

## ECZACILIKTA TALEP-HİZMET KORELASYONU \*

Türk Eczacıları Birliği

Ülkemizdeki mevcut eczacılık hizmetlerinin ne olduğu, toplumun bu hizmetlerden ne kadar yararlandığını, gereksinimlerinin ne kadar karşılandığının, toplumun eczacıdan, eczacının toplumdan beklentilerinin, algılarının, düşüncelerinin, inançlarının ne olduğu ve hangi belirleyicilerden etkilendiğine dair genellenebilir bir araştırma bulunmamaktadır. Oysa, genel olarak sağlık hizmetlerinin özel olarak eczacılık hizmetlerinin nasıl olması gerektiği arayışında, mevcut sağlık ölçütlerinden yararlanmanın yanında, toplumun beklentisi, talebi ya da tanımladığı gereksinimlerin de değerlendirilmesi, pek çok olumlu sonucun ortaya çıkmasını sağlayacaktır.

## AMAÇ:

Eczacıların toplumdan, toplumun eczacılardan beklentilerini, bu beklentilerin ne kadarının karşılandığının ve karşılanmayan beklentilerin nedenlerinin, çözüm önerilerinin ne olduğunun belirlenmesini ve bu doğrultuda meslek üyelerinin bilgilendirilmesini, nihai olarak mesleki kalitenin artırılmasıdır.

## GEREÇ-YÖNTEM:

Eczacılıkta Talep-Hizmet Korelasyonu Araştırması, ifade edilen amaçları gerçekleştirmek üzere, kesitsel tip bir araştırmadır.

Nüfus Etüdüleri Enstitüsü'nün kullanıldığı sosyo-demografik bölgeler üzerinden kota kullanılarak araştırmanın örneğine 1760 kişi alınmıştır. Örneğe alınan kişiler beş demografik bölgenin (Doğu, Batı, Orta, Doğu ve Güney doğu ) 24 ilindeki eczacı (n=880) ve toplum (n=880) oluşturmaktadır.

Biri eczacılara diğeri topluma yönelik olmak üzere iki ayrı soru formu geliştirilmiştir. Soru formunun hazırlanmasında, EuroPharm Forum'un CINDI projeleri kapsamında, Questions about Medicine (QaM) projesinden yararlanılmıştır. Araştırmanın ön uygulaması, Ocak 2001 tarihinde Ankara'da gerçekleşmiş, uygulama sonunda, ölçüm araçları ile ilgili düzeltmeler yapılmıştır. 23 Şubat-1 Mayıs 2001 tarihleri arasında da araştırmanın uygulama aşamasına geçilmiştir. Örneklem planına uygun olarak, sekiz anketör, bir şoför ve iki

proje yürütücüsü araştırma ekibini oluşturmaktadır. Uygulama TEB tarafından tahsis edilen bir minibüs ile gerçekleştirilmiştir. Soru formları anketörlerin toplum ve eczacılarla yüzyüze görüşmesi ile uygulanmıştır. Veriler SPSS For Windows Release 10.0 programında yüzde, ortalama, ortanca gibi tanımlayıcı istatistiklerin yanında, kıkare gibi önemlilik testleri ile de değerlendirilmiştir.

## BÜLGÜLAR:

### 1. Toplumun Eczacı, Eczacılık Hizmetleri, Eczane Algısı

Eczaneye hem ilaç hem de sağlık sorunları nedeniyle danışmanlık hizmeti almaya gidenlerin oranı dörtte birdir.

Kırda, Doğu bölgesinde, yaşlılarda ve kadınlarda eczaneyi kullanım oranı kentte, Batı bölgesinde, gençlerde ve erkeklerde olduğundan daha düşüktür. Yine erkekler ve yaşlılar eczaneyi danışmanlık hizmeti almak için daha çok kullanırken, kadınlar, eczanelerde verilen ilaç dışı hizmetler için daha büyük bir alıcı kitlesini oluşturmaktadır. Kır nüfusu, eczaneye hastalıkla ilgili bilgi almak üzere daha çok başvururken, kentli ve Batılı nüfus ilaç almak dışında eczaneyi en çok ilaçlarla ilgili bilgi almak üzere kullanmaktadır. Erkekler ve yaşlı nüfus aynı eczaneden hizmet almak konusunda genç ve kadınlardan daha yoğun bir orana sahiptir. Bu da eczaneyi danışmanlık hizmeti almak için kullanmak ve aynı eczaneye gitme arasında doğru bir orantı olduğunu

göstermektedir. Bir başka deyişle, eczacı danışmanlık hizmeti verdikçe kişilerin eczaneye gelme sürekliliği artmaktadır.

Aynı eczaneyi kullanımda eczacının "tanıdık" olması önemli bir ölçütür. Daha sonra hastaların eczaneye fiziksel yakınlığı ve eczacılık hizmetlerinin kalitesi gelmektedir. "Tanıdık" olmanın bir güvenme düzeyi yarattığı göz önünde bulundurulursa, denilebilir ki, aynı eczaneyi kullanmada hastaların temel kriteri eczacının mesleğini nasıl icra etmekte olduğudur. Sürekli ilaç kullananların aynı eczaneye gitmeyi tercih etme oranı kullanmayanlara göre farklıdır. Bu fark, istatistiki olarak da anlamlı bulunmuştur ( $p < 0.01$ ).

İlacın eczane dışında satılmasına olumlu yaklaşanların oranı azımsanmayacak bir rakamdır (yüzde 13.2). Bu kişilerin büyük bir çoğunluğu da bu kaniya sahip olmalarının nedeni ilaca ulaşmanın kolaylaşacak olması şeklinde ifade etmiştir. Bu durum da kanımızca eczacılık hizmetlerinin ilaca ulaşma olarak kodlanıp, teknik bir meseleye indirgenmesinin sonucudur.

İlaç fiyatları hastaların büyük bir çoğunluğu tarafından pahalı bulunmaktadır (yüzde 83.4). pahalılığın nedenleri konusunda ise toplum ve eczacılar hemen hemen hemfikirdir. Ekonomik koşullar ve dışa bağımlılık pahalılığın en önemli nedenleri olarak görülmektedir.

Bazı hastalıklarda hastaların eczacıya başvurma nedeni, yüzde 32.5

oranında eczacıya ulaşmanın daha kolay olduğu şeklinde açıklanmıştır. Bu veri, eczacıların birinci basamak sağlık hizmetlerinde ne derece önemli bir rolü olduğunu doğrulamaktadır. Ücretsiz bakım ve eczacının halkın anladığı bir dille konuşması da eczacıya başvurma oranını artırmaktadır.

Toplum, eczacının ilaç danışmanlık hizmetini yeterince yerine getirmediğini düşünmektedir. Eczacı, hastanın hastalığı ve kullanacağı ilaç hakkındaki bilgisini ölçmemekte, daha çok ilacın uygulama şekli, doz şeması ve kullanma süresini açıklamakla yetinmektedir. İlaç etkileşimleri ve ilacın yan etkileri konusunda her zaman uyarı yapan eczacı sayısı çok azdır. Bazı ülkelerde zorunlu olan bu uygulama, ülkemizde ne yazık ki gerçekleştirilmemektedir. Ancak hastalar, ilacın uygulama şekli, kullanma süresi, doz şeması, yan etkileri ve ilaç etkileşimleri konusunda daha çok bilgi sahibi olmayı istemektedir.

Hastaların yaklaşık yarısı eczayı mesleğinde yeterli bulmakta, ancak geri kalan yarısı ise kısmen yeterli ya da yetersiz bulmaktadır. Eczaneden aldığı danışmanlık hizmetini yeterli bulanların sayısı ise, eczacıyı mesleki olarak yeterli bulanlardan daha düşüktür. Hastaların dörtte biri, eczaneden aldığı danışmanlık hizmetini yetersiz bulmaktadır.

Hastaların büyük bir çoğunluğu eczacıyı ilaç satan ya da ticaret yapan kişi olarak tanımlamışlardır. Ec-

zaneye gelen kişinin ise hasta olduğunu düşünmektedirler.

Hastaların en önemli gördüğü eczacı davranışı, eczacının yeni ilaçla tedavi yaklaşımları ve sağlık konusundaki yayınları takip etmesi olmuştur. Bu veri, toplumun eczacıdan en temel beklentisinin mesleki kalitesini artırmak olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Toplum eczanelerin sağlıkla ilgili afişler asılı olan, broşürler dağıtılan ve hasta ile özel görüşme alanları olan mekanlar olmasını istemektedir. Buna karşın her on eczanenin ancak üçünde hasta ile özel görüşme alanları vardır ve yine her on eczanenin beşinde sağlıkla ilgili broşürler dağıtılmaktadır.

Hastaların eczane mekanına yönelik şikayetlerinin başında, koku, kirlilik, kalabalık ve oturacak alan olmaması gelmektedir. En memnun oldukları özellikler ise, temizlik ve düzen gibi mekansal özelliklerin yanında, ilgi ve güler yüz gösterilmesi, kolay ulaşma ve ücretsiz hizmetler olarak sıralanmıştır.

## **2. Eczacının Eczacı, Eczacılık Hizmetleri, Eczane Algısı**

Eczaneye günlük ortalama gelen kişi sayısı 21-40 arasındadır. Eczacıların yüzde 42'si bu sayının eczane açıldığı günden bu yana arttığını ifade etmiştir. Arttığını düşünenlerin yarısı ise bunun nedeninin eczanenin tanınması olduğunu düşünmektedir.

Eczacılar günde ortalama 7-10

saat arasında çalışmaktadır. Eczaneden günlük karşılanan reçete sayısı ortalama 11-40 arasında değişmektedir. Eczanelerin büyük bir çoğunluğunda eczacıyla birlikte bir kişi daha çalışmaktadır. Eczanede çalışanlar genel olarak erkek, 19-28 yaş arasında, ilköğretimini tamamlamış, 1-5 yıldır aynı eczanede çalışan kişilerden oluşmaktadır. Her dört eczacıdan birine eczanede eşi ya da kardeş yardımcı olmaktadır.

Eczacılar beklenebileceği gibi, eczane dışında ilaç satılmasını yüzde 98.2 oranında olumlu görmemektedir. Bunda eczacının işlevinin azalacağı veya eczanenin zarar edeceği gibi mesleki geleceğe yönelik endişeler, yüzde 31.7 oranında ifade edilmiştir. Eczacıların yüzde 54.8'i ise ilacın eczane dışında satılmasının yaratacağı toplum sağlığı sorunlarına yönelik endişelerini dile getirmiştir.

Eczacıların büyük bir çoğunluğu ilaç fiyatlarını pahalı bulmaktadır. Pahalılığın nedenlerini ise toplumda olduğu gibi, ekonomik şartlar ve dışa bağımlılık olarak göstermişlerdir.

Eczacı kendi eczanesinin sürekli tercih edilmesinin nedeninin sürekli eczanede bulunması, hastaya ilgi gösterilmesi ve kaliteli hizmet gibi, eczacının kendisinden kaynaklı nedenler olduğunu düşünmektedir.

Eczacı kendisini herşeyden önce konusunda en bilgili olan kişi olarak görmektedir. Toplumun en çok benimsediği eczacının ilaç satan kişi olduğu ifadesine ise genel olarak eczacılar mesafeli yaklaşmaktadır. Yi-

ne eczacının ticaret yapan kişi olduğu şeklindeki toplum tarafından en çok benimsenen ifadelerden biri, eczacı tarafından aynı ölçüde benimsenmemektedir. Bir başka deyişle, eczacı kendisi daha çok sağlık personeli konumuna yerleştirirken, toplum eczaneyi kendi hastalık süreci içinde kullandığı bir alış-veriş mekanı olarak tasavvur etmektedir.

Eczacı, büyük bir çoğunlukla sağlık eğitimi yapma, ilaç hakkında yazılı bilgi verme, ilaç etkileşimleri ve ilacın yan etkileri hakkında uyarma konularında isteksiz olduğunu ifade etmiştir. Toplumun bu isteksizliği doğru biçimde saptadığı görülmektedir.

Eczacılar büyük çoğunlukla kendilerini mesleki olarak yeterli görmekte ve verdikleri danışmanlık hizmetinin de yeterli olduğunu düşünmektedir. Bu bağlamda da toplum ve eczacının eczacılık hizmetlerini algılamasında bir açığı görülmektedir.

Eczacı da toplum gibi, en önemli eczacılık hizmetinin yeni ilaçla tedavi yaklaşımları ve sağlık konusundaki yayınları takip olduğunu düşünmektedir.

Eczacılar toplumun eczanenin hangi mekansal özelliklerinden memnun olduğunu düşündükleri sorulduğunda, yarısına yakını hastayı memnun eden temel özelliğin ilgi ve güler yüz olduğunu ifade etmiştir. Kaliteli hizmet, danışmanlık hizmeti alma, bilgi ve tecrübe gibi nedenler bunları takip etmektedir. Bir başka

deyişle eczacı, iyi eczacılığın hastayı en çok memnun eden özellikler olduğunu düşünmektedir. Eczacılar da yine hastaların kendisine güleryüz göstermesi, iyi iletişim kurabilmeleri, teşekkür etmeleri gibi özelliklerinden memnun olduklarını bildirmiştir.

Sonuç olarak Eczacılıkta Talep-Hizmet Korelasyonu Çalışması talep ve talebin karşılanması arasındaki ilişkinin zayıf olduğunu göstermektedir. Talebin yönü kalitenin artırılmasını işaret ederken, talebi karşılayanlar bu beklentinin zaten karşılanmakta olduğunu düşünmektedir. Dolayısıyla hizmet kalitesinin artırılması karşısında en büyük engel, hizmetin kalite düzeyini hasta-merkezli bir biçimde saptayamamak olarak görülmelidir.

## ÖNERİLER

Talep eden ve talebi karşılayan arasındaki ilişkinin saptanan zayıflığından hareketle, bu ilişkinin güçlendirilmesi, eczacının kendisinden talep edilen hizmeti karşılayabilmesi için toplumsal, siyasal, ekonomik, mesleki bir dizi önlemin beraber düşünülmesi gerekmektedir. Bu önlemlerden başlıcaları şöyle sıralanabilir:

İyi Eczacılık Uygulamaları Kılavuzu'nun uygulanabilirliğini artıracak önlemler alınması,

Lisans sonrası eğitimini süreklileştirilmesi ve eğitim içeriğinin alan bilgisi yanında iletişim ve danışmanlık hizmetlerini de içerecek biçimde kurgulanması,

6197 sayılı yasa taslağının hayata geçirilmesi,

Toplumun eczacıdan neyi bekleyebileceğinin sınırlarının iyi çizilmesi,

Eczacılar sağlık eğitimi ve hasta kayıtlarının tutulmasının önemini anlatılması,

Eczanede çalışan kişilerin mesleğe yönelik eğitimine öncelik verilmesi,

Eczanede çalışan kişilerin hizmet sınırlarının iyi çizilmesi,

Eczane mekanının yeniden düzenlenmesi ve eczanede verilen hizmet kalitesi çerçevesinde rekabeti özendirmek üzere eczane mekanının standardizasyonu,

Eczacının hastaya ilaç hakkında vereceği bilgilerin çerçevesi konusunda yasal düzenleme olmasa da, şüpheye yer bırakmayacak ölçüde kesinlik sağlanması gerekliliği, araştırmanın ilk göze çarpan bulguları arasındadır. □

\* Bu araştırma, Türk Eczacıları Birliği adına, Ankara Üniversitesi Eczacılık Fakültesi Eczacılık İşletmeciliği Abd Öğretim Üyesi Doç. Dr. Gülbün ÖZÇELİKAY, Prof. Dr. Sevgi ŞAR, TEB Ar-Ge Brimi'nden Ecehan BALTA ve Özlem ÖZKAN tarafından gerçekleştirilmiştir.