

# ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К ОПТИМИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННО-КОНСУЛЬТАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АПТЕКИ

**И.В. Спичак**, докт. фарм. наук, профессор, **М.А. Пасечникова\***, **А.С. Спичак**  
Белгородский государственный национальный исследовательский университет;  
308015, Россия, Белгород, ул. Победы, 85

\*E-mail: mariya.zhuravel@mail.ru

Рассмотрена структура основных причин обращения населения в аптечные организации. Определены информационные потребности посетителей аптек и фармацевтических работников.

Разработан подход к оптимизации информационно-консультационной деятельности аптеки с помощью инновационных технологий. Сформированы информационно-консультационные базы, на основе которых разработано программное обеспечение для инфоматов, размещаемых в торговом зале аптеки.

*Ключевые слова:* фармацевтическая информация, фармацевтическая помощь, информационные технологии в фармации.

**В** настоящее время пациенты имеют доступ к различным источникам фармацевтической информации, преимущественно благодаря развитию сети Интернет. Вместе с тем у них возникают трудности в ее оценке, верификации и осознании. Поэтому основной задачей аптечного специалиста становится не просто предоставление справочной информации, но и анализ проблемы потребителя, предложение различных вариантов ее решения с ориентацией на персональные потребности покупателя. Таким образом, границы информационной деятельности расширяются до фармацевтического консультирования. Однако при большом наплыве посетителей в аптеке у фармацевтического специа-

листа не всегда есть возможность уделить должное внимание каждому из них, в результате чего происходит сужение границ выбора товаров аптечного ассортимента (ТАА). Поэтому актуально использовать инновационные технологии, позволяющие провести предконсультирование для предоставления пациентам аналитической информации с целью расширения выбора ТАА, улучшения восприятия рекомендаций аптечного работника, что ведет к доверию его советам либо к аргументированному противостоянию им, а также к формированию лояльных посетителей аптек [4, 6, 7].

Цель настоящего исследования – оптимизация информационно-консультационной деятельности аптеки путем внедрения инфоматов, размещаемых в торговом зале.

## Экспериментальная часть

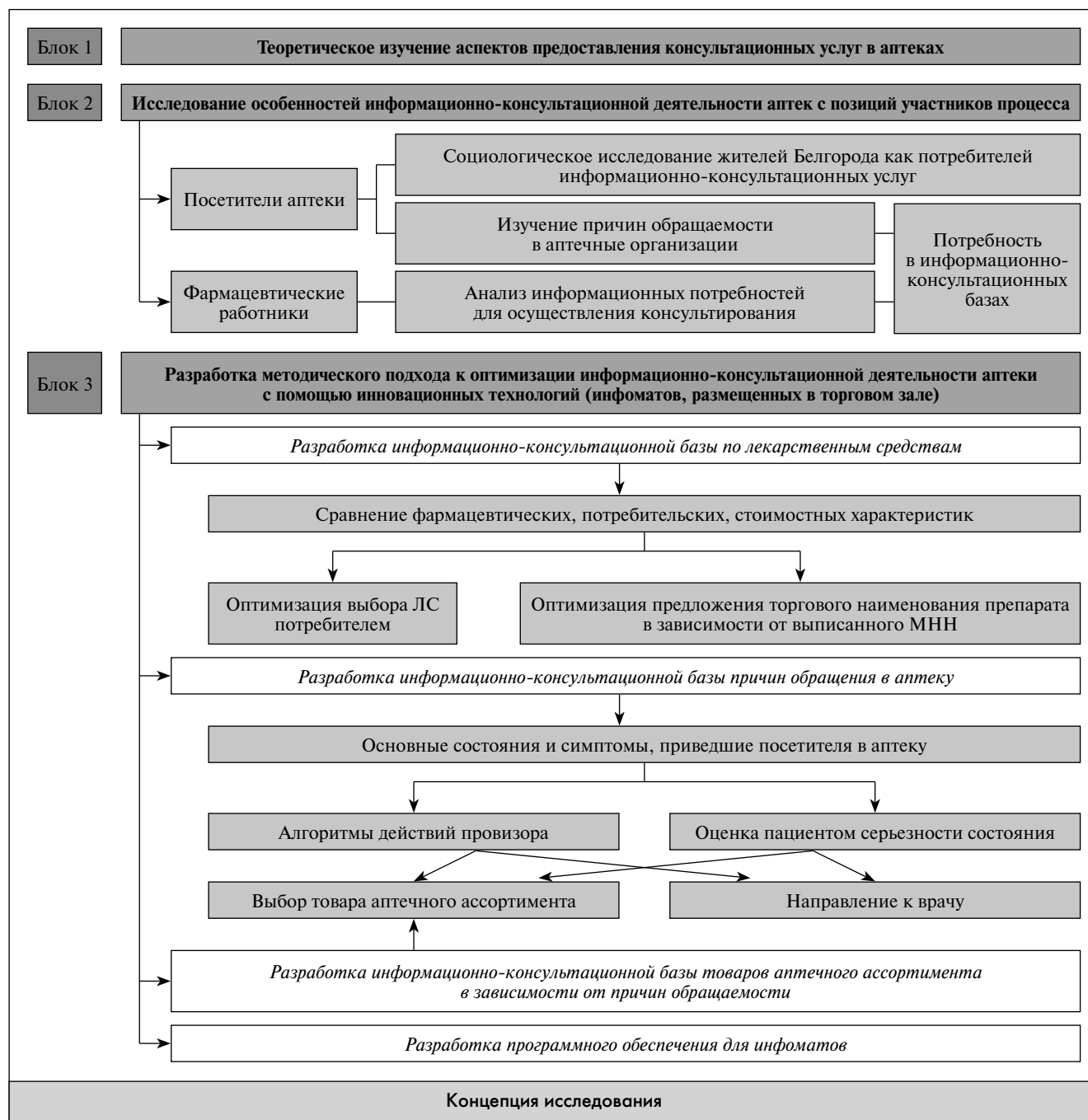
Для реализации поставленной цели разработана концепция исследования, включающая 3 блока: теоретическое изучение аспектов предоставления консультационных услуг в аптеках; исследование особенностей информационно-консультационной деятельности аптек с позиций участников процесса; разработка методического подхода к оптимизации информационно-консультационной деятельности

сти аптеки с помощью инновационных технологий (см. схему). В работе использованы следующие методы исследования: системный, структурный, сравнения, группировки, наблюдения, графический, контент-анализ, социологический (анкетирование).

Так, в рамках 1-го блока установлено, что информационная работа в аптеке ведется в разных направлениях; все большее значение приобретает фармацевтическое консультирование, включающее предоставление востребованной и адекватной информации, обеспечивающей соблюдение пациентами назначенного лечения. При этом актуаль-

но развитие инновационных технологий для оказания информационно-консультационных услуг [1–3, 5].

2-й блок включал социологическое исследование на основе результатов опроса 100 посетителей аптек Белгорода как потребителей фармацевтических услуг. С этой целью была разработана анкета, состоящая из 7 блоков вопросов: 1) социально-демографический портрет посетителя аптеки; 2) аспекты выбора аптечного учреждения; 3) информированность населения о лекарственных средствах (ЛС); 4) факторы выбора ЛС; 5) структура дополнительных услуг в аптечном учреждении; 6) аспекты



оказания информационных услуг в аптеках; 7) перспективы использования инновационных технологий для оптимизации информационно-справочной деятельности.

В результате анкетирования сформировался портрет посетителя аптек. Это – преимущественно женщина (68%) в возрасте от 20 до 30 лет (35%), работающая (50%), имеющая высшее образование (46%), посещающая аптечные организации 1 раз в неделю (48%). Основополагающие факторы выбора аптеки: близкое расположение от дома (70%), приемлемые цены (45%), высокий профессионализм фармацевтических специалистов (43%). В ходе исследования у респондентов была выявлена высокая потребность в данных о новых препаратах (96%). Основными источниками подобной информации являются друзья, знакомые, родственники (63%), фармацевтические специалисты (55%), врачи (53%), интернет-ресурсы (27%). При выборе ЛС опрошенные руководствовались ценой препарата (76%), рекомендациями фармацевтических специалистов (55%), врачей (41%).

Определена структура предпочтений респондентов относительно дополнительных фармацевтических услуг: в консультации фармацевтических специалистов после посещения врача нуждаются 68% респондентов, на 1-м месте – консультация провизора (58%), на 2-м – измерение давления (25%), на 3-м – индивидуальный заказ ЛС (21%).

Далее с целью выявления основных причин посещения населением аптечных организаций и определения информационных потребностей проанализировали обращаемость 500 жителей Белгорода в Учебно-научный комплекс «Аптеки БелГУ». Для проведения исследования разработали «Лист наблюдения», включающий 10 параметров изучения обращаемости, объединенных в 3 блока: 1) причины обращения пациента в аптечную организацию; 2) вопросы, которые чаще всего задают потребители; 3) оценка информационно-консультационной деятельности аптечного работника. Обработка данных наблюдения позволила сформировать структуру причин обращений населения. Среди выявленных нозологий лидируют инфекционные и паразитарные заболевания (16%). Однако наибольший удельный вес в структуре обращаемости пришелся на пациентов, которые предъявляют жалобы на симптомы невыявленных заболеваний: простуду (11,4%), головную боль (9,6%), насморк (9,4%), гиповитаминоз (8,8%) и др. Кроме того, установлено, что часть потребителей приходит со стоматологическими, косметологическими и дерматологическими проблемами: потемнение эмали зубов (28,6%), воспаление десен, акне (по 14,2%) и др.

В ходе анализа особенностей информационной деятельности работников 1-го стола выявлено,

что время общения с посетителями аптек составляет 1–2 мин, в течение которых невозможно донести всю информацию о ЛС. Причина этого – большой поток посетителей.

На основе анкетирования 50 фармацевтических специалистов Белгорода определена структура информационных потребностей сотрудников аптечных организаций. На 1-м месте находится информация о фармакологическом действии новых лекарственных препаратов; на 2-м особенности их применения, в том числе детьми и беременными (по 100%); далее дозировка (76%) и данные о лекарственном взаимодействии с другими препаратами (58%). Установлены основные сложности в работе фармацевтических специалистов, в частности, по мнению респондентов, это: недостаток профессиональной информации (о ЛС, нормативно-правовых актах и др.) (24%); большой поток посетителей и вероятность возникновения конфликтных ситуаций (по 8%); необходимость запоминания значительного объема информации (6%).

У провизора нет возможности давать подробную информацию посетителям аптек. Поэтому в ходе исследования рассмотрены перспективы развития дополнительного информационного обслуживания покупателей. Для этого целесообразно использовать альтернативные инновационные технологии, предполагающие размещение в торговом зале аптеки информационного терминала (инфомата). Проанализирована возможность их применения и выявлено отношение посетителей аптек к внедрению таких в деятельность фармацевтических организаций. По мнению 45% опрошенных, инфомат может быть удобен для получения достоверной информации о ЛС и заболеваниях (68%), о ценах на препараты и другие услуги (50%). Кроме того, инфоматы обладают такими преимуществами, как анонимность получения информации, отсутствие очередей (по 10%) и вероятности возникновения конфликтных ситуаций (8%).

В рамках 3-го блока концепции исследования разработана уникальная информационно-консультационная база (ИКБ) для инфоматов, включающая 3 компонента: базу данных (БД) для сравнения торговых наименований ЛС по фармацевтическим, потребительским и стоимостным характеристикам; перечни симптомов и медицинских проблем, приводящих пациентов в аптеку; БД ТАА для устранения основных проблем обращаемости в аптечную организацию.

Использование БД по сравнению препаратов в рамках одного международного непатентованного наименования (МНН) может позволить пациенту остановить свой выбор на торговом наименовании (ТН) в зависимости от его предпочтений по одному из критериев (производитель, цена и др.). В слу-

чае первоначального обращения больных за консультацией в аптеку, в том числе из-за заболеваний, проявляющихся различными симптомами, фармацевтические специалисты вынуждены рекомендовать препараты для лечения неустановленных нозологий. С целью устранения подобных ситуаций сформирована ИКБ по основным симптомам и медицинским проблемам, приводящим пациентов в аптеку, и перечням соответствующих им заболеваний и состояний. Например, симптому насморк может соответствовать 18 причин. Данный подход позволяет осознать больными серьезность симптомов и обязательно посетить врача. Кроме предупреждения самолечения, ИКБ поможет провизорам выработать алгоритм поведения в зависимости от различных причин обращения в аптечную организацию.

Для случаев обращения населения в аптеку за препаратами безрецептурного отпуска или при возникновении проблем, не требующих немедленной консультации с врачом и устраняемых самим пациентом (уход за волосами, лицом, ногтями и др.), сформирована ИКБ ЛС безрецептурного отпуска и ТАА. Она сможет помочь посетителям аптеки самостоятельно выбрать соответствующее средство с учетом их потребительских предпочтений.

На созданные ИКБ получено свидетельство о регистрации базы данных. На основе ИКБ разработано программное обеспечение для инфоматов, которое проходит апробацию на базе Учебно-научного комплекса «Аптеки БелГУ». Данный программный продукт позволит оптимизировать информационно-консультационную деятельность аптеки, будет спо-

собствовать повышению качества оказываемой фармацевтической помощи и росту конкурентоспособности аптечной организации.

### Выводы

1. Выявлены особенности информационно-консультационной деятельности работников 1-го стола и определены пути ее оптимизации.

2. Предложены альтернативные инновационные технологии, предполагающие размещение в торговом зале аптеки информационного терминала (инфомата).

3. Разработана информационно-консультационная база для инфоматов и на ее основе создано программное обеспечение.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Гарифуллина Г.Х., Муслимова Н.Н. Оказание информационных услуг в аптеке. МедФарм Вестник Поволжья, 2012; 25: 5–6.
2. Геллер Л.Н. Информационные технологии в сфере обращения лекарственных средств. Фармация, 2006; 1: 28–32.
3. Губский С.М., Пенкин Ю.М., Тарханов С.В. Информационные технологии в современной организации аптечного бизнеса. Провизор, 2008; 2: 40–44.
4. Мнушко З.Н., Абалова О.П., Пестун И.В. Стандарты обслуживания – одна из форм обеспечения качества аптечного сервиса. Провизор, 2005; 16: 10–15.
5. Мошкова Л.В. Развитие информационных технологий в системе организации лекарственного обеспечения. Фармация, 2000; 5–6: 12–14.
6. Пригожин А.А. Информационные технологии должны работать на прибыль. Экономический вестник фармации, 2008; 11: 95–99.
7. Сафиуллин Р.С., Шакирова Д.Х. Качество управления лекарственной помощью и информационно-компьютерные технологии. Фармация, 2011; 5: 29–30.

*Поступила 13 марта 2015 г.*

## INNOVATIVE APPROACHES TO OPTIMIZING THE INFORMATION AND CONSULTATION ACTIVITIES OF A PHARMACY

**Professor I.V. Spichak, PhD; M.A. Pasechnikova; A.S. Spichak**

*Belgorod State National Research University; 85, Pobeda St., Belgorod 308015, Russia*

### SUMMARY

If a pharmacy has a large influx of visitors, a pharmacist may not always pay proper attention to each of them and to give pre-advice in order to provide necessary analytical information, thus narrowing the choice of products in the pharmacy. The structure of main reasons for coming to pharmaceutical organizations was studied. The information needs of visitors to drugstores and pharmaceutical workers were determined. An approach to optimizing the information and consultation activities of a drugstore was elaborated using innovative technologies. The information and consultation bases on the basis of which software supply was developed for infomats placed in the sales area of a pharmacy were set up.

**Key words:** pharmaceutical information, pharmaceutical care, information technologies in pharmacy.

### REFERENCES

1. Garifullina G.H., Muslimova N.N. Provision of the information services at the pharmacy. MedPharm Bulletin of the Volga region, 2012; 25: 5–6 (in Russian).
2. Geller L.N. Information technologies in the field of drugs. Farmatsiya, 2006; 1: 28–32 (in Russian).
3. Gubskiy S.M., Penkin Y.M., Tarhanov S.V. Information technologies in the modern organization of pharmaceutical business. Provisor, 2008; 2: 40–44 (in Russian).
4. Mnushko Z.N., Abalova O.P., Pestun I.V. Standards of servicing is one of the forms of guaranteeing the quality of pharmacies service. Provisor, 2005; 16: 10–15 (in Russian).
5. Moshkova L.V. Development of the information technology in the organization of drug supply. Farmatsiya, 2000; 5–6: 12–14 (in Russian).
6. Prigozhin A.A. Information technology should work for profit. Economic Bulletin of Pharmacy, 2008; 11: 95–99 (in Russian).
7. Safiullin R.S., Shakirova D.H., 2011. The quality of the pharmaceutical care control and information and computer technology. Farmatsiya, 2011; 5: 29–30 (in Russian).