KNJIGA SAŽETAKA

SA 19. SIMPOZIJA KOMORE MAGISTARA
FARMACIJE FEDERACIJE BOSNE I HERCEGOVINE

"MENADŽMENT I MARKETING U FARMACIJI: MODERNI PRISTUP"

Neum, 2025. godine

Komora magistara farmacije Federacije Bosne i Hercegovine

Zagrebačka bb

Zanatski centar Kovačići

Sarajevo 71000

Bosna i Hercegovina

www.farmaceutskakomora.ba

Za izdavača

prim. Marin Crnogorac, mr. ph., predsjednik Komore magistara farmacije FBIH

Neum, 2025. godine

NAUČNO-ORGANIZACIJSKI ODBOR

Članovi odbora:

Prim.mr.ph. Marin Crnogorac, predsjednik Komore magistara farmacije FBIH

Mr.ph.spec. Adisa Džananović, predsjednik UO Komore magistara farmacije FBiH

Doc.dr.sc. Esmeralda Dautović, mr.ph., potpredsjednik Komore magistara farmacije FBIH

Doc.dr.sc. Martin Kondža, mr.ph., potpredsjednik Komore magistara farmacije FBIH

Van. prof.dr. Tamer Bego, mr.ph.spec.

Van.prof.dr. Ervina Bečić, mr.ph.spec.

Dr.sc. Vera Kerleta Tuzović, mr.ph

Prim.mr.ph.spec. Enisa Salihefendić

Mr.ph.spec. Ana Zovko

Mr.ph.spec. Kenan Osmančević

Mr.ph.spec. Dubravka Kovčić

Prim.mr.ph. Džana Tučić,

Mr.ph. Bilsena Šahman

Mr. ph. Ernada Bobar

Mr. ph. Marta Mandić

Mr. ph. Senad Softić

Mr. ph. Malik Tvica

Mr. ph. Adnan Krupić

Mr.ph. Hana Bejtović

Mr.ph. Lejla Berbić

Mr.ph. Admir Bakalović

RIJEČ PREDSJEDNIKA KOMORE MAGISTARA FARMACIJE FEDERACIJE BOSNE I HERCEGOVINE

Velika mi je čast i zadovoljstvo uputiti vam srdačne pozdrave u ime Komore magistara farmacije Federacije Bosne i Hercegovine povodom održavanja 19. Simpozija pod nazivom *"Menadžment i marketing u farmaciji: moderni pristup"*.

Tema ovogodišnjeg Simpozija izuzetno je aktuelna i značajna, ne samo zbog ubrzanog razvoja farmaceutskog tržišta, već i zbog sve veće potrebe za inovativnim, stručnim i etički utemeljenim pristupom u upravljanju i promociji farmaceutskih usluga. U vremenu kada se farmaceutska djelatnost suočava s brojnim izazovima, od digitalizacije do promjena u regulatornom okruženju, osnaživanje kompetencija u menadžmentu i marketingu postaje ključni element u očuvanju kvaliteta farmaceutske prakse i sigurnosti pacijenata.

Zahvaljujem organizatorima, predavačima i svim učesnicima na doprinosu u stvaranju prostora za stručni dijalog i zajednički razvoj. Želim vam uspješan i inspirativan rad tokom Simpozija, te da stečena znanja prenesete u svakodnevnu farmaceutsku praksu.

Prim.mr.ph. Marin Crnogorac

PROGRAM 19. SIMPOZIJA KOMORE MAGISTARA FARMACIJE FEDERACIJE BOSNE I HERCEGOVINE

„Menadžment i marketing u farmaciji: moderni pristup“

9. 5. 2025., PETAK	
18:00-20:00	dolazak i prijem gostiju, registracija učesnika

DAN 1 – 10. 5. 2025., SUBOTA			
moderatori: mr.ph. Hana Bejtović, dr.sc. Vera Kerleta			
08:00-09-00*		**Registracija učesnika**	
vrijeme	**trajanje**	**predavač**	**tema**
09:00	00:10	prim. Marin Crnogorac, mr. ph.	Uvodno obraćanje predsjednika Komore
09:10	00:30	doc. dr. Davor J. Korčok, mr. ph., spec.	Farmaceutski menadžment – inercija zabluda
09:45	00:20	prof. dr. Biljana Tubić, mr. ph., spec.	Biološki lijekovi - specifičnosti i polja primjene
10:10	00:20	dr.med. Dinko Lupi	Tipovi ličnosti hroničnih bolesnika u apoteci
10:35	00:20	Murat Zubčević Partner, International Business & Healthcare Gullers Group Stockholm & Copenhagen	Storytelling i društvene promjene
11:00	00:20	UNIFARM prim. dr.sc.med. Hasiba Erkočević	Prolac10 suspenzija – Simbiotik za 10.
11:20	00:10	Diskusija	
11:30	00:30	**Pauza za kafu**	
moderatori: mr.ph. Amra Bašić, mr.ph. Adnan Krupić			
12:00	00:20	prof.dr. Tarik Ćatić, mr.ph.	Farmaceutski marketing od baby boomersa do generacije beta - očekivanja i spremnost na promjene
12:25	00:20	OKTAL PHARMA Dženana Ćosić, mr.ph.	Dermatološka zaštita od sunca
12:50	00:20	dr.sc. Ana Gongola	Kako voditi sebe i druge u vremenima intenzivnih promjena? Koncept sa 5 aktivnih supstanci
13:15	00:20	ZENTIVA doc.dr.sci.med. Josip Lesko, spec	Alergije i kvalitet života : Zašto je važno razmišljati dalje od simptoma ?

13:40	00:20	KRKA prof. prim.dr.sc. Amra Zalihić, spec.	Izazovi modernog načina života
14:05	00:10	Diskusija	
14.15	01:00	**Pauza za ručak**	
moderator: mr.ph.spec. Ana Zovko			
15:20	00:20	prof.dr. Adisa Delić	Značaj liderskih vještina za menadžere u zdravstvu
15.45	00:50	PANEL DISKUSIJA Sabina Bešlagić, mr. ph., spec. doc.dr.sc. Esmeralda Dautović, mr.ph. dr.med. Dinko Lupi dr.sc. Ana Gongola mr.ph. Aida Omerović Tahto	Umijeće komunikacije, alat za razvoj i održivost farmaceutske struke
20:30		**SVEČANA VEČERA**	

*Napomena: Registracija učesnika i info desk se ponovno otvara od 10:00

DAN 2 – 11. 5. 2025., NEDJELJA			
moderatori: mr.ph. Ernada Bobar, Valentina Rezić, mag.pharm.			
vrijeme	**trajanje**	**predavač**	**tema**
10:00	00:20	doc.dr.sc. Vedran Jakupović	Kultura visokih performansi - Kako lideri mijenjaju zdravstvo
10:25	00:20	dr.sc. Lejla Mutapčić, mr.ph.	Projekat: Imunizacija u apoteci. Zdravlje na dohvat ruke
10:45	00:20	mr.ph. Alisa Habibija	Kompleksnost Upravljanja u bolničkoj apoteci i problematika opskrbe lijekovima i medicinskim sredstvima
11:10	00:10	**Zatvaranje skupa**	

SAŽECI PREDAVANJA

FARMACEUTSKI MENADŽMENT – INERCIJA ZABLUDA

J. Korčok Davor

Farmaceutski fakultet, Novi Sad, Heroja Pinkija 4, 21101 Novi Sad, Srbija

DOX Pharma d.o.o., Luke Ćelovića Trebinjca 50, 11000 Beograd

davor.korcok@faculty-pharmacy.com

Menadžment (engl. Management, rukovođenje ili upravljanje) predstavlja univerzalno sredstvo, neophodno oruđe savremenog industrijskog sveta. Svaka organizacija, svaki složeniji posao ili ozbiljnija aktivnost, zahtevaju upravljanje da bi se ostvario zadati cilj. Savremene organizacije, privredne ili neprivredne, zahtevaju stalne upravljačke akcije da bi delovale i razvijale se u složenom i dinamičkom okruženju u kome funkcionišu.

Menadžment je posebna naučna disciplina, multidisciplinarnog karaktera, koja se bavi istraživanjem problema upravljanja poslovima, poduhvatima i društvenim sistemima. Ova disciplina proučava upravljanje kao složeni proces sa nizom podprocesa, i kao grupu ljudi koja upravlja procesima, a takođe proučava sve pojedinačne upravljačke probleme i fenomene vezane za efikasno izvršavanje određenih zadataka i poslova.

Definicije menadžmenta razlikuju u odnosu na ugao posmatranja. Ako posmatramo iz socijalnog ugla, može se reći da je menadžment veština ostvarivanja ciljeva uz pomoć drugih ljudi. Ako posmatramo iz sistemskog ugla, može se reći da je menadžment proces tokom kojeg se sistem vodi iz početnog stanja u željeno stanje uz pomoć upravljačkih aktivnosti. Ako se, pak, posmatra iz upravljačkog ugla, može se reći da je menadžment proces tokom kojeg se okupljaju ljudi kako bi ostvarili zajedničke ciljeve uz što racionalniju upotrebu ograničenih resursa. U tom smislu, možemo primetiti da menadžment podrazumeva postojanje ljudi, ciljeva, aktivnosti i resursa.

Najveće zablude u menadžmentu su da je menadžer uvek lider, da menadžer može da ima nadležnost, a ne i odgovornost, da je komunikacija gubitak vremena i da su zaposleni fiksni trošak.

KLJUČNE REČI: *menadžment, zablude*

BIOLOŠKI LIJEKOVI – SPECIFIČNOSTI I POLJA PRIMJENE

Biljana Tubić

Agencija za lijekove i medicinska sredstva Bosne i Hercegovine, Veljka Mlađenovića bb, 78000 Banja Luka
Medicinski fakultet – studijski program Farmacija, Univerzitet u Banjoj Luci, Save Mrkalja 14, 78000 Banja Luka

b.tubic@almbih.gov.ba
biljana.tubic@med.unibl.org

UVOD I CILJ

Prvi biološki lijek datira iz 1796, kada je izvršena prva imunizacija kravljim boginjama koje su bile bezopasnije od malih boginja. Kasnije je 1898. godine korišten imunoglobulin iz seruma životinje koja je odreagovala na *diphtheria* toksin. 1922. izolovan je insulin i 1958. hormon rasta iz životinjskog i ljudskog tkiva. Razvojem (bio)tehnologije nastaju prvi biološki lijekovi dobijeni primjenom rekombinantne DNK tehnologije - biofarmaceutici. Prvi među njima bio je rekombinantni humani insulin (1982) i rekombinantni eritropoetin. Od 1995. godine počinje doba rekombinantnih monoklonskih antitjela. Monoklonska antitjela su monospecifična antitjela koja su generisana/proizvedena od iste vrste imunih ćelija, nastale kloniranjem/umnožavanjem pojedinačne ćelije roditelja. Cilj rada je upoznati se sa biološkim lijekovima koji se danas primjenjuju u humanoj medicini, sa specifičnostima koje ih razlikuju od konvencionalnih (hemijskih ili sintetskih) lijekova i sa poljem njihove primjene.

METODE

Korišćena je stručna i naučna literatura dostupna putem PubMed-a.

REZULTATI

Biološki lijek je svaki lijek za koji su zadovoljena sljedeća dva uslova:

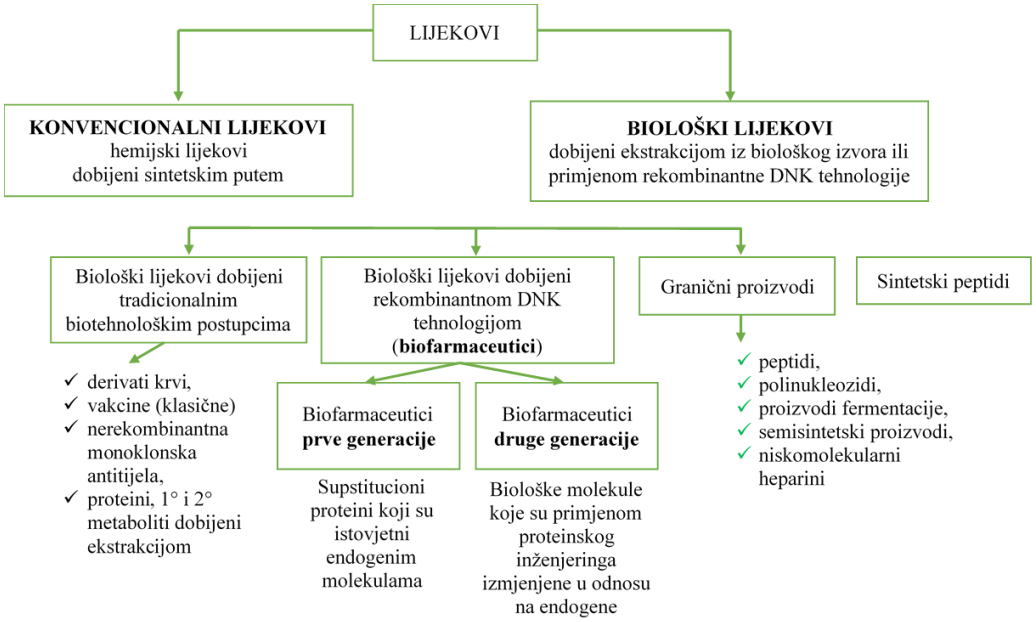
- aktivna supstanca je nastala u živom organizmu ili je izvedena iz živog organizma (biološka aktivna supstanca)
- za karakterizaciju lijeka nisu dovoljna samo fizičko-hemijska ispitivanja već i biološka

Složenost strukture je naglašena, jer se u biološke lijekove ne ubrajaju antibiotici iako potiču iz biološkog izvora. Oni su proizvodi fermentacije.

Biološka aktivna supstanca može biti:

- ugljeni hidrat (npr. heparin i niskomolekularni heparini),
- protein sa raznovrsnim biološkim ulogama (hormoni, citokini, enzimi, antitijela i druge regulatorne molekule),
- nukleinska kiselina,
- kompleksna kombinacija navedenih supstanci ili živi entiteti (ćelije ili tkiva),
- živi ćelija ili tkivo.

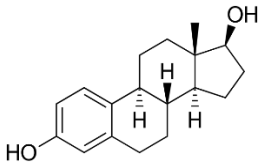
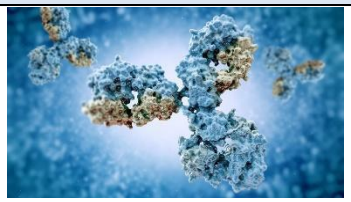
Podjela bioloških lijekova data je na slici 1.

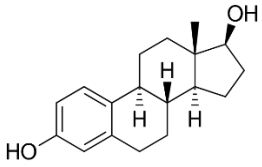
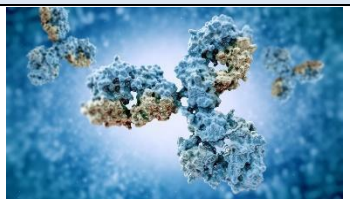


Slika 1: Shematski prikaz podjele bioloških lijekova

Specifičnosti bioloških lijekova u odnosu na konvencionalne lijekove (sintetske i hemijske) date su u tabeli 1.

Tabela 1.: Karakteristike hemijskog/sintetskog *versus* biološkog lijeka

Specifičnost (karakteristika)	Hemijski/sintetski lijek	Biološki lijek
		
Proizvodnja	relativno jednostavna - proces sinteze primjenom hemijskih supstanci/reaktanata	kompleksan bioproces koji se odvija iz živih ćelija ili posredstvom živih ćelija
Veličina proizvodnih serija	velika	relativno mala
Putevi primjene	peroralni, trensdermalni, inhalacioni, lokalni, parenteralni....	parentarlni put primjene (*i.v. s.c.i.m)*

Veličina i distribucija u biosredini	• mala molekulska masa, • moguć prolazak kroz ćelijske membrane, • unutarćelijska (intracelularna) aktivnost	• velika molekulska masa, • otežan prolazak kroz ćelijske membrane i tkiva, • vanćelijska (ekstracelularna) aktivnost
Eliminacija	• eliminacija putem urina, fecesa, • može doći do nakupljanja i intoksikacije	• proteoliza „*de novo*“ sinteza bubrežna, • nema intoksikacije
Specifičnost (karakteristika)	Hemijski/sintetski lijek	Biološki lijek
		
Teratogenost	• lako dolaze u kontakt sa DNK i ćelijskim strukturama, • može izazvati toksične efekte i ostvariti teratogeni uticaj	• zbog nemogućnosti ulaska u ćeliju ne ostvaruju interakciju sa DNK, • manja toksičnost i teratogenost
Stabilnost	relativno stabilne strukture u uslovima rukovanja i čuvanja	• izražena osjetljivost na mehaničke uticaje, temperaturu; • uslijed nestabilnosti može doći i do gubitka dejstva
Nečistoće	jednostavniji postupak prečišćavanja od zaostalih rektanata, rastvarača, intermedijera ili nusproizvoda sinteze	kompleksan postupak prečišćavanja; nečistoće mogu biti: • proteini domaćina (eng. *Host cell proteins* (HCPs) • proizvod-zavisni proteini (eng. *process-related protein impurities*) koje organizam domaćin proizvede tokom bioprocesa, • DNK onečišćenja i • ćelije koje se koriste u bioprocesu
Imunogenost	sintetske molekule rjeđe izazivaju imunološku rekaciju	„*anti-drug“* imuni odgovor

Polja primjene bioloških lijekova (pored imunizacije stanovništva) su:

- Diabetes mellitus (insulini, GLP-1 analozi, razne vrste enzima)
- Karcinomi različitih lokaliteta (monoklonska antitijela)
- Autoimuna oboljenja (monoklonska antitijela)
- Neurološka oboljenja (monoklonska antitijela)
- Infektivne i druge bolesti (monoklonska antitijela)
- Dijagnostika (monoklonska antitijela)
- Bolesti zgrušavanja krvi (niskomolekularni heparini, enzimi antikoagulanti, mAbs, hemostatitici, faktori koagulacije krvi)
- Nadomjesna terapija krvi i proteinskih fragmenata krvi (albumini, plazma-frakcije)
- Bolesti krvi (epoetini)

- Bolesti endokrinog sistema (supstituciona hormonska terpaija kod neplodnosti, karcinoma paratireoidne žlezde ili kod poremećaja u rastu).

ZAKLJUČCI

Biološki lijekovi - biofarmaceutici danas se koriste kao imunoterapeutici u borbi protiv malignih bolesti, a dio su personalizovane terapije čiji je razvoj aktuelan.

KLJUČNE RIJEČI: *biološki lijek, biofarmaceutici, imunogenost*

TIPOVI LIČNOSTI HRONIČNIH BOLESNIKA U APOTECI

Dinko Lupi

Servier / Medicinski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Tuškanova 37, 10000 Zagreb, Hrvatska

dinko.lupi@servier.com

UVOD I CILJ

Komunikacija s hroničnim bolesnikom u apoteci je ključna za njihovu adherenciju na terapiju. Postoje četiri osnovna tipa ličnosti hroničnih bolesnika. Magistri farmacije će naučiti brzo ih prepoznati u praksi, te svakoj ličnosti pristupiti na preporučeni način u smislu povećanja njihove adherencije na terapiju.

METODE

Predstavljanje tipova ličnosti hroničnih bolesnika i njihovih potreba

REZULTATI I ZAKLJUČCI

Magistri farmacije će naučiti komunikacijske tehnike prilagođavanja svakoj ličnosti bolesnika u smislu adherencije na terapiju.

KLJUČNE RIJEČI: *komunikacija, tipovi ličnosti, hronični bolesnici*

STORYTELLING I DRUŠTVENE PROMJENE

Murat Zubčević

Gullers Grupp AB, Stadsgården 6, SE-116 45 Stockholm, Sweden

Gullers Grupp AB, BLOX Bryghusgade 10, 1473 København, Denmark

zubcevicmurat@hotmail.com

Narativ kao alat strateške komunikacije sve više dolazi u fokus savremenih pristupa menadžmentu i marketingu u farmaciji, posebno u kontekstu društvenih promjena i unapređenja zdravstvenih sistema. U vremenu obilježenom nesigurnostima, složenošću i ubrzanim promjenama, sposobnost oblikovanja i prenošenja uvjerljivih i empatičnih priča postaje ključna za uspostavljanje povjerenja, pokretanje pozitivnih promjena i uspješno komuniciranje sa zajednicom.

Kroz analizu savremenih trendova, predavanje se fokusira na način na koji se storytelling koristi kao strateški alat u zdravstvenom sektoru. Naglašava se kako dobro osmišljena naracija može imati konkretan utjecaj na percepciju zdravstvenih usluga, ponašanje korisnika, te opće ishode liječenja. Storytelling se ne posmatra samo kao marketinški alat, već kao sredstvo koje omogućava dublje razumijevanje potreba pacijenata i jačanje odnosa između zdravstvenih radnika i korisnika usluga.

Predavanje posebno ističe važnost ovih pristupa u kontekstu izazova koje donosi 2025. godina – u smislu digitalizacije, promjena u zdravstvenim politikama i očekivanja korisnika. U takvom okruženju, strateško pripovijedanje omogućava organizacijama da jasno artikulišu svoju misiju, odgovore na društvene izazove i doprinesu većoj društvenoj koheziji.

Kroz ovaj inovativni pristup otvara se prostor za razmišljanje o ulozi farmaceutske profesije u širem društvenom kontekstu, te kako se kroz komunikaciju i narativ mogu oblikovati otporniji, humaniji i efikasniji zdravstveni sistemi.

KLJUČNE RIJEČI: *storytelling, strateška komunikacija, društvene promjene, zdravstvo*

FARMACEUTSKI MARKETING OD BABY BOOMERS-A DO GENERACIJE BETA – OČEKIVANJA I SPREMNOST NA PROMJENE

Tarik Čatić

Medicinski fakultet – Farmacija Univerzitet Sarajevo Sschool of Science and Technology, Hrasnička cesta bb, 71 000 Sarajevo, BiH

tarikcatic@bih.net.ba; tarik.catic@ssst.edu.ba

UVOD I CILJ

Farmaceutski marketing započinje početkom 19. stoljeća korištenjem oglašavanja farmaceutskih proizvoda. Do danas je prošao i prolazi kroz brojne promjene među kojima je najvažnija promjena – regulacija tržišta.
Marketing pokušava otkriti i riješiti probleme potrošača/korisnika usluge- pacijenti, ljekari, medicinske sestre; ko god je u interakciji s farmaceutom.
Farmaceutski marketing je specifičan jer je izrazito regulisan i različito percipiran od strane javnosti, pa je značajno vezan za etička načela.

Odgovor potrebama tržišta mijenjao se vremenom, kako su se mijenjala očekivanja korisnika proizvoda i usluga.
Generacijske promjene i tehnološka dostignuća značano su uticala i na marketinške strategije i alate. Generacijski marketing je kada se ciljna publika segmentira i cilja po generaciji, što je određeno godinom rođenja.

Cilj rada je dati prikaz specifičnosti farmaceutskog marketinga i marketinških alata prilagođenih očekivanjima korisnika farmaceutskih usluga u cilju ispunjavanja ciljeva pružanja farmaceutske njege.

METODE

Analizom dostupne literature i objavljenih članaka dati prikaz osnovnih marketinških načela u farmaciji vezanih za generacijske zahtjeve korisnika i buduće trendove.

REZULTATI

U marketingu je od vitalnog značaja razumevanje ciljne publike. Jedan od načina da se analizira ponašanje i preference potrošača je ispitivanje generacijskih grupa kojima pripadaju. Svaka generacija dolazi sa svojim jedinstvenim karakteristikama, vrijednostima i iskustvima koja utiču na njihove odluke o kupovini odnosno izbora roba i usluga. Šest glavnih generacija prema godini rođenja su: 1. Tiha generacija (prije 1945.), 2. baby boomeri (1946-1964), 3. Generacija X (1965-1976), 4. milenijalci (1977-1995), 5. Generacija Z (1996-2012) i 6. Generacija Alfa (poslije 2013). Svaka od njih ima specifična očekivanja i potrebe, pa je i prilagodba marketinčkog pristupa uslovljena navedenim.

ZAKLJUČCI

Uzimajući u obzir populacijske trendove te da će 2035. godine generacija alfa činiti 25% populacije, jasno je da će biti neophodno prilagoditi.
Uspješni brendovi i kompanije rano angažuju nove generacije i uče njihove navike kako bi osigurali relevantnost.
Uz generacijske uvide koji vode razvoj proizvoda, formate sadržaja, razmjenu poruka, odabir kanala i cjelokupno korisničko iskustvo, kompanije trebaju kontinuirano kreirati marketing koji autentično odjekuje u svakoj dobi.
Najuspješniji brendovi koriste međugeneracijski pristup.

KLJUČNE RIJEČI : *farmaceutski marketing, generacijski marketing, farmaceutska njega, promocija*

KAKO VODITI SEBE I DRUGE U VREMENIMA INTENZIVNIH PROMJENA? RECEPT S 5 AKTIVNIH SUPSTANCI

Ana Gongola

Sandoz, Maksimirska 120, Zagreb

ana.gongola@sandoz.com

Vođenje timova, ali i sebe postalo je izazovno u današnjem vremenu kada promjene nisu samo intenzivne, nego i učestale. Promjene ne možemo zaustaviti, one nisu pod našom kontrolom, stoga fokus treba biti na onome: kako ih prihvaćamo, usvajamo, opiremo se ili ne, frustriramo, plovimo, moderiramo, oblikujemo, kokreiramo i na kraju kako ih zovemo. Kada promjene zovemo novosti, već s tim minimalnim odmakom, počinje proces promjene perspektive i proaktivnog oblikovanja promjena, tada one otvaraju prostor da budu promatrane kao prilika.

Kako bi uspješno vodili i sebe i tim, u okolnostima koje su gore spomenute važno je uzeti u obzir ovih pet elemenata:

1. Temelji, koje čine: emocije, inkrementalni fokus i greške
2. Moć perspektive
3. Komunikacija
4. Eksterno usmjerenje
5. Budite dobri prema sebi

Temelji dobrog vođenja timova su emocije, inkrementalni fokus i odnos prema greškama. Emocije su ključan dio vođenja, voditelj mora biti svjestan svojih emocija, autentično ih komunicirati sa svojim timom i spriječiti da vlastite emocionalne oscilacije određuju atmosferu u kojoj tim radi. Inkrementalni fokus motivira voditelja (i tim) da primjećuje i vrednuje uspjehe i napretke, te stvara atmosferu u kojoj se velikim projektima ili izazovima pristupa na metodičan način. Odnos prema greškama, kako vlastitim, tako i tuđim značajno će oblikovati kulturu tima. Greške ne treba skrivati, iz njih treba učiti te ih ne treba ponavljati.
Moć perspektive je ključan alat za svakog voditelja. Shvaćanje da ono što jedna osoba percipira kao veliki problem, netko drugi ne vidi kao problem, proaktivno dizanje praga za ono što smatramo problemom i shvaćanje da isti problem različitim osobama (ovisno o tome kako ga oblikuju) može donijeti različite ishode omogućuje voditelju da mirnije, stabilnije i

konstruktivnije vodi tim u različitim situacijama i fazama. Komunikacija koja je prilagođena, frekventna, otvorena i autentična može značajno oblikovati kulturu, angažman i rezultate tima. Eksterno usmjerenje je ono što u teškim/kriznim/izazovnim vremenima često izmakne pažnji voditelja ili članova tima, bavljenje samima sobom vs utjecanje na oblikovanje okružja u kojem funkcioniramo može rezultirati dugoročno povoljnim ili nepovoljnim trendovima. Nepovoljan je ishod kada nam ta mogućnost izmakne zbog fokusa na interno ili zbog očekivanja da će to učiniti netko drugi. Za kraj, ali ne i najmanje važno, dobar voditelj je primarno dobar prema sebi, te svojim primjerom pokazuje članovima tima kako brinuti za sebe u elementarnom smislu (odmor/san, prehrana, kretanje), ali i načinom na koji evaluira svoje greške i govori o sebi što na van pokazuje važne elemente voditeljevog internog dijaloga.

ZAKLJUČAK

Ponekad je voditi sebe izazov, pa zadatak ili potreba da vodimo i druge pritom može biti još teži. Ovim predavanjem nudi se neke od alata i tehnika koji mogu pojedinačno ili u kombinaciji s alatima koje voditelj već ima na raspolaganju ublažiti te izazove i postići bolje efekte.

KLJUČNE RIJEČI: *vođenje, tim, perspektiva, emocije*

ZNAČAJ LIDERSKIH VJEŠTINA ZA MENADŽERE U ZDRAVSTVU

Adisa Delić

Ekonomski fakultet Univerziteta u Tuzli, Urfeta Vezagića br.8, 75 000 Tuzla, BiH

adisa.delic@untz.ba

Danas je, kako u teoriji tako i u praksi menadžmenta, općeprihvaćeno mišljenje da savremeni menadžeri trebaju posjedovati razvijene liderske vještine. To je posebno važno u sektoru zdravstva, koji je izuzetno složen, dinamičan i osjetljiv na promjene u društvenom, ekonomskom i tehnološkom okruženju. Menadžeri u zdravstvu koji nemaju razvijene liderske sposobnosti uglavnom su fokusirani na administraciju, planiranje, budžetiranje i kontrolu, što može rezultirati zadržavanjem organizacije u statusu quo. S druge strane, ukoliko imaju razvijene liderske vještine, menadžeri u zdravstvu imaju i sposobnost motivacije i mobilizacije zaposlenih, poticanje na promjene, kontinuirano učenje i usvajanje inovacija, što u konačnici rezultira kvalitetnom zdravstvenom uslugom i uspješnošću poslovanja.

Menadžeri sa liderskim vještinama daju jasne smjernice i artikulišu viziju razvoja zdravstvene ustanove, motiviraju i inspirišu zdravstvene radnike da ostvare ciljeve organizacije, te doprinose stvaranju kulture saradnje, povjerenja i profesionalne odgovornosti. Uspješan menadžer u zdravstvu sa liderskim vještina zna kako kvaliteno komunicirati s različitim interesnim grupama – od medicinskog osoblja i pacijenata do donosioca odluka.

U bosanskohercegovačkom kontekstu, potreba za liderima u zdravstvu je posebno izražena. Zdravstveni sistem se suočava s brojnim izazovima – od nedostatka resursa, preopterećenosti osoblja i zastarjele infrastrukture, do sve većeg odlaska kvalifikovanih zdravstvenih radnika u inostranstvo. U takvim uslovima, menadžeri sa razvijenim liderskim vještinama mogu igrati ključnu ulogu u kreiranju i održavanju motivirajućeg radnog okruženja, izgradnji timskog duha i jačanju osjećaja pripadnosti među zaposlenima. Takođe, lideri u zdravstvu su neophodni za uspješno provođenje reformi, unapređenje kvaliteta usluga i jačanje povjerenja korisnika usluga u zdravstveni sistem.

Liderske vještine menadžera u zdravstvu, kao što su komunikacijske vještine (vještine verbalne, vještine neverbalne komunikacije i umijeće slušanje), vještine upravljanja sobom i etično

korištenja menadžerske moći, sposobnost izgradnje povjerenja, saradnje i timskog duha među zaposlenicima, sposobnost prepoznavanja i primjene odgovarajućih motivacijskih mehanizama kod saradnika, sposobnost upravljanja stresom i konfliktima, vještina delegiranja i upravljanja vremenom, visok stepen emocionalne inteligencije, osiguravaju menadžerima uspješno upravljanja zdravstvenim organizacijama.

KLJUČNE RIJEČI: *menadžeri u zdravstvu, menadžeri vs. lideri, liderske vještine*

KULTURA VISOKIH PERFORMANSI – KAKO LIDERI MIJENJAJU ZDRAVSTVO

Vedran Jakupović

Univerzitet u Sarajevu, fakultet zdravstvenih studija, Stjepana Tomića 1, 71000 Sarajevo, BiH

vedran.jakupovic@fzs.unsa.ba

U dinamičnom i izazovnom okruženju zdravstvenog sektora, kultura visokih performansi postaje ključni faktor uspjeha. Lideri se fokusiraju na zadatak, ali i na brigu o članovima tima. U našim uslovima poslovanja neophodno je da mijenjaju kulturu, odnos uposlenika prema poslu, pacijentima, ustanovi, a sve u želji da dobiju konačni rezultat - unaprijeđenje zdravstvene organizacije, bolje ishode za pacijente, te veću efikasnost i održivost sistema. Da bi mijenjali kulturu moraju pokazati brigu o uposlenicima jer lideri se bave ljudima, a ljudi – zdravstveni profesionalci su nosioci usluge u zdravstvu. Ključni segmenti u kojima lideri mijenjaju zdravstvo kreirajući kulturu visokih performansi su strateški menadžment, strateški marketing i upravljanje kvalitetom u zdravstvu. Ovim trijasom aktivnosti lideri pokrivaju suštinske zahtjeve vremena u kojem živimo.

Uloga lidera menadžera u stvaranju kulture visokih performansi

Vođenje zahtijeva jasnu misiju, viziju, strateško planiranje i sposobnost donošenja odluka. Kroz ispravno upravljanje ljudskim resursima, optimizaciju procesa i inovacije u vršenju usluge, lideri mogu osigurati da njihovi timovi postižu vrhunske rezultate.

Marketing u zdravstvu – stvaranje vrijednosti

Strateški marketing može značajno doprinijeti percepciji kvaliteta usluga, privlačenju pacijenata i jačanju brenda zdravstvene ustanove. Razmotrit ćemo kako liderski pristup olakšava kreiranje marketinških strategija s fokusom na interni marketing za jačanje povjerenja pacijenata, unapređenje komunikacije i kreiranje diferenciranih, specifičnih zdravstvenih usluga.

Upravljanje kvalitetom – temelj kontinuiranog poboljšanja

Kvalitet zdravstvene njege direktno utiče na sigurnost pacijenata i uspješnost liječenja. Lideri koji razumiju metode upravljanja kvalitetom, poput standardizacije, sertifikacije, akreditacije, mjerenja performansi i sl. mogu osigurati stalno poboljšavanje procesa. Posebno ćemo naglasiti

kako kultura visokih performansi doprinosi implementaciji sistema kvalitete koji su održivi i prilagodljivi promjenama.

KLJUČNE RIJEČI: *menadžer u zdravstvu, lider, menadžment, marketing*

IMUNIZACIJA U APOTECI: ZDRAVLJE NA DOHVAT RUKE

Lejla Mutapčić

Apoteka Mutapčić Srebrenik, Tuzlanskog odreda bb, 75350 Srebrenik, BiH

mutapcic.lejla@hotmail.com

Projekat „Imunizacija u apoteci: Zdravlje na dohvat ruke“ osmišljen je s ciljem unapređenja javnog zdravlja kroz uvođenje vakcinacije kao apotekarske usluge u Bosni i Hercegovini. Ideja proizilazi iz potrebe za većom dostupnošću vakcina svim građanima, posebno u ruralnim i teško dostupnim područjima, uz rasterećenje postojećeg zdravstvenog sistema. U skladu s praksom razvijenih zemalja, predviđa se edukacija farmaceuta i stvaranje infrastrukture koja omogućava sigurnu i efikasnu primjenu određenih vakcina u apotekama.

Ciljevi projekta uključuju povećanje pokrivenosti vakcinacijom, smanjenje administrativnih barijera, efikasniji proces imunizacije, te jačanje povjerenja građana u vakcinaciju kroz direktan kontakt s obučenim farmaceutima. Implementacija se temelji na SMART cilju: uvođenje vakcinacije u apotekama u narednih 12 mjeseci, uz povećanje broja vakcinisanih osoba za najmanje 10%.

Detaljna SWOT analiza ukazuje na brojne prednosti, uključujući dostupnost apoteka i povjerenje korisnika, ali i izazove poput zakonskih prepreka, potrebe za dodatnom edukacijom i ograničenog prostora. Prilike za razvoj uključuju partnerstva sa zdravstvenim ustanovama i farmaceutskim kompanijama, kao i usklađivanje s nacionalnim strategijama za javno zdravlje.

Plan aktivnosti obuhvata pet faza: pripremu i planiranje, promociju i informisanje, organizaciju i sprovođenje vakcinacija te monitoring i izvještavanje. Predloženo je i upravljanje promjenama kroz osam koraka, uključujući pilot fazu u odabranim apotekama, formiranje tima i kontinuiranu evaluaciju procesa.

Finansijski aspekt projekta uključuje troškove vakcina, edukacije, marketinga i tehničke podrške, a finansiranje se predviđa kroz partnerstva sa državnim institucijama i zdravstvenim osiguravajućim društvima. Projekat predstavlja značajan korak ka integraciji farmaceuta u

preventivne zdravstvene mjere i približava Bosnu i Hercegovinu savremenim standardima zdravstvene zaštite.

KLJUČNE RIJEČI: *vakcinacija, apoteka, farmaceut, imunizacija, javno zdravlje*

KOMPLEKSNOST UPRAVLJANJA U BOLNIČKOJ APOTECI I PROBLEMATIKA OPSKRBE LIJEKOVIMA I MEDICINSKIM SREDSTVIMA

Alisa Habibija

Kantonalna bolnica "Dr Safet Mujić", Maršala Tita 294, Mostar 88000, BiH

alisahabibija@hotmail.com

Cilj ovog rada je prikazati problematiku opskrbe zdravstvenih ustanova sekundarnog i tercijarnog tipa sa lijekovima i medicinskim sredstvima. Po organizaciji zdravstvenih ustanova te po sistematizaciji rada, u 90% klinika i bolnica u BiH, bolničke apoteke su ustvari organizacione jedinice za nabavku lijekova i medicinskog materijala. Farmaceuti kao voditelji tih organizacionih jedinica zaduženi su za pravovremenu opskrbu ustanove lijekovima i medicinskim sredstvima. Oni se susreću sa nizom problema koji su usko vezani sa pozicioniranjem farmacije u dinamičnom okruženju tržišta i zakonskih regulativa.
Problemi s kojima se u ovom kontekstu farmaceuti susreću, su u ovom radu prikazani primjerima iz prakse. Osim problema na tržištu i problema koji proističu iz zakonskih regulativa koje su vezane za zdravstvo i farmaciju, bolnice kao pravna lica koja se finansiraju iz javnih sredstava, podliježu Zakonu javnih nabavki, koji onemogućava pravovremenu i adekvatnu opskrbu lijekovima i medicinskim sredstavima. Sve je veći izazov farmaceutima da se suoče sa potrebama evaluiranja proizvoda i usporedbe investicija i troškova u odnosu na učinak koji se postiže kod liječenja pacijenata, te sa sve većim problemima i potrebama da održe kliničke rezulatate uz kontrolu troškova, a sve u zakonskim regulativama.
Zaključak: Zakon javnih nabavki opstruira pravovremeno snadbijevanje bolnica i klinika lijekovima i medicinskim sredstvima. U dinamičnom okruženju i problematičnom tržištu lijekova i medicinskih sredstva, uz poštivanje Zakona o zdravstvenoj zaštiti i Zakona o lijekovim i medicinskim sredstvima, od velikog značaja bi bilo izuzeće lijekova iz Zakona javnih nabavki, ili određene izmjene. Tako bi bio olakšan put nabavke, te bi se otvorili putevi da radimo na aktivnostima gdje bi naš fokus bio pacijent i skrb za pacijenta.

KLJUČNE RIJEČI: *menadžment, investicije, zakon, tržište, finansiranje, registracije*

SAŽECI SPONZORIRANIH PREDAVANJA

PROLAC^{10} SUSPENZIJA – SIMBIOTIK ZA 10

Hasiba Erkočević

OJ Dom zdravlja Vrazova Centar, Vrazova 11, Sarajevo 71000, BiH

hasiba.erkocevic@mf.unsa.ba

UVOD I CILJ

Probiotici predstavljaju važan segment savremene podrške zdravlju, s obzirom na njihovu ulogu u očuvanju ravnoteže crijevne mikrobiote. Cilj ovog rada je ukazati na značaj primjene probiotika i simbiotika u očuvanju i unapređenju zdravlja, te predstaviti karakteristike nove generacije proizvoda koji su dizajnirani za ciljano moduliranje mikrobioma. Fokus je stavljen na Prolac10 suspenziju – simbiotik koji kombinuje više sojeva korisnih bakterija sa prebioticima, s potencijalom doprinosa u terapiji i prevenciji različitih poremećaja.

METODE

Prikaz podataka i karakteristika proizvoda izveden je putem PowerPoint prezentacije, uz upotrebu dostupne stručne dokumentacije i važeće regulative u oblasti dodataka prehrani.

REZULTATI

Predstavljene su ključne osobine Prolac10 suspenzije, uz osvrt na regulatorne smjernice za dodatke prehrani. Proizvod sadrži 10 pažljivo odabranih probiotskih sojeva u visokoj koncentraciji od 15 milijardi CFU po dozi, obogaćen prebioticima (inulin i fruktooligosaharidi) koji potpomažu njihov rast i djelovanje.

ZAKLJUČAK

Prolac10 suspenzija predstavlja novu generaciju simbiotičkih proizvoda sa sinergijskim djelovanjem probiotika i prebiotika. Zahvaljujući bogatom i uravnoteženom sastavu, može

imati korisne implikacije na ljudsko zdravlje, posebno u regulaciji crijevne flore i imunološkog odgovora, te kao podrška u liječenju određenih gastroenterološkim i metaboličkih stanja.

KLJUČNE RIJEČI : *probiotik, simbiotik, inulin, fruktooligosaharidi, mikrobiom, crijevna flora*

ALERGIJE I KVALITET ŽIVOTA : ZAŠTO JE VAŽNO RAZMIŠLJATI DALJE OD SIMPTOMA?

Josip Lesko

Medicinski fakultet Sveučilišta u Mostaru, Zrinskog Frankopana 34, 88000 Mostar
Klinika za otorinolaringologiju i maksilofacijalnu hirurgiju SKB Mostar, Matice hrvatske, 88 000 Mostar, BiH

josip.lesko@mef.sum.ba

UVOD

Alergijski rinokonjunktivitis i hronična urtikarija predstavljaju bolesti s izraženim utjecajem na svakodnevno funkcioniranje i kvalitet života pacijenata. Savremeni pristupi terapiji zahtijevaju ne samo efikasno ublažavanje simptoma već i pozitivan učinak na sveukupno zdravstveno stanje. Ovaj rad daje sažet prikaz razvoja antihistaminika kroz generacije, s posebnim naglaskom na bilastin – antihistaminik koji kombinuje brz početak djelovanja, visoku efikasnost i sigurnosni profil usporediv s placebom.

MATERIJALI I METODE

Na stručnom predavanju bit će prikazane relevantne kliničke studije koje su procjenjivale efikasnost, sigurnost i utjecaj bilastina na kvalitet života kod pacijenata s alergijskim oboljenjima.

ZAKLJUČAK

Pri odabiru terapije za alergijski rinokonjunktivitis i urtikariju, važno je razmišljati izvan granica kontrole simptoma. Pored dokazane efikasnosti i sigurnosti, izbor terapije treba biti usmjeren i na unapređenje kvaliteta života. Bilastin, kao antihistaminik nove generacije, ispunjava ove zahtjeve i predstavlja racionalan terapijski izbor u svakodnevnoj kliničkoj praksi.

KLJUČNE RIJEČI: *kvalitet života, efikasnost, sigurnost, bilastin, Aprix*

IZAZOVI MODERNOG NAČINA ŽIVOTA

Amra Zalihić

Dom zdravlja Mostar, Ul. Hrvatskih branitelja b.b., Mostar 88000

azalihic@gmail.com

Savremeni način života donosi hroničnu preopterećenost različitim faktorima:
• konstantnim protokom informacija,
• pretjeranom upotrebom pametnih telefona,
• dugotrajnom izloženošću ekranima,
• produženim sjedenjem,
• hroničnim stresom,
• i nezdravom ishranom.

Kao posljedica ovih savremenih opterećenja, sve češće se javljaju zdravstveni problemi poput glavobolja, bolova u leđima i vratu, žgaravice, te hronične venske bolesti – koji spadaju među tri najčešća razloga za posjetu apotekama, uz prehladu i gripu.

Medicinsko objašnjenje: Kako različita preopterećenja dovode do bolova i stomačnih problema
Visok nivo izloženosti ekranu povezan je s povećanim rizikom od glavobolje i migrene. Sedentarno ponašanje, bilo u radnom ili slobodnom vremenu, povezano je s umjerenim povećanjem rizika od bolova u donjem djelu leđa (LLBP) kod odraslih, djece i adolescenata. Povećan bol tokom vježbanja kod pacijenata s hroničnim bolom često predstavlja prepreku redovnom vježbanju. Zbog toga, ljudi u bolovima manje ili uopšte ne vježbaju, što često dovodi do lošeg raspoloženja, više stresa i povezano je s nepravilnim, nezdravim obrocima. Loše prehrambene navike (nepravilni obroci) i stres povezani su s GERB-om.

Za najčešće probleme koji su posljedica modernog načina života rješenje možete pronaći u Krki. Nalgesin – uvijek kada boli. Nolpaza control dugotrajno gasi vatru u stomaku. Flebaven – mikronizirani diosmin u skladu sa smjernicama PhEU za hroničnu bolest vena.

KLJUČNE RIJEČI: *bol, žgaravica, hronična bolest vena*

SPONZORI

HERCEGOVINALIJEK
Synthesis Pharma
BOSNALIJEK
Prvo zdravlje!
www.unifarm.ba
Unifarm
OKTAL PHARMA
ZENTIVA
ALKALOID
SKOPJE
KRKA
Hemofarm
AbelaPharm
FARMAVITA
FARMALOGIST ALLBIX
Member of ERGO wbe Group
ABDiIBRAHIM
ZADA
PHARMACEUTICALS
Italgroup
BIOMEDIC
VIATRIS
BERLIN-CHEMIE
MENARINI
DOLFARM
PONTUS
Amicus
a Swixx BioPharma company
medimpex
DR.THEISS
Naturwaren GmbH
LACALUT
TUZLAFARM
SANDOZ
EL PHARMA
body
držim liniju
SALVEO
amsal
Natural Wealth
Digitalni partner
barwa
COSMETICS
SELT
smiley
MyPharmaSpace
SALVUS
PHARMAMED
Iz prirode za Vaše zdravlje!
MEGAPHARM