

УПРАВЛЕНИЕ И ЭКОНОМИКА ФАРМАЦИИ

УДК 615.1:338.24(075.8)

© А.Г. Хворостянова, И.А. Филина, 2019

А.Г. Хворостянова, И.А. Филина

МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛИСТОВ С НАСЕЛЕНИЕМ ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет им. И.С.Тургенева», г. Орёл

Целью работы является разработка модели информационного взаимодействия фармацевтических специалистов с населением. Проведён факторный анализ аспектов фармацевтической информации, используемой потребителями аптечных товаров. Установлено, что при выборе лекарственных препаратов (ЛП) потребители отдают предпочтение таким факторам, как качество (I 0,9), цена (I 0,79), минимум побочных действий (I 0,69), удобство приёма (I 0,59). Потребители чаще всего получают информацию о ЛП из инструкции по их применению (I 0,74), от фармацевтических специалистов и врачей (I 0,62 и I 0,65). В качестве фактора фармацевтической информации в повседневной жизни потребители используют показания к применению (I 0,83), дозу лекарственного препарата (I 0,82), противопоказания к применению (I 0,66) и побочное действие (I 0,64). На основании данных исследования разработана модель информационного взаимодействия фармацевтических специалистов с клиентами аптеки, включающая методическое обеспечение количественной оценки интерактивных показателей при взаимодействии фармацевтических специалистов с клиентской базой, позволяющей улучшить качество обслуживания населения.

Ключевые слова: модель, процессы, аптечные организации, фармацевтическая информация, факторный анализ, потребитель аптечных товаров.

A.G. Khvorostyanova, I.A. Filina

MODELING THE PROCESS OF INTERACTION OF PHARMACEUTICAL SPECIALISTS WITH POPULATION

The aim of the work is to develop a model of informational interaction of pharmaceutical specialists with the population. A factor analysis of the aspects of pharmaceutical information used by consumers of pharmacy products was carried out. It is found that during the selection of drugs consumers prefer such factors as quality (I 0,9), price (I 0,79), a minimum of side effects (I 0,69), convenience of use (I 0,59); most often they receive information about drugs from the instructions for use (I 0,74), from pharmaceutical specialists and doctors (I 0,62 and I 0,65). As a factor of pharmaceutical information in everyday life they use indications for use (I 0,83); dose of the drug (I 0,82); contraindications for use (I 0,66) and side effects (I 0,64). Based on the research data, a model for the informational interaction of pharmaceutical specialists with pharmacy customers has been developed, including methodological support for the quantitative estimation of interactive indicators in the interaction of pharmaceutical specialists with a client base, which allows improving the quality of public services.

Key words: model, processes, pharmacy organizations, pharmaceutical information, factor analysis, consumer of pharmaceutical goods.

Согласно Приказу Минздрава России от 13.02.2013 № 66 «Об утверждении Стратегии лекарственного обеспечения населения Российской Федерации на период до 2025 года и плана ее реализации» совершенствование системы лекарственного обеспечения предполагает решение ряда проблем. Среди них низкий уровень ответственности граждан за свое здоровье, а также за здоровье своей семьи, высокий уровень самолечения лекарственными препаратами для медицинского применения при отсутствии медицинских показаний.

С другой стороны, в современном информационном обществе через средства печати, телевидение, интернет посетители аптек стали более разборчивыми. Поэтому сегодня в функции фармацевтического специалиста входит информирование клиентов аптеки не только о показаниях и противопоказаниях и побочном действии лекарств, но также и о синонимах и аналогах лекарственных препаратов, производителях, новых лекарственных препаратах и т.д. [1,3]. В этих условиях сформировалась повышенная ответственность аптечных работников в отношении консульта-

ций потребителей фармацевтических товаров, которые являются сложной подсистемой субъектов фармацевтического рынка и отличаются по мотивам потребления и имеют различные ценностные ориентиры [4,5].

Материал и методы

Целью работы является разработка модели информационного взаимодействия фармацевтических специалистов с населением. Из цели вытекают задачи: формулирование видения, целей, инициативы, перспективы и ключевых показателей информационного взаимодействия фармацевтических специалистов с клиентами аптечных организаций (АО); разработка этапов взаимодействия на основе процессного подхода. В процессе решения поставленных задач были использованы методы маркетингового и факторного анализа [2], экономико-математического анализа, социологические методы исследования.

Информационной базой исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых по проблемам обеспечения населения лекарственными препаратами, методикам моделирования процессов, результаты ан-

кетирования фармацевтических специалистов и посетителей аптечных организаций Орловской области. Разработаны анкеты для населения и фармацевтических специалистов, на основании которых произведён факторный анализ степени использования и необходимости фармацевтической информации.

Результаты и обсуждение

С целью улучшения качества обслуживания населения нами было проведено исследование среди посетителей аптек

Орловской области по поводу взаимодействия фармацевтических работников с населением в процессе лекарственного обеспечения. В исследовании принимало участие 413 человек. На основании анкетирования проведен анализ вариантов взаимодействия населения с фармацевтическими работниками. Установлено, что население более всего интересует интернет – сайт аптечной организации (39%), услуги провизора-информатора (30%) и личное общение (26%).

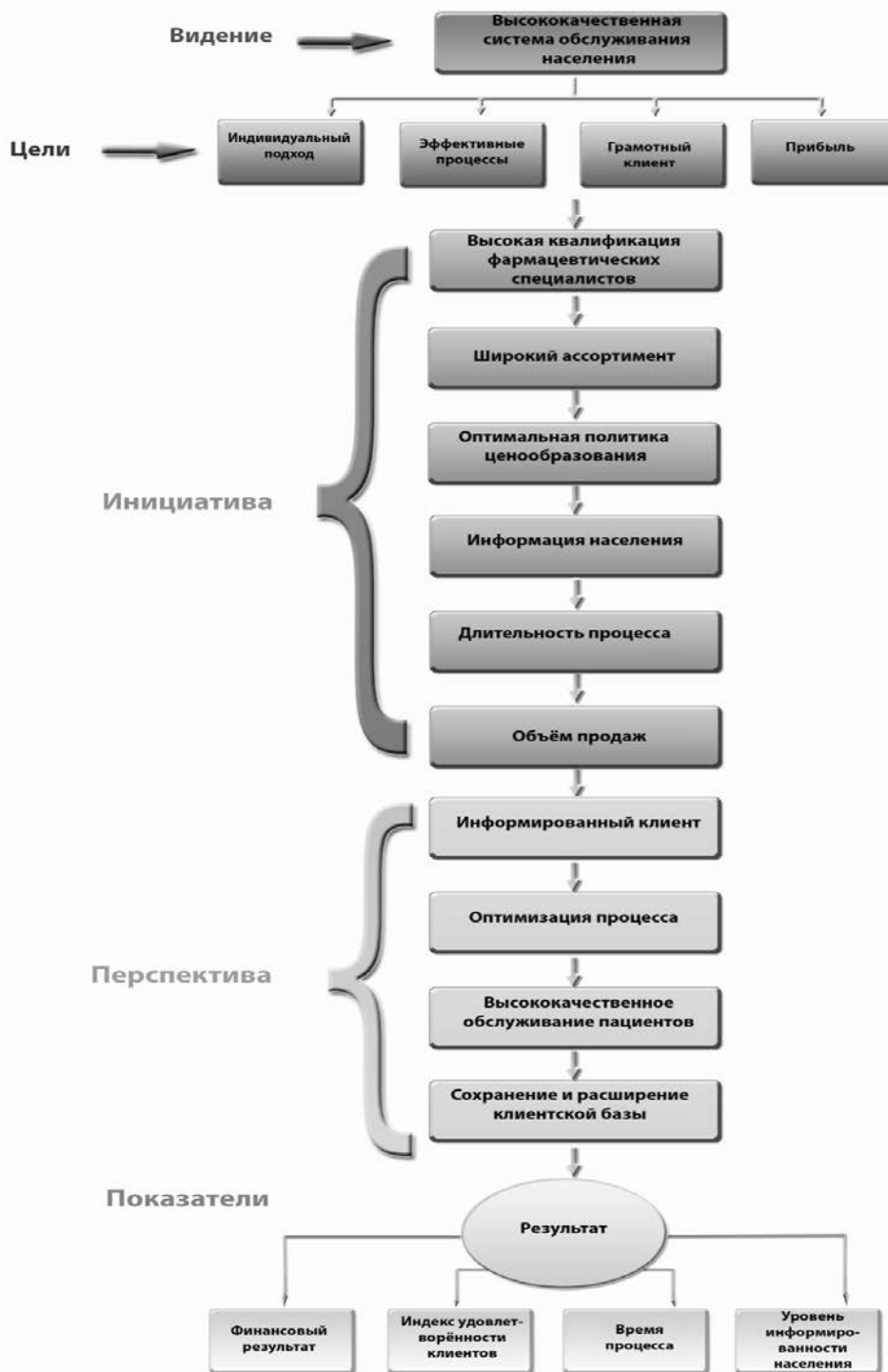


Рис. Модель информационного взаимодействия фармацевтических специалистов с клиентами аптеки

В результате опроса, проведённого среди фармацевтических специалистов (109 респондентов) нами установлено, что провизоры и фармацевты оказывают населению медико-консультативную помощь при отпуске ЛП чаще всего по поводу условий хранения (78%), синонимов и аналогов ЛП (70%), противопоказаний к применению (62%) и побочных действий (56%). В результате исследования выяснено, что 38 % населения занимаются самостоятельным поиском информации о лечении своего заболевания постоянно; 39 % – иногда.

Нами было проведено исследование среди населения в отношении факторов, оказывающих влияние на их выбор лекарственных препаратов. Индекс по каждому из факторов рассчитывался по формуле:

$$I = \frac{1.0 \times n1 + 0.5 \times n2 + (-0.5) \times n3 + (-1.0) \times n4}{n1 + n2 + n3 + n4}, \quad (1)$$

где $n1$, $n2$, $n3$, $n4$ – соответствующее число респондентов, объединённых по одному из четырех возможных вариантов ответов по шкале удовлетворенности.

Установлено, что население при выборе лекарственных препаратов отдаёт предпочтение таким факторам, как качество (I 0,9), цена (I 0,79), минимум побочных действий (I 0,69), удобство приёма (I 0,59).

Нами было проведено исследование степени использования источников информации о лекарственных препаратах, получаемой потребителями аптечных товаров. Выявлено, что население чаще всего получает информацию о ЛП из инструкции по их применению (I 0,74), от фармацевтических специалистов и врачей (I 0,62 и I 0,65 соответственно). Результаты исследования показателей, характеризующих степень необходимости в жизни населения каждого аспекта фармацевтической информации, свидетельствовали, что население наиболее часто использует в качестве фактора фармацевтической информации в повседневной жизни показания к применению (I 0,83), дозу лекарственного препарата (I 0,82), противопоказания к применению (I 0,66) и побочное действие (I 0,64).

На основании проведённых исследований нами разработана модель информационного взаимодействия фармацевтических специалистов с населением на основании процессного подхода (рис. 1).

Информационное взаимодействие фармацевтических специалистов с клиентами аптеки состоит из нескольких этапов: формирование доверия к фармацевтическим специалистам; информация о правилах отпуска ЛП из аптеки; ознакомление с особенностями применения препаратов, противопоказаниями, побочными действиями ЛП, с критериями выбора ЛП; информация об особенностях применения и хранения в домашних условиях ЛП, о новых лекарственных препаратах безрецептурного отпуска; пропаганда здорового образа жизни.

Выводы

В результате полученных данных выявлено, что:

1) посетители аптечной организации чаще всего получают информацию о ЛП из инструкции по применению, фармацевтических специалистов и врачей;

2) 38% населения постоянно занимаются самостоятельным поиском информации о лечении своего заболевания, 39% респондентов отмечают, что самостоятельными поисками информации о препарате занимаются иногда;

3) население более всего интересуют интернет-сайт аптечной организации, услуги провизора-информатора и личное общение;

4) фармацевтические специалисты оказывают населению медико-консультативную помощь при отпуске ЛП чаще всего по поводу условий хранения, синонимов и аналогов ЛП, противопоказаний к применению и побочных действий;

5) население отдаёт предпочтение при выборе ЛП таким факторам, как качество, цена, минимум побочных действий, удобство приёма;

6) посетители АО наиболее часто используют в качестве фактора фармацевтической информации в повседневной жизни показания к применению, дозу лекарственного препарата, противопоказания к применению и побочное действие.

На основании проведённых исследований разработана модель (см. рисунок) информационного взаимодействия фармацевтических специалистов с населением на основании процессного подхода, которая позволяет путём количественной оценки интерактивных показателей при взаимодействии фармацевтических специалистов с клиентской базой улучшить качество услуг, оказываемых потребителям.

Сведения об авторах статьи:

Хворостянова Ангелина Геннадьевна – ассистент кафедры фармакологии, клинической фармакологии и фармации Медицинского института Орловского государственного университета им. И.С. Тургенева. Адрес: г. Орёл, ул. Октябрьская, 25. E-mail: medlina@list.ru.

Филина Ирина Александровна – д.фарм.н., профессор кафедры фармакологии, клинической фармакологии и фармации Медицинского института Орловского государственного университета им. И.С. Тургенева. Адрес: г. Орёл, ул. Октябрьская, 25. E-mail: iaifilina@yandex.ru.

ЛИТЕРАТУРА

1. Филина, И.А. Фармацевтическая информация среди потребителей аптечных товаров/ И.А.Филина, А.Г. Хворостянова// Вестник ВГУ. Химия. Биология. Фармация. – 2018. – № 3. – С. 263-270.
2. Allmendinger, R. Surrogate-Assisted Multi-Criteria Optimization: Complexities, Prospective Solutions and Business Case/ R. Allmendinger, M. Emmerich, J. Hakanen // Journal of Multi-Criteria Decision Analysis. – 2017. – № 24. – P. 5-24.
3. Ertz, M. Dual Roles of Consumers: Toward an Insight into Collaborative Consumption Motives/ M. Ertz, A. Lecompte, F. Durif // International Journal of Market Research. – 2017. – № 59. – P. 725-748.
4. Ertz, M. An Analysis of the Origins of Collaborative Consumption and its Implications for Marketing/ M. Ertz, F. Durif, M. Arcand // Academy of Marketing Studies Journal. – 2017. – № 21. – P. 3-5.
5. Goundrey-Smith, S. Information Technology in Pharmacy / S. Goundrey- Smith. – London: Springer-Verlag, 2013. – P.1-2.

REFERENCES

1. Filina I.A. Pharmaceutical information among consumers of pharmaceutical goods/ I.A. Filina, A.G. Khvorostyanova// Bulletin of VGU. Chemistry. Biology. Pharmacy. – 2018. – № 3. – P. 263-270. (In Russ.)
2. Allmendinger, R. Surrogate-Assisted Multi-Criteria Optimization: Complexities, Prospective Solutions and Business Case/ R. Allmendinger, M. Emmerich, J. Hakanen // Journal of Multi-Criteria Decision Analysis. – 2017. – № 24. – P. 5-24.
3. Ertz, M. Dual Roles of Consumers: Toward an Insight into Collaborative Consumption Motives/ M. Ertz, A. Lecompte, F. Durif // International Journal of Market Research. – 2017. – № 59. – P. 725-748.
4. Ertz, M. An Analysis of the Origins of Collaborative Consumption and its Implications for Marketing/ M. Ertz, F. Durif, M. Arcand // Academy of Marketing Studies Journal. – 2017. – № 21. – P. 3-5.
5. Goundrey-Smith, S. Information Technology in Pharmacy / S. Goundrey- Smith. – London: Springer-Verlag, 2013. – P.1-2.

УДК 615.15:377.5:378.09

© Коллектив авторов, 2019

Д.Ф. Сайфуллоева¹, Т.Л. Малкова², Ф.Ф. Сайфуллоев³, Д.К. Хомидов¹ О МЕРАХ ПО ПОДГОТОВКЕ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ КАДРОВ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

¹Таджикский национальный университет, г. Душанбе

²ФГБОУ ВО «Пермская государственная фармацевтическая академия»

Минздрава России, г. Пермь

³Научно-исследовательский фармацевтический центр Академии медицинских наук

Министерства здравоохранения и социальной защиты населения

Республики Таджикистан, г. Душанбе

Целью работы явилось изучение организационно-методических и географических характеристик высших и средних медицинских учебных заведений Республики Таджикистан (РТ), осуществляющих подготовку кадров в области фармации. Необходимо было определить количество выпускников этих учебных заведений за последние 5 лет и дать оценку их трудоустройства с учетом имеющихся в республике рабочих мест, а также подготовить рекомендации для повышения качества подготовки квалифицированных фармацевтических кадров.

Собрана подробная информация о специалистах отрасли, окончивших учебные заведения фармацевтического профиля в период с 2014 по 2018 годы. При этом также были задействованы данные Национального центра тестирования при президенте РТ, использованы методы статистически, наблюдения, сравнительного анализа, описания. Данные анализировались посредством программы Microsoft Excel 2016.

Результаты исследования показали, что число специалистов с высшим и средним фармацевтическим образованием в РТ с каждым годом растет. Так, за последние 5 лет выпущено более 6000 специалистов. Однако число рабочих мест достаточно ограничено. В РТ функционирует около 30 фармацевтических предприятий, которые занимаются производством и фасовкой лекарственных средств. Однако эти предприятия, как правило, небольшие, так как в них преобладает в основном процесс фасовки зарубежных препаратов, поэтому руководители этих предприятий не могут обеспечить большое количество рабочих мест для специалистов с фармацевтическим образованием.

По данным Службы государственного надзора здравоохранения и социальной защиты населения РТ на июнь 2018 года в республике функционировало 2359 аптечных учреждений. Если учесть, что в 2019 году в учебные заведения будет принято более 2500 тысяч студентов по специальности фармацевтического профиля, а в 2020 году получат дипломы около 2000 человек, то даже без точных подсчетов можно сделать вывод о переизбытке фармацевтических кадров в РТ.

Таким образом, необходимо совершенствование путей обеспечения Таджикистана высококвалифицированным кадровым потенциалом в сфере здравоохранения. Нами разработаны и рекомендованы меры по координации трех основных компонентов развития системы подготовки фармацевтических кадров: планирование, подготовка и рациональное использование.

Ключевые слова: фармация, фармацевтическое образование, высшие и средние учебные заведения, кадровое обеспечение, рациональное использование кадров.

D.F. Saifulloeva, T.L. Malkova, F.F. Saifulloev, D.K. Khomidov ABOUT MEASURES FOR TRAINING QUALIFIED PHARMACEUTICAL PERSONNEL IN THE REPUBLIC OF TAJIKISTAN

The aim of the work was to study organizational, methodological and geographical characteristics of higher and secondary medical educational institutions of the Republic of Tajikistan (RT), providing education in pharmaceutical field. It was necessary to determine the number of graduates of these educational institutions over the past 5 years and assess their employment, taking into account the existing jobs in the country, as well as to prepare recommendations to improve the quality of training qualified pharmaceutical personnel.