



**SERVICII
FARMACEUTICE
ÎN ROMÂNIA.
REALITĂȚI ȘI
PROVOCĂRI
POST-PANDEMICE**

Concluziile studiului realizat pentru:

ADRFR
Asociația Distribuitorilor și Retailerilor Farmaceutici din România

 **Colegiul Farmaciștilor
din România**

UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI,
CENTRUL DE CERCETĂRI ÎN ECONOMIE
COMPORTAMENTALĂ APLICATĂ



CUPRINS

- Obiectivele studiului – slide 3
- Satisfacția și încrederea - slide-urile 4 - 8
- Gradul de informare și cunoaștere a serviciilor oferite de farmacii – slide-urile 9- 11
- Servicii noi propuse spre a fi disponibile în farmacii – slide-urile 12 - 15
- Vaccinarea în farmacii – 16 – 19
- Concluzia generală – slide 20
- Metodologia cercetării – slide-urile 21 - 22



OBIECTIVELE STUDIULUI

Studiul și-a propus să analizeze contextul reprezentational urban din România cu privire la serviciile farmaceutice, cu scopul de a fundamenta noi politici și abordări strategice în domeniu.

Obiectivele specifice au fost:

- măsurarea gradului de informare privind serviciile oferite de farmacii;
- percepția despre serviciile oferite de farmacii;
- încrederea în farmaciști, în personalul farmaciilor;
- atitudinea populației/utilizatorilor serviciilor farmaceutice față de introducerea de noi servicii de farmacie (măsurarea tensiunii arteriale, măsurarea glicemie, soluții personalizate de verificare a medicamentelor din rețetă, etc);
- identificarea de noi servicii pe care populația le-ar dori disponibile în farmacii; plusuri și minusuri ale introducerii de noi servicii de farmacii



SATISFAȚIA ȘI ÎNCREDEREA

SATISFAȚIA FAȚĂ DE SERVICIILE PRIMITE ÎN FARMACII

ÎNCREDEREA ÎN INFORMAȚIA PRIMITĂ DE LA FARMACIST



CONCLUZIILE STUDIULUI (I)

În ceea ce privește satisfacția pacienților față de serviciile primite în farmaciile comunitare și încrederea în informația oferită de farmacist, trendul general este acela al unei atitudini pozitive în raport cu ambele variabile.

- Satisfacția generală față de serviciile primite în farmacii, **situată la un nivel foarte ridicat**¹, este determinată de caracteristicile farmaciei, atitudinea farmacistului, timpul acordat pacientului, claritatea cu care a fost prezentată informația, disponibilitatea medicamentelor conform nevoilor respondenților precum și starea de sănătate².
- Toți acești factori determinanți se mențin și pentru **gradul de încredere în informația primită în farmacii**², cu diferența că starea de sănătate nu mai este predictor, fiind înlocuită de educație.
- Interacțiunea pacient – farmacist este percepută ca fiind una de calitate, politețea, interesul arătat, disponibilitatea și respectul fiind variabile evaluate pozitiv de majoritatea respondenților.

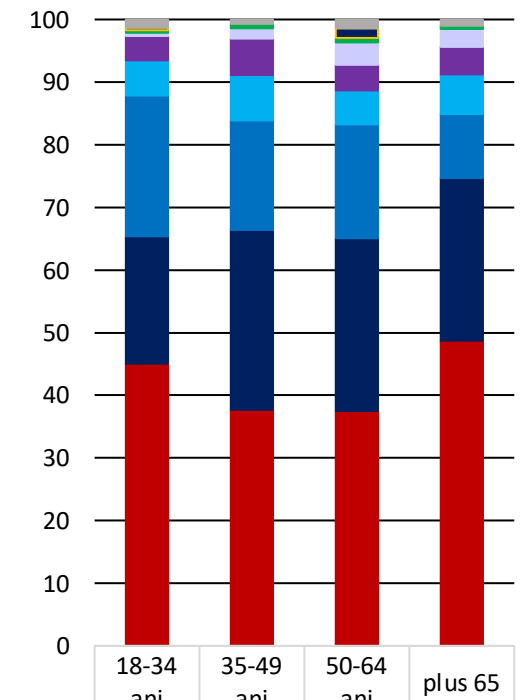
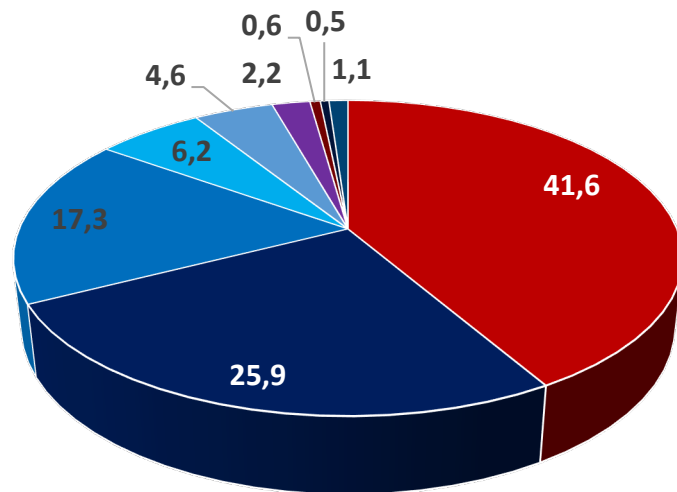
Note:

¹ Peste 90% dintre respondenți se declară satisfăcuți de serviciile oferite în farmacii. Media satisfacției este de 7,75, iar mediana este 8, pe o scală de la 1 la 9 unde 1 este minim iar 9 este maxim.

² Nivelul de încredere în informația primită în farmacie are o valoare medie de 7,13 iar mediana de 8, pe o scală de la 1 la 9 unde 1 este minim iar 9 este maxim.

CÂT DE SATISFĂCUT(Ă) SUNTEȚI ÎN GENERAL FAȚĂ DE SERVICIILE CARE VI S-AU OFERIT ÎN FARMACII?

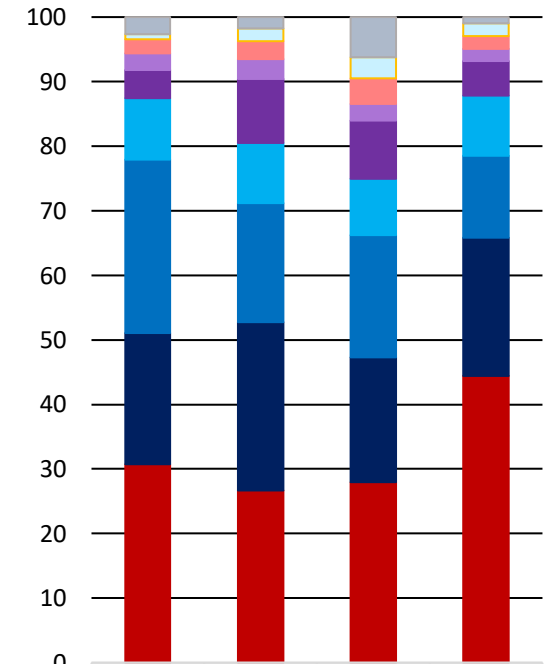
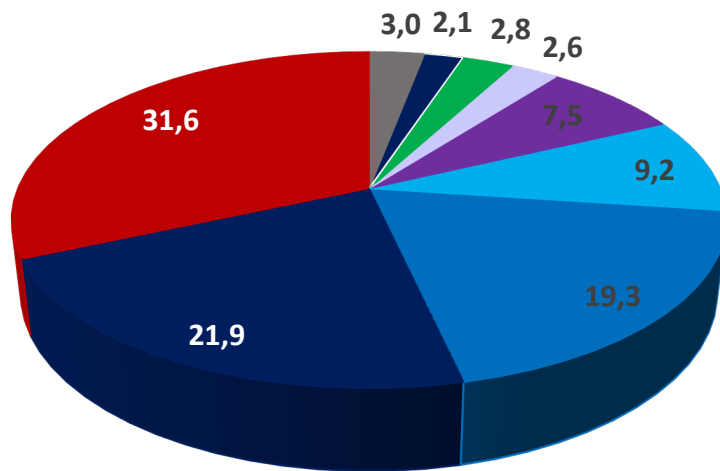
■ 9 - deplin ■ 8 ■ 7 ■ 6 ■ 5 ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1-deloc



	18-34 ani	35-49 ani	50-64 ani	plus 65
1-deloc	1,3	0,7	1,5	1,0
2	0,4		1,5	
3	0,4	0,7	0,7	0,5
4	0,4	1,7	3,6	2,9
5	3,9	5,8	4,0	4,4
6	5,6	7,2	5,5	6,3
7	22,5	17,5	18,2	10,2
8	20,3	28,8	27,6	25,9
9 - deplin	45,0	37,7	37,5	48,8

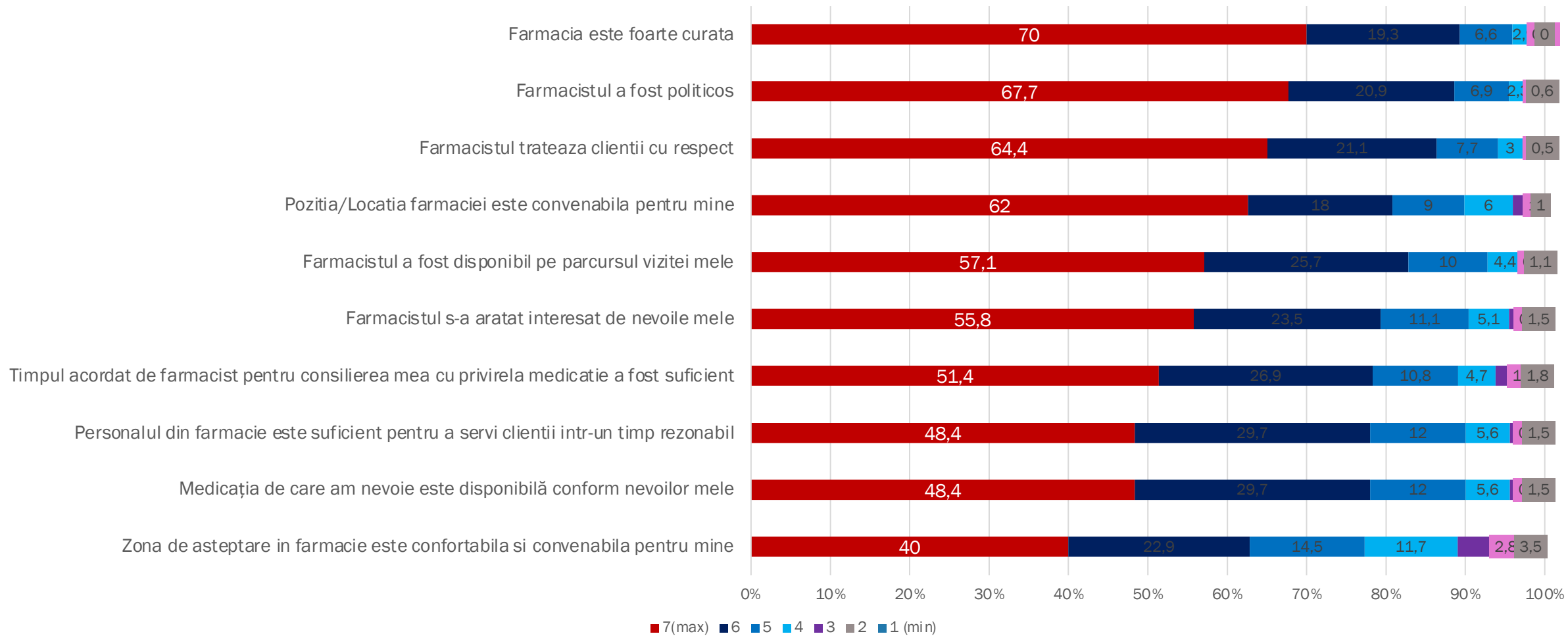
CÂTĂ ÎNCREDERE AVEȚI ÎN CONSILIEREA PE CARE O PRIMIȚI ÎN FARMACII?

■ 1-deloc ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ 7 ■ 8 ■ 9 - deplin



	18-34 ani	35-49 ani	50-64 ani	plus 65
1-deloc	2,6	1,7	6,2	1,0
2	0,9	2,1	3,3	2,0
3	2,2	2,7	4,0	2,0
4	2,6	3,1	2,5	2,0
5	4,3	9,9	9,1	5,4
6	9,5	9,2	8,7	9,3
7	26,8	18,5	18,9	12,7
8	20,3	26,0	19,3	21,5
9 - deplin	30,7	26,7	28,0	44,4

CARE ESTE NIVELUL DUMNEAVOASTRĂ DE ACORD FAȚĂ DE URMĂTOAREA AFIRMAȚIE:





GRADUL DE INFORMARE ȘI CUNOAȘTERE A SERVICIILOR OFERITE DE FARMACII

INFORMAȚIA DEȚINUTĂ DE PACIENȚI CU PRIVIRE LA
SERVICIILE ACTUALE OFERITE DE FARMACII

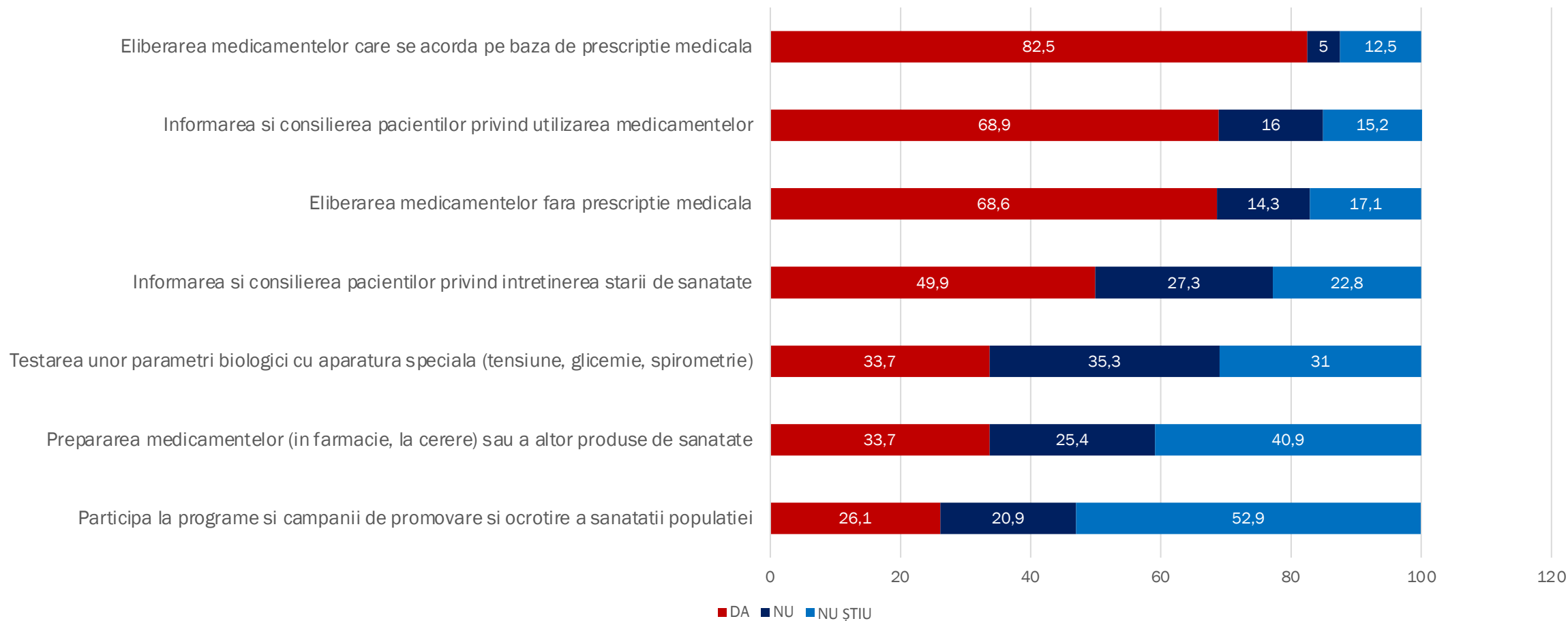




CONCLUZII (II)

- Nu există, la nivelul opiniei publice investigate, o recunoaștere unitară a tuturor serviciilor asigurate în acest moment în farmacii.
- Pacienții sunt familiarizați cel mai mult cu serviciile de eliberare a medicamentelor cu și fără prescripție medicală și informare a pacienților cu privire la modul de administrare a medicației.
- Celelalte servicii, deși disponibile în acest moment, sunt mai puțin cunoscute. Servicii precum participarea activă a farmaciilor în programe și campanii de prevenție sau informarea și consilierea privind starea de sănătate nu sunt conștientizate de către populație, poate pentru că nu au fost promovate suficient sau se adresează unei categorii mai restrânse de persoane.

PRINCIPALELE SERVICII PE CARE LE OFERĂ ACUM FARMACIILE DIN APROPIEREA DVS:





SERVICII NOI PROPUSE SPRE A FI DISPONIBILE ÎN FARMACII

ATTITUDINEA FAȚĂ DE UNELE NOI SERVICII DISPONIBILE PRIN INTERMEDIUL FARMACIILOR



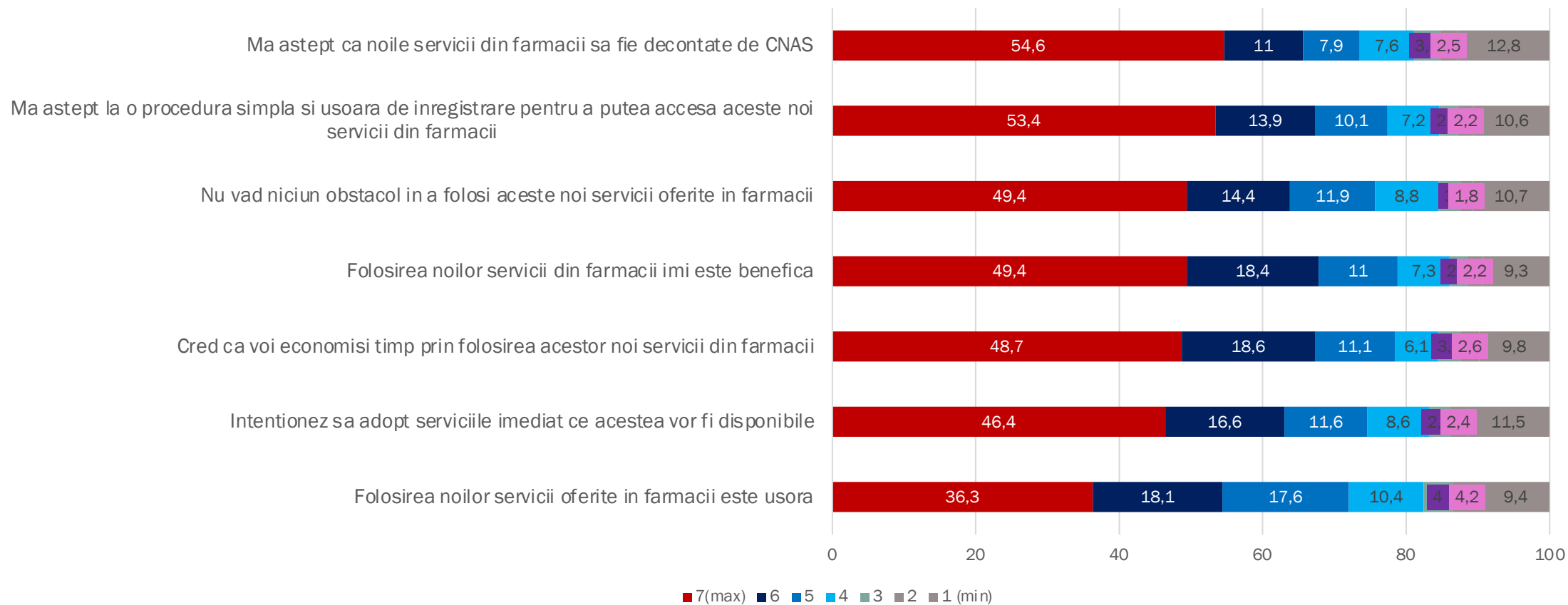
CONCLUZII (III)

- În ceea ce privește utilitatea unor noi servicii oferite de farmacii, rezultatul indică un grad ridicat de acord.
- Din perspectiva pacienților, cele mai utile noi servicii sunt considerate a fi testele pentru afecțiuni cardiovasculare (23% dintre respondenți), urmate de testele rapide pentru depistarea unor infecții ca de exemplu Sars-Cov 2, gripa sezonieră sau hepatita B și C (15% dintre respondenți), și determinarea glicemiei (12% dintre respondenți).
- Rezultatul privind percepția asupra siguranței vaccinării împotriva gripei sezoniere în farmacii indică faptul că 64% dintre respondenți consideră că acțiunea ar fi la fel de sigură ca la cabinetul unui medic.
- Rezultate asemănătoare s-au înregistrat în cazul consilierii periodice avansate în cazul polimedicației, adresată pacienților cu mai mult de 5 medicamente în schema terapeutică (69% de respondenți favorabili ideii că ar fi la fel de sigur să fie oferită prin farmacii) și în cazul consilierii la distanță cu privire la posibilele interacțiuni dintre medicația utilizată și alte medicamente sau alimente sau privind efectuarea de teste rapide pentru depistarea unor infecții (70% dintre respondenți spun că ar fi la fel de sigur ca în cazul în care serviciile ar fi oferite în cabinetul unui medic).
- Încrederea pacienților în unele servicii oferite în farmacii este un predictor foarte important care influențează pozitiv intenția de adopție a noilor servicii și care are cea mai mare dimensiune a efectului.

PROCENTUL RESPONDENȚILOR CARE CRED CĂ SERVICIILE OFERITE PRIN FARMACII SUNT (SAU NU) LA FEL DE SIGURE CA ACELEA OFERITE ÎN CABINETUL MEDICULUI

Serviciu	La fel de sigur	Nu la fel de sigur
Determinarea glicemiei - pentru prevenția diabetului zaharat	80%	20%
Determinarea tensiunii arteriale, determinarea colesterolemiei - pentru prevenția bolilor cardio-vasculare	75,6%	24,4%
Asistență în vederea renunțării la fumat	76,1%	23,9%
Consilierea la distanță (online, telefonic) cu privire la modul în care trebuie să iau medicamentele	73,5%	26,5%
Efectuarea de teste rapide pentru depistarea unor infecții ca de exemplu Sars-Cov-2, Hepatita B și C, gripa sezonieră	70,9%	29,1%
Consilierea la distanță (online, telefonic) cu privire la posibilele interacțiuni dintre medicația mea și alte medicamente sau alimente	70,2%	29,8%
Consilierea la distanță (online, telefonic) cu privire la efectuarea de teste rapide pentru depistarea unor infecții (pentru Sars-Cov-2, Hepatita B și C, gripa sezonieră)	69,9%	30,4%
Consilierea periodică avansată în cazul polimedicației (adresată pacienților cu mai mult de 5 medicamente în schema de tratament)	68,6%	31,4%
Prevenția prin vaccinare a unor afecțiuni transmisibile (de exemplu, vaccinare antigripală)	64%	36%

ÎN CE MĂSURĂ SUNTEȚI DE ACORD CU URMĂTOARELE AFIRMAȚII?





VACCINAREA ÎN FARMACII

ATITUDINEA RESPONDENȚILOR FAȚĂ DE VACCINARE
(CU REFERIRE LA VACCINAREA ANTIGRIPALĂ)

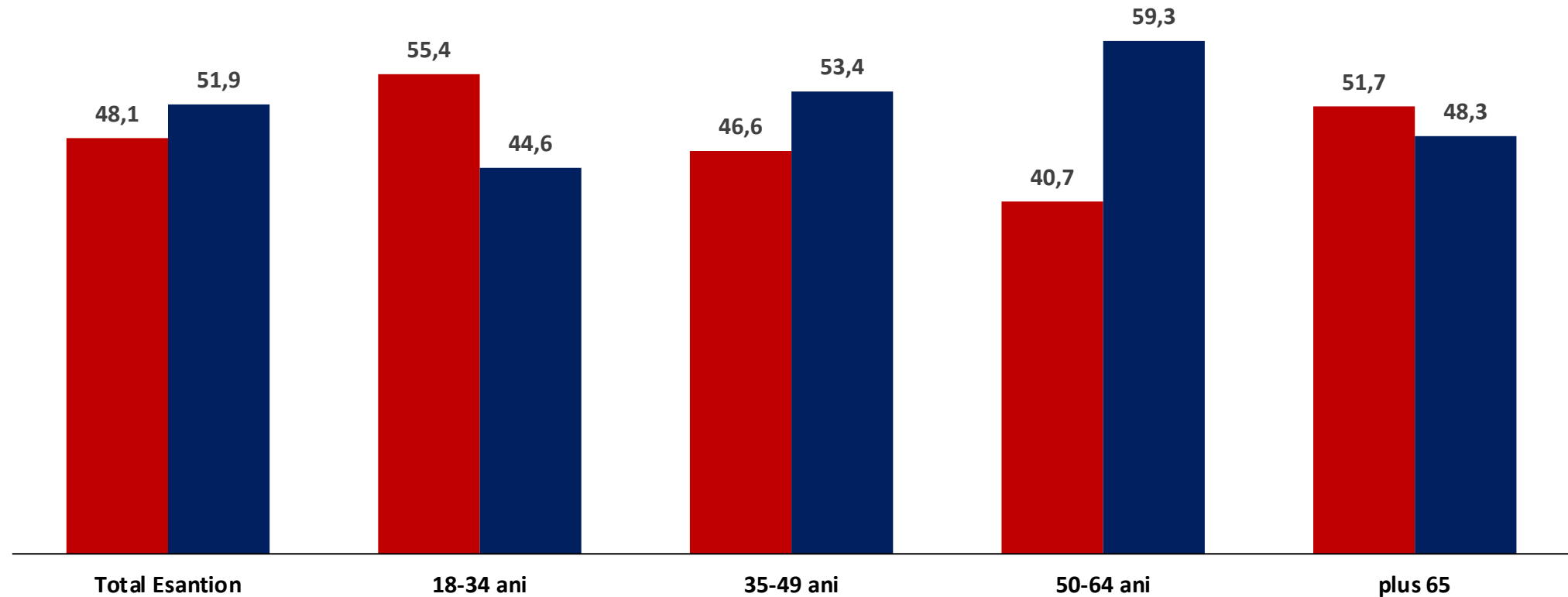


CONCLUZII (IV)

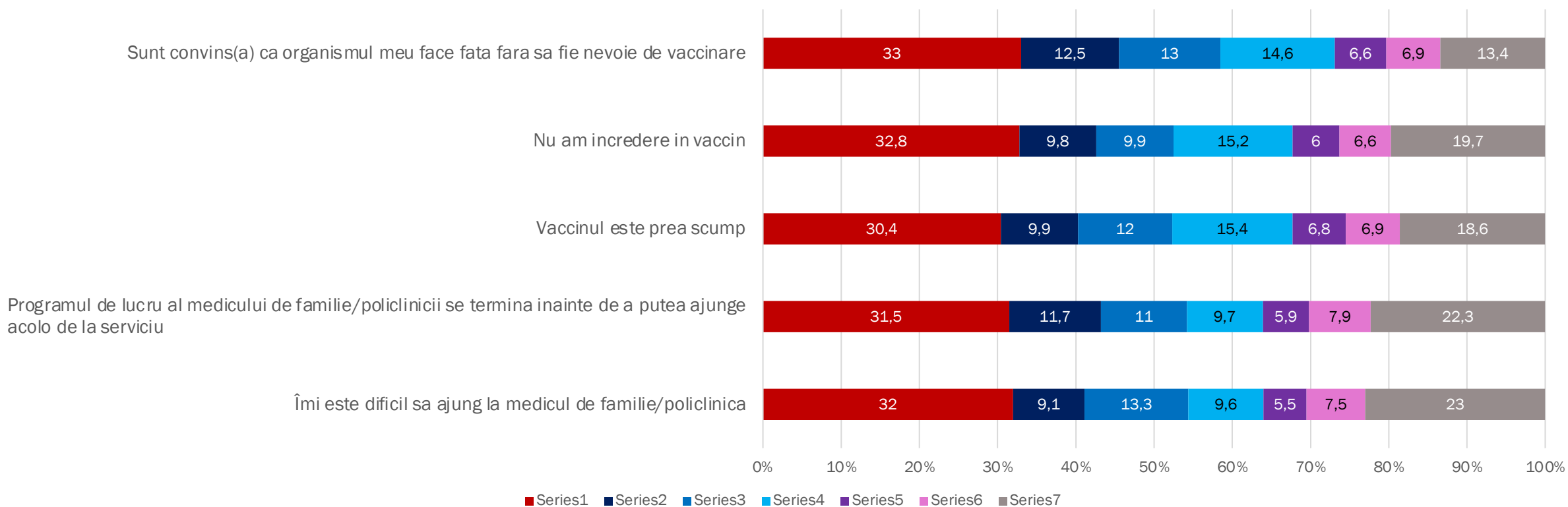
- În ceea ce privește vaccinarea, pentru adoptarea acestui comportament, barierele de acces par mai puternice decât cele psihologice.
- Încrederea în consilierea primită în farmacii susține posibilitatea de a primi vaccinul prin intermediul acestora și oferă la nivel individual o alternativă viabilă la vaccinarea la cabinet.
- Factorii determinanți ai intenției de a plăti pentru vaccinul administrat în farmacie:
 - ✓ încrederea în competența farmaciștilor de a administra vaccinul;
 - ✓ credința respondenților că oameni din mediul apropiat (familie, prieteni) ar adopta vaccinarea în farmacie;
 - ✓ posibilitatea ca accesul să fie mai facil la farmacie prin comparație cu accesul la medical de familie;
 - ✓ încrederea pacientului că într-adevăr vaccinul îl protejează de eventualele efecte neplăcute în caz de îmbolnăvire.

AȚI FI DISPUS SĂ PLĂTIȚI PENTRU CA VACCINUL ÎMPOTRIVA GRIPEI SEZONIERE SĂ VĂ FIE ADMINISTRAT ÎN FARMACII DE PERSONAL SPECIALIZAT?

■ DA ■ NU



CÂT DE IMPORTANTE SUNT PENTRU DUMNEAVOASTRĂ URMĂTOARELE MOTIVE ÎNTR-O EVENTUALĂ DECIZIE SĂ NU VĂ VACCINAȚI ?



CONCLUZIA GENERALĂ

Pacienții români au un grad de deschidere mare către adopția unor noi servicii în farmacii.

Acest lucru este influențat pozitiv de satisfacția generală și încrederea pacienților în serviciile oferite de farmaciști, precum și accesibilitatea farmaciei comunitare.



METODOLOGIA CERCETĂRII

- Universul cercetării: populația adultă din mediul urban, 18 ani și peste, neinstituționalizată a României.
- Volum eșantion: 1003 rezidenți în mediul urban, populație în vârstă de 18 ani și peste.
- Tipul eșantionului: non-probabilistic, pe cote, în funcție de regiunile de dezvoltare, cu includerea tuturor județelor.
- Al doilea criteriu este calitatea așezării urbane (reședință de județ și alte localități urbane).
- Numărul de persoane intervievate este proporțional cu ponderea aceluși tip de localitate (reședință sau alt urban) în județul respectiv.
- Al treilea criteriu este grupa de vârstă. Calculul eșantionului pe baza criteriilor enunțate a fost realizat pe baza datelor INS, 2020.
- Sondajul este reprezentativ pentru populația urbană a României de 18 ani și peste. Selecția respondenților a fost realizată în conformitate cu criteriile de eșantionare.



CULEGEREA DATELOR

- Procedura de culegere a datelor a fost online și telefonic. Durata de aplicare a chestionarului a fost de aproximativ 20 minute.
- Pentru colectarea datelor a fost utilizat un mix de metode: online și telefonic. În culegerea datelor a fost folosit un panel de 15.000 respondenti. Panelul a fost construit în funcție de cerințele metodologice – de eșantionare formulate de client.
- În prima fază respondenți au fost invitați, online, să completeze chestionarul cercetării. În faza a doua s-a realizat sondaj telefonic până la completarea în volumul solicitat de contract.
- Calendarul și durata sondajului: colectarea datelor a avut loc în perioada 14-26 februarie 2021.