

Mystery shopping a vzdelávanie študentov farmácie pri dispenzácii a poradenstve o OTC lieku

Daniela Mináriková¹, Tomáš Fazekaš², Peter Stanko³

¹ Katedra organizácie a riadenia farmácie, Farmaceutická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave

² Katedra fyzikálnej chémie, Farmaceutická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave

³ Univerzitná lekáreň, Farmaceutická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave

Ciel štúdie: Použiť metódu mystery shopping pri vzdelávaní študentov farmácie s cieľom sledovať, ako sa odporúčania o správnej dispenzácii a poradenstve realizujú vo verejných lekárňach na Slovensku.

Použitie metódy: 54 študentov Farmaceutickej fakulty Univerzity Komenského v Bratislave bolo edukovaných počas vzdelávacieho projektu o dispenzácii a poradenstve o OTC lieku a súčasne na úlohu mystery shopperov. Pre zvolenú tému poradenstva (prechladnutie, nádcha) sa vypracovali dva scenáre (priama požiadavka lieku a požiadavka na liečbu podľa symptómov ochorenia). Sledovali sme 3 kategórie poradenskej činnosti (identifikácia pacienta, dispenzačné informácie a komunikácia). Položky týchto kategórií sme hodnotili skórovaním (áno/nie), v prípade komunikácie to bola 5-stupňová Likertova škála (1 – výborná; 5 – nedostatočná) a opísali ich deskriptívnymi ukazovateľmi. Celkové skóre poradenstva sme vyjadrili ako váženú priemernú percentuálnu úspešnosť uvedených troch oblastí a ich váh (0–100 %). Pri analýze prediktorov úspešnosti poradenstva sme použili participačný model ($p < 0,005$). Všetky údaje sme získali anonymným spôsobom.

Výsledky: Mystery shopping vykonali študenti v 270 lekárňach v 42 slovenských mestách. Celkové skóre poradenstva všetkých lekární dosiahlo úspešnosť $39,0 \pm 22,4$ %; identifikácia pacienta $30,6 \pm 28,7$ %; dispenzačné informácie $39,8 \pm 25,1$ % a komunikácia $74,3 \pm 11,5$ %. Pri takmer polovici návštev expedienti identifikovali pacienta a symptómy ochorenia. Z dispenzačných informácií sa až v 70 % návštev podali informácie o dávkovaní a o cene lieku. Bezpečnosti liečby sa nevenovala dostatočná pozornosť. Pozitívne sa vyhodnotila zrozumiteľnosť rozhovoru a očný kontakt. Spôsob poradenstva ($p = 0,008$), trvanie poradenstva ($p = 0,022$), expedient a vek expedienta (obidve s $p < 0,001$) boli významnými prediktormi úspešnosti poradenstva. **Záver:** Práca poukazuje na možnosť použitia metódy mystery shopping ako inovácie pri vzdelávaní študentov farmácie a ako objektívneho spôsobu sledovania dispenzačnej a poradenskej činnosti vo verejných lekárňach.

Kľúčové slová: študent, farmácia, vzdelávanie, dispenzácia a poradenstvo, mystery shopping.

Mystery shopping and education of pharmacy students in dispensing and counselling about OTC medicine

Objective of study: To use the mystery shopping method in the education of pharmacy students considering how recommendations for good dispensing and counselling have implemented in community pharmacies in Slovakia.

Methods: Fifty-four students of the Faculty of Pharmacy at Comenius University in Bratislava were educated during the special training on dispensing and counselling about the OTC medicine and for the role of mystery shoppers. Two scenarios (product-based request and symptom-based) were developed for the selected topic of counselling (common cold). Three categories of counselling (patient identification, dispensation information, and communication) were described. The items of these categories were evaluated by scoring (yes/no), in the case of communication it was the Likert scale with 5 points (1 – excellent; 5 – poor) and they were described by descriptive variables. The total counselling score was expressed as the weighted mean percentage success rate of the three categories and their weight (0–100 %). We used the participatory model ($p < 0.005$) to analyse the predictors of the total counselling score. All data was obtained in an anonymous manner.