

ДОСЛІДЖЕННЯ ОКРЕМИХ АСПЕКТІ САНІТАРНО-ПРОСВІТНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ФАРМАЦІЇ

ТКАЧЕНКО Н.О.

tkachenkonat2@gmail.com

кандидат фармацевтичних наук, доцент,

доцент кафедри управління і економіки фармації, медичного та фармацевтичного правознавства

Запорізький державний медичний університет

м. Запоріжжя, Україна

ЧЕРВОНЕНКО Н.М.

prirodnaya.26@gmail.com

кандидат фармацевтичних наук, доцент,

доцент кафедри управління і економіки фармації, медичного та фармацевтичного правознавства

Запорізький державний медичний університет

м. Запоріжжя, Україна

Здоров'я і благополуччя громадян є ключовими факторами економічного і соціального розвитку кожної держави, відіграють найважливіше значення в житті людини, сім'ї і всіх спільнот. Надійний шлях для забезпечення здоров'я і благополуччя населення - спільна робота всіх секторів держави, яка спрямована на соціальні та індивідуальні детермінанти здоров'я. Програми зміцнення і покращення якості життя (у т.ч. здоров'я), які базуються на принципах відповідальної участі усіх зацікавлених сторін, приносять реальну користь, демонструють можливість стримування витрат на охорону здоров'я.

Завдання громадської охорони здоров'я вирішуються за допомогою державних структур і колективних дій. Йдеться про такі послуги як: аналіз стану громадського здоров'я, епідемічний нагляд, профілактика, санітарія, боротьба з інфекційними хвороба. Важливим шляхом поліпшення громадського

здоров'я є всебічне сприяння підвищенню грамотності, інформованості та рівню особистої відповідальності громадян щодо власного здоров'я, на чому наголошується в Європейській стратегії ВООЗ "Здоров'я-2020" [1]. Вагому роль у зазначеному питанні відіграють фармацевтична галузь, яка є невід'ємною частиною національної системи охорони здоров'я [2]. Відповідно до Етичного кодексу фармацевтичних працівників України, основним завданням професійної фармацевтичної діяльності фахівця галузі є профілактика захворювань, збереження та зміцнення здоров'я людини, її відповідність таким основним вимогам [3], як сприяння раціональному призначенню та використанню лікарських засобів (ЛЗ), високий професіоналізм та компетентність з питань забезпечення населення ЛЗ та медичною продукцією, участь у санітарно-просвітницькій роботі з охорони здоров'я, протидіяння знахарству, участь у боротьбі з лікоманією, лікарською залежністю, наркоманією, алкоголізмом, тощо.

Аптека виступає завершальною ланкою на етапі доведення лікарських засобів (ЛЗ) до споживача. В даний час населення відвідує аптеку не тільки по причині захворювань, але і з метою профілактики та підтримки здоров'я [4].

У сучасній практиці маркетингової діяльності корпоративні веб-сайти стали важливими засобами масової інформації, що дозволяє компаніям зв'язати їх з цільовим споживачем. Цілий ряд досліджень виявили існування різних переваг, які отримує компанія при застосуванні інтернет-технологій у своїй господарській діяльності. На сайті компанії людина може перебувати стільки, скільки їй необхідно, тому саме на сайті дуже зручно розмістити всю потрібну інформацію профілактичного характеру і напрямку [5,6].

Виходячи з вищевикладеного, метою роботи стало вивчення окремих аспектів санітарно-просвітницької діяльності фармацевтичних фахівців аптечних закладів.

Для досягнення поставленої мети використано загальнонаукові методи: системний та порівняльний аналіз, соціологічний метод – анкетування.

На першому етапі досліджень було проведено пошук інформації в науково-періодичних виданнях (фармацевтичних) про проведення санітарно-профілактичної роботи.

Об'єктами вивчення були обрані періодичні наукові видання за період 2000 – 2016 рр. В процесі роботи проаналізовані 13 видань: «Провизор», «Еженедельник аптека», «Аптекарь», «Новости медицины и фармации», «Фармацевт практик», «Фармацевтический журнал», «Фармаком», «Фармацевтический часопис», «Запорожский медицинский журнал», «Фармация», «Вісник фармації», «Управління, економіка та забезпечення якості в фармації», «Ремедиум». Науково-періодичний масив досліджуваних джерел інформації склав 1985 випусків, розподілених за загальноприйнятою класифікацією видань: спеціалізовані, науково-практичні, наукові і інформаційно-аналітичні. Більшу частку сегмента інформаційних джерел склали науково-практичні видання – 46,2%, спеціалізовані видання посіли друге місце – 30,8%. Частка наукових видань склала 15,4%, а інформаційно-аналітичних видань в свою чергу -7,6%.

Результати пошуку показали, що в науково-періодичних фахових виданнях інформація про проведення санітарно-профілактичної роботи провізорами знайдена тільки в 7 різних випусках джерел, що склало всього лише 0,35% від загальної кількості масиву. Пошук необхідної інформації показав негативний результат в спеціалізованих виданнях та інформаційно-аналітичних виданнях. Статті про проведення санітарно-профілактичної роботи провізорами зустрілися в журналах «Фармацевтична часопис» (3 випуски номерів), «Фармаком» (1 випуск номера) - науково-практичні видання, а в наукових виданнях - «Вісник фармації» та «Управління, економіка та забезпечення якості в фармації» відповідно 2 і 1 випуск номерів.

Отже інформація про проведення санітарно-профілактичної роботи провізорами аптек висвітлюється в науково-періодичних фахових виданнях крайнє недостатньо.

На другому етапі досліджень було вивчено і проаналізовано структуру інтернет-представництв аптек. Цей етап роботи було реалізовано за допомогою анкетування студентів 5 курсу фармацевтичного факультету заочної форми навчання (ЗФО). На час проведення дослідження в аптеках країни працювало 91,4% респондентів. Більша частка аптек, де працюють респонденти, є товариствами з обмеженою відповідальністю (58,5%). Приватні підприємства склали 26,4%, останні 15,1% - підприємства-аптеки інших форм власності.

Контингент студентів географічно був представлений 4 регіонами України: Східний, Центральний, Південний, Північний. Більша частина анкетованих з південної України - 37,8% (Херсонська область - 17,1%, Миколаївська область - 11,3%, АР Крим - 9,4%). Частка студентів зі східної України склала 35,8% (Запорізька область - 18,7% та Донецька область - 17,1%). Респонденти, які мешкають центральному регіоні сформували 17% (Дніпровська область - 11,3%, Кіровоградська область - 3,8%, Черкаська область - 1,9%). Найменша кількість представників в нашому опитуванні представлені студентами північної України - 9,4%.

На питання анкети «Чи має ваша аптека (підприємство) свій веб-сайт» 47,2% студентів відповіли позитивно. При цьому відповідь представників з Північного регіону склала 100%. Аптеки Центрального регіону мають власний веб-сайт в мережі Інтернет в 50% випадків. Інтернет-представництва в аптеках східної України – 38,9%, а південного району - 33,3%.

При аналізі результатів анкетування респондентів по структурі веб-сайтів, були встановлені наступні рубрики: «головна», «замовлення ЛЗ через Інтернет», «каталог ЛЗ», «контакти», «акції», «програми лояльності», «лікарі», «вакансії», «відгуки», «реклама».

Данні анкетування доводять, що аптеки прагнуть створювати свої веб-сайти в мережі Інтернет. Нажаль, інформація щодо підвищення грамотності, інформованості та рівня особистої відповідальності громадян щодо власного здоров'я, на веб-сайтах аптек розміщується крайне рідко.

Вивчення відповідей студентів на питання «Чи має в структурі веб-сайтів аптек інформація про профілактику захворювань?» показали, що тільки 24% дали позитивну відповідь.

Аналіз питання анкети «Чи має, Ваша, аптека друковану інформацію про профілактику захворювань?» показав, що в 30,4% дана інформація існує. Із цих аптек сегмент Південного регіону склав – 41,2%. Центрального – 29,4%, а Східного – 23,5%. В аптеках Північного регіону тільки в 5,9% випадків була друкована інформація профілактичного напрямку.

Було важливо з'ясувати ставлення майбутніх провізорів про актуальність участі в санітарно-просвітній роботі.

Детальне вивчення та узагальнення відповідей на це питання анкети «Чи вважаєте, Ви, що провізор повинен проводити санітарно-просвітницьку роботу з населенням?» показав, що менше половини респондентів, а саме 43,4%, відповіли позитивно. З них 69,6% студентів обґрунтували свою відповідь. Після узагальнення відповідей анкетованих, нами виявлені наступні мотиви та результати позитивних відповідей респондентів: здійснення цієї роботи сприяє спільному розвитку і поліпшенню життя оточуючих людей - 25%; дуже актуально - через нестачу інформації з питань профілактики - 25%; аптека в першу чергу установа охорони здоров'я і вона зобов'язана брати участь в поліпшенні здоров'я суспільства та поширенні профілактичної інформації - 12,5%; санітарно-просвітницька робота повинна проводитися для запобігання поширенню інфекційних захворювань - 25%; незначна частина населення приділяє належну увагу профілактиці хвороб і провізор повинен звернути їх увагу на даний аспект здоров'я особистості - 6,2%; потрібно донести до людей перші симптоми захворювання, щоб запобігти розповсюдженню, можливих ускладнень через хворобу та розвитку хронічної форми – 6,3%.

Негативним моментом є те, що більша частина майбутніх провізорів вважає цей аспект роботи не актуальним 56,6%. Аргументують свою точку зору вони наступними причинами: не вистачає часу; це обов'язок медичних

працівників; у посадових інструкціях в обов'язках відсутні вказаний аспект роботи.

Висновки.

1. Вивчено і узагальнено дані інформаційних джерел з питань санітарно-просвітницької діяльності у фармації та санітарно-профілактичної роботи провізорів аптечних закладів. Інформація про проведення санітарно-профілактичної роботи провізорами аптек висвітлюється в науково-періодичних фахових виданнях крайне недостатньо.

2. Вивчено і проаналізовано структуру інтернет-представництв аптек. Аптеки сьогодення прагнуть створювати свої веб-сайти в мережі Інтернет. Нажаль, інформація щодо підвищення грамотності, інформованості та рівня особистої відповідальності громадян щодо власного здоров'я, на веб-сайтах аптек розміщується крайне рідко.

3. За результатами анкетування щодо стану санітарно-просвітницької діяльності встановлено, що така робота аптеками не виконується взагалі або виконується формально. У повсякденній практиці торгівельна функція аптек виходить на перший план, і важливій соціальній складовій діяльності фармацевтичного фахівця увага майже не приділяється. Актуальним є розробка мотиваційних заходів для спеціалістів фармації щодо формування у них особистої зацікавленості здійснення санітарно-просвітницької діяльності.

Використана література:

1. Лінник С.О. Стратегія ВООЗ "Здоров'я-2020" як засіб прискорення прогресу в досягненні максимального потенціалу у сфері охорони здоров'я населення // Публічне управління: теорія та практика. – 2013. – № 1 (13). – С. 191–195.
2. Гала Л.О. Дослідження ролі аптечних працівників у санітарно-просвітницькій роботі серед населення / Л.О. Гала // Фармацевтичний часопис. – 2012. – № 1. – С. 97–101.
3. Етичний кодекс фармацевтичних працівників України. – Харків, 2010. – 16 с.

4. Эльяшевич Э.Г. Новые функции провизора на современном этапе развития фармации/ Э.Г.Эльяшевич // Вестник ВГМУ. – 2015. – Т.14, № 1. – С. 6-11.
5. Горбань А.Є. Моніторинг засобів інноваційного забезпечення у сфері охорони здоров'я України з проблем захворюваності на найбільш соціально небезпечні та соціально значущі хвороби за 2011-2014 рр. / А.Є.Горбань, Л.І.Закрутько, О.М.Дзюба, Л.Г.Білан // Україна. Здоров'я нації. – 2015. - №2. – С. 76-80.
6. Создание сайта аптеки [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://webstudio2u.net/ru/index/business/316-site-for-pharmacy.html> (дата звернення 04.12.2017)