

ИНФОРМАЦИОННО-КОНСУЛЬТАТИВНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФАРМАЦЕВТА В АПТЕЧНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ Г. БИШКЕК

Кельдибекова Т., Орозбакова З., Исмаилов И.З.

*Кафедра базисной и клинической фармакологии, Кыргызская государственная медицинская академия им. И.К. Ахунбаева,
г. Бишкек, Кыргызстан*

Резюме. В статье рассмотрены вопросы профессионального консультирования покупателей фармацевтом и оценка качества обслуживания потребителей лекарств в аптечном учреждении.

Ключевые слова: фармацевт, покупатель, лекарственное средство, аптечно учреждение, консультирование, качество обслуживания.

Резюме. Макалада фармацевттин сатып алуучуларга профессионалдуу кенеш берүүсүнө жана дарыканада дары керектөөчүлөрдү сапаттуу тейлоосүнө баа берүү каралган.

Негизги сөздөр: фармацевт, сатып алуучу, дары, дарыкана мекемеси, кенеш берүү, сапаттуу тейлөө.

Resume. This article describes issues of professional pharmaceutical counseling to buyers and assessment of customer service quality of medicines in pharmacies.

Keywords: pharmacist, buyer, drug, pharmacies, counseling, quality of service.

Введение. Большие изменения, произошедшие за последние десятилетия на фармацевтическом рынке Кыргызстана, сопровождавшиеся разгосударствлением собственности, ростом числа субъектов фармацевтического рынка, повышением цен, увеличением ассортимента лекарственных препаратов, стали предпосылками роста роли фармацевта в системе здравоохранения Кыргызской Республики. Увеличение числа аптечных учреждений явилось одной из причин обострения конкуренции на фармацевтическом рынке. Кроме того, ассортимент лекарственных препаратов возрос почти в три раза, причем, во многом за счет введения в ассортиментный перечень препаратов-генериков различных фирм-производителей.

На сегодняшний день на рынке присутствует огромное количество компаний. Ежегодно в Кыргызстан поступает более семи тысяч различных медикаментов, из которых 68% поступают из дальнего зарубежья (Европа, США, Индия, Канада и т.д.), 28% из ближнего зарубежья (Россия, Украина, Белоруссия) и только 7% лекарственных препаратов местного производства [1,2,3,4]. Вследствие этого, из-за большого разнообразия ввозимых лекарственных препаратов

и благодаря рекламе лекарств в средствах массовой информации, зачастую больной, не обращаясь к врачу, либо сам выбирает себе препарат, либо обращается за помощью к фармацевту. Многие фармацевтические компании в целях получения максимальной прибыли способствуют продвижению на фармацевтический рынок своих препаратов с сомнительным качеством.

Цель исследования - изучить, насколько полно реализуется консультативная функция фармацевта, как основной компонент качества обслуживания пациентов в аптеках г. Бишкек.

Материалы и методы исследования. Исследование проводилось в выборочных точках розничной аптечной торговли г. Бишкек с участием 312 человек методом интервьюирования покупателей. Были выбраны следующие виды аптек: транзитные - находящиеся на пересечении центральных улиц, спальные - расположенные в микрорайонах, аптеки, находящиеся рядом с лечебно-профилактическими учреждениями, а также аптеки открытого (фарммаркеты) и закрытого типов.

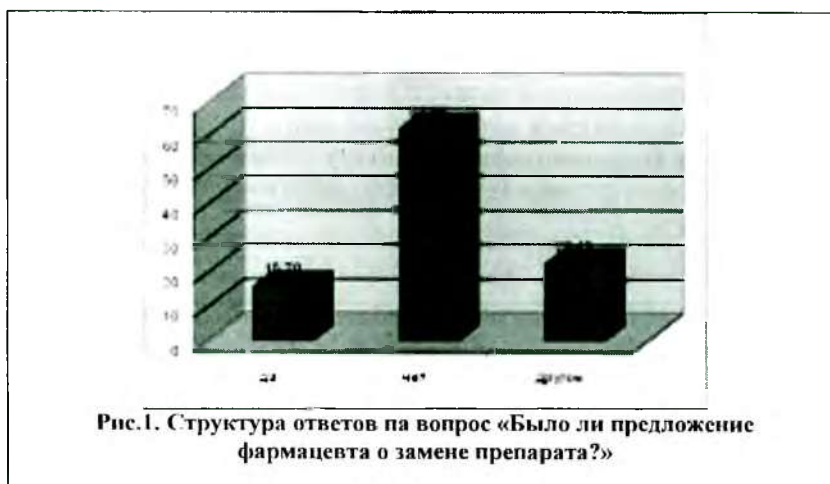
Опрос посетителей аптек проводился с помощью анкеты, содержащей 9 вопросов, из них 2 - открытого типа и 7 - закрытого типа. Вопрос

сы закрытого типа кодировались. Полученные данные обрабатывались общепринятыми статистическими методами при помощи персонального компьютера с использованием табличного редактора Excel' 2002 с пакетом анализа для Windows XP.

Результаты исследования. В ходе исследования установлено, что 58% покупателей в аптеках составляют женщины, 42% - мужчины. При посещении аптеки 81,4% её клиентов приобретают ЛС или ИМН, а 18,6% посетителей

аптек уходят без покупок.

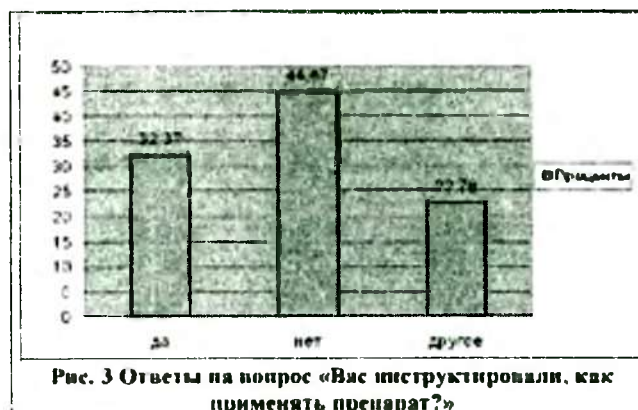
При ответе на вопрос "Было ли предложение фармацевта о замене препарата?" 15,7% респондентов ответили утвердительно. Некоторые препараты сегодня недоступны населению из-за высокой цены, поэтому у фармацевта есть возможность заменить дорогое средство более доступным по цене препаратом-генериком, для чего фармацевту необходимы хорошие знания номенклатуры лекарственных средств.



При ответе на вопрос "Вас информировали о цели применения препарата и нежелательных побочных реакциях?" 45,19% покупателей указали, что такой информации от фармацевта они не получили (рис.2).



При этом оказалось, что 29,17% покупателей сами поинтересовались у фармацевта о побочных реакциях лекарственного препарата, а 25,64% опрошенных ответили, что либо знают о побочных действиях, либо их проконсультировал лечащий врач.



Как видно из рисунка 3, 44,87% покупателей ушли из аптеки, не получив инструкции от фармацевта по приему препарата, только 32,37% покупателей были проинструктированы фармацевтом, а 22,76% покупателей лекарств ответили, что знают как принимать ЛП, т.к. их проконсультировал лечащий врач, либо они могут найти нужную информацию в листке-вкладыше.

Заключение

Таким образом, проведенное исследование показало, что население нашей страны имеет доступ к лекарственным средствам, но уровень фармацевтического консультирования пациентов в аптеках остаётся недостаточным. Пациенты имеют доступ к информации о лекарстве из инструкций по применению, рекламных буклетов, средств массовой информации, Интернета, но эта информация не всегда достоверна и полна.

Фармацевтическое консультирование пациен-

тов является ключевым звеном увеличения качества обслуживания клиентов аптеки, позволяет улучшить показатели общественного здоровья, снизить количество побочных эффектов, уменьшить количество бессмысленно используемых пациентами лекарственных средств и, в конечном счете, способствует увеличению прибыли фармацевтической организации.

Литература

1. Справочник "Фармацевтический рынок Кыргызстана" (сост. К.С. Чолпонбаев, Бишкек, 2005 г.), данные ДЛЮ и МТ Минздрава КР, Национального статистического комитета КР;
2. Документ "Здравоохранение Кыргызстана в 21 веке", HiT (Healthcare Systems in Transition) of Kyrgyzstan (2000);
3. www.pharm.kg;
4. www.mz.med.kg