


glasnik Farmaceutске komore

# apotekarska praksa

/ broj 53/54 / jul/avgust 2006 / ISSN broj 14511- 827



„Čitav život čoveka je samo električni tok,  
a njegova duševnost je svetlost“

NIKOLA TESLA



# GeloMyrtol<sup>®</sup> forte

300 mg standardizovanog mirtola u kapsulama  
Prirodni mukocilijarni čistač

## Glavobolja? Sinusni bol? Kašalj?

GeloMyrtol forte je apsolutno prirodan preparat u kapsulama, koji sadrži etarska ulja više biljnih vrsta. GeloMyrtol forte:

- sekretolitik
- sekretomotorik
- mukolitik
- antimikrobik
- antioksidativ
- antiflogistik

GeloMyrtol forte - efikasno ublažava simptome prehlade, sinuzitisa i bronhitisa.



**Novo!**

Prednosti terapije sa GeloMyrtol-om forte:

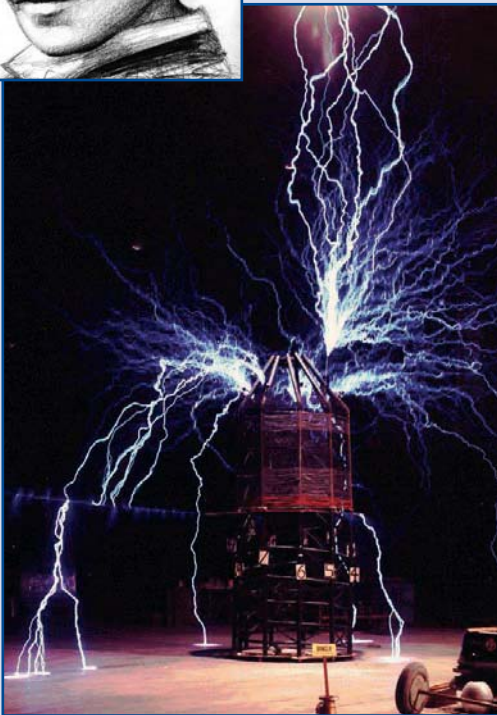
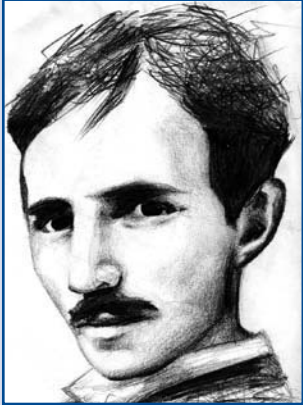
- Smanjuje potrebu za antibioticima
- Sprečava ponovno javljanje bolesti
- Klinički dokazana efikasnost
- Primeren za celu porodicu
- Veoma dobro podnošljiv
- Visokog kvaliteta
- Pogodan za dugotrajnu upotrebu

**Savetujte vašim pacijentima  
GeloMyrtol forte „eliksir“ u kapsulama!**

Bez recepta u svim apotekama!

Točkovi karijere najbolje se podmazuju mazivom zvanim laskanje.

Graff



# SADRŽAJ

Genije koji je zadužio svet zvao se  
Nikola Tesla . . . . . 4

Nova etička načela . . . . . 6

## *Aktivnosti Komore*

Kako prilagoditi farmaceuta zahtevima  
savremene apoteke. . . . . 7

Kako prilagoditi potrebe savremene apoteke-  
farmaceutu zdravstvenom radniku . . . . . 8

Edukacija - stalna potreba  
farmaceutске професије . . . . . 10

Marketing u apoteci . . . . . 12

Borimo se za normalnije poslovanje . . . . . 14

Igra boja . . . . . 15

Šta treba da znamo o... . . . . 16

Miris znoja . . . . . 17



**APOTEKARSKA PRAKSA - Glasnik Farmaceutске коморе Републике Србије**

**Glavni i odgovorni urednik:** Mr. sc. pharm. Gordana Mihajlović

**Stručni redaktor:** Prim. mr. sc. pharm. Suzana Miljković

**Saradnik:** Dipl. pharm. spec. Dragana Sovtić

**Izdaje:** Farmaceutска Komora Републике Србије, Dečanska 8a, 11000 Beograd, Srbija i Crna Gora

**tel/fax:** +381 11 32 43 144, 32 46 795, **e-mail:** pharmkom@verat.net, web:www.farmkomsr.org.yu

**poslovni račun:** 110-1026010005069-94

JUBILEJ: 150 GODINA OD ROĐENJA NIKOLE TESLE

# GENIJE KOJI JE ZADUŽIO



Nikola Tesla je rođen 10. juna 1856 godine u Smiljanu, u Lici, malom mestu koje je tada bilo pod vlašću Austro-Ugarske. Roditelji su mu bili skromni i čestiti ljudi: otac Milutin je bio pravoslavni sveštenik, a majka Đuka, plemenita i pametna žena, bila je dete sveštenika.

Nikola je osnovnu školu završio u svom rodnom mestu, nižu Realnu gimnaziju u Gospiću, a višu Realnu gimnaziju u Karlovcu. Studije Elektrotehnike otpočinje u Gracu, ali ih, nažalost, posle očeve smrti mora napustiti, jer nema dovoljno materijalnih sredstava za izdržavanje. Pošto ne dobija stipendiju od Matice Srpske za nastavak željenih studija, on napušta Grac i odlazi u Prag gde se upisuje na Politehničke studije, koje nikad nije završio.

Prvo zaposlenje bilo mu je u TELEGRAFSKOM ZAVODU u Budimpešti, ali ga napušta posle godinu dana i odlazi u Edisonovu kompaniju u Parizu. Tesla napušta Evropu 1884. godine i odlazi u Njujork. U tom gradu će Tesla provesti najveći deo svog života.

Tesla je bio svestan dara koji mu je priroda podarila i uzvraćao je „zahvalnost“ velikim radom, jer je znao da kada se prirodna sklonost izrodi u pasioniranu želju, čovek napredu-



# SVET ZVAO SE NIKOLA TESLA

je ka svom cilju čizmama od sedam milja.

Ceo njegov život bio je posvećen otkrivanju tajni prirode, otklanjanju zakonitosti koje će život čoveku učiniti sadržajnim i koje će biti od pomoći da se duhovno izdigne. Želja ovog velikog naučnika bila je potpuna prevlast uma nad materijalnim svetom i ovladavanje prirodnim silama za potrebe ljudi. Još uvek se tačno ne zna koliko je pronalazaka imao. Ali ono što se sigurno zna jeste to, da bez njegovih pronalazaka danas ne bi bilo ničega što zahteva električnu pogonsku energiju. Potrebno je da se podsetimo na one ključne stvari po kojima svi mi prepoznajemo Teslu u svakodnevnom životu što ovog velikog genija čini delom svih nas. On je:

- pronašao motor za naizmjeničnu struju i transformator,
- pronašao trofazni elektricitet i doprineo da se naizmjenična struja kao osnova elektrosistema distribucije koristi svuda u svetu,
- svojim transformatorom visokog napona omogućio razvoj sistema prenosa i prijema televizijske slike, odnosno slike na monitoru kompjutera,
- pronašao je radio.

Tesla je posebno naglašavao značaj potrebe da se čovek bavi sam sobom – samoposmatranjem radi očuvanja života i radi postizanja uspeha.

Zbog obuzetosti mislima koje su okrenute spoljnom svetu, čovek skoro sasvim zaboravlja na ono što se događa u njemu samom. On u čoveku vidi veliku moć i kako on to kaže „nebesa se odcepljuju i cela se zemlja trese od samog zvuka njegovog glasa“.

Veliki slavni naučnik skreće pažnju na ljudski instinkt za koji kaže da je nešto što prevazilazi znanje.

U Teslinom vidokrugu bio je ceo svet ali on se nikada nije odrekao svog srpskog porekla i svoja nacionalna osećanja iskazivao je svuda. O tome govori i sledeći citat: „U meni ima nešto što može biti i obmana kao što češće biva kod mladih i oduševljenih ljudi. Ali ako budem svestan da ostvarujem bar neke od svojih ideja to će biti dobročinstvo za celo čovečanstvo. Ako se moje nade ispune najslada misao biće mi da je to delo jednog Srbina“.

Ova godina jeste godina Teslinog jubileja, ali ona

treba da bude i svake naredne godine i dok god postoji čovečanstvo. Da ne zaboravimo šta je Tesla govorio o tome šta je istina: „Moje ideje su uvek racionalne jer je moje telo jedan izvanredno tačan prijemni instrument. Sve njegove reakcije su samo odgovori na podsticaje spolja, a pravilno tumačenje tih uticaja dovodi neizbežno do istine. Nije mi žao što drugi krađu moje ideje nego mi je žao što nemaju svoje. Nijedna stvar na svetu nije potpuna i nijedna ideja nije potpuno ostvarljiva. Napredak i razvitak čoveka bitno zavise od njegove inventivnosti. Najvažniji produkt stvaralačkog uma je izum. Njegov krajnji cilj je potpuno ovladavanje uma prirodom i iskorišćavanje njenih sila za potrebe čovečanstva“.

Zlata Žuvela  
Farmaceutska komora Srbije



# NOVA ETIČKA NAČELA

Etika je nauka koja ljudske postupke posmatra sa aspekta dobra – zla. To je sistem normi i vrednosti kojih se treba pridržavati bilo da su verskog, opštedruštvenog ili političkog porekla, zasnovanih na razumnim, pravednim, opštedruštvenim principima.

Etika je neodvojiva od kolektivne ličnosti i ne može da se menja od prilike do prilike, shodno potrebi svakoga od nas.

Poslovna etika je grana socijalne etike.

U jednoj organizaciji moralna pravila u uspostavljanju komunikacije mogu biti pisana ili nepisana. Ona pisana moraju se sprovesti, dok se nepisana moraju prepoznati i osetiti.

Zbog prirode posla farmaceuta u javnim i bolničkim apotekama često etika odnosa sa pacijentima, kolegama i saradnicima na poslu prevazilazi zakonske odredbe. Etičke norme u odnosima sa pacijentima imaju svrhu razvijanja međusobnih odnosa i negovanje obostranog poverenja.

Potreba za izučavanjem poslovnog ponašanja i poštovanja etičkih pravila, kao dinamičkih procesa koji su stalno podložni promenama, poslednjih godina je izuzetno povećana. Posle niza događaja koji su se dešavali na ovim prostorima, to je imalo negativ-

nog uticaja na životnu sredinu i na ljudsko zdravlje. Svi mi primećujemo da se nešto loše dešava tek kada to postane opipljivo i očigledno. Naša stvarnost u kojoj sada živimo i radimo upravo predstavlja jednu od posledica nepoštovanja moralnih zakona.

Poslovne aktivnosti jedne zdravstvene ustanove u kojoj rade farmaceuti biće sa većom verovatnoćom uspešno sprovedene ako svi oni koji rade u njoj imaju generalno usvojene vrednosti kojima se veruje.

Promene u našem radnom okruženju su danas mnogo brže, radikalnije, snažnije nego ikad pre. Povećana dostupnost informacija tradicionalno radno mesto farmaceuta transformiše u virtuelni poslovni prostor.

Farmaceut je svestan činjenice da nova zdravstvena tehnologija zahteva brže i efikasnije odgovore na neočekivane i neuobičajene zahteve radnog mesta. U isto vreme farmaceut mora da „žonglira“ u konfliktnim interesima manje pomirljivih strana. Odnos farmaceuta sa pacijentima, saradnicima na poslu i sa medijima predstavljaju poslovnu

funkciju u kojoj je postojanje sistema pozitivnih vrednosti neophodno.

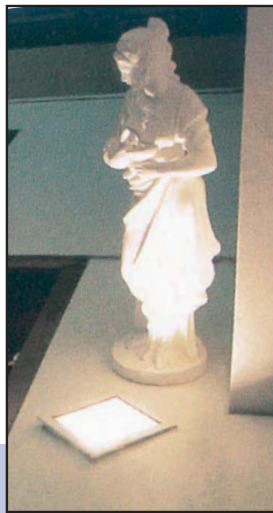
Njegovi glavni kriterijumi u toj komunikaciji moraju biti: istinitost, poštenje, privrženost, lojalnost, pouzdanost, angažovanost, odgovornost i poštovanje slobode.

Tesna povezanost farmaceuta sa poslovnom etikom treba da se ogleda u sledećem:

- moralna pravila i norme unutar organizacije i sopstveni kodeksi ponašanja,
- etika kao komponenta korporativne kulture,
- etika kao način rukovođenja poslovanja zdravstvene ustanove,
- etika kao komponenta interne komunikacije.

Sigurni smo da u svesti naših kolega prevlađuje shvatanje da je etika izuzetno važna kategorija naročito sada kada su transformacije u društvu i zdravstvenom sistemu neminovne.

**Zlata Žuvela**  
Farmaceutska komora Srbije



Na prvoj sednici Upravnog odbora Farmaceutске komore Srbije koja je održana 29.06.2006. godine odlučeno je da se pristupi izradi novog Etičkog kodeksa i da se izradi Pravilnik o ponašanju članova Skupštine Farmaceutске komore Srbije. Postojeći Etički kodeks farmaceuta koji je usvojen 11.12.2001. godine mora da preživi promene. Po novom Zakonu o komorama zdravstvenih radnika svaka Komora mora da ima Etički odbor, Sudove časti prvog i drugog stepena, a da bi oni funkcionisali po modelu decentralizovane Komore, mora se ovaj Etički kodeks proširiti i modernizovati. Predlog novog Etičkog kodeksa razmatraće članovi Skupštine Farmaceutске komore Srbije na drugoj redovnoj sednici koja će se održati 20. septembra 2006. godine.

Nosilac projekta biće po odluci Upravnog odbora doc. dr Dušanka Parojić – Farmaceutski fakultet Univerziteta u Beogradu.

**Predsednik Upravnog odbora**  
**Nebojša Jorgovanović**

# KAKO PRILAGODITI FARMACEUTA ZAHTEVIMA SAVREMENE APOTEKE

Ova tema nas obavezuje da govorimo o dva kompleksnija procesa, a to su: prilagođavanje farmaceuta radu i rada farmaceuta kao zdravstvenom radniku.

Ova dva procesa mogu se podvesti pod jedan naziv a to je **radno prilagođavanje**, odnosno **radna adaptacija**.

Mnogi problemi farmaceuta i grupa farmaceuta u zdravstvenoj ustanovi su međusobno povezani i zavise od prilagođavanja ljudi na rad i adaptiranosti rada ljudima. Prilagođavanje je jedan dinamičan i neprekidan proces koji se ne završava u prvim godinama rada već se proteže tokom čitavog radnog veka.

Obzirom na promene koje prate svaki zdravstveni sistem sa razvojem zdravstvene tehnologije potrebe uzajamnog prilagođavanja su permanentne i zahtevaju ljudsku, tehnološku i organizacionu dimenziju rada.

Prilagođavanje farmaceuta radu u apoteci podrazumeva pre svega racionalnu raspodelu na odgovarajuće poslove, radne zadatke i dužnosti s obzirom na njihove specifične psihofiziološke osobine, opšte i stručno obrazovanje. Kao posledica neprilagođenosti, na produktivnost rada najviše se odražavaju učestala bolovanja, povrede na radu, apstentizam, profesionalna obolenja, nezadovoljstvo poslom i nedovoljno usavršavanje.

Svako humano društvo sa aspekta psihologije rada i organizacije potencira dve najznačajnije dimenzije rada:

- profesionalna adaptacija,
- organizaciona adaptacija.



**Profesionalna adaptacija** farmaceuta je proces sticanja i razvijanja njegovih stručnih i profesionalnih znanja i veština. Ta su mu znanja potrebna kako bi posao u apoteci mogao uspešno da obavlja. Pored sticanja znanja i veština profesionalnom adaptacijom koriguju se i ostale osnovne crte ličnosti i podređuju zahtevima i uslovima poslova i radne sredine.

**Organizaciona adaptacija** za farmaceuta predstavlja njegov ulazak u apoteku a samim tim i u širu socijalnu sredinu u kojoj se rad odvija. Na taj način farmaceut postaje član radnog kolektiva apoteke i socijalne grupe koja čini taj kolektiv. Njegova organizaciona adaptacija odnosi se na proces komunikacija i opštenja sa članovima kolektiva, upoznavanje odnosa u kolektivu, grupnih normi i rukovodnih linija.

Emocionalna komponenta organizacione adaptacije je veoma važna jer ona utiče na formiranje pozitivnih stavova, simpatije i naklonosti prema saradnicima i zdravstvenoj ustanovi u celini.

## Zaključak:

- profesionalna i organizaciona adaptacija farmaceuta su međusobno povezane i za poštovanje njihovih standarda podjednako su odgovorni pojedinac i rukovodstvo zdravstvene ustanove,
- profesionalna adaptacija je usmerena na same sadržaje posla a organizaciona na njene prateće aspekte,
- jedan i drugi vid prilagođavanja u radu i radnim uslovima farmaceuta imaju posebnog odraza na njegovu motivaciju za rad.

Zlata Žuvela  
 Farmaceutska Komora Srbije



# KAKO PRILAGODITI POTREBE SAVREMENE APOTEKE - FARMACEUTU ZDRAVSTVENOM RADNIKU



Ovaj proces mora svoj sadržaj da prilagodi sadržaju posla, sredstvima za rad, uslovima pod kojima se obavlja posao, postupcima kojima se izvodi proces rada, mogućnostima i potrebama farmaceuta.

Tehnopsihofiziologijom rada bave se mnoge naučne discipline; kako iz tehničkih tako i iz humanih oblasti i potrebno je koristiti njihova znanja u pozicioniranju ovog procesa. To pre svega podrazumeva sistematsko proučavanje operativnog sistema rada farmaceuta u apoteci jer ono započinje zapažanjem farmaceuta o njegovim poteškoćama u radu sa osnovnim sredstvima za rad, njihovim razmeštajem u radnoj prostoriji, osvetljenjem, bukom i organizacijom posla. Po-

daci koji se na ovaj način dobiju koriste se za usavršavanja radne okoline i uslova u kojima se rad obavlja.

Uređenje radnog ambijenta je vrlo važno za produktivan rad, očuvanje radne sposobnosti i zdravlja zaposlenih, a posebno za ostvarenje osećaja zadovoljstva radom. Apoteke su tradicionalno stavljene u red ako ne najlepšeg, a ono zasigurno među najlepša radna mesta na kojima farmaceut može da radi. One predstavljaju jednu

plemenitu sintezu arhitekture, umetnosti sa nečim što se zove tradicionalno i savremeno u farmaciji.

Apoteka za 21. vek ima svoj „prepoznatljiv lik“ i svako radno mesto jednog modernog farmaceuta mora biti u skladu sa njom. Ona odiše vedrom atmosferom sa enterijerom trajnog karaktera, a u tehničkom smislu ima ponuđeno najsavremenije rešenje. Elektronska dostignuća moraju biti u funkciji komunikacija koja čine integraciju svih njenih delova, mora da ima klimatizovane sve prostorije, a funkcionalna šema sa veličinom prostorija mora da zadovoljava standarde dobre apotekarske prakse.

Rad kao specifična čovekova aktivnost deluje na njega na dva načina:



- usavršava i razvija radnikove sposobnosti
- zamara i iscrpljuje radnika

Zamor je neminovna posledica svakog rada pa i rada farmaceuta u apoteci jer on radeći troši svoju psihičku i fizičku energiju. Moramo znati da zamor nastaje kao skup objektivnih i subjektivnih simptoma koji dovode do pada učinka, funkcionalnih promena u organizmu radnika i njegovog odnosa prema radu. Kad govorimo o zamoru na radnom mestu moramo da obratimo pažnju na sledeće elemente:

- pojava umora kod zaposlenog ne zavisi samo od dužine radnog vremena i njegove težine već i od drugih faktora kao npr. od kreativnosti radnog mesta,
- slaba organizacija rada kao i predugo radno vreme, nedostatak sposobnosti zaposlenog, njegova slaba obučenost ili slaba motivacija su preduslovi da do zamora brže dođe,
- loši odnosi u kolektivu su faktori koji značajno ubrzavaju pojavu umora i možda u ovom vremenu najvažniji faktor zamora koji treba razmotriti.

Dobro organizovana zdravstvena služba obavezuje rukovodstvo da preduzme sve potrebne aktivnosti i mere za otklanjanje, suzbijanje ili sprečavanje zamora zaposlenih. Način sprovođenja odmora u toku radnog vremena može da ima različite sadržaje ili se oni moraju rukovoditi već proverenim principom da promena aktivnosti zaposlenog farmaceuta u apoteci u toku rada može dosta da utiče na otklanjanje zamora. Vremensko trajanje, broj pauza i njihov raspored i način na koji se koriste treba da dobiju više na značaju ka-

da je u pitanju prijatan ambijent za rad. Možda je došlo pravo vreme da se razmišlja da se u apoteke uvede aktivan odmor koji će se sastojati u promeni aktivnosti na način ne samo prelaska sa jednih radnih obaveza na druge već i na uvođenje rekreativnih aktivnosti ili uvođenje informativnih i muzičkih aktivnosti koje će dovesti do opuštanja. Posebna pažnja mora da se obrati na zaposlene farmaceute u permanentnoj službi jer rad u toku noći mnogo više iscrpljuje nego dnevni rad. Za njih je veoma štetno ako odmor koriste za dopunski rad, a posebno ako je takav rad sličan poslu koji obavljaju i na svom radnom mestu. Možda bi tog farmaceuta koji radi u noćnoj smeni trebalo „nagraditi“ odlaskom u toku jedne kalendarske godine na odmor od nekoliko dana koji bi bio organizovan negde u prirodi van grada.

Monotonija u radu je jedan od najčešćih prapatnih pojava rada. Dugotrajno obavljanje jednostavnih, jednoličnih poslova koji se beskrajno ponavljaju dovodi do psihološkog zamora i dosade kod farmaceuta koji su duže angažovani na takvim poslovima. Problem monotonije se otklanja menjanjem radnih zadataka u toku radnog dana ili bar povremeno premeštanjem radnika sa jednog posla na drugi. Prethodno treba obaviti sa radnikom razgovor i putem psihološkog testa preispitati njegove želje kao i radne sposobnosti pa tek onda doneti odluku za njegovo premeštanje na drugo radno mesto.

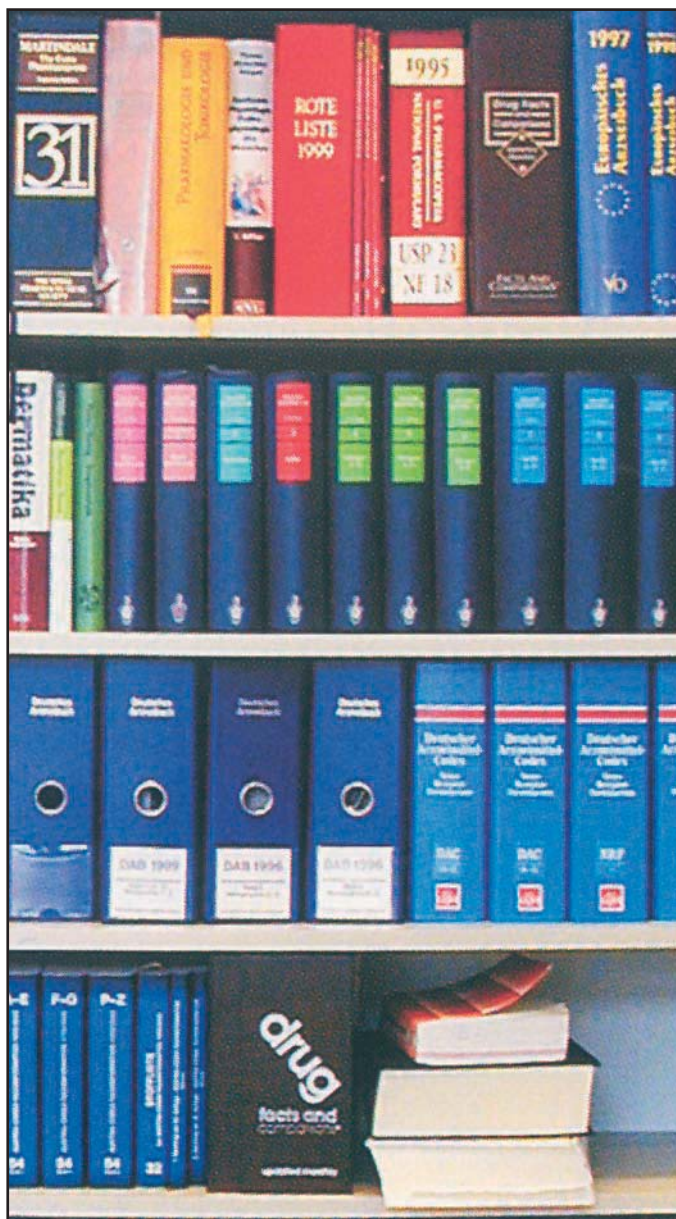
Svako radno mesto zaslužuje poštovanje i poverenje. Isto tako, svaki zaposleni farmaceut zaslužuje poštovanje i poverenje svog rukovodstva.

**Zlata Žuvela**  
Farmaceutska Komora Srbije

### Zaključak:

- potrebno je da svi preispitamo svoj radni ambijent i shodno mogućnostima učinimo ga dostojnim sebe i profesije,
- preispitajmo svoje angažovanje na radnom mestu i budimo kritični pre svega sami prema sebi da li dajemo maksimum od sebe da odgovorimo svojim radnim zadacima,
- rukovodeći menadžerski tim svake apoteke kao zdravstvene ustanove mora da bude pre svega human, da realno, sa ekonomskog stanovišta sagleda poziciju osnovnog nosioca struke, a to je farmaceut, da li mu je pružio sve potrebne uslove da taj maksimum koji se od njega očekuje može i da pruži,
- potrudimo se svi zajedno da učinimo sve ono što dovodi do poboljšanja naših uslova rada, ali da ne očekujemo mnogo da to uradi neko za nas već pre svega, mi za sebe.

# EDUKACIJA STALNA POTREBA FARMACEUTSKE PROFESIJE



Osnovni cilj svih zdravstvenih sistema u svetu, Evropi, pa i kod nas je obezbeđenje zdravlja svim građanima uz minimalne troškove. Zdravija društva širom Evrope, mogu se ostvariti, prema mišljenju Evropskog udruženja farmaceutskih industrija i asocijacija (The European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations, EFPIA), poboljšanjem informisanja i edukacije građana na njihovom maternjem jeziku, o svim važnim pitanjima zdravlja i lečenja, kao i što veće učešće dobro obaveštenih pacijenata u odlučivanju koje se tiče njihovog zdravlja. Bolja informisanost stanovništva podstiče poštovanje preventivnih mera, omogućava postavljanje rane, blagovremene dijagnoze i obezbeđenje odgovarajućeg tretmana bolesti uz veću odanost pacijenata, bolju komunikaciju sa zdravstvenim radnicima i neophodnu komplijansu za preporučenu terapiju. Ovo doprinosi boljim rezultatima i bezbednijem lečenju i konačno, omogućava najefikasnije korišćenje potencijala zdravstvenog sistema svake zemlje. Upravo zato, EFPIA pozdravlja svaku inicijativu koja omogućava lakši pristup informacijama vezanim za zdravstvene probleme i mogućnosti lečenja i podstiče obezbeđivanje i pružanje kvalitetnih, ne-promotivnih medicinskih informacija iz različitih, pa čak i konkurentskih izvora.

Savremeni pacijent je informisan, zahtevan i sve češće organizovan u grupe koje imaju uticaja na zdravstveni sistem i društvo u celini. Pacijenti očekuju razumevanje i saradnju, ostvarenu kroz dobru komunikaciju sa zdravstvenim stručnjacima. Rezultat toga je stvaranje poverenja koje nije zasnova-

no na slepom verovanju u medicinskog stručnjaka („doktor zna najbolje“), već na aktivnom i ravnopravnom uključivanju u donošenje odluke o izboru terapije i primenjenom načinu lečenja. Izvori informacija za pacijente su različiti, ali zdravstveni profesionalci su oni, koji će izvršiti proveru i verifikaciju kvaliteta i pouzdanosti tih informacija. Boljom informisanošću i edukacijom pacijenata nije, dakle, narušen autoritet zdravstvenog radnika, ali je njegovo znanje, iskustvo i veština stavljeno na stalnu proveru.

Da bi udovoljili sve većim i preciznijim zahtevima pacijenata, zdravstveni radnici se uključuju u odgovarajuće programe kontinuirane edukacije. To je sada ne samo potreba, već i obaveza, koja se realizuje i evidentira kroz Komore zdravstvenih radnika. Ideja o kontinuiranoj edukaciji traje već vekovima: još u XIV veku, u tadašnjem gradu-državi Firenci, svaki lekar je imao obavezu da jednom godišnje, kroz seminar, osveži svoje znanje i obnovi licencu. U SAD, kontinuirana profesionalna edukacija (KPE), kao uslov za obnavljanje licence, sprovodi se još od II svetskog rata, a od 1975. godine ona je i formalno ozvaničena uspostavljanjem Saveta za akreditaciju kontinuirane medicinske edukacije (Accreditation Council for CME – ACCME). U Evropi, KPE je različito tretirana (kao obavezna ili dobrovoljna aktivnost), ali se svakako smatra važnom u obezbeđivanju inovacije znanja i profesionalnog usavršavanja zdravstvenih radnika.

Kontinuiranom edukacijom, zdravstvenim radnicima se obezbeđuju najnovije informacije o lekovima i različitim terapijskim procedurama, kako bi se pacijentima pružila najbolja moguća nega. Svaka aktivnost koja pomaže u očuvanju, razvijanju ili poboljšanju znanja, veština, profesionalne stručnosti i odnosa koji se koriste za obezbeđenje potreba pacijenta, društva ili profesije, predstavlja vid KPE. Njen osnovni cilj je da izbor tema i način izlaganja bude takav da učesnici u edukaciji mogu lako da transformišu primljene informacije u dobrobit za pacijente, odnosno sticanje primenljivih znanja i veština. Da bi se to postiglo, potrebno je dobiti odgovor na pitanje: kako zadovoljiti korisnike, odnosno učesnike edukacije? Odgovor je jednostavan - utvrditi šta im je potrebno, a zatim im to i dati.

Osnovna pravila koja je potrebno poštovati, kako bi KPE postigla uspeh su sledeća:

1. Program treba da obezbedi tačne i objektivne, korisne, pravo-

vremene i jednostavne informacije, primerene slušaocima, koje će se lako primeniti u praksi. Zdravstveni radnici nemaju vremena za “nice to know” (lepo je znati), već samo za “need to know” (neophodno je znati)!

2. Izabrati predavače koji su ne samo najbolji u određenoj oblasti, već i koji dobro poznaju potrebe određenog profila zdravstvenih radnika i njihove konkretne zadatke. Omogućiti razmenu informacija sa polaznicima, kroz diskusiju, analizu slučajeva iz prakse i slično.
3. Edukacija treba da bude organizovana na interesantan i kreativan način, da bude što zanimljivija onima kojima je namenjena i tako ispuni svoj cilj.

U okviru farmaceutske delatnosti se, prema potrebama definisanih profila stručnjaka i njihovih profesionalnih dužnosti i obaveza (farmaceut-specijalista, diplomirani farmaceut, farmaceutske tehničar), postavljaju ciljevi edukacije i obezbeđuje njihova realizacija. Teme su mnogobrojne, ali se praćenjem trendova bolesti, trendova na tržištu, zahteva pacijenata/korisnika i potreba samih farmaceutske radnika, postiže adekvatan izbor i aktuelna tema. Ukoliko se ispoštuju i osnovna pravila organizacije programa edukacije, ostvareni su svi preduslovi za dobru KPE. Treba, ipak, uvek imati na umu, da je pravi uspeh programa edukacije ostvaren tek onda, kada se tako stečena znanja iskoriste i direktno primene u praksi, na dobrobit pacijenata, zdravstvenog sistema i društva u celini.

Suzana Miljković







## MARKETING U APOTECI

Marketing kao poslovna orijentacija već dugo je prisutan na farmaceutskom tržištu naše zemlje, bolje osmišljen i pozicioniran u odnosu na druge branše.

Poslednje dve decenije karakteriše povećanje ponude pomoćnih lekovitih preparata, medicinskih sredstava i ostalih proizvoda u funkciji zdravlja, za koje se sprovodi intenzivna marketinška aktivnost, a prodaju se u apotekama. Pojava brojnih privatnih apoteka izmenila je postojeća "pravila igre" i nametnula neke nove realnosti i vrednosti. Tradicionalne javne (državne) apoteke izgubile su, uz monopol postojanja, i skoro sve ostale privilegije (izuzetak su lekovi sa "pozitivne liste"). Nedostatak sredstava u Fondovima zdravstvenog osiguranja i novi način finansiranja farmaceutske službe, doveli su apoteke u situaciju da moraju više nego ikada ranije da brinu o profitabilnosti vlastitog postojanja.

Imajući u vidu da lekovi i medicinska sredstva imaju posebnu namenu i da nisu dostupni svima, već samo onima koji ih traže po savetu lekara ili farmaceuta, i uz dužno poštovanje etičkih načela farmaceutske struke, marketing treba da odigra važnu ulogu u prevazilaženju svih novonastalih problema u farmaceutskoj službi. Tri najvažnija elementa u procesu pružanja farmaceutske zaštite su:

- ljudi: njihova znanja, sposobnosti i veštine;
- proces pružanja usluge: stalno usavršavanje i unapređenje kvaliteta svojih usluga, podržan uspešnom komunikacijom i poštovanjem etičkog kodeksa;
- ambijent pružanja usluge: lepo uređen prostor, prijatna atmosfera.

Ljudi. Osnovna briga farmaceuta u skladu sa zahtevima kodeksa farmaceutske etike jeste da obojima obezbedi odgovarajuću terapiju lekovima i drugim medicinskim sredstvima, uz davanje objektivnih informacija o pravilnoj primeni. U procesu samomedikacije, farmaceut daje savete za korišćenje lekova prema simptomima ili oboljenjima na koje se pacijent žali. Apoteka ima obavezu praćenja i evidencije neželenih efekata OTC preparata.

Apoteka ima obavezu praćenja i evidencije neželenih efekata OTC preparata.

Farmaceuti svojim stručnim savetima doprinose unapređenju i očuvanju dobrog zdravlja i sprečavanju bolesti. Stručno apotekarsko osoblje razvija dobru saradnju sa lekarima i zdravstveno-obrazovnim ustanovama u cilju zajedničkog rešavanja zdravstvenih problema. Zbog velike odgovornosti i širokog polja delovanja neophodno je da se farmaceuti stalno stručno usavršavaju, prate najsavremenija dostignuća u oblasti medicine i farmacije, posećuju stručne skupove i slično.

Proces pružanja farmaceutske usluge treba da je prvenstveno zasnovan na stalnom unapređenju kvaliteta. Ceo sistem upravljanja kvalitetom je okrenut prema "zadovoljenju korisnika", pošto se smatra da korisnik zna šta je kvalitet.

Zadovoljstvo pacijenta je važan element kvaliteta farmaceutske zaštite, koji sadrži i njegova očekivanja i njegove pretpostavke o farmaceutskoj službi, ali ujedno predstavlja ishod pružene zdravstvene zaštite, odnosno lečenja i nege i konačno predstavlja bitan doprinos daljem lečenju jer motiviše pacijenta da nastavi saradnju sa lekarom i farmaceutom. Pacijent se nalazi u centru sistema farmaceutske zaštite i razlog je svih aktivnosti u tom sistemu. Svaki pacijent se mora posmatrati individualno, a ne kao anonimna osoba koja pripada ne-



koj grupi. Mora se voditi računa da nijedan pacijent nije isti, svako ima svoje specifične probleme, potrebe i očekivanja.

Svi farmaceuti su obavezni da osiguraju da je usluga koju obezbeđuju odgovarajućeg kvaliteta za svakog pacijenta. Bitan element usluge je odanost profesiji, da bi se unapredila perfektnost u radu, za dobrobit onih kojima služimo. Javne i druge institucije će proceniti našu stručnost po tome kako mi tu posvećenost prenosimo na rad koga oni primećuju u društvu. U okviru neophodne osnove farmaceutskog znanja treba staviti akcenat na dejstvo i upotrebu lekova, treba biti upoznat sa bitnim elementima društva i nauke o lepom ponašanju u okviru prethodnog obrazovanja na svim nivoima. Posebnu pažnju treba posvetiti razvijanju i unapređenju veština komunikacije.

Ambijent pružanja usluge. Mesto gde se usluga pruža je veoma važan element marketinga miksa farmaceutskih usluga. Privlačna i atraktivna lokacija u gradu ili u blizini Doma zdravlja ili Bolnice, bitan su preduslov uspešnosti ove ustanove. Prijatan, lepo osmišljen i adekvatno opremljen prostor, prepoznatljiv su element far-

maceutske službe.

Pored oficine u koju građani koriste farmaceutske usluge, može se izdvojiti jedan kutak za poverljive razgovore sa pacijentima. Pacijent se često ustručava da na "šalteru" iznosi svoje zdravstvene i lične probleme, pa mu posebno izdvojen prostor u okviru Apoteke daje mogućnost rešavanja svojih problema. U tom prostoru stručno osoblje Apoteke može pružiti svojim korisnicima neophodna uputstva za korišćenje medicinskog materijala i aparata. Pacijentu se može omogućiti merenje krvnog pritiska ili kontrola šećera za dijabetičare.

Adekvatna kombinacija elemenata marketinga predstavlja pravi put ka ostvarenju postavljenih ciljeva – uspešnom zadovoljenju potreba korisnika i potreba društva. Farmaceutska služba mora učiniti maksimalne napore unutar granica svoje kadrovske i tehničke opremljenosti, kako bi unapredila svoje poslovanje i pružila svojim korisnicima ono što žele.

Iz spec. Rada dipl. Farm. Nevenke Savić  
 "Planiranje marketinga na primeru Apoteke Zdravlje"  
 Univerzitet u Beogradu  
 Fakultet organizacionih nauka



# BORIMO SE ZA NORMALNIJE POSLOVANJE

U Beogradu, u Privrednoj komori Srbije, oformljena je radna grupa sastavljena od sledećih članova:

1. 4 člana grupacije proizvođača lekova,
2. 4 člana grupacije veleprodajnika,
3. direktor Farmaceutске Komore Srbije,
4. 2 člana Asocijacije apotekarskih ustanova Srbije,
5. 1 član- predstavnik uvoznika lekova Srbije,
6. 1 član- predstavnik privatnih apotekara.

Formiranje ove radne grupe inicirano je željom da se reše problemi proizvodnje i prometa lekova u Srbiji.

Urađena je „Analiza proizvodnje i prometa lekova u periodu 2006-2009 godine sa predlogom mera za njihovo unapređenje“.

Ovaj dokument potpisan od strane predsednika Privredne komore Srbije i predstavnika svih grupacija, upućen je svim odgovornim ljudima u Vladi Srbije i očekuje se njegovo razmatranje.

Analizom su obuhvaćeni svi aspekti od istorijskog razvoja do predloga kako dalje.

Bez želje da se vrši konfrontacija sa svima koji su odgovorni za ovu oblast, predložen je akcioni plan koji između ostalog predlaže:

- Cene lekova urediti tako da se jasno definiše proizvođačka cena, veleprodajna i maloprodajna marža.
- Definisati dinamiku i vremenske rokove kada se Odluka o cenama objavljuje (kvartalno, dva puta godišnje i sl.).
- U oblasti politike cena lekova preduzimati aktivne mere na otklanjanju dispariteta između cena domaćih i ino-lekova.
- Ukinuti PDV za lekove sa „Pozitivne liste“ (niko od zemalja u neposrednom okruženju nema ovaj porez).
- Promene „Pozitivne liste“ vršiti u unapred poznatim i propisanim rokovima (npr.- dva puta godišnje) čime bi se postiglo bolje planiranje proizvodnje, marketinški troškovi i plasman novih proizvoda, a za RZZO bi se stvorili uslovi za dosledniju primenu farmakoeкономskih kriterijuma za snabdevanje tržišta lekovima po ekonomski najpovoljnijim uslovima.
- Transparentnije urediti procedure i kriterijume za stavljanje lekova na listu RZZO-a.

Branislava Uskoković-Ćirić  
AU „Beograd“

## Dinamika optimizacije cena proizvodnje lekova i cena usluga u prometu lekova

GODINA	PROIZVOĐAČKA CENA	MARŽA	
		VELEPRODAJNA	MALOPRODAJNA
2006	50%	10%	20%
2007	60%	10%	20%
2008	70%	11%	22.5%
2009	80%	12%	25%





## IGRA BOJA

Svet nije crno-beli; on je sastavljen od spleta boja koje izazivaju veoma snažne emocionalne reakcije.

Svako od nas iskazuje svoj karakter i temperament bojom svog odela ili kostima kojim dolazi na posao ili odlazi na druženje sa prijateljima.

Znamo za tople i hladne boje i da su one složene u spektru koji se grafički prikazuje krugom izdijeljenim na šest polja. Kada se bela sunčeva svetlost polarizuje kroz kišne kapi nastaje duga – prepoznatljiv prirodni fenomen.

Jedna od oblasti psihologije koja je u ovom trenutku najviše u ekspanziji je upravo lečenje bojama tzv. „HROMOTERAPIJA“.

Psiholozi tvrde da su hladne boje boje racia, distance i glave, a tople boje se vezuju za osećanja i bliske kontakte.

Šema značenja i simbolike boja po stručnjacima izgleda ovako:

1. crvena boja – simbol strasti, čulnosti i velike životne energije i snage
2. plava boja – simbol velikih prostranstava, daljine i simboliše razum i inteligenciju
3. žuta boja – iskazuje sjaj, toplinu i praktičnu životnu energiju
4. zelena boja - simboliše pokretačku snagu
5. narandžasta boja – ona je duhovna meditativna i ekscentrična
6. ljubičasta boja – ekstravagantno dostojanstvena
7. siva boja – označava otmenost, autoritet, neutralnost i dostojanstvo

U istoriji poslovnog oblačenja najviše dominiraju dve boje siva i plava. One se često kombinuju sa belom bojom u verziji poslovne košulje. Za sve one poslovne ljude koji u svojoj osnovnoj kombinaciji

imaju bele košulje sa sivim odelom govori se da takva osoba predstavlja arhetipsku sliku birokrate koji svoj posao obavlja po automati.

Plavo odelo ukomponovano sa belom košuljom govori o sagovorniku koji je u poziciji apsolutne moći.

Bež boja je boja poslovnih žena koje u svojoj tradicionalnoj verziji ženskog poslovnog kostima uglavnom insistira na suknji. Dokazano je da je senzibilnost i intuitivnost mnogo više razvijena kod žena nego kod muškaraca pa stoga one su sklonije dijalogu i zato se kaže da boje iz toplog dela spektra postaju sve više njihovo prirodno okruženje.

Smeđa boja se danas uselila u poslovno okruženje žene uglavnom u detaljima koji dopunjuju osnovnu garderobu, a manje kao noseća poslovna boja.

Na kraju osamdesetih godina prošlog veka u paleti poslovnih boja pojavila se crna boja. Francuzi kao arbitri stila pozicioniraju crnu boju u svom poslovnom okruženju. Ova boja u svojoj nepriklonovenoj eleganciji brzo se našla u poslovnom svetu i to u generacijama uspešnih poslovnih ljudi kako žena tako i muškaraca. Ona je postala omiljena boja novih medija i kompjuterskih tehnologija. Poznavaoci dobrog prepoznatljivog stila poslovnog oblačenja upućuju nam blagu rezervu prema ovoj boji ako se ona koristi kao dnevna odeća a kažu ako je pogrešno primenjena da može direktno asociirati saučesnike u komunikaciji na svet kriminala.

Vizuelna agresivnost u poslovnoj komunikaciji vrlo često se smatra kao odsustvo lošeg vaspitanja pa crvena boja poslovnog kostima žene mora se dobro razmotriti i znati u kojim situacijama se sa sigurnošću može poneti. S druge strane neke od zelenih boja tzv. boja mente, graška i pistača predstavljaju opuštajuću boju komunikacije i preporučuje se za poslovne ljude u zdravlju.

Kako se obući za prvi radni dan u nedelji, a kako u petak, dan pred odmor?

To je redovno pitanje za sve nas. Boje za većnost prilagođene toplim zemljanim tonovima koje asociiraju na sigurnost, sposobnost, temeljnost možda su upravo one koje treba da budu razmišljanja za farmaceutskog profesionalca.

Drage moje kolege u svemu onome što nas čini ozbiljnim i profesionalnim, potrebno je razmišljati ako ne svaki radni dan a ono bar u toku nedeljnog ili godišnjeg odmora.

Želim vam dobar odmor uz igru boja.

Zlata Žuvela  
Farmaceutska komora Srbije



Žuti noćurak

## ŠTA TREBA DA ZNAMO O ...

Žuti NOĆURAK, biljka poznata od davnina, iz Amerike je u 17. veku dospela u Evropu. Još su Indijanci koristili ovu biljku za lečenje kožnih bolesti i zaceljenje rana. Naziva se još i LEPTICA NOĆI. Zašto? Zato što ima božanstvene žute cvetove koji se otvaraju tek u mraku i privlače noćne leptire. Cveće će uvenuti pre izlaska Sunca, ali već sledeće večeri novi cvetovi krase biljku.

Masno ulje koje se dobija iz semenki noćurka je važan prirodni izvor neophodnih nezasićenih masnih kiselina: linolne i - linoleinske masne kiseline (vitamin F). One su neophodne za izgradnju bioloških membrana, mijelinskih ovojnica živaca i nastanak prostaglandina (tkivnih hormona).

Prostaglandin E1 (protektor koji ima zaštitnu ulogu) snižava krvni pritisak, smanjuje mogućnost nastanka krvnih ugrušaka,

pojačava imunološke odbrambene reakcije organizma i reguliše moždane funkcije.

SZO preporučuje neophodan unos nezasićenih masnih kiselina, 3% na dan kod odraslih osoba i 5% kod dece i dojilja

Linolna i gama linoleinska kiselina su NMK od kojih je linolna esencijalna masna kiselina i mora se unositi putem hrane jer je organizam ne proizvodi, dok se gama linoleinska može stvoriti u organizmu ali pod idealnim uslovima. Stoga je njihov unos u organizam neophodan.

Klinički dokazan povoljan učinak preparat noćurka ima kod:

- neurodermatita (kod dece)
- reumatoidnog artritisa
- psorijaze
- smanjenja krvnog pritiska
- sniženja nivoa holesterola
- komplikacija šećerne bolesti
- hroničnog umora i iscrpljenosti organizma
- ublažavanja posledica PMS-a





Borač

BORAČ, *Borago officinalis*, je biljka čije ime potiče od stare arapske reči ABO-RAB, što znači OTAC ZNOJA, pa nas sam naziv upućuje na to da ova biljka podstiče znojenje, čime se organizam oslobadja toksičnih materija.

Sveža biljka ili

njen čaj se ne koriste već samo ulje. Naime, ispitivanja su dokazala da postupkom dobijanja ulja štetne materije ostaju u vodenom delu, dok ulje zadržava samo korisne lekovite materije.

Ulje BORAČA kao i ulje noćurka sadrži -LINO-LEINSKU KISELINU, pri čemu je u ulju borača ima dva puta više. Već smo napomenuli pozitivna svo-

jstva -linoleinske kiseline, ali ono o čemu nismo govorili jeste njen uticaj na smanjenje telesne težine koji je otkriven sasvim slučajno. Ispitivanjem delovanja ulja borača kod šizofrenije utvrđeno je da su svi ispitanici smršali bez obzira što nisu bili na dijetetskom režimu ishrane.

-linoleinska kiselina aktivira metabolizam i na taj način olakšava razlaganje, tj. otapanje masnih naslaga u telu, snižava vrednost holesterola u krvi pa tako prevenira aterosklerozu i bolesti krvnih sudova srca. Preporučuje se kod mastopatije, kod žena u PMS-u uočen je nizak nivo -linoleinske kiseline pa iz tog razloga ulje borača deluje pozitivno na ublažavanje tegoba PMS-a, tj. smanjuje menstrualne tegobe, ublažava bol i grčeve i smanjuje bolnu napetost grudi kod žena. Koristi se kod atipičnog dermatita – ekcema, smanjuje suvoću, ljuštenje kože i svrab (nikad se ne koristi lokalno).

- žena u menopauzi
- jačanja kose i noktiju.

Upravo zbog svog pozitivnog uticaja na posledice PMS- a, kao i ublažavanja tegoba koje se javljaju kod žena u menopauzi, noćurak ulazi u sastav velikog broja preparata, najčešće u kombinaciji sa vitaminom E.







## MIRIS ZNOJA

Leto i nezaobilazno znojenje koje smeta pojednako i ženama i muškarcima. Ali svi znamo da pojedine osobe nemaju taj čudan miris znoja, a znoje se kao i svi drugi, dok se neke uvek osećaju na znoj.

Svuda po površini tela nalaze se znojne žlezde (ekrine) koje znoj izlivaaju na površinu kože. On se sastoji od vode, natrijum hlorida, još nekih drugih soli i organskih jedinjenja. Pored ovih malih, na pojedinim mestima (u aksilama, perigenitalno i perianalno) nalaze se veće znojne zlezde (apokrine) koje izlučuju znoj karakterističnog mirisa, i to naročito pri fizičkoj aktivnosti, a taj miris potiče od siročetne i mlečne kiseline, a i od organskih lipida, kiseline i azotnih jedinjenja koja se stajanjem na koži raspadaju pod dejstvom saprofitnih bakterija koje žive na njoj, do produkata neprijatnog mirisa (amoniak, amini, merkaptani).

Karakterističan neprijatan miris specifičan je za svakog pojedinca, i obično drugim ljudima smeta. On se otklanja primenom preparata za suzbijanje znojenja (antiperspiransima) i onima koji ublažuju neprijatan miris (dezodoransima). Izrađuju se fabrički i magistralno u apotekama (naročito oni protiv znojenja nogu).

A da li oni uvek pomažu kod otklanjanja tog neprijatnog mirisa znoja? Odgovor je ne. Posebno u letnjim mesecima neophodno je češće tuširanje i pranje odeće. Bluza ili košulja natopljena juče-rašnjm znojem obučena sutradan sigurno neće lepo mirisati iako je telo čisto i upotrebljen je dezodorans.

Gordana Mihajlović





### NANOTEHNOLOŠKA INOVACIJA

U višegodišnjem istraživačkom radu, tim NanoWorld AG sastavljen od stručnjaka različitih profila, razvio je revolucionarnu supstancu za novu klasu kozmetičkih proizvoda. **GmNc**<sup>®</sup> Golden Mean Nano Carbon kompleks je dizajniran po zakonima zlatnog preseka. Njegovo energetsko stanje je srodno proteinima kože i stoga pospešuje harmonizaciju bioloških procesa u njoj. Radi na nano-molekularnom nivou na potpuno prirodan način, ne stvarajući sekundarne produkte u organizmu.

#### DNEVNA KREMA

**GmNc**<sup>®</sup> reguliše direktnu hidrataciju kože i utiče na funkcionalnost kolagena dajući koži svežinu tokom celog dana.

#### NOCNA KREMA

**GmNc**<sup>®</sup> čisti kožu od slobodnih radikala i stvara nanomagnetno polje za regulaciju poremećenog odnosa vode i elastina.

#### LOSION ZA TELO

**GmNc**<sup>®</sup> uspostavlja elastičnost i mekoću kože. Takođe štiti kožu od štetnog elektromagnetnog smoga i slobodnih radikala.

#### VODA

**GmNc**<sup>®</sup> osvežava epiderm, skida statički elektricitet i reguliše magnetna svojstva kože povećavajući njenu hidrataciju.

#### LOSION ZA SUNČANJE



Umesto da blokira UV zrake, **GmNc**<sup>®</sup> pretvara njihovu energiju u harmonizovanu interakciju vode i kolagena, te koži pored potrebne zaštite obezbeđuje vitalnost.

#### Prodaja u Beogradu:

MilMedic<sup>®</sup> Apotekarska Ustanova, Vojvode Vlahovića 2, Beograd  
t/f: 011 397 5531 e: milmedic@beotel.yu

#### Distributer za apoteke u SCG:

BEMED<sup>®</sup>, Pančevački Put 38, Beograd  
t: 011 3319 385 m: 063 700 3209

#### Prezentacija i distribucija za kozmetičke salone u SCG:

Venus Cosmetics<sup>®</sup>, Knez Danilova 31, Beograd  
t: 011 3226 985 e: office@venuscosmetics.com



[WWW.NANOWORLD-AG.COM](http://WWW.NANOWORLD-AG.COM)



PO VOLJI PRIRODE - AS NATURE INTENDED





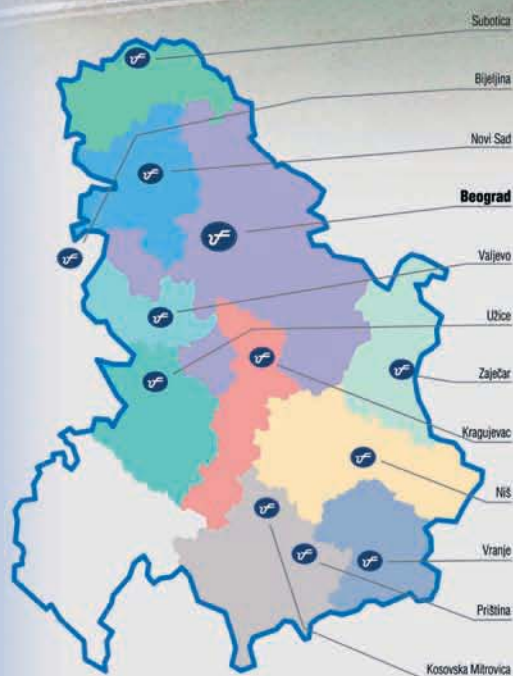
# VELEFARM

Snaga puteva zdravlja

Vojvode Stepe 414a  
Telefoni 011 30 90 100  
Faks 011 46 04 22  
www.velefarm.co.yu



## POSLOVNI CENTRI



domaći lekovi



uvozni lekovi



medicinska sredstva



pomoćna lekovića sredstva



laboratorijska dijagnostika



medicinska oprema



dental



veterina

PREDUZEĆA

**VELEFARM**  
Lekovi d.o.o.

**VELEFARM**  
Medicina d.o.o.

**VELEFARM**  
Prolek d.o.o.

**VELEFARM**  
SiTra d.o.o.

**VELEFARM**  
Bijeljina d.o.o.

**VELEFARM**  
Sanitarija d.o.o.

**VELEFARM**  
Invest d.o.o.

**VELEFARM**  
Agencija d.o.o.