



Průběh výdeje léčiva, jehož výdej je vázán na lékařský předpis

V případě výdeje léčiva na lékařský předpis je nutno komunikaci s pacientem vhodně přizpůsobit tomu, zda je pro pacienta léčivo zcela nové nebo ho již užívá dlouhodobě. Pokud se jedná o nově nasazené léčivo, je podstatné pacientovi sdělit jeho název, k čemu se dané léčivo užívá, způsob užívání a také zvolené dávkovací schéma. Dále je pacienta nutné upozornit na případná specifika pro uchovávání léčiva (např. v lednici), pokyny k aplikaci (např. nutnost protřepání suspenze před aplikací) a nejběžnější nežádoucí účinky.

Pokud pacient užívá léčivo dlouhodobě, je pravděpodobné, že stále navštěvuje tu stejnou lékárnu, kterou má třeba nejbližší k domovu či práci. Expedient tedy již pacienta i jeho medikaci může znát a měl by zvolit odlišný přístup komunikace. Důležitý je partnerský a přátelský přístup, dát pacientovi najevo, že expedientovi na něm záleží a vzbudit v něm dojem, že je vnímán individuálně. Toho lze docílit například udržováním očního kontaktu, přikyvováním, mimikou, neskákáním do řeči, nasloucháním a dalšími technikami popsanými výše. Díky těmto technikám efektivní komunikace je možné zlepšit compliance pacienta k léčbě. Při výdeji zavedené (dlouhodobé) medikace by si měl farmaceut z odborného hlediska ověřit, zda pacient léčivo užívá správně, jestli nedošlo ke změně v jeho dávkování. Je zde také větší časový prostor pro zaměření se na vysvětlení případných lékových interakcí či nežádoucích účinků. Vhodné je se pacienta zeptat na průběh léčby, zda se zdravotní potíže lepší, případně se cíleně ptát na možné problémy, které z léčby mohou pramenit.

Důležitou součástí komunikace je obdržení zpětné vazby. Vždy je nutné si ověřit, zda pacient všechny informace správně pochopil a zda tedy ví, jak léčivo správně užívat. Zároveň by měl být také vyhrazen prostor pro

pacientovy dotazy, případně pro krátký neformální (úvodní) rozhovor, během kterého se může farmaceut pacienta doptat, jak se mu vede, jaký byl jeho týden (pokud se neviděli přesně týden) apod. (3).

Průběh výdeje volně prodejného léčiva

V případě výběru a následného prodeje volně prodejného léčivého přípravku je po prvotním neverbálním navázání kontaktu velmi časté používání uzavřených otázek. Za uzavřené otázky považujeme otázky, na které lze odpovědět ano či ne, případně jedním slovem. Jako příklad je možné uvést otázky „Přejete si?“, „Je to pro vás?“, „Máte horečku?“, „Bolí vás hlava?“. Musíme si být ale vědomi, že těmito uzavřenými otázkami utlumíme komunikaci s pacientem a pacienta nenutíme přemýšlet, množství získaných informací od pacienta tak může být omezené. Jako vhodnější se jeví používat otevřené otázky, nad kterými se pacient musí hlouběji zamyslet a odpovědět celou větou, vypovídací schopnost získaných odpovědí je vyšší. Příkladem jsou otázky typu „Pro koho to je?“, „Jak vysokou máte teplotu?“, „Jak dlouho už vás hlava bolí?“, „Jak se bolest vyvíjela?“, „Jaké další příznaky máte?“. Díky těmto otázkám přinutíme pacienta více komunikovat a můžeme tak získat důležité informace jak o jeho zdravotním stavu, tak i o jeho komunikačních dovednostech a následně podle toho rozhovor přizpůsobit (6, 15, 19). Pokud je ovšem expedient v časové tísní, protože například v lékárně stojí řada pacientů, je možné používat otázky alternativní. Důležité je ale nevyvolat v pacientovi pocit stresu či tlaku, i když ho expedient může pociťovat. Na tyto otázky pacient pravděpodobně odpoví rychleji než na otázky otevřené, ale stále se nad nimi na rozdíl od uzavřených otázek musí zamyslet. Jedná se o otázky, které obsahují slovo „nebo“ a pacient si tedy vybírá jednoslovnou odpověď ze