

СТАТЬИ

УДК 615.012.1

АНАЛИЗ ДОСТУПНОСТИ И КАЧЕСТВА ИНФОРМАЦИИ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМОЙ ПОТРЕБИТЕЛЯМ НЕСТЕРОИДНЫХ ПРОТИВОВОСПАЛИТЕЛЬНЫХ СРЕДСТВ В КЫРГЫЗСТАНЕ**¹Эрмекова Д.У., ¹Исмаилов И.З., ²Сабирова Т.С., ¹Мурзабаева Э.Б.**¹*Институт химии и фитотехнологии Национальной академии наук Кыргызской Республики, Бишкек, e-mail: dinaermekova.de@gmail.com;*²*Кыргызская государственная медицинская академия им. И.К. Ахунбаева, Бишкек, e-mail: sabirova_ts@mail.ru*

В статье обсуждаются результаты оценки качества предоставляемой фармацевтом информационно-консультационной помощи потребителям нестероидных противовоспалительных препаратов (НПВП) в процессе фармацевтического консультирования при отпуске лекарственных средств в аптеке. Исследование проведено в дизайне проспективного случайного бесповторного анкетирования 620 потребителей НПВС в варианте инкогнито. В качестве инструмента исследования были использованы специально разработанные анкеты, прошедшие социологическую экспертизу. Установлено, что 33,1% посетителей аптек приобрели НПВП по рецепту врача, а 35% опрошенных – по рекомендациям фармацевтов. Для большинства посетителей аптек (35,9%) основным источником информации о ЛС является фармацевт. Большинство респондентов (69,4%) считают полезной рекламную информацию о препаратах, размещаемую в средствах массовой информации. 52,2% опрошенных посетителей аптек отметили, что фармацевты предлагают им приобрести лекарственные препараты определенных фирм-производителей. Для 89,7% опрошенных решающим критерием при выборе НПВП является его эффективность. Установлено, что только 50% респондентов удовлетворены качеством консультации фармацевта о приеме НПВП в аптеке. Основными причинами недостаточного консультирования, по мнению потребителей лекарств, является нехватка времени и недостаточный уровень знаний у фармацевта.

Ключевые слова: фармацевтическое консультирование, НПВС, рациональное использование лекарств, посетители аптек

ANALYSIS OF THE AVAILABILITY AND QUALITY OF INFORMATION PROVIDED TO NON-STEROIDAL ANTI-INFLAMMATORY DRUGS CONSUMERS IN KYRGYZSTAN**¹Ermeкова D.U., ¹Ismailov I.Z., ²Sabirova T.S., ¹Murzabaeva E.B.**¹*Institute of Chemistry and Phytotechnology of the National Academy of Sciences of the Kyrgyz Republic, Bishkek, e-mail: dinaermekova.de@gmail.com;*²*Kyrgyz State Medical Academy named after I.K. Akhunbaev, Bishkek, e-mail: sabirova_ts@mail.ru*

The article discusses the results of assessing the quality of information and consulting assistance provided by a pharmacist to NSAID consumers in the process of pharmaceutical counseling when dispensing drugs in a pharmacy. The study was conducted in the design of a prospective random non-repetitive survey of 620 NSAID users in the incognito variant. As a research tool, specially designed questionnaires that underwent sociological examination were used. It was found that 33.1% of pharmacy visitors purchased NSAIDs by prescription, and 35% of respondents – according to the recommendations of pharmacists. For the majority of pharmacy visitors (35.9%), the main source of information about drugs is a pharmacist. The majority of respondents (69.4%) consider advertising information about drugs placed in the media to be useful. 52.2% of the surveyed pharmacy visitors noted that pharmacists offer them to purchase drugs from certain manufacturers. For 89.7% of respondents, the decisive criterion for choosing NSAIDs is its effectiveness. It was found that only 50% of respondents are satisfied with the quality of the pharmacist's advice on taking NSAIDs in a pharmacy. The main reasons for insufficient counseling, according to drug users, are lack of time and insufficient knowledge of the pharmacist.

Keywords: pharmaceutical consulting, NSAIDs, rational use of drugs, pharmacy visitors

Одним из важнейших элементов фармацевтической помощи является информирование, инструктирование и предостережение пациента о применении назначенных ему лекарственных средств. По мнению некоторых потребителей ЛП, фармацевты должны ответить на все вопросы, связанные с ЛП, но информационно-консультативную функцию выполняют ненадлежащим образом. Из-за дефицита информации

о лекарственном препарате безрецептурного отпуска потребители лекарств зачастую используют их нерационально [1–3]. Эксперты ВОЗ отмечают, что достоверная и доступная информация способствует реализации концепции рационального использования ЛС, повышает приверженность к лечению со стороны пациента, а также предотвращает нерациональное расходование финансовых ресурсов [4, 5].

Изучение использования НПВП представляет несомненный теоретический и практический интерес для системы здравоохранения Кыргызской Республики, так как НПВП занимают первое место среди всех назначаемых в мире препаратов, как при ревматических болезнях, так и при других заболеваниях, сопровождающихся болевым и лихорадочным синдромами. Высокая частота использования НПВП в клинической практике обусловлена спектром их фармакологических эффектов: противовоспалительным, анальгетическим, жаропонижающим, антиагрегационным.

Цель исследования – провести анализ качества информационно-консультационной помощи потребителям НПВС, предоставляемой фармацевтическими работниками при отпуске лекарств в аптеке.

Материалы и методы исследования

Для проведения опроса были разработаны анкеты, предназначенные для потребителей НПВС, прошедшие социологическую экспертизу. Исследование проведено в дизайне проспективного случайного бесповторного анкетирования респондентов в варианте инкогнито. Было опрошено 620 потребителей НПВС. В исследование были включены все регионы Кыргызской Республики. В процессе исследования использовались социологические методы (анкетирование, интервьюирование, экспертная оценка). Статистическая обработка

данных производилась с использованием пакета SPSS и Microsoft Excel.

Результаты исследования и их обсуждение

В исследование были включены посетители аптек в возрасте старше 18 лет. Наибольшую долю (38,8%) участников исследования занимают респонденты в возрасте от 65 лет и старше, меньше всего респондентов (1,3%) составили люди в возрасте 18–24 лет.

Большинство посетителей аптек, участвовавших в исследовании, как основной источник информации о ЛС указали фармацевта (35,9%). Важно заметить, что информация о ЛС из рекламных сообщений является вторым по популярности источником информации, а информация, получаемая пациентами от врачей, занимает в этом рейтинге только 3 место наряду с информацией в интернете – по 10,6% (рис. 1, 2).

Из приведенной диаграммы видно, что мужчины более склонны получать информацию о НПВП от фармацевтов и врачей, тогда как женщины предпочитают получать информацию от фармацевтов и из рекламных сообщений, а рекомендации врачей стоят на 3 месте.

Большую долю опрошенных составляли женщины (64%), доля респондентов-мужчин составила 36%, эти данные свидетельствуют о том, что среди женщин НПВС используются в 1,7 раза чаще.

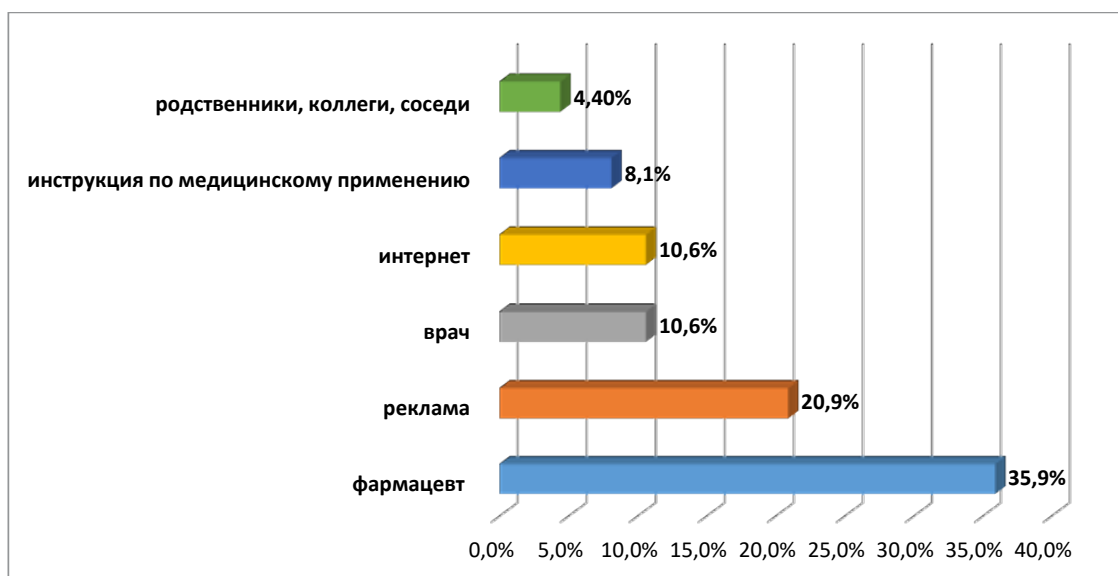


Рис. 1. Основные источники информации при выборе нестероидных противовоспалительных средств потребителями лекарственных средств



Рис. 2. Основные источники информации при выборе нестероидных противовоспалительных средств в зависимости от пола пациента

На вопрос «Какова Ваша позиция относительно размещения рекламной информации о препаратах в СМИ?» основная часть (69,4%) опрошенных ответила, что рекламная информация о НПВП является необходимой, так как позволяет узнать о новых препаратах и их новых формах выпуска. При этом 24% респондентов считают, что размещать рекламные сообщения следует только в специализированных медицинских изданиях, предназначенных для врачей и фармацевтов. 33% респондентов в возрасте 65 лет и старше считают, что ЛП не следует рекламировать вообще, так как это ведет к их неконтролируемому употреблению.

Почти половина респондентов при обслуживании в аптеке получают консультацию от фармацевта о приеме НПВП, тогда как 34% опрошенных указали, что такой информации они не получали. 18% респондентов – покупателей ЛС отметили, что фармацевты иногда предоставляют неполную информацию, сообщая чаще всего необходимую информацию только о правилах приема лекарства.

В ходе опроса мы попытались выяснить, сколько времени затрачивает фармацевт на консультирование одного посетителя. Как оказалось, больше половины потребителей консультировались с фармацевтом не более трех минут, 8% потребителей отметили, что их консультировали в пределах пяти минут, а 1% респондентов потребителей – десять минут.

Мнения о причинах недостаточного консультирования посетителей аптек немного различаются в зависимости от возрастных категорий респондентов, 36% опрошенных указали, что консультации от фармацевта они не получили, и в основном это были респонденты в возрасте от 45 до 64 лет.

Преобладающее большинство респондентов считают, что фармацевты не консультируют их из-за недостатка времени и большого количества посетителей. 27% опрошенных потребителей считают, что фармацевты не имеют для этого необходимых знаний. 9% опрошенных отметили, что в торговых залах аптек невозможно соблюдать конфиденциальность.

Больше половины участников опроса отмечают, что фармацевты часто (52,2%) предлагают им приобрести ЛП определенных фирм-производителей ЛС. 44% опрошенных указали, что фармацевты иногда предлагают им ЛП определенных фирм, и только 4% респондентов отметили, что им фармацевты никогда не предлагали ЛП определенных фирм-производителей (рис. 3).

Согласно результатам исследования, 33,1% потребителей приобретают НПВП по рецепту врача. Менее всего при выборе НПВП респонденты склонны доверять совету знакомых, соседей и родственников. При этом 35% опрошенных, приобретая НПВП, доверяют рекомендациям фармацевтов (рис. 4).

Если рассматривать приобретение НПВП, принимая во внимание возрастную категорию респондентов, можно заметить, что молодые потребители ЛС в возрасте 25–44 лет склонны доверять рекомендациям фармацевта, тогда как респонденты

пенсионного возраста больше полагаются на назначения врачей.

Для подавляющего большинства опрошенных решающим критерием при выборе НПВП является его эффективность (рис. 5).

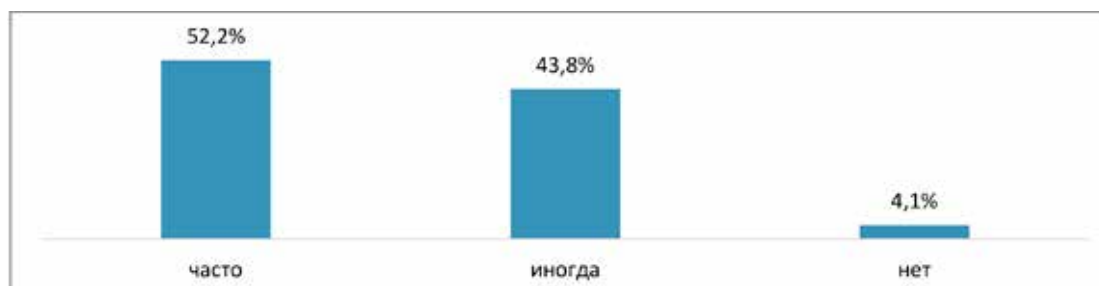


Рис. 3. Предложения фармацевтов при отпуске нестероидных противовоспалительных средств определенных фирм-производителей

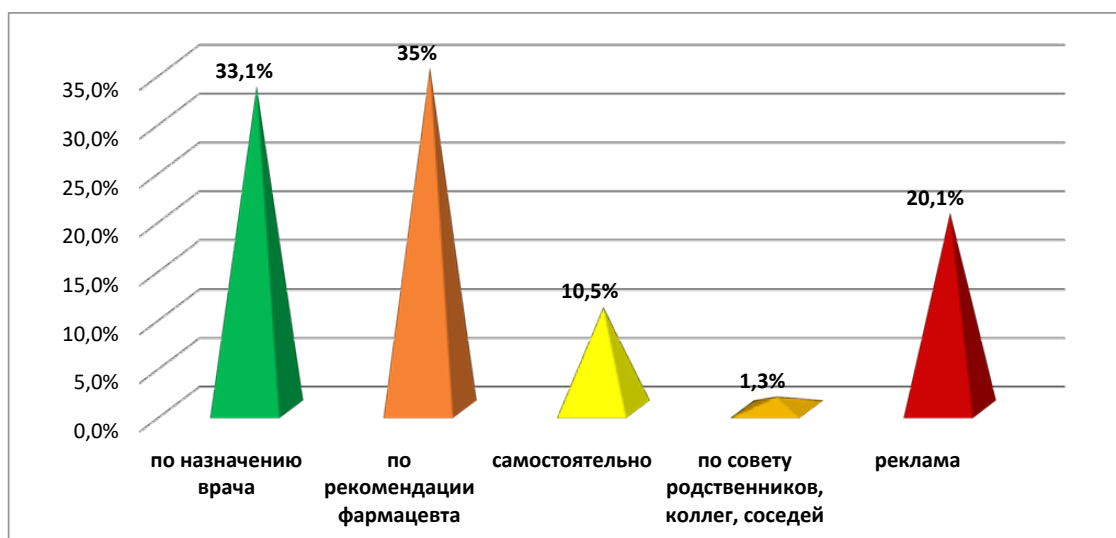


Рис. 4. Приобретение потребителями нестероидных противовоспалительных средств

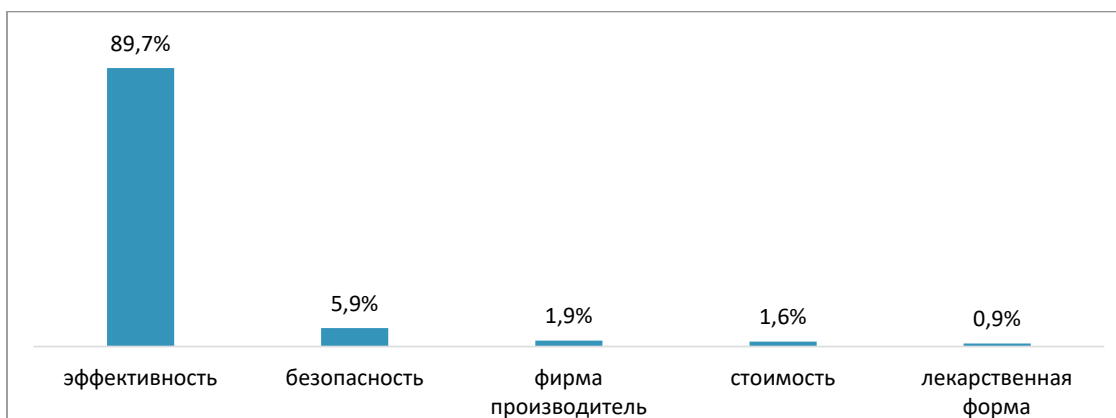


Рис. 5. Решающие факторы при выборе нестероидных противовоспалительных средств потребителями

Заключение

Установлено, что для посетителей аптек основным источником информации о ЛС являются фармацевты (35,9%). По мнению 69,4% респондентов, размещение рекламы о НПВП в СМИ является необходимым. При этом следует учесть, что реклама зачастую преувеличивает эффективность лекарств и не уделяет должного внимания вопросам безопасности использования лекарств. Было выявлено, что 18% респондентов – потребителей НПВС не получают полную консультацию от фармацевта. Причинами недостаточного консультирования, по мнению потребителей лекарств, является нехватки времени и недостаточный уровень знаний у фармацевта. Проведенный анализ показал, что фармацевты (52,2%) предлагают потребителям НПВС приобрести ЛП определенных фирм-производителей.

Для улучшения качества оказания информационно-консультативной помощи потребителям лекарств необходимо по-

вышение профессиональной грамотности и ответственности фармацевтических работников за результаты их деятельности.

Список литературы

1. Петров А.Г. Развитие и внедрение фармацевтической помощи – важнейший аспект профессиональной деятельности фармацевтического работника // Медицина в Кузбассе. 2015. Т. 13. № 13. С. 10–15.
2. World Health Organization. The rational use of drugs. Report of the Conference of Experts; Nairobi; 1985 Nov 25–29. Geneva: WHO; 1987.
3. Зурдинова А.А. Проблемы рационального использования лекарственных средств: ситуация в Кыргызстане // Обзоры по клинической фармакологии и лекарственной терапии. 2018. Т. 16. № 2. С. 57–61. DOI: 10.17816/RCF16257-61.
4. Гавриленко Л.Н., Сачек М.М. Актуальные проблемы рационального применения лекарственных средств // Вопросы организации и информатизации здравоохранения. 2015. № 2. С. 49–53.
5. Ростова Н.Б. Рациональное использование лекарственных средств как основа совершенствования лекарственного обеспечения населения // Медицинский альманах. 2012. № 1. С. 206–208.