



BİR FARMASÖTİK BAKIM UYGULAMASI OLARAK ÖZBAKIM



Öz bakım, “sağlık mesleğinden olmayan bir kişinin, toplum sağlığı faaliyetleri ve karar almada, hastalıktan korunmada, hastalık teşhisinde ve tedavisinde sağlık bakım sistemindeki birincil sağlık kaynağı düzeyinde kendi yararına etkin bir biçimde işlev gördüğü bir süreç” olarak tanımlanmıştır. Özbakım, sağlık bakımının en genel tarzıdır. Kapsamı, dış fırçalamaktan kendi kendine meme muayenesine kadar, ve düzenli egzersiz yapmaktan ev tipi gebelik testine kadar genişler. Gittikçe artan sayıda tüketici, özbakımı sağlayana dayalı geleneksel sağlık bakımına etkin, ekonomik ve rahat bir alternatif olarak tercih ediyor. Özbakım etkinliklerinin ve yararlarının bazı örnekleri “Arzulanan Sonuçlar” kutucuğunda sayılmaktadır.

Özbakım uygulamalarını bir dizi faktör desteklemektedir. Özellikle önemli bir faktör, yetkinliğe dayalı sağlık bakımının artan maliyetli doğası ile kıyaslandığında özbakımın görece düşük maliyetli olmasıdır.

Farmasötik bakım, “belirli sonuçlara erişme amacıyla ilaç terapisinin sorumlu koşulu” olarak tanımlanmıştır. Farmasötik bakımdan beklenen dört esas sonuç, (1) hastalığın iyileştirilmesi, (2) hastalık semptomlarının azaltılması veya yok edilmesi, (3) hastalığın ilerlemesinin durdurulması ya da yavaşlatılması, ve (4) hastalığı veya semptomlarını önlenmesidir.

Farmasötik bakım yalnızca ilaç ürünlerinin yazılmasına indirgenmemelidir. Farmasötik bakımın her bir sonucuna, belirli reçetesiz ürünlerin ve araçların uygun biçimde kullanılması yoluyla erişilebilir.

Örneğin, belirli anti-fungal ilaçlar atlet ayağı ve kandidiyazisi iyileştirebilir; belirli analjezik ve dekonjestan ürünler soğuk algınlığı ve gripi azaltabilir veya ortadan kaldırabilir; belirli florürlü ağız sıvıları ve diş macunları diş çürümesi sürecini durdurabilir ya da yavaşlatabilir; ve belirli topikal antibiyotikler hastalığın (enfeksiyon) semptomlarını önleyebilir.

Açıkçası, bu sonuçlara reçeteli ilaçların uygun seçimi ve kullanılması yoluyla ulaşılabilir, hatta çoğunlukla ulaşılır. Bununla birlikte, çoğu tüketici reçete yazdırmadan aynı sonuçlara ulaşma girişimiyle özbakımı seçer. Aslında, rahatsızlık vakalarının % 60 - 95'ine başlangıçta bazı özbakım tarzlarıyla müdahale edildiği tahmin edilmektedir.

Araştırmalar göstermiştir ki, Amerikalılar ortalama olarak her üç günde bir potansiyel olarak kendi kendine tedavi edilebilir bir sağlık problemi yaşıyorlar. Tüketici Sağlık Bakım Ürünleri Derneği'nin (Consumer Healthcare Products Association) (eski Reçetesiz İlaç Üreticileri Derneği (Nonprescription Drug Manufacturers Association)) yakın zamandaki bir çalışmasına göre, Amerikalıların %38'i, soğuk algınlığı, kas ağrısı, baş ağrısı, mide bulantısı, ve kilo ya da uyku sorunları gibi minör, kendi kendini sınırlandıran sağlık sorunlarının bakımında reçetesiz ilaçları kullanmaktadırlar. Ek olarak, tüketicilerin %17'si bu rahatsızlıklar için bir doktor ya da diş hekimini ziyaret etmekte, %16'sı ev yapımı ilaçlar kullanmakta ve %30'u açıkça hiçbir iyileştirici girişimde bulunmamaktadır. Bu yüzden, var olan reçetesiz ilaç ve özbakım danışmanlığının alanı büyüktür ve gittikçe de büyüyecektir.

Öz bakımın Arzulanan Sonuçları

- * Bakım: Diş fırçalama ve diş temizleme, birçok hastada peridontitis ve diş dökülmesini önler.
- * Gözlem: Kan şekerinin gözlemlenmesi, kan şekerinin daha dengeli diyet, egzersiz ve tedavi ile kontrolünü sağlar.
- * Teşhis: Hamilelik testleri, hamileliğin uygun etkinliklerin (örn: ilaçtan kaçınma, doğum öncesi bakım) yapılmasına olanak sağlayacak kadar erken fark edilmesini sağlar.
- * Korunma: Kendi kendine meme muayenesi kanserin erken tespit edilmesini sağlayarak, tedaviye verilecek yanıtın kesinliğini artırır.
- * Semptomatik: Öksürük ve soğuk algınlığı semptomlarının tedavisi ağrı ve rahatsızlıkları azaltır.
- * Tedavi: Kasık kaşıntısı ve atlet ayağı gibi mantar enfeksiyonları reçetesiz ilaçlarla tedavi edilebilir.
- * Bağımsızlık: Baston, değnek, elastik bandaj, ısıtma yastığı, ve benzerleri bireylere daha fazla ve daha ileri hareketlilik, beceriklilik ve bağımsızlık sunar.

ÖZBAKIM DANIŞMANLARI OLARAK ECZACILAR

Eczacı için, farmasötik bakımın ve tüketici öz bakımının felsefesi öz bakım danışmanlığı işlevine katılmalıdır. Öz bakım danışmanlığı terimi, sağlık bilgisi, tavsiyesi, veya danışma talep eden hastayla ilişki kuran toplumsal temelli eczacının rolünü tanımlar.

Öz bakım danışmanı olarak eczacının doktor işlevi göstermemesi gerektiğinin hatırlanması önemlidir. Danışmanlar olarak onlar, eczacının değil hastanın

sonuçta alınan bütün kararlardan ve öz bakım tedavi planlarının yerine getirilmesinden sorumlu olacaktır. Bilgi almak ve bu bilginin kavranmasına dayalı karar vermek tamamen hastanın sorumluluğudur. Öz bakım danışmanları olarak eczacılar, sağlıkla ilgili konularda bilgi ve danışma sağlayan tüketici avukatları olarak işlev görürler. Bu rol, teşhis ve tedavi formunda doğrudan bakım sunan doktorun ve diğer birincil bakım pratisyenlerinin karşıtıdır. Öz bakım danışmanlığı, eczacılar için, pediatrik, beslenme desteği, ya da psikofarmakoterapi kadar bir uzmanlık alanıdır.

Öz bakım danışmanlığı terimini farmasötik öz bakım danışmanlığı haline getirmek istenmektedir. Bununla birlikte, tüketici danışmanları olarak eczacılar, her zaman farmasötik olmak zorunda olmayan (örn: vapoizatörler, değnek, dinlenme, sıcak veya soğuk uygulaması) bakım yaklaşımlarını önerebilirler. Dolayısıyla, öz bakım danışmanlığı terimi daha kapsayıcıdır ve eczacının rolünü daha uygun bir şekilde tanımlar.

Öz bakım terimi biraz yanıltıcıdır. Tüketiciler çoğunlukla bilgiye erişebilir ve onu özümseyebilirler ve bir aracının yardımı olmadan karar alabilirler. Bununla birlikte, çoğu tüketici kendi öz bakım kararlarını vermek ve uygulamakta yardım talep ederler. Yakın zamandaki bir araştırmada, toplumsal eczacılar tipik bir hafta boyunca tüketicilere 200'den fazla ürün tavsiye ettiklerini bildirmişlerdir. Dahası, eczacılar, tüketicilerin hangi reçetesiz ilacın alınması gerektiği konusunda tavsiye istedikleri zaman eczacının tavsiyesini %83 oranında izlediklerini göstermişlerdir. Bununla birlikte bir başka araştırma, bilgi almak isteyen toplumsal eczane müşterilerinin %61,1'inin soru soracak kimseyi bulamadıklarını gösteriyor. Bunların %74'ten fazlası (toplamda %45), hangi ürünü seçeceği ya da uygun biçimde nasıl kullanacağı hakkında kararsız kaldığı için hiçbir şey satın almadan eczaneyi terk ediyor.

Öz bakım danışmanları olarak eczacıların üç asli işlevi bulunmaktadır: (1) Reçetesiz ilaç ürünleri sağlamak; (2) kendi kendine test kiti ve gözlem araçla-

rı, yara temizleme malzemeleri ve bandaj, ve destek ve askı gibi ilaç-dışı ürünler sağlamak; ve (3) ilaçlar, donanımlar ve ekipmanlar hakkında bilgi, tavsiye ve danışmanlık sağlamak. Eczacıları, sadece ürün satan tüccarlardan ayırt eden şey, onların bu bilgilendirici / eğitici rolüdür. Eczacıların sağladığı bilgi, uzman rehberliğin aşağıda belirtilen beş alanına ilişkindir:

- * Ürün seçimi: Eczacılar hastalara, birçok hastada özgün sağlık sonuçlarına ulaşmak için güvenli ve etkili ürünlerin seçiminde yardımcı olur. Bu bilgi, sözlü anlatım, yazılı materyal, ve diğer araçlar yoluyla sağlanabilir. Uygun tavsiyeler yapabilmek için, eczacının hastanın reçeteli ilaç terapisi, akut ve kronik hastalıkları, geçmiş ilaç kullanım hikayesi ve diğer ilgili hasta bilgileri hakkında bilgisinin olması önemlidir. Hastaya özgü tavsiyeler, hasta hakkında yetersiz bilgi ile güvenli olarak yapılamaz.
- * Ürün kullanımı: Eczacılar, sırtınga, termometre, ve kendi kendine test araçları ve kitleri gibi ürünlerin kullanımını gösterirler. Eczacılar hastalara reçetesiz ilaç kullanımı (ne kadar, ne sıklıkta, ne zaman, hangi koşulda) ve potansiyel yan etkiler ve ters reaksiyonlar hakkında danışmanlık yaparlar.
- * İlaçsız özbakım: Eczacılar hastaları, kas incinmelerinde sıcak ve soğuk uygulaması, ve vapo-rizatörlerin uygun seçim ve kullanımı gibi farmasötik olmayan sağlık bakım yönleri hakkında eğitir.
- * Sevk: Kolay erişilebilir olmalarından dolayı eczacılardan sık sık doktor veya diğer bir sağlık uzmanına görünme gereği olup olmadığı hakkında tavsiyeler alınır. Örneğin, bir anne veya baba çocuğunu eczacıya bir kesğin dikilmesinin gereklipek gerekmediği konusunda tavsiye almak için getirebilir. Eczacılar şikayeti doğru değerlendirebilmeli, ve ciddi sağlık sorunlarının işaret ve belirtileri varsa özbakım yerine bir

doktorun ziyareti edilmesini önerebilmelidir. Buna ek olarak bazı hastalar, özel bir sağlık sorununu belirtmenin gerekli olduğu uygun bakım düzeyinde yönlendirilmek ve özel doktor tavsiyeleri için eczacılarına güvenirler. (örn. randevulu doktor ziyaretlerine karşı aciller; hangi doktor bel ağrısını tedavi eder.

İŞBİRLİĞİ UYGULAMA ALANLARI

- * Sağlık değerlendirmesi. Eczacılar genellikle teşhis uzmanları olarak eğitilmezler, ve daha önce belirtildiği gibi, doktorun ve başka bir birincil bakım sağlayıcının rolünü üstlenmeye girişimeliler.

Eczacılar, bilgi sağlayıcı rollerinin değerini küçümseyebilirler. Kesin olarak, çoğu müşterilerini bilgilendirmeye isteksizlerdir. Aslında, eczacılar sorun çözücü (bilişsel) hizmetleri karşılığında standart ücret alma mekanizmaları geliştirmemiş tek sağlık uzmanlarıdır (bu önemli konu bu makalenin ilerleyen kısımlarında ele alınacaktır).

ERİŞİLEBİLİRLİK DÜŞÜNCELERİ

Tüketiciler eczacılara büyük saygı besterler. Ard arda üç ulusal tefişte eczacılar bütün sağlık uzmanları arasında etik ve dürüstlük açısından en yüksek oranlara ulaştılar. Amerikalıların eczacılar hakkında bu derece olumlu düşünmelerinin bir sebebi, eczacının tüketicinin en kolay erişilebildiği sağlık bakım kaynağı olmasıdır. Birçok toplumlarda eczacılara günde 24 saat, haftada 7 gün erişilebilmektedir. Tipik biçimde, tüketicinin eczacıyı görmesi için randevu almaya ihtiyacı yoktur ve genellikle eczacı ile birkaç dakikada karşılaşabilir.

Bununla birlikte, bu erişilebilirliğin hem olumlu hem olumsuz yönleri bulunmaktadır. Tüketiciler çabuk görülmeye değer veriyorlar; aslında, zaman elverişliliği, toplumsal tüketici devamlılığı açısından en güçlü etkilerin başında geliyor. Diğer taraftan erişilebilirlik, hastaların eczacılarla görüşmelerini çok

kısa, rasgele ve belirsiz bulmalarına yol açıyor. Doktor, dişi ve avukatlar gibi, sorun çözümü ve harcadıkları zaman için ücret alan uzmanların aşağıda sayılan ortak karakteristiklerini dikkate alın.

- * Sınırlı erişilebilirlik. Ücret alan bir uzmana telefon açmak ve doğrudan onunla konuşmak alışılmış bir durum değildir. Çoğu örnekte, randevuları alan kişi uzmanı müşteriden tecrit eder ve izleyecek bir yüz yüze görüşme için bir randevu ayarlar.
- * Profesyonel ortamlar. Ücretle çalışanların ofisleri, ilgi çekici eşyalar, duvar resimleri, bitkiler ve döşeme ile iyi hazırlanmışlardır. Tüketiciler ürün veya hizmetlerin potansiyel değerlerini bu ürünlerin veya hizmetlerin sunulduğu ortamlarla ilişkilendirmeye eğilimlidirler.
- * Uygun kıyafetler. Ücretle çalışan çoğu uzman, görünümünün tüketicilere ürünlerinin veya

hizmetlerinin potansiyel değeriyle ilişkili sinyaller verdiğini anlamaktadır.

- * Yazılı belgeler. Ücret alan uzmanlar, ayrıntılı, yazılı hasta görüşme kayıtları yapmaya ve tutmaya eğilimlidir. Örneğin, doktorlar tıbbi kayıtlar tutarlar ve hastalarına yazılı istek reçeteleri ve terapötik planı ayrıntılandırılan başka belgeler sunarlar. Benzer biçimde, avukatlar da müşterileriyle görüşmelerinde bol yazılı notlar tutarlar ve müşterilerine bu görüşmelerin vasiyetname, kira kontratı, ve diğer yasal belgeler formundaki ürünlerini sunarlar. ❖

HİZMETİ YÜRÜTMENİN ADIMLARI:

Birçok eczacı için, özbakım konsepti yeni değildir. Bununla birlikte çoğu eczacı, piyasanın bir bölümünü niş pazar tanımlama ve doldurmanın kârı ve profesyonel açıdan tatmin edici olabileceğini ya da genel pratiğe bir alternatif oluşturabileceğini tam olarak değerlendirmeyi başaramamışlardır. Aşağıda, toplumsal eczacılıkta başarılı bir özbakım danışmanlık uygulamasını yürütmek konusunda ilk adımlar açıklanmaktadır.

Kendine Bakım Hareketini Destekleyen Faktörler

- * Amerikalıların artan eğitim seviyesi
- * Daha fazla sağlık sorunuyla birlikte yaşanan nüfus
- * Artan sağlık bilinci ve sağlık bilgilerine erişim kolaylığı
- * Aşırı sağlık bakım masrafları
- * Daha fazla ve daha iyi ilaç ürünlerine erişim (reçeteliden reçetesize dönüşüm)
- * Tüketici hareketi ve birlikte karar vermeye artan vurgu
- * Teşhis araçları ve gözlem aygıtları teknolojisinde ilerleme
- * Birçok Amerikalının artan oranda hızlanan yaşam tarzı

Tüketici İhtiyaçlarının Belirlenmesi. Bir özbakım danışmanlık uygulamasının geliştirilmesi ve yürütülmesinde ilk adım, tüketicinin hangi ürünlere ve hizmetlere ihtiyacı olduğunu belirlenmesidir. Bir özbakım uygulamasının odak noktası toplumdaki daha önce karşılaşılmamış sağlık bakım ihtiyaçlarının belirlenmesi olmalıdır. Eczacının piyasa bilgisinin çoğunlukla mükemmel bir birinci dereceden bilgi kaynağı olmasına rağmen, olası tüketici ihtiyaçlarının diğer göstergeleri, bölgenin sosyal ve demografik karakteristiklerini sınavarak çıkarılmalıdır. Birçok kütüphane ve ticaret okulunda, *ABD Nüfus ve Yerleşim Sayımı*'ndan (U.S. Census of Population and Housing), ilgi çekici piyasa segmentlerini belirlemede kullanışlı olabilen, tek tek bloklara kadar küçük alanlar hakkındaki veriler bulunmaktadır.

Örneğin, yüksek yoğunlukta genç ailelerin yaşadığı bir yerleşim bölgesinde faaliyet yürüten bir eczacı çocukların özbakımına odaklanabilir (örn.: öksürük ve soğuk algınlığı, egzama, kesik ve sıynıklar). Bir üniversiteye yakın faaliyet gösteren bir eczacı ise genç erişkinlerin sağlık ihtiyaçları üzerinde uzmanlaşacaktır (örn: doğum kontrolü ve üremeye ilgili sağlık bakımı; AIDS'ten korunma; akne; diyet; ve beslenme desteği).

ABD'de reçetesiz ilaç kullanımı, sağlık bakım uygulamalarının ve Amerikalıların ihtiyaçlarının güvenilir bir göstergesidir. Özbakım danışmanlık uygulamaları yürüten eczacılar, bunlar gibi diğer ortak sağlık

sorunlarında destek sağlamak konusunda ustalaşmışlardır.

Sonuç olarak eczacılar, kendi bölgelerindeki karşılaşılmamış özbakım ihtiyaçlarını belirlemek için kendi birincil piyasa araştırmalarını yapmaya dikkat etmelidir. Eczacı için en kolay yöntemlerden biri reçetesiz ilaçların sergilendiği bölgede keşfe çıkmaya birkaç dakika ayırmasıdır. Müşteriler eczacının erişilebilir olduğunu gördüklerinde çoğunlukla soru sormaya başlarlar. Bir müşteri bölgeye yaklaştığında eczacının "Bir şey bulmanızla size yardımcı olabilir miyim?" demesi de uygundur. Bu teklif tüketicinin ürününü ve bilgi ihtiyaçlarını belirlemesi açısından eczacıya fırsat yaratacaktır.