



NUŻĄCA RUTYNA

ROZMAWIAŁA: AGATA DOMAŃSKA / FOTO: SHUTTERSTOCK

PRACA FARMACEUTY WYMAGA DROBIAZGOWEGO PRZESTRZEGANIA PROCEDUR I PRZEPISÓW. Z TEGO POWODU DOKUCZA NAM CZASEM ZMĘCZENIE CODZIENNOŚCIĄ.

Rutyna jest problemem w pracy farmaceuty. Improwizować można tylko na niewielką skalę i tylko do pewnego stopnia, głównie w zakresie sposobu prowadzenia rozmowy z pacjentem, sprzedaży uzupełniającej i promocyjnej czy dystrybucji próbek i materiałów informacyjnych. Cała reszta jest dokładnie skodyfikowana, a od farmaceuty wymaga się skrupulatnego podążania za tym kodeksem. W takiej sytuacji codzienność staje się szablonem, w który może wkraść się nuda. Jak się jej nie dać, radzi nam Agnieszka Fudzińska, coach i psycholog,

specjalizująca się m.in. w psychologii zarządzania i biznesu.

Agata Domańska: Kiedy wpadamy w rutynę?

Agnieszka Fudzińska: Gdy nie możemy się rozwijać. Każdy z nas chce iść do przodu – to



Agnieszka Fudzińska

jedna z uniwersalnych, ludzkich potrzeb. Została ujęta w piramidzie Abrahama Masłowa jako jedna z potrzeb wyższych, tych, które zaczynają dochodzić do głosu, kiedy nasze podstawowe wymagania (np. bezpieczeństwa i wszystko, co się z nim łączy) są już zaspokojone. Wtedy coś w naszym wnętrzu zaczyna domagać się realizacji kolejnych, tych wyższych.

A kiedy ich nie zaspokajamy?

Zaczyna się rodzić frustracja. Tak jest też w przypadku potrzeby rozwoju: kiedy nie możemy jej zaspokoić, kiedy czujemy, że nie uczymy się i nie robimy już nic nowego, że doszliśmy do jakiejś ściany, która nas dalej nie puszcza. Stoimy w miejscu, codziennie po sto razy wykonując tę samą czynność – i wiemy, że jutro i pojutrze będzie to wyglądało tak samo. Więzy nas rutyna, dając przestrzeń na zrobienie kilku kroków, ale zawsze tą samą ścieżką.

W takim stanie trudno jest być szczęśliwym.

Frustracja rzeczywiście zamyka dostęp do poczucia szczęścia. Rutyna i zmęczenie brakiem rozwoju to główne przyczyny wypalenia zawodowego. Człowiek, który ma poczucie, że wciąż robi to samo i nie rozwija się, nie wkłada duszy w to, co robi. Wtedy łatwiej też o pomyłkę, a to w farmacji może być przecież fatalne w skutkach.

Ale w pracy farmaceuty wiele zmienić się nie da, ten zawód niejako skazuje na rutynowość czynności. Jak się więc ratować?

Jest wiele sposobów, dzięki którym można uciec frustracji i rutynie. Najważniejsze, by zmienić mentalne nastawienie do wykonywanej czynności. Tak naprawdę świat jest taki, jakim go widzimy; to my wybieramy, jak interpretować rzeczywistość i jak widzieć siebie i nasze aktywności. W psychologii zarządzania uważa się, że nie istnieje coś

takiego, jak dobra i zła praca. Każda czynność może bawić lub może odstręczać – wszystko zależy od tego, kto się jej podejmie, czy ją lubi, czy odpowiada ona temperamentowi danej osoby, jakie ma ona nastawienie i ile satysfakcji potrafi z niej czerpać. I tego, w jaki sposób widzi swoją pracę i ocenia własne wysiłki. Jest to szczególnie ważne w zarządzaniu przez wartości.

To ciekawy termin. Czy mogłaby Pani go wytłumaczyć?

W psychologii zarządzania mówi się, że liczy się podejście – czyli kształtowanie wewnętrznej motywacji, opartej na potrzebie godności, która jest połączeniem satysfakcji, czerpanej ze zgodności tego, co się robi, z osobistocie cenionymi wartościami godnościowymi.

Strasznie skomplikowanie to brzmi...

Już wyjaśniam. Zarządzanie przez wartości w praktyce polega na tym, że integrujemy wartości i normy, związane z naszą pracą, z naszym zachowaniem. W efekcie uzyskujemy poczucie sensu naszej pracy, które powoduje, że sami z siebie chcemy coś robić. Nie dlatego, że mamy kij i marchewkę – czyli robimy coś dla nagrody czy ze strachu przed karą – ale z własnej potrzeby. Cieszy nas sama droga. Wtedy praca staje się wartością autoteliczną, czyli przyjemnością i wartością samą w sobie.

A może poda pani jakiś przykład?

Jest pewna wschodnia opowieść. Pewien mnich, przemierzając kraj, przechodził koło pola ryżu daleko za wioską. Pracowało na nim kilku rolników i widać było, że praca jest ciężka. Wędrowiec zapytał pierwszego z nich, dlaczego tak ciężko pracuje. Rolnik, nie unosząc nawet głowy, odparł: „Sadzę ryż, jedną sadzonkę za drugą, i tak cały dzień. Tak trzeba”. Podobnie odpowiedział trzeci i czwarty... Ale piąty najpierw wyprostował plecy,

spojrzał wędrowcowi w oczy, po czym odrzekł: „Ciężko pracuję na polu po to, by uchronić moją wioskę przed głodem, który często przychodzi zimą”.

A morał z tego jest...?

Taki, że każda nasza czynność jest częścią większego obrazu. I odpowiada na większe potrzeby. Możemy widzieć siebie jako tych pochylonych nad sadzonkami rolników – w naszym przypadku pochyleni jesteśmy nad kolejnymi receptami. Ale też możemy widzieć siebie jako osoby, które inwestują w przyszłość, ratując wioskę przed głodem – czyli pomagają pacjentom powracać do zdrowia, pokonać ból i trudności, czuć się lepiej i zwyciężać chorobę. Albo jeszcze dalej: przyczyniamy się do uwalniania ludzi od cierpienia. Osoby bardzo religijne często mawiają, że poczucie, iż stanowią część większej całości oraz biorą udział w realizacji boskiego planu, jest dla nich źródłem poczucia bezpieczeństwa i satysfakcji. Możemy przenieść to na grunt zawodowy, bo działa tu ten sam mechanizm – bycie częścią większej całości.

Ale zmiana mentalna jest jedną z najtrudniejszych zmian...

To prawda. Zmiana to coś, czego się obawiamy i co nas boli. Dlatego pomocna jest tu grywalizacja. Tej metodzie udaje się obejść nasze mechanizmy obronne, bo dodaje nam element zabawy do wszystkiego, co transformuje.

Jak to: element zabawy? Przecież farmacja to bardzo poważny zawód.

Zabawa nie musi oznaczać, że przestajemy go traktować poważnie. Dzięki grywalizacji wprowadzamy elementy, jakich do tej pory nie było – bez ujmowania powagi naszej pracy. Przydaje się to zwłaszcza wtedy, kiedy robimy coś, co jest w dużym stopniu powtarzalne. Dzięki grywalizacji

możemy sobie ustalić naszą wewnętrzną grę, postawić wyzwania i określić mechanizmy nagradzania – tak jak we wszystkich zabawach, gdzie jest jakieś określone wyzwanie, a za wygraną ma się np. najwyższą liczbę punktów

To działa?

Działa, bo człowiek ma potrzebę osiągnięć. Nawet jeśli gramy na komputerze, sami ze sobą, cieszymy się wysokim wynikiem. W pracy dochodzi jeszcze potwierdzenie naszej wartości w porównaniu z innymi: coś nam się całkiem nieźle udało.

Jakie więc możemy sobie wyznaczać wyzwania i jakie przyznawać nagrody?

Pomysłem na wyzwanie może być plan, by przynajmniej pięciu pacjentom z rzędu zasugerować jakiś dodatkowy zakup, który będzie zyskiem dla apteki, ale będzie też korespondował z potrzebami pacjenta. Albo bycie szczególnie miłym dla szczególnie marudnych pacjentów. Albo pobicie jakiegoś naszego własnego rekordu, np. w ilości obsłużonych osób w ciągu godziny. I z takim celem na końcu drogi przystępujemy do działania. Co do nagród – to czego sobie przeważnie odmawiamy albo jest na „specjalne okazje”. Każdy ma coś, co sprawi mu wyjątkową przyjemność.

Na co dzień w pracy mamy raczej tendencję do wyobrażania sobie negatywnych skutków – to znaczy, co się stanie, jeśli tego nie zrobimy... O pozytywach raczej mało kto myśli.

A w grywalizacji wyznaczamy wyzwania i uzyskujemy pozytywne skutki naszych poczynań. Takie pozytywne wzmocnienia. Dodajemy sobie szczyptę zabawy do rzeczy, która jest rutynowa. W ten sposób tworzymy nową wartość i zmieniamy nacechowanie emocjonalne całej czynności.



Przestaje ona być wtedy nudnym sadzeniem ryżu, a staje się ratowaniem wioski przed głodem. Jeśli naszym wewnętrznym wyzwaniem będzie zrobić coś lepiej niż do tej pory, skupimy się na tym i poszukamy nowych możliwości. Każdego dnia będziemy pracować nad lepszą wersją samych siebie, więc nie zauważymy rutyny. A ta pojawia się wtedy, gdy robimy coś, co powtarzamy.

JEŚLI NASZYM WENĘTRZNYM WYZWANIEM BĘDZIE ZROBIĆ COŚ LEPIEJ NIŻ DO TEJ PORY, SKUPIMY SIĘ NA TYM I POSZUKAMY NOWYCH MOŻLIWOŚCI.

Dzięki takim wewnętrznym zabawom praca znowu znacznie sprawia przyjemność?

Na pewno da poczucie, że możemy więcej, bo wymkniemy się sztywnym ramom. Coś, do czego wciąż dodaje się nowe elementy, przestaje być rutynowe.

Zawsze może przyjść ktoś, kto dostrzeże nasze wysiłki i zechce nas pochwalić.

A wtedy człowiek rośnie. Pamiętamy też, że w farmacji wioską, którą ratujemy od głodu, jest też apteka: nasz wysiłek przekłada się na jej lepszy wizerunek w oczach pacjentów.

A czy możemy wciągać do grywalizacji także koleżanki?

Oczywiście. Możemy to robić pośrednio lub bezpośrednio. Pośrednio, np. obserwując mocne

strony i kluczowe umiejętności naszych kolegów. Przykładowo jedna z koleżanek jest niezwykle sprawna w obsłudze pacjentów i u niej zawsze wszystko idzie błyskawicznie, inna z kolei potrafi z dużym wyczuciem rozmawiać ze starszymi osobami, trzecia ma natomiast doskonałą pamięć przestrzenną i zawsze wie, gdzie co leży w magazynie. Po takiej analizie robimy plan: w poniedziałki staram się modelować swoje zachowania na ich wzór, czyli kopiować najlepsze rozwiązania i czynności Basi, w środy Kasi, a w piątki Adama.

Taka „zabawa” daje nam energię?

Tak, m.in. dlatego, że zamienia „muszę” na „chcę”. A kiedy wracamy do „chcę”, cała nasza mentalność wykonuje wolę, bo

w kategorii „chcę, chciałbym” działa się zupełnie inaczej, niż w „muszę”. W ogóle w pracy dobrze jest mieć świadomość, że my jesteśmy tu, bo chcemy, a nie musimy. Chcemy pracować, żeby zarabiać pieniądze i realizować się zawodowo. Często myślimy o pracy w formule „muszę”, bo jesteśmy nauczeni, że to nas bardziej zmotywuje do działania. Tymczasem jest dokładnie odwrotnie – „muszę” demotywuje, wypala i wtrąca w rutynę.

Słyszałam jeszcze o metodzie „make my day”.

Ona także działa antyrutynowo. Tę metodę wymyślił Zig Zíglar, guru zarządzania. Zrobił to, aby podnieść morale i poprawić wyniki najgorzej pracującego poziomu w jednym z przedsiębiorstw – a był to dział obsługi klienta. „Make my day” z angielskiego można przetłumaczyć jako „gwóźdź programu” – taki element, który coś zmienia. Pracownicy stawiali przed sobą wyzwanie takiej obsługi klienta, żeby ich rozmówca mógł powiedzieć, że zmieniała ona jego dzień – oczywiście pozytywnie.

I my też możemy ją zastosować w aptece, przecież również obsługujemy klienta.

Oczywiście, np. w rozmowie z pacjentami. Możemy założyć, że zmienimy dzień osób, które staną przed naszym okienkiem. Każdy z nas ma w sobie głód aprobaty i pochwał, więc jeśli damy je pacjentom, sprawimy im wielką przyjemność. Sami też odczujemy wielkie zadowolenie.

Czyli komplementujemy osobę przy okienku.

Tak. Ale niech to będzie komplement naprawdę spersonalizowany, adekwatny, powiązany z rzeczywistą sytuacją takiej osoby. Komuś, kto sumiennie wykupuje recepty, możemy powiedzieć, że podziwiamy mądrą regularność, z jaką dba o swoje zdrowie. Osobie, która realizuje receptę męża, możemy powiedzieć, że podziwiamy troskę, czułość jej opieki i oddanie najbliższej osobie.

W każdym można znaleźć coś dobrego...

Tak, to tylko kwestia spojrzenia i zadania sobie mentalnego wysiłku, by naprawdę kogoś dostrzec – i by wrzucić mu do ogródka kamyczek szczęścia. Nawet komuś, o kim niewiele wiemy, ale widzimy, że zawsze jest świetnie ubrany, możemy powiedzieć, iż zadziwia nas elegancja i staranność, z jaką dba o szczegóły stroju.

Chciałabym jeszcze na chwilę wrócić do wiązania wartości z zachowaniem – czy da się przetransformować samo myślenie o rutynie na pozytywne?

Ależ oczywiście! Możemy się chlubić tym, że jesteśmy rutynowi. Przecież to dzięki rutynie jesteśmy w stanie szybko i sprawnie odtworzyć sto razy tę samą procedurę. Jeśli powiążemy ją z nowymi wartościami, nasza rutynowość może wywoływać dumę, a nie zdenerwowanie, że się nie rozwijamy. Naprawdę każdą słabość można zmienić w siłę.

APTEKA WIDOCZNA Z DALEKA

TEKST: RADOSŁAW MURAT / FOTO: SHUTTERSTOCK, IGOR MAJORKIEWICZ

SZYLD TO WIZYTÓWKA APTEKI. JAK POWINIEN WYGLĄDAĆ, ŻEBY NIE UTONĄŁ W POWODZI INNYCH WITRYN, REKLAM I NEONÓW? JAKIE WYMOGI PRAWNE TRZEBA UWZGLĘDNIĆ, ZANIM ZLECIMY JEGO MONTAŻ NA ELEWACJI BUDYNKU?

Piękny i dobrze widoczny szyld działa jak magnes na potencjalnych klientów. Dzięki niemu szybko odnajdą naszą placówkę i zechcą zajrzeć do środka. Aby ten plan się powiódł, trzeba dobrze przemyśleć jego rodzaj, wielkość i miejsce zamocowania. Pozostaje jeszcze jego legalizacja.

Słalom między paragrafami

Zacznijmy od tego, że zgodnie z art. 11 ustawy z 19 listopada 1999 r. Prawo działalności gospodarczej, szyld jest obowiązkiem dla każdego podmiotu gospodarczego, który ma swoją siedzibę. Musi być umieszczony na zewnątrz. Reszta, czyli jego wielkość, rodzaj i sposób

