

ЗНАЧЕНИЕ НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОВИЗОРА

Алтайский государственный медицинский университет, Институт гуманитарных наук с курсом клинической психологии

Курбатова С.Г.

Научный руководитель: А.Ю. Бендрикова, к.с.н., доцент

THE IMPORTANCE OF NONVERBAL COMMUNICATION IN THE PROFESSIONAL ACTIVITY OF THE PHARMACIST

Altai State Medical University, Institute of Humanities with a course in clinical psychology

Kurbatova S.G.

Supervisor: Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor A.Y. Bendrikova

В статье представлено определение значимости невербального общения в профессиональной деятельности провизора. В ходе исследования был проведен анализ данных анкетирования нескольких групп респондентов.

Ключевые слова: коммуникация, невербальная коммуникация, студенты, провизоры.

The article presents the definition of the importance of non-verbal communication in the professional activity of a pharmacist. In the course of the study, the analysis of survey data from several groups of respondents was carried out.

Key words: communication, non-verbal communication, students, pharmacists.

Введение

По статистике с помощью слов передаётся - 7% информации, 38% - звуки, а около 55% — на невербальные средства. Учитывая неречевые средства при общении провизора и покупателя, правильно выстраивая процесс коммуникации, можно достичь расположения клиента к себе, закрепления положительного образа об аптеки, выявить потребности, и тем самым увеличить прибыль компании.

Цель исследования. Проанализировать значимость невербального общения в профессиональной деятельности провизора.

Материал и методы

Традиционный анализ литературы. Анкетирование нескольких групп респондентов. Анализ данных анкетного опроса. В исследовании приняли участие 81 человек из них: студенты 2 курса (большинство девушек (67%) в возрасте от 18-25 лет (100%)) и 4 курса института фармации АГМУ (большинство девушек (93%) в возрасте от 18-25 лет (96%)), а также провизоры аптечных организаций г. Барнаул (все лица женского пола (100%) в возрасте 36 лет и старше (40%)). Принцип

разделения респондентов на группы – структурный. Дизайн исследования – описательный (опрос).

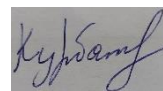
Обработка данных. Проведение с помощью статистического метода в виде диаграмм.

Результаты и обсуждение

Согласно проведённому опросу, большинство студентов 2 и 4 курса (87% и 96% соответственно) и провизоры аптечных организаций (93%) осведомлены о способах невербальной коммуникации. Можем сделать вывод, что несмотря на отсутствие соответствующей дисциплины у сотрудников в ходе обучения (в отличие от студентов 2, 4 курса), они самостоятельно изучили данный вопрос. Многие респонденты считают важным применения невербального общения в профессиональной деятельности провизора: 2 курс (49%), 4 курс (56%), провизоры (53%). Большая часть студентов 2 и 4 курса (74% и 69% соответственно) находятся на стадии формирования навыков применения способов неречевого процесса взаимодействия, а провизоры уже имеют их (73%). Чаще всего респонденты используют оптико-кинетический и паралингвистический виды невербального общения, а именно 2 курс – 59% и 69,2% соответственно, 4 курс – 85,2% и 81,5% соответственно, провизоры – 60% и 80% соответственно. Можем предположить, что распределение значений связано из-за их доступности мотивированных знаков и использования с древних времён. Согласно анкетированию, большинство респондентов считают, что для успешного невербального общения необходимо использовать комплекс его видов (2 курс – 90%, 4 курс и провизоры – 100%).

Заключение

Согласно результатам опроса, невербальная коммуникация важна в профессиональной деятельности фармацевтических сотрудников, овладевая ею и правильно её интерпретируя, мы можем понять намерения участников беседы.



Курбатова С.Г.

Список литературы:

1. Садохин А.П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. Учебн. пос. под ред. А.П. Садохина. М. КИОРУС. 2014; 254 с.
2. Леонтович О. Введение в межкультурную коммуникацию: учебн. пособ. М. Гнозис. 2007; 368 с.
3. Таратухина Ю.В. Деловые и межкультурные коммуникации: учебн. и практикум для академического бакалавриата. Ю.В. Таратухина, З.К. Авдеева. М. Изд-во Юрайт. 2015; 324 с.

4. Социальная психология: Хрестоматия. Электронный ресурс. Сост. Е.П. Белинская, О. А. Тихомандрицкая. 2-е изд., испр. и доп. М. Аспект Пресс. 2012; 456 с. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706291.html>

5. Современные тенденции развития психологии труда и организационной психологии. Отв. ред. Л.Г. Дикая, А.Л. Журавлев, А.Н. Занковский. М. Монография Изд-во "Институт психологии РАН". 2015;712 с. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927003037.html>

Название статьи: «ЗНАЧЕНИЕ НЕВЕРБАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОВИЗОРА»

Автор статьи: Курбатова Светлана Геннадьевна, адрес: Алтайский кр., г. Барнаул, ул. Большая Олонская, д. 34, кв. 32. Телефон: 8-953-762-13-27. E-mail: lenozka_15@mail.ru