
 - разъяснение правил приема лекарственных средств;
 - авторитет врача (недопустимо высказывание критических замечаний в адрес врача или выражение сомнений в целесообразности назначения);

- повышение профессионального уровня;
- этика продаж (провизор не должен подменять врача, предлагая лекарство по своему усмотрению);
- необходимо предостерегать больных от так называемой "любви" к лечению (фармакофилии) и от фармакофагии (применение лекарств в больших дозах)





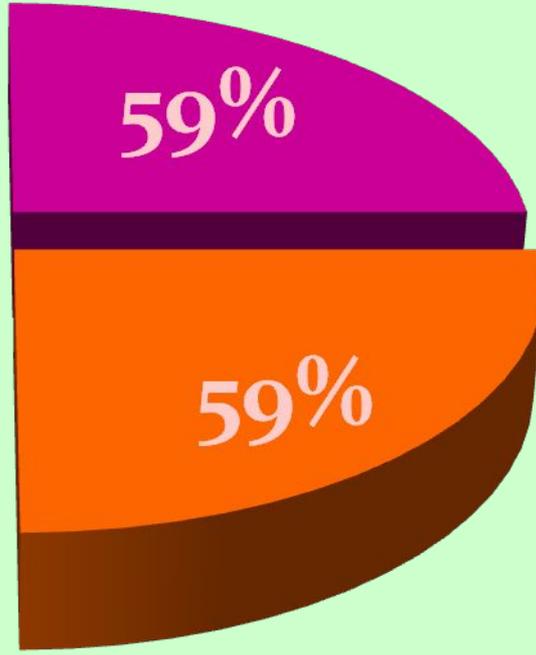
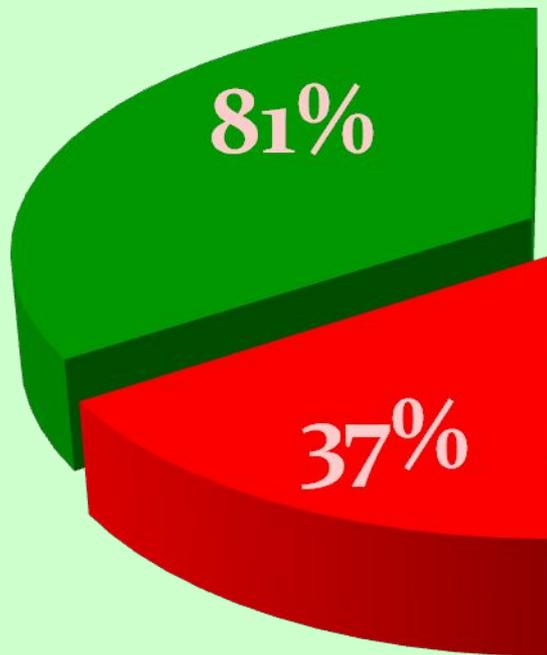
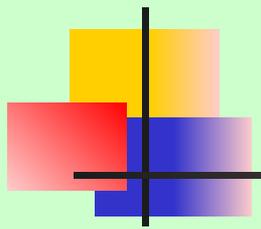
Этическое содержание взаимоотношений провизора и врача

Взаимоотношения провизоров и врачей должны исходить из принципов гуманизма и высокого осознания каждым своего общественного долга.

Врачи и фармацевтические работники не должны:

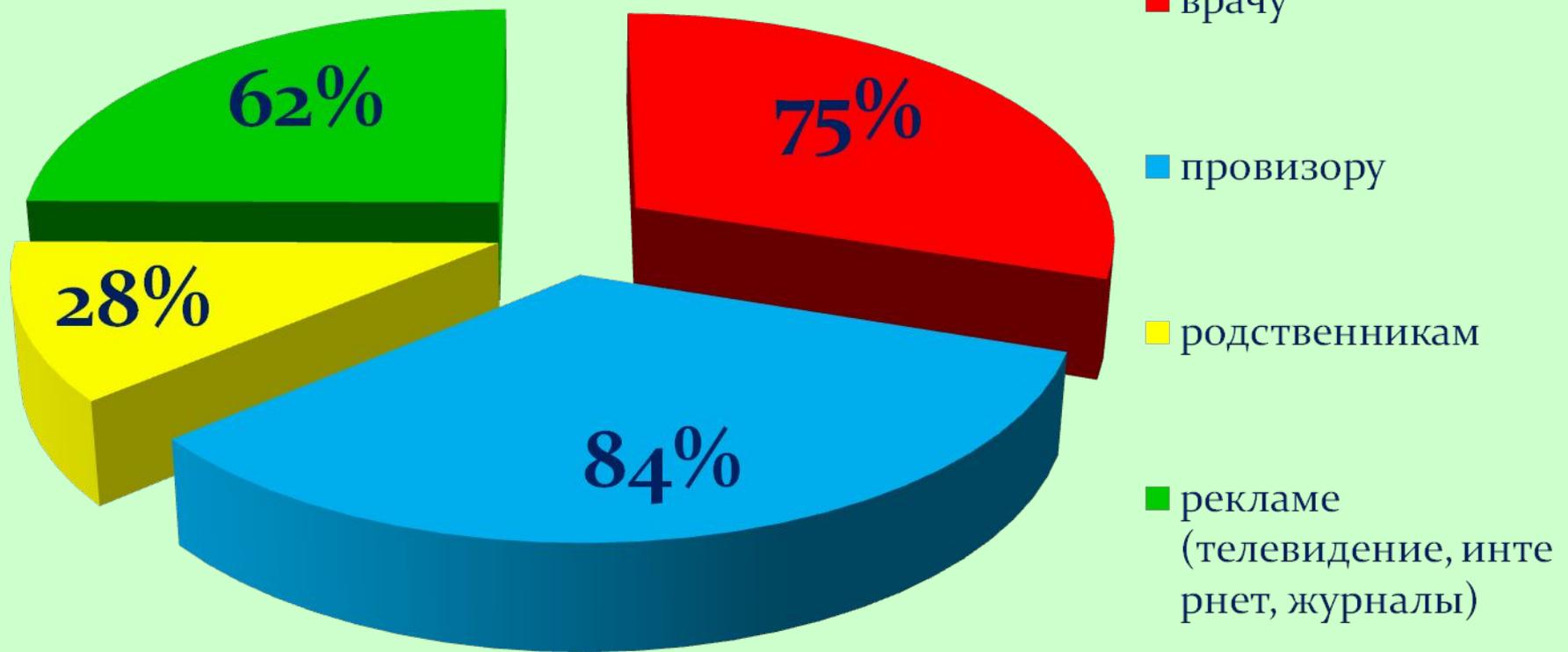
- допускать бестактных высказываний в адрес друг друга;
- умалять достоинство друг друга;
- допускать негативные высказывания в адрес друг друга в присутствии больного.

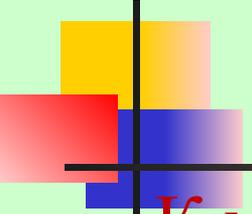
ПРИЧИНЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ САМОЛЕЧЕНИЯ



- недостаток времени для посещения врача
- недоверие к системе здравоохранения и компетентности врачей
- доступность рецептурных препаратов
- возможность получить консультацию у провизора вместо посещения врача

ДОВЕРИЕ ПАЦИЕНТА К ИСТОЧНИКАМ ИНФОРМАЦИИ ПРИ ВЫБОРЕ ЛС

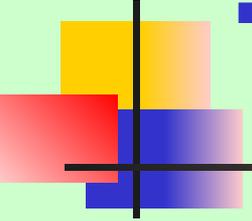




Этические аспекты взаимоотношений провизоров и медицинских (торговых) представителей

К мероприятиям, абсолютно не соответствующим принципам медицинской и фармацевтической этики, которые проводят медпредставители, относятся:

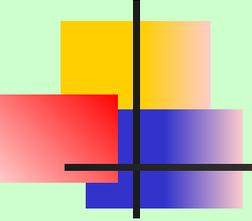
- материальное стимулирование врачей за каждый выписанный рецепт фирмами-производителями в лице медицинских представителей;
- использование материальных и финансовых стимулов, в том числе и для аптечных работников, при участии в конкурсах компаний-производителей, смысл которых определяется вопросом: "Кто больше продаст препаратов нашей фирмы?"

- 
- медицинский представитель, руководствуясь этическими нормами, должен заранее по телефону сообщить о времени и цели своего визита;
 - провизор, в свою очередь, согласившись на встречу, не должен избегать ее или переносить на другое время;
 - если медицинский представитель приходит в аптеку без предупреждения, то он не должен отвлекать провизора от работы, если в торговом зале образовалась очередь.

медицинский представитель не должен
использовать такие несовместимые с этикой
приемы :

- критическое оценивание лекарственных препаратов фирм – конкурентов;
- рекламирование неэффективных препаратов;
- предоставление образцов препаратов, подарков, сувениров и другие формы материального стимулирования потенциальных клиентов.

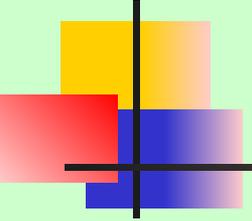




Этическая сторона взаимоотношений между субъектами фармации и государством

Фармацевтические предприятия обязаны выполнять моральные параметры в таких сферах как:

- защита интересов потребителей;
- недопущение дискриминации при приеме на работу;
- защита среды обитания;
- участие в общественных фондах и благотворительных акциях.



Предприятиям фармацевтического профиля в большей степени присущи такие важные с моральной и этической точек зрения виды деятельности как участие в государственных программах по:

- пропаганде здорового образа жизни;
- профилактике заболеваний;
- обезвреживанию и переработке отходов химико-фармацевтической промышленности;
- правовой защите от каких-либо незаконных форм дискриминации, связанной с состоянием здоровья человека и др.



Социальная активность STADA в Украине



STADA в Украине сегодня



- Зарегистрировано: более 130 препаратов
- Штат – более 220 сотрудников
- Команда SF: 180 сотрудников. Работают в 242 городах всех регионов Украины
- STADA входит в ТОП 20 маркетирующих организаций Украины*
- STADA входит в ТОП-10 зарубежных компаний по объему продаж лекарственных средств в денежном выражении по итогам 1 полугодия 2016 г. *
- Надежный партнер для более чем 300 аптечных сетей

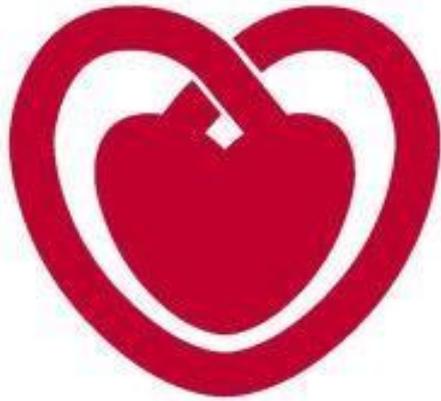
*При подготовке материала использованы данные аналитической системы исследования рынка

■ «PharmXplorer»/ «Фармстандарт» компании «Proxima Research».



STADA предоставила научный грант для проведения в Украине международного научного исследования в кардиологии

EUROASPIRE IV



EUROPEAN
SOCIETY OF
CARDIOLOGY

Целью проведения EUROASPIRE IV (2012-2014) в Украине является изучение методов ведения кардиологических больных, на основании которых будут разработаны современные рекомендации по лечению.

Украина среди Европейских стран участников EUROASPIRE IV



■ Ukraine



■ Netherlands



■ Germany



■ UK



■ France



■ Czech Republic



■ Croatia



■ Belgium



■ Spain



■ Slovenia



■ Serbia



■ Bosnia
Herzegovina



■ Finland



■ Greece



■ Latvia



■ Sweden



■ Poland



■ Lithuania



■ Romania



■ Bulgaria



■ Russia



■ Turkey



■ Cyprus



■ Ireland

Социальный проект «Открой свое сердце»

- Всеукраинский социальный образовательно-диагностический тур «Открой свое сердце» - часть международного проекта, инициированного компанией STADA, направленного на актуализацию профилактики и лечения сердечно-сосудистых заболеваний.

Поддержка



НМАПО имени П.Л. Шупика



ГУ «Днепропетровская мед. академия МЗ Украины»



Черниговской



Кировоградской



Город Кировограда



Социальный проект «Открой свое сердце». Реализация. 2013 год - Чернигов, Кировоград, Кривой Рог



1850 жителей трех городов Украины прошли кардиологические обследования

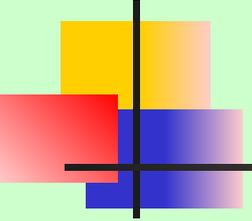


Социальный проект «Открой свое сердце». Реализация. 2016 год - Мариуполь

Более
15 тыс. упаковок на
сумму около
1,2 млн. грн. передано
в качестве
благотворительной
помощи в ЛПУ
Мариуполя

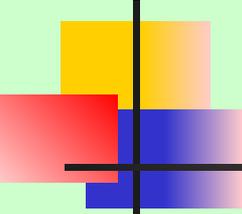


Взаимоотношения фармацевтического работника с коллегами



Фармацевтический работник должен:

- быть носителем высоких морально-этических принципов своей профессии, быть честным и справедливым;
- проявлять терпимость, лояльность и понимание разных (альтернативных) мыслей, этнокультурных норм и верований своих коллег, уважать их взгляды и убеждения;
- быть корректным и доброжелательным к коллегам, уважать работу и опыт каждого члена коллектива;

- 
- предоставлять помощь и передавать профессиональный опыт молодым коллегам, оказывать содействие их этическому воспитанию;
 - уважать своих наставников, старших коллег, уважать ветеранов учреждения;
 - проявлять профессиональность и корпоративную солидарность, всячески оказывать содействие укреплению имиджа фармацевтической профессии;
 - придерживаться принятых в коллективе морально-этических традиций;
 - служить примером морального поведения не только для коллектива, но и для населения.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРАВИЛА СТАНДАРТ РУКОВОДСТВА В КОМПАНИИ МЭРИ КЕЙ

- **Всегда поступайте правильно, честно и этично.**

- **Относитесь к другим так, как хотели бы чтобы относились к вам.**

- **Прежде чем предпринимать что-либо, всегда задавайтесь вопросом: «Как это будет воспринято служащими и отразится на моральной атмосфере?»**

- **Прежде чем делать что-либо, спросите себя: «Отразится ли это на уровне доверия служащих?»**

- **В общении со служащими ведите беседу, а не монолог. Эффективное общение — это общение открытое, частое и своевременное.**

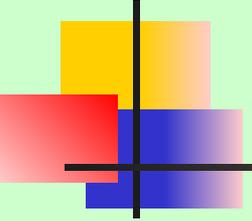
- При каждом взаимодействии со служащими искренне демонстрируйте, что уважаете их и цените.

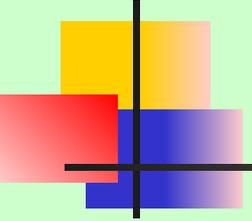
- Думайте, прежде чем действовать или принимать решения.

- Помните, что служащие — живые люди, и их жизнь многомерна. Цените личностные различия между ними, принимайте к сведению обстоятельства их жизни и уважайте ту цельную личность, которой является каждый человек.

- Выносите суждение о продуктивности служащих по их средней результативности, а не по худшей.

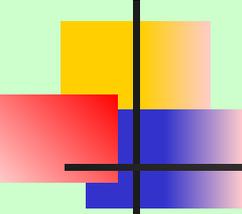
Успешная работа специалиста и успех аптеки находятся в прямой зависимости от того, насколько:

- 
-
- пациент доверяет фармацевту;
 - специалисту удастся устанавливать контакты и хорошие отношения с людьми;
 - специалисту удастся полно отвечать на вопросы пациентов и удовлетворять их потребность в информации;
 - фармацевт умеет наблюдать, задавать целенаправленные вопросы, внимательно слушать и быстро записывать необходимые сведения;

- 
-
- убедительна аргументация специалиста, основанная на знании продаваемых ЛС, БАД, ИМН и т.д.;
 - специалисту удастся совместно с пациентом находить целесообразные и приемлемые для сторон решения;
 - тщательно фармацевт анализирует желания и потребности пациентов.

ФАКТОРЫ ВЫБОРА АПТЕКИ ПОКУПАТЕЛЯМИ

- **ОТНОШЕНИЕ ПЕРСОНАЛА К ПОКУПАТЕЛЮ**
- **КАЧЕСТВО ПРЕДЛАГАЕМЫХ ЛЕКАРСТВ**
- **ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ СПЕЦИАЛИСТОВ**
- **КОНСУЛЬТАЦИИ СПЕЦИАЛИСТОВ В АПТЕКЕ**
- **НАЛИЧИЕ ШИРОКОГО АССОРТИМЕНТА ЛЕКАРСТВ**
- **ВНЕШНИЙ ВИД СОТРУДНИКОВ АПТЕКИ**
- **РЕЖИМ РАБОТЫ АПТЕКИ**
- **МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЕ АПТЕКИ**
- **ОТСУТСТВИЕ ОЧЕРЕДЕЙ**
- **ОФОРМЛЕНИЕ ТОРГОВОГО ЗАЛА**
- **ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛУЧЕНИЯ СКИДОК**
- **ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИОБРЕТЕНИЯ ЛЕКАРСТВ ПОД ЗАКАЗ**
- **ВОЗМОЖНОСТЬ ДОСТАВКИ МЕДИКАМЕНТОВ НА ДОМ**



Благодарю за внимание

