

Е.И. Грибкова^{1,2}, А.А. Скрипко³, К.В. Сударенко¹, О.З. Мустаев⁴

АНАЛИЗ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОНСУЛЬТАЦИОННОЙ УСЛУГИ ПОТРЕБИТЕЛЯМ СТАРШЕГО ПОКОЛЕНИЯ

¹ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов

имени Патриса Лумумбы», г. Москва

²ФГБОУ ВО «Московский государственный университет

имени М.В. Ломоносова», г. Москва

³ФГБОУ ВО «Иркутский государственный медицинский университет»

Минздрава России, г. Иркутск

⁴Филиал ФГБОУ ВО «Военно-медицинская академия имени С.М. Кирова», г. Москва

Информационное обеспечение в аптечных организациях повышает качество оказания фармацевтической помощи, в том числе и потребителям старшего поколения.

Целью данной работы явилось изучение особенностей информационного обеспечения потребителей старшего поколения.

Материал и методы. Исследование проводилось в аптеках г. Москвы и г. Тулы. В исследовании были использованы результаты анкет 424 потребителей старшего поколения (210 опрошены в аптеках г. Москвы и 214 – в аптеках г. Тулы) и использованы методы контент-анализа: сравнения, графический, статистический, социологический.

Результаты. В процессе исследования были изучены основные причины выбора аптечной организации и определены критерии фармацевтического консультирования и информирования по степени важности потребителей старшего поколения. Большая часть респондентов выбирают аптечную организацию из-за удобства ее расположения, а респонденты возрастной группы (60-73 года) выбирают те аптечные организации, в которых им оказали профессиональную консультацию. При изучении информационного обеспечения данной категории потребителей были изучены основные причины их удовлетворенности оказанной услугой (подбор более эффективного и дешевого лекарственного препарата (ЛП), экономия времени в сравнении с посещением поликлиники) и неудовлетворенности данной услугой (незнание сотрудниками аптеки собственного ассортимента, их непрофессионализм, а также отсутствие доверия потребителей к представленной информации). Были определены положительные и отрицательные стороны фармацевтического консультирования и информирования. По результатам исследования была построена сравнительная таблица критериев фармацевтического консультирования и информирования потребителей старшего поколения. Итоговым результатом исследования стал разработанный информационный потребительский листок для лекарственного препарата (ЛП) «Настойка пустырника», который был адаптирован для потребителя старшего поколения. Он содержал основную информацию по ЛП с учетом социально-психологических особенностей данной категории потребителей.

Заключение. Полученные результаты исследования могут быть внедрены в аптечную практику и помогут повысить качество оказания фармацевтической помощи потребителям старшего поколения.

Ключевые слова: розничная аптечная организация, сотрудники аптеки, фармацевтическое консультирование, потребности гериатрического возраста, аптечная организация, информирование, лекарственный препарат.

E.I. Gribkova, A.A. Skripko, K.V. Sudarenko, O.Z. Mustae

ANALYSIS OF INFORMATION AND CONSULTING SERVICES TO OLDER CONSUMERS

Information support in pharmacies improves the quality of pharmaceutical care, including for older consumers.

The purpose of this work was to study the features of information support for older consumers.

Material and methods. The study was conducted in pharmacies in Moscow and Tula. The study used the results of 424 questionnaires of older consumers (210 were interviewed in Moscow pharmacies and 214 in Tula pharmacies). Methods: content analysis, comparison method, graphic, statistical, sociological.

Results. The study examined the main reasons for choosing a pharmacy and determined the criteria for pharmaceutical consulting and information according to the degree of importance for older consumers. Most respondents choose a pharmacy because of its convenient location, but respondents in the 60-73 age groups choose those pharmacies where they received professional advice. When studying the information support of this category of consumers, the main reasons for satisfaction (selection of a more effective and cheaper drug, saving time compared to visiting a polyclinic) and dissatisfaction with this service (lack of knowledge of the assortment, incompetence, lack of trust in the information provided to the consumer) were studied. Positive and negative aspects of pharmaceutical consulting and information were also identified. Based on the results of the study, a comparative table of criteria for pharmaceutical consulting and informing of older consumers was constructed. The final result of the study was the developed consumer information leaflet for the drug «Motherwort Tincture», which was adopted for the older consumer, containing basic information on the drug, taking into account the socio-psychological characteristics of this category of consumers.

Conclusions. The obtained results of the study can be implemented in pharmacy practice and will help to improve the quality of pharmaceutical care to older consumers.

Key words: retail pharmacy organization, pharmacy staff, pharmaceutical consulting, geriatric consumer, pharmacy organization, information, medicinal product.

Анализ нормативно-правового регулирования оказания медицинской и фармацевтической помощи гражданам РФ за последнее время показал, что большое внимание уделяется пациентам старшего поколения. Данная категория имеет свои особенности как в со-

стоянии здоровья (большое количество заболеваний, причем большая часть из них хронические), так и в психоэмоциональном поведении, что влияет на восприятие информации при фармацевтическом консультировании и информировании.

Целью данного исследования явилось проведение сравнительного анализа обеспечения потребителей старшего поколения информацией аптечной организации.

Материал и методы

В данной работе освещены следующие методы исследования: контент-анализ, сравнение, графический, статистический, социологический. Проведен анализ 424 анкет, в которых в качестве респондентов представлены потребители аптек старшего поколения (210 опрошены в аптеках г. Москвы и 214 – в аптеках г. Тулы). В первом блоке анкеты вопросы были направлены на изучение характеристик, являющихся приоритетом выбора потребителями аптечных организаций. Вторая часть анкеты направлена на выявление положительных и отрицательных сторон фармацевтического консультирования и информирования на уровне розничной аптечной организации, а также на возможное выявление информационной асимметрии при предоставлении информационно-консультационной услуги. В заключительном блоке анкеты потребителям был представлен разработанный нами информационный листок по ЛП. Необходимо отметить, что нами было выделено две основные возрастные группы: первая группа – потребители 60-73 лет, вторая возрастная группа – 74-100 лет.

Результаты и обсуждение

В данном исследовании были выделены основные три блока анкеты. Первый блок исследования включал в себя анализ факторов выбора аптечной организации для потребителей старшего поколения. Анализ полученных результатов в ходе анкетирования потребителей старшего поколения в г. Туле показал, что выбор аптечных организаций опирается на следующие характеристики: первая возрастная группа выбирает аптеку по удобному месту расположения – 37% опрошенных и разнообразию ассортимента – 17%, вторая возрастная группа фактором выбора аптечной организации определила также эти два показателя. Однако, в дополнение ими был обозначен и еще один признак выбора аптечной организации – предоставление фармацевтическими работниками фармацевтического консультирования о надлежащем качестве. Анализ результатов опроса посетителей аптеки г. Москвы старшего поколения показал, что по данному вопросу они выбирают абсолютно такие же факторы, как и в аптеках г. Тулы. Разница только в определении по значимости каждого из выбранных факторов. Наиболее значимым для московских пациентов фактором является удобство расположения аптечной организации, на втором месте –

предоставление надлежащего уровня консультирования, на третьем месте – ассортимент препаратов.

На следующем этапе нашего исследования были определены положительные и отрицательные стороны предоставления информации сотрудниками аптек. В тульских аптечных организациях потребители определили следующие положительные стороны: для лиц 60-73 лет – это подбор более эффективного ЛП – 31,46%; подбор более дешевого ЛП – 24,72%; разъяснение особенностей дозирования и применения ЛП – 12,36%; предоставление противопоказаний к ЛП – 10,11%; затрата меньшего времени чем при посещении врача в поликлинике, – 20,22%. Затруднились ответить 1,12%. Для лиц 74-100 лет: подбор более эффективного ЛП – 34,21%; подбор более дешевого ЛП – 34,21%; разъяснение особенностей дозирования и применения ЛП – 10,53%; разъяснение противопоказаний к ЛП – 2,63%; затрата меньшего времени, чем при посещении врача в поликлиники, – 15,79%.

Также респонденты г. Тулы обозначали отрицательные стороны фармацевтического консультирования и информирования. Ответы лиц 60-73 лет: невозможно подобрать схему лечения – 20,86%; нельзя уточнить диагноз – 25,87%; беспокойство, связанное с тем, что будут рекомендовать более дорогой, а не более эффективный ЛП – 23,64%; наличие непрофессионализма и грубости аптечных работников – 31,64%. Ответы лиц 74-100 лет: невозможно подобрать схему лечения – 9,41%; уточнить диагноз – 30,63%; беспокойство, что будут рекомендовать более дорогой, а не более эффективный ЛП – 43,15%; наличие непрофессионализма и грубости сотрудников аптеки – 11,11%.

При анализе проведенного консультирования обеим возрастным группам в г. Москве было выявлено, что для большей части потребителей положительными сторонами был подбор более эффективного ЛП, но при этом среди отрицательных характеристик предоставления информации будет и «рекомендация более дорогого ЛП». Также в качестве характеристики положительным знаком явилась экономия времени при посещении аптеки и получения информации у сотрудника аптеки. Вариант ответа на вопрос о противопоказаниях к ЛП был выбран меньшим количеством респондентов как в первой возрастной группе, так и во второй. В качестве отрицательных характеристик при информационном обеспечении потребителей старшего поколения в г. Москве преобладали варианты «отсутствие определе-

ния схемы лечения» – 48% и 53% во второй и первой возрастных группах соответственно. К отрицательным сторонам также были отнесены: «невозможность уточнить диагноз», «риск рекомендации более дорогого препарата». Необходимо отметить, что среди московских потребителей старшего поколения не нашлось

ни одного респондента, который бы остался полностью довольным оказанной услугой.

Проведенный анализ полученных результатов анкетирования позволил определить характеристики, предварительно обозначенные респондентами г. Москвы и г. Тулы. Данные представлены в таблице.

Таблица

Сравнительная таблица характеристик процесса информирования потребителей старшего поколения		
Характеристики	Ответы потребителей г. Тулы	Ответы потребителей г. Москвы
Выбор аптеки	Удобное расположение аптеки	Удобное расположение аптеки
Требования к ассортименту	Рекомендация врача	Рекомендация врача
Ассортиментная группа предпочтительная для консультирования	Консультация по лекарственному препарату	Консультация по лекарственному препарату
Важность информирования по шкале от 1 до 5 баллов	5 баллов	5 баллов
Вид информации, наиболее важный при консультировании	Цена, противопоказания	Подбор более эффективного лекарственного препарата
Характеристика, которой необходимо дополнить информационную услугу	Индивидуальный подход	Добавить сотрудникам алгоритм ответа при консультировании

По результатам исследования нами разработан информационный листок потребителя. Для эксперимента был определен лекарственный препарат из лекарственного растительного сырья «Пустырника настойка». Данный лист, разработанный с учетом социально-демографических и психологических особенностей группы потребителей, является дополнительным информационным носителем. Выбор ЛП «Пустырника настойка» объясняется тем, что данный ЛП, по мнению врачей, достаточно часто приобретается потребителями старшего поколения. Информация, представленная в информационном листке, составлена

на основе инструкции по медицинскому применению и пожеланиям потребителей, выявленных при проведении социологического опроса (см. рисунок). Большая часть потребителей (74%) во всех возрастных группах показала, что им сложно воспринимать тот объем информации, который представлен в инструкции по медицинскому применению. Также нами был проведен расчет изменения оптовой цены одной упаковки ЛП «Настойка пустырника», если в неё вкладывать информационный лист, – 27 копеек без НДС (32 копейки с НДС). Цена заказа печатных форм для производства данного листа – 30000 рублей.

Пустырника настойка Флакон капельница 25 мл Курс лечения: индивидуальный (обозначается врачом) Дозировка и условия приема: внутрь – по 30-50 капель 3-4 раза в день. Показания к применению: сердечно-сосудистые неврозы, вегетососудистая дисфункция, повышенная нервная возбудимость, артериальная гипертензия. Побочные эффекты и нежелательные взаимодействия: не выявлены	
---	---

Рис. Демо-версия потребительского информационного листка для лекарственного препарата «Пустырника настойка»

Заключение. В рамках представленного исследования были изучены основные критерии выбора аптечных организаций потребителями старшего поколения, обозначены положительные и отрицательные стороны предоставления информации в аптеках и представлена сравнительная таблица основных характеристик информационно-консультационной услуги среди потребителей старшего поколения в г. Москве и г. Туле. Результатом проведенного исследования явился разработанный информационный листок для безрецептурного ЛП «Пустырника настойка», предназначенный для повышения уровня оказания фармацевтической помощи потребителям пожилого возраста.

тационной услуги среди потребителей старшего поколения в г. Москве и г. Туле. Результатом проведенного исследования явился разработанный информационный листок для безрецептурного ЛП «Пустырника настойка», предназначенный для повышения уровня оказания фармацевтической помощи потребителям пожилого возраста.

Сведения об авторах статьи:

Грибкова Елена Ивановна – к. фарм. н., доцент кафедры управления и экономики фармации Медицинского института РУДН; доцент кафедры фармацевтической химии и организации фармацевтического дела факультета фундаментальной медицины ФГБОУ ВО МГУ им. М.В. Ломоносова. Адрес: 119991, г. Москва, ул. Ломоносовский пр., 27/1. E-mail: lenaimk@yandex.ru.

Скрипко Анна Анатольевна – к. фарм. н., доцент, зав. кафедрой управления и экономики фармации ФГБОУ ВО Иркутский ГМУ Минздрава России. Адрес: 664003, г. Иркутск, ул. Красного Восстания, 1, E-mail: anna_kulakova@mail.ru.

Сударенко Кристина Вячеславовна – к. фарм.н., доцент кафедры управления и экономики фармации Медицинского института РУДН. Адрес: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6. E-mail: sudarenko-kv@rudn.ru.

Мустаев Олег Зинурович – к.б.н., доцент кафедры организации и тактики медицинской службы филиала ФГБВОУ ВО ВМА им. С.М. Кирова в г. Москве. Адрес: 107392, г. Москва, ул. Малая Черкизовская, 7.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пожилые люди как особая категория посетителей аптек / В.В. Кугач [и др.]//Геронтология научно-практический журнал. – 2013. – Т. 1, №2. – С.189-201.
2. Пасечникова, М.А. Инновационные подходы к оптимизации информационной деятельности аптеки: автореф. дис. ...канд. фарм. наук. – Белгород, 2016. – 25 с.
3. The role of community pharmacists in patient counseling and health education: a survey of their knowledge and level of involvement in relation to type 2 diabetes mellitus/ D. Erku [et al]//IPRP. – 2017. – Vol. 6. – P.137-43 DOI: 10.2147/IPRP.S140777
4. Self-medication and role of pharmacist in patient education [Электронный ресурс] / L. Esfandiar [et al] // IJHP. – 2018. – Vol. 3. URL: <https://escipub.com/Articles/IJHP/IJHP-2018-08-0701> (дата обращения: 18.06.2024)
5. The practice of OTC counseling by community pharmacists in Parana, Brazil / Halila G [et al]// Pharmacy Practice. – 2015. – Vol. 13, N 4. – P.597-601 DOI: 10.18549/PharmPract.2015.04.597
6. Hamarneh Y.N.A., Hemmelgarn B., Curtis C. [et al.] Community pharmacist targeted screening for chronic kidney disease / Y. Hamarneh [et al] // CPJ/RPC. – 2016. – Vol. 149, N 1. – P.13-17 DOI: 10.1177/1715163515618421
7. Attitude and Practice of Patients toward Pharmaceutical Drugs in Al-leith health Centers, Saudi Arabia 2017/A.Hamdoon [et al]//IOSR-JNHS. – 2018. – Vol. 7, N 1. – P.39-43 DOI: 10.9790/1959-0701073943

REFERENCES

1. Kuhach V.V., Troina S.G., Tarasova E.N. [et al.] Old-aged people as a special category of pharmacy clients. Gerontologiya nauchno-prakticheskii zhurnal. 2013; 1(2):189-201. (in Russ.)
2. Pasechnikova, M.A. Innovatsionnye podkhody k optimizatsii informatsionnoi deyatelnosti apteki (Innovative approaches to optimizing pharmacy information activities): avtoref. dis. ...kand. farm. nauk. Belgorod, 2016:25. (in Russ.)
3. Erku D.A., Belachew S.A., Mekuria A.B. [et al]. The role of community pharmacists in patient counseling and health education: a survey of their knowledge and level of involvement in relation to type 2 diabetes mellitus. IPRP. 2017; 6:137-43. (in Engl) DOI:10.2147/IPRP.S140777
4. Esfandiari L., Nepal A., Rafi S.M.D., Kannan G. Self-medication and role of pharmacist in patient education IJHP. 2018; 3. [Electronic resource]. URL: <https://escipub.com/Articles/IJHP/IJHP-2018-08-0701> (in Engl)
5. Halila G.C., Junior E.H., Otuki M.F. The practice of OTC counseling by community pharmacists in Parana, Brazil. Pharmacy Practice. 2015;13 (4): 597-601. (in Engl). DOI: 10.18549/PharmPract.2015.04.597
6. Hamarneh Y.N.A., Hemmelgarn B., Curtis C. [et al]. Community pharmacist targeted screening for chronic kidney disease. CPJ/RPC. 2016; 149(1): 13-17. (in Engl.). DOI: 10.1177/1715163515618421
7. Hamdoon A.A.E., Almatani Y.A., Alomari R.A. [et al]. Attitude and Practice of Patients toward Pharmaceutical Drugs in Al-leith health Centers. Saudi Arabia 2017. IOSR-JNHS.2018;7(1):39-43. (in Engl) DOI: 10.9790/1959-0701073943

УДК 338.532.4.025.24

© К.Ж. Сатыбалдиев, Г.Я. Ибрагимова, Э.А. Ахметова, 2024

К.Ж. Сатыбалдиев¹, Г.Я. Ибрагимова², Э.А. Ахметова² СПЕЦИФИКА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

¹Кыргызская государственная медицинская академия им. И.К. Ахунбаева, г. Бишкек

²ФГБОУ ВО «Башкирский государственный медицинский университет»

Минздрава России, г. Уфа

Государственная политика ценообразования на лекарственные средства Кыргызской Республики имеет решающее значение для обеспечения доступа населения к фармакотерапии. Это влияет на стоимость лекарственных средств (ЛС), делая их более приемлемыми для тех, кто в них нуждается.

Цель работы – изучение специфики ценообразования на лекарственные средства в Кыргызской Республике.

Материал и методы. В работе использованы данные официальных сайтов систем здравоохранения и министерства юстиции Кыргызской Республики. Были применены методы: логический, аналитический, статистический, графический, а также контент-анализа.

Результаты. В работе представлены механизмы и ключевые факторы формирования цен на лекарственные средства в Кыргызской Республике, изложены особенности государственного контроля за соблюдением ценообразования. Показана регрессивная шкала наценки, предельные оптовые и розничные цены, зависящие от базовой цены за единицу товара. Разработана процедура ценообразования в Кыргызской Республике, включающая 6 этапов. Определены позитивные и негативные стороны регулирования ценообразования на лекарственные средства. Выявлено, что ценообразование в Кыргызской Республике определяется множественными факторами, включая государственное регулирование, рыночные механизмы, инфляцию, конкуренцию, социальные факторы, таможенные пошлины и налоги, а также валютные колебания.

Ключевые слова: Кыргызская Республика, контроль, ценообразование, лекарственные средства, позитивные и негативные стороны регулирования ценообразования на лекарственные средства.

K.Zh. Satybaldiev, G.Ya. Ibragimova, E.A. Akhmetova SPECIFICITY OF DRUG PRICING IN THE KYRGYZ REPUBLIC

The state policy of pricing for medicines in the Kyrgyz Republic is crucial to ensure public access to pharmacotherapy. This affects the cost of medicines, making them more acceptable to those who need them.

Purpose of the work. To study the specificity of drug pricing in the Kyrgyz Republic.

Material and methods. The work uses data from the official websites of the healthcare systems and the Ministry of Justice of the Kyrgyz Republic, using methods: logical, analytical, statistical, content analysis, graphic.