

Пациентът /клиент и фармацевтичните грижи и услуги в конкурентната пазарна среда на лекарствоснабдяването

Мими Стойчева

The patient/client and the pharmaceutical cares and services in the competitive market environment of medicine supply: The present paper outlines the influence and the competitive market price of medicine supply on the condition and the tendencies of pharmaceutical cares and services. The more important characteristics of the changed status, place and role of the patient are outlined making them their chief customer/client. In the context of the modern global health policies in the pharmaceutical sector an attempt is made to mark the priority approaches, activities and mechanisms for improving the interrelation: consumer/client-pharmaceutical net viewing the supply of quality pharmaceutical cares and services and increasing the satisfaction with them.

Key words: pharmaceutical markets, pharmaceutical net, medicine supply, pharmaceutical cares and services, competition, quality.

ВЪВЕДЕНИЕ

С приемането на България в Европейския съюз, общественоекономическият живот в страната бе поставен пред сериозни предизвикателства и промени. Световната икономическа криза безспорно даде своите негативни отражения върху редица реформационни процеси, включително и в системата на здравеопазването, в частност в сферата на фармацевтичното дело и лекарствоснабдяването, изразяващи се в:

- свиване на покупателната способност на гражданите и намаляване на търговската кошница (покупателните възможности на българите са най-ниските в Европа);

- по-бързите темпове на нарастване цените на лекарствените продукти, в сравнение с темповете на нарастване на потреблението им, което неминуемо създава икономическа бариера пред достъпа на лекарствени продукти;

- нестабилност и недостатъчна социална обезпеченост на националната лекарствена политика;

- трамвост и неориентираност на реимбурсираната лекарствена политика, която все още не е ориентирана към насърчаване потреблението на генеричните лекарствени продукти, а това ограничава още повече потребителското търсене;

- нелоялна конкуренция и ожесточена борба за пазари от страна на производители, доставчици и търговци на лекарствени продукти (в нередки случаи и отнемане на чужд пазарен дял и дъмпингови цени за привличане на чужда клиентела);

- масовизиране и комерсиализиране на аптечната мрежа, за сметка на количествените, а не на качествените аспекти на предлаганите услуги.

В контекста на тези промени **рязко се променя профилът на българския пациент - потребител на лекарствения продукт във фармацевтичния сектор.** Статусът му на здравноосигурено лице, и заплащането за потребление на даден вид услуга и лекарствен продукт, го променя по посока на **главен клиент на фармацевтичните пазари.** Неговата платежоспособност, доверие и удовлетвореност се превръща едновременно в условие, във фактор и предпоставка за осигуряване на постоянни парични потоци и устойчиво развитие на аптечните структури в условията на засилена конкурентна среда. В същото време, **засилват се ролята и мястото от осигуряването на качествени фармацевтични грижи и услуги, като нова, съвременна форма на лекарствообслужването,** балансираща технократските и икономически подходи с етикодеонтологичните норми, психичните нагласи и очаквания на индивидите и обществото.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Изхождайки от значимостта и актуалността на разглежданата проблематика, в настоящата разработка си поставихме следните **Цел и задачи**:

Въз основа на проучените данни и анализи за развитието на българските аптечни пазари в условия на криза, да се очертаят:

- положителните и негативни страни на конкурентната пазарна среда и ролята на качествените фармацевтични грижи и услуги за устойчиво и проспериращо развитие на аптечните единици и лекарствообслужването;

- новият статус, място и роля на съвременния пациент като главен клиент на фармацевтичния лекарствен продукт в условията на конкурентната пазарна среда;

- приоритетни подходи, дейности и механизми за иновиране на фирмените политики на аптечните субекти, за поддържане на лоялна конкурентна пазарна среда, както и на лоялна и удовлетворена клиентела в условията на икономическа криза.

Материали и методи:

За постигането на поставените цели и задачи акцентираме върху следните източници и методи за набиране, анализ и интерпретиране на информацията по проучвания проблем:

- документален метод – за проучване и анализ на законово-нормативна база и източници (закони, наредби, стратегически, програмни, оперативни, отчетни документи);

- теоретичен, сравнителен, маркетингов анализи при проучването и интерпретирането на данни, факти и явления в национални и международни научни източници и публикации;

- концептуален и прогностичен анализи.

Резултати и обсъждане:

I. Европейски приоритети и правила относно развитието на съвременния фармацевтичен сектор и лекарствоснабдяване.

В основата на законодателството на Европейския съюз (ЕС) във фармацевтичния сектор стои изработването и унифицирането на правила за лекарствени продукти за хуманна употреба. В тази връзка основополагаща е Директива 65/65ЕЕС, която регламентира изискването на предварителна оценка за ефикасността, безопасността и фармацевтичното качество на лекарствените продукти. Последващите директиви утвърждават и разширяват усилията на Европейската общност относно сближаването и синхронизирането на лекарствените продукти. Последващите директиви утвърждават и разширяват усилията на Европейската общност относно сближаването и синхронизирането на лекарствените политики на страните-членки на ЕС относно лекарствените продукти за хуманна употреба. **Основна цел на всички правила за производство, разпространение и употреба на лекарствените продукти е да защитава индивидуалното и обществено здраве.** Тази цел трябва да се постига със средства, които да не възпрепятстват развитието на фармацевтичната промишленост и търговията .

В този смисъл се разработват и т.нар. Ръководства, съдържащи унифицирани правила, регламенти и стандарти за осигуряване на свободно движение на лекарствени продукти в страните от ЕС. ЕМЕА (Европейска агенция по лекарствата) от Европейската комисия полага огромни усилия за гарантиране високо ниво на защита на лекарствените продукти. **В тази връзка приоритетни цели по отношението на лекарствата и лечението са:**

- Гарантиране на наличие на лекарства на достъпни цени;
- Гарантиране на безопасността и ефективността на лекарствата;
- Подобряване качеството и разпространението на информацията Европейския фармацевтичен форум разработва препоръки и обменя добри практики с цел:

- подобряване сътрудничеството между европейските промишлени и търговски пазари на лекарствени продукти;
- засилване подкрепата за изпълнение на социалните цели в общественото здравеопазване;
- подобряване конкурентноспособността на фармацевтичната промишленост и преодоляване на тяснокорпоративните и фирмените интереси;
- подобряване достъпа до крайно-необходимите лекарства в развиващите се страни;
- улесняване достъпа до лекарствени продукти, предназначени за подобряване и защита здравето на децата.

II. Промененият статус и роля на пациента/клиент в конкурентна пазарна среда на лекарствоснабдяването.

Безспорно, **международните процеси и тенденции във фармацевтичния сектор рефлектират и върху промените на пазара на фармацевтичния продукт и профила на потребителя.** Както отбелязва Калахан Д [4], най-голямата икономическа сила, действаща в здравеопазните системи в света, е тази на пазара. От една страна **пазарът предоставя положителни възможности за развитието на здравеопазната система поради:**

- създаването на все по-иновативни механизми, с цел откликване на обществените и индивидуални потребности и предпочитания;
- пазарните механизми подпомагат силната децентрализация и разбиването на монопола и засилване делът на активността на частните субекти;
- динамиката и конкурентната пазарна среда дава възможност за по-големи инвестиции, технологичен прогрес, контрол и отчетност на разходите на икономическата ефективност.

В същото време **пазарът крие и някои рискове**, по важни от които са:

- намалява икономическата товар и отговорностите на държавата за сметка на потребителите/клиентите и работодателите;
- маргинализиране на ползите, комерсиализиране и корумпиране на социални ценности, блага и превръщането им предимно в стока и търговия със здраве;
- в стремежа си да спечелят и задържат по-платежоспособни клиенти, много често аптечните субекти и мениджъри прибегват до нелоялна конкуренция: завоюване на чужди пазари, дъмпингови цени, нарушаване на етико-деонтологичните принципи, норми и правила.

Бихме желали **да очертаем по-съществените характеристики на променящият се статус и профил на съвременния пациент /клиент в условията на конкурентна пазарна среда в лекарствоснабдяването и лекарствообслужването в нашата страна:**

- в условията на здравната реформа, **българският пациент е не само потребител, но преди всичко клиент на фармацевтичния продукт** главно поради: свободата на избор и директното заплащане на получаваната услуга, както и на влиянието му върху крайното потребление на фармацевтичния пазар;
- **намаляване на покупателната способност на пациентите/клиенти** поради засилена социална несигурност, безработица, обедняване по време на икономическа и политическа криза, като в същото време се наблюдава и силна социална поляризация в обществото;
- **по-високо ниво на здравна култура (здравна грамотност) на пациента/клиент**, поради медийна информационна инвазия – предимно по здравни теми промоции и реклами на лекарствени продукти, медицински изделия, хранителни добавки и биопродукти (това до голяма степен увеличава „гледа за здравна и лекарствена информация“);

• поради надценена здравна култура, неравнопоставен и ограничен достъп до здравни и фармацевтични грижи и услуги, а също така и поради икономическа неравнопоставеност и ограниченост, **все по-често българският гражданин, (пациент или клиент), прибягва до методите на самолечение** – предимно чрез лекарствени средства, отпускани без рецепта (т.нар.ОТС), чрез хранителни добавки, биоактивни и билкови продукти. Това от своя страна **често къса връзката пациент-лекар-фармацевт;**

• не са редки случаите, когато пациентът /клиент става жертва на чисто комерсиалната фирмена аптечна политика за сметка на правото му да се ползва от хуманни фармацевтични здравни грижи и услуги;

• **нарастване на потребностите, желанията, предпочитанията и очакванията на здравноосигуреният и здравнограмотният пациент/клиент от качествени, хуманни и легитимни здравни и фармацевтични грижи и услуги.**

Видно е, че промененият профил и статус на съвременния пациент/клиент му очертава нова роля и място на фармацевтичния пазар. Той се превръща едновременно и във важен фактор и в гарант за просперирането на фармацевтичните пазари и устойчивото развитие на аптечната мрежа в конкурентна среда. Това е така защото всяка съвременна аптечна структура се стреми да привлече, задържи и увеличи броя на своята постоянна, платежоспособна и удовлетворена клиентела в условията на икономическа криза и силна конкурентна пазарна среда.

III. Място и роля на съвременните фармацевтични грижи и услуги в условията на пазарна конкуренция.

Фармацевтичните грижи, като част от здравните грижи съдържат в себе си принципите и нормите на медицинската етика и деонтология: да бъдат безопасни, хуманни, легитимни и ефективни, да осигуряват здравето благополучие и качество на живот на своите ползватели – пациенти/клиенти. Съществуват различни определения на същността на фармацевтичната грижа, но най-точна за нас остава първоначалната концепция, дефинирана от Микаел и колектив през 1975 г.: „грижата от която се нуждае и която получава даден пациент, и която му осигурява безопасна и рационална лекарствена употреба” [3]. Самият термин „грижа”, предполага необходимостта от максимална колаборация и сътрудничество между членовете на мултидисциплинарния здравен екип: лекар, фармацевт, медицинска сестра, помощник фармацевт, пациент и неговото най-близко обкръжение (семейство, близки).

Съвременните фармацевтични грижи изместват фокуса от лекарството като продукт, към пациента като холистичен, цялостен субект, с неговите здравни нужди, предпочитания, интереси, очаквания, специален статус, здравна култура и целия постигането на генералните цели и задачи на здравеопазната политика през 21 век: намаляване на рисковете и страданията, намаляване заболяемостта и смъртността, подобряване здравето и качеството на живот на хората.

Поради това тяхното съдържание се позиционира върху следните структурни и съдържателни елементи [3]:

• своевременно идентифициране на проблемите, свързани с лекарствения продукт (ЛП);

• използване на безопасни, ефективни и подходящи ЛП за конкретния пациент;

• отпускане на ЛП съвместно с консултиране на пациента;

• контролиране на терапията;

• включване на пациента във фармацевтичните грижи;

• документиране (създаване на база данни за състоянието на всеки един пациент в аптеката);

- участие в създаване на система от индикатори за оценка на резултатите от терапията.

Бихме определили тези елементи като „стъпки“, „етапни процеси“, които обаче се опосредствуват от процесите на обслужване т.е. предоставена вид грижа чрез услуга. Изхождайки от съдържателната характеристика на понятието „услуга“-като:

„указана на някому помощ или добрина“ и на понятието „услугам“- като: „правя услуга“; „подпомагам, улеснявам, съдействам“ (определени в Български тълковен речник, 1976 г.), **считаме за целесъобразно и необходимо да употребяваме израза „здравни грижи и услуги“, което предполага по-цялостен и по-завършен процес на предоставените здравни грижи във фармацевтичния сектор.**

Тъй като това не са процеси, изолирани и касаещи само фармацевтичната практика и аптекния персонал все по-голяма става **необходимостта от поддържане на постоянна комуникационна връзка :**

лекар-пациент/клиент-аптека/фармацевт - доставчик на лекарствени продукти.

А това от своя страна **изисква следните иновативни подходи, дейности и механизми в условията на конкурентна пазарна среда:**

- скъсване с порочната комерсиална и корупционна практика лекарите да обслужват крупни фармацевтични производители и техните търговски представители и аптечни структури (предимно големи аптечни вериги);

- изграждане на прозрачност на фирмената (аптечна) политика и доверие у пациентите /клиенти;

- създаване на по-действени политики и механизми, включващи: приоритетни маркетингови проучвания; обогатяване асортимента на пациентите с ЛП; гъвкава и лоялна ценова и промотивна политика; активна информационна и рекламна политика;

- разширяване обхвата, качеството и ефективността на фармацевтичните грижи и услуги в отговор на пазарните и потребителски нужди;

- подобряване мениджирането, корпоративния имидж и фирмена култура в лекарствообслужването;

- перманентен мониторинг на процесите разход-ефект, както и на удовлетвореността на пациентите/клиенти от качеството на предоставените им фармацевтични грижи и услуги.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В контекста на гореизложените констатации, анализи, предложения, бихме могли да обобщим следните

Изводи и препоръки:

- съвременният фармацевтичен пазар, като част от здравните пазари, се влияе от икономическите, социални и организационни рефлексии на съответната икономическа криза;

- конкурентната пазарна среда стимулира фирменото устойчиво и проспериращо развитие на аптечните субекти по отношение на:

- привличане, запазване и увеличаване на постоянната и лоялна клиентела на лекарствени продукти, здравни грижи и услуги;

- съвременният пациент/клиент има стимулиращо място и роля, и е едновременно фактор и гарант за развиването на лоялна конкуренция между аптечните субекти на съвременните фармацевтични пазари;

- Поддържането на перманентна комуникационна взаимовръзка лекар-пациент/клиент-аптека/фармацевт-доставчик на ЛП) е условие и предпоставка за осигуряване на ефективни, хуманни, качествени и ефективни здравни и фармацевтични грижи и услуги. А това изисква неотложно въвеждане на електронно

здравно досие на всеки гражданин/пациент/клиент, (чиято неотменна съставна част е и лекарственото досие).

ЛИТЕРАТУРА

[1] Гладилев Ст., Е.Делчева, Икономика на здравеопазването, Ринсера, С., 2009

[2] Комитов Г., Стр.Генов, Здравната политика и нейните стратегически приоритети в условията на продължаващата реформа, Здравен мениджмънт, 2008, 5/6.

[3] Петкова В., Зл.Димитрова, Ролята на фармацевтичните грижи за постигане на качествено ново ниво фармацевтично обслужване, Социална медицина 2002,3, 14-15

[4] Янева Р., Б.Борисова, Мястото на пациента в триъгълника медицина-етика-икономика, Медицински меридиани, 2012, 1/2, 32-37

За контакти:

Доц. Мими Георгиева Стойчева д.м., Университет "Проф.д-р Асен Златаров"
Бургас - Медицински колеж, бул."Стефан Стамболов" 69, E-mail: stmimi@abv.bg,
Тел./Факс + 359 56 81 32 95, +359 56 858 150

Докладът е рецензиран.