

SERVICIILE FARMACEUTICE – STUDIUL GRADULUI DE SATISFACȚIE A POPULAȚIEI DIN REPUBLICA MOLDOVA

Zinaida Bezverhni, asistent, Mihail Brumărel, dr. în farmacie, conf. univ.
USMF „Nicolae Testemițanu”

Introducere

Aprecierea gradului de satisfacție cu privire la calitatea serviciilor farmaceutice a populației este un instrument important în mecanismul de îmbunătățire a calității asistenței farmaceutice. Satisfacția consumatorului de un serviciu sau de un produs, conform definiției mai multor autori, reprezintă un răspuns afectiv, cognitiv și/sau conativ, care are la bază evaluarea produsului sau a serviciului, a experienței de consum și/sau a unor atribute ce țin de cumpărare și se manifestă înainte de alegere, după alegere, pe parcursul consumului, după consum sau oricând cercetătorul îl întreabă pe consumator despre produs/serviciu sau atributele acestuia [2, 8]. Decizia privind calitatea serviciului prestat este luată de consumator și depinde de gradul de satisfacție sau insatisfacție în urma utilizării.

Serviciile farmaceutice, însă, posedă unele aspecte specifice, deoarece deseori consumatorii nu știu ce așteaptă de la farmacist sau cerințele lor sunt atât de mici că pot fi satisfăcute foarte ușor. William [11] susține că farmaciștii trebuie să presteze servicii de calitate, indiferent de faptul că pacienții așteaptă sau nu așteaptă să le primească. De asemenea, a fost demonstrat [1, 2, 3], că pacienții satisfăcuți de serviciile farmaceutice oferite, sunt mai complianți la tratamentele lor și, respectiv, au mai multe beneficii terapeutice. Astfel, satisfacția consumatorului de servicii farmaceutice are două aspecte: în primul rând, cei satisfăcuți, de cele mai dese ori, devin vizitatori permanenți și beneficiază de serviciile aceleiași farmacii, uneori chiar recomandă această farmacie altor persoane; în al doilea rând, din punct de vedere clinic, acești pacienți sunt complianți la tratament, cooperează cu farmacistul și medicul, ceea ce facilitează prestarea îngrijirilor farmaceutice și, în rezultat, contribuie la ridicarea nivelului de servicii farmaceutice.

În literatura de specialitate, au fost descrise mai multe aspecte privind măsurarea nivelului de satisfacție a consumatorilor de servicii farmaceutice [6, 9]. Airaksinen [2] utilizează teoria lui Parasuraman privind dimensiunile unui serviciu adoptat la specificul serviciilor farmaceutice. Studiul efectuat de Berry, Zeithaml și Parasuraman [9, 12] a identificat cinci dimensiuni principale ale calității serviciilor: **fiabilitate** (eng. *reliability* – aptitudinea de a efectua un serviciu sigur), **sensibilitate** (eng. *responsiveness* – disponibilitatea de a ajuta consumatorii și de a oferi un serviciu prompt, în timp util), **asigurare** (eng. *assurance* – capacitatea de a comunica consumatorului nivelul de competență și de a oferi serviciul cu amabilitatea necesară), **empatie** (eng. *empathy* – accesibilitatea și aptitudinea de a comunica cu clienții, de a le acorda acestora o atenție individualizată și de a înțelege necesitățile acestora) și **tangibilitate** (eng. *tangibles* – aspectul facilităților fizice, al echipamentului, al personalului și materialelor de comunicare).

Studiul dat are ca scop determinarea priorităților în alegerea unei farmacii, aprecierea nivelului de satisfacție pe diferite dimensiuni ale serviciilor farmaceutice și așteptărilor în vederea asistenței farmaceutice a populației din Republica Moldova.

Material și metode

Rezultatele prezentate în acest articol sunt bazate pe un studiu efectuat în Republica Moldova, în perioada aprilie-iulie 2009. Pentru a determina gradul de satisfacție de serviciile farmaceutice, a fost elaborat un chestionar, ce a cuprins 19 enunțuri privind serviciile farmaceutice și 5 variabile explicative. Întrebările au fost formulate după scala Likert de 5 puncte, unde „1” înseamnă „totalmente de acord” și „5” – „categoric contra”. Aceste enunțuri au fost grupate conform celor 5 dimensiuni ale lui Parasuraman (tab. 1).

De asemenea, respondenții au fost rugați să indice cel mult trei criterii de alegere a unei farma-

cii, precum și să numească acele domenii ale serviciilor farmaceutice, ce trebuie să fie îmbunătățite în primul rând. Răspunsurile au cuprins cele cinci dimensiuni, menționate anterior.

Respondenții au fost rugați să indice nivelul lor de acord sau dezacord cu formulările date. Numărul de puncte pe fiecare dimensiune a fost determinat prin sumarea punctajului individual, raportat la valoarea maximal posibilă pe dimensiune și exprimat în procente. Rezultatele deviază de la 0 la 100, ultimul reprezentând nivelul maximal de satisfacție a consumatorului pe o dimensiune.

Tabelul 1

Gruparea enunțurilor după dimensiunile serviciilor

Dimensiune	Denumirea enunțului
fiabilitate	Personalul farmaciei nu are suficient timp pentru vizitatori Farmaciștii sunt experți în domeniul medicamentelor Farmaciile sunt parte a sistemului de sănătate Există o cooperare bună între farmacii și alte instituții medico-sanitare
sensibilitate	Deseori trebuie să stați mult la rând Vi se răspunde imediat la întrebările Dvs. legate de medicamente Personalul farmaciilor este bine educat Puteți merge la farmacie pentru un sfat, fără să procurați nimic
asigurare	Personalul farmaciei este capabil să recomande medicamente pentru îmbolnăviri minore, fără să fie consultat medicul Aveți încredere în sfaturile oferite de către farmaciști Personalul farmaceutic se supraapreciază Farmaciștii sunt cointeresați în lucrul lor Poți avea încredere în personalul farmaciilor
empatie	Toți vizitatorii farmaciei sunt deserviți egal Farmaciștii iau în considerare necesitățile personale ale vizitatorilor
tangibilitate	Este imposibil de a discuta probleme intime în farmacie Este imposibil să vă alegeți produsele ce doriți să le procurați fără grabă Farmaciile fac o afacere bună realizând medicamente Farmaciile au un venit prea mare din vânzarea medicamentelor

Comparația între valorile de punctaj pe diferite grupe a fost efectuată prin analiza variațională (ANOVA) și metoda hi-pătrat, unde valoarea $p < 0.05$ este considerată statistic veridică. Datele obținute au fost prelucrate statistic cu ajutorul programului SPSS 10.5.

Aprecierea rezultatelor a fost efectuată după criteriile acceptate în domeniul sociologic, și anume: 0%-50% – nesatisfăcător, 51-70% – satisfăcător, 71-85% – bine, 86%-100% – foarte bine.

Rezultate

În rezultatul studiului, au fost obținute 1564 de chestionare valide. Caracteristica variabilelor explicative este prezentată în *tabelul 2*.

Principalul criteriu de alegere a unei farmacii pentru majoritatea respondenților (79.9%), dar mai ales pentru locuitorii din mediul urban ($p < 0.001$), este aspectul material al serviciilor prestate sau dimensiunea „tangibilitatea”. În același timp, locuitorii din mediul rural apreciază mai mult sensibilitatea ($p < 0.001$), asigurarea ($p < 0.001$) și empatia ($p < 0.001$) serviciilor (*tab.3*).

Acordarea serviciilor sigure sau „fiabilitatea” determină 62.9% din respondenți să viziteze o farmacie indiferent de sexul lor, vârstă, studii sau locul de trai.

Caracteristica variabilelor explicative

Indice	Caracteristica	Numărul	%%
Sex	Feminin	1067	68,2
	Masculin	497	31,8
Vârsta	<20	229	14,6
	21-30	507	32,4
	31-40	301	19,2
	41-50	251	16
	51-60	157	10
	>60	119	7,6
Statut familial	Căsătorit(ă)	863	55,2
	Celibatar(ă)	576	36,8
	Divorțat(ă)	74	4,7
	Văduv(ă)	51	3,3
Studii	Medii	521	33,3
	Medii de specialitate	429	27,4
	Superioare	614	39,3
Ocupație	Angajat	871	55,7
	Neangajat	175	11,2
	În concediu de boală sau de îngrijire a copilului	55	3,5
	Pensionar	124	7,9
	Student	339	21,7
Locul de trai	Municipiu	709	45,3
	Oraș	596	38,1
	Sat	259	16,6
Utilizarea medicamentelor	Utilizator permanent	666	42,6
	Utilizator ocazional	815	52,1
	Neutilizator	83	5,3

Accesibilitatea și capacitatea de a comunica cu clienții, de a le acorda acestora o atenție individualizată și de a înțelege necesitățile acestora, servește drept criteriu de alegere a unei farmacii pentru 26.1% din cei chestionați, însă persoanele mai tinere de 30 de ani și cei mai în vârstă de 60 de ani ($p<0.001$) acordă mai multă importanță acestei dimensiuni, precum și persoanele cu studii medii ($p<0.01$), locuitorii din mediul rural ($p<0.001$) și consumatorii ocazionali de medicamente ($p<0.001$).

Disponibilitatea de a ajuta consumatorii și de a oferi un serviciu prompt, în timp util influențează 24.6% din respondenți să aleagă o farmacie, fiind mai importantă pentru bărbați ($p<0.05$), persoanele mai în vârstă de 60 de ani ($p<0.05$), persoanele cu studii medii ($p<0.05$) și cei care locuiesc în sate ($p<0.001$).

Aptitudinea de a comunica consumatorului nivelul de competență și de a oferi serviciul cu amabilitatea necesară este considerată neimportantă pentru marea majoritate a respondenților (90.2%), însă ea are valoare mai mare pentru locuitorii din orașele mici și de la țară, decât pentru cei care locuiesc în municipii ($p<0.001$).

Criteriu de alegere a farmaciei

Variabila explicativă		Dimensiune																			
		tangibilitate			fiabilitate			sensibilitate			asigurare			empatie							
		neimportant	important	p	neimportant	important	p	neimportant	important	p	neimportant	important	p	neimportant	important	p					
Sex	Feminin	218	848	0.31	0.579	383	684	2.04	0.154	820	247	3.87	<0.05	971	96	2.35	0.126	803	264	3.15	0.076
	Masculin	96	401			197	300			359	138			440	57			353	144		
Vârsta	<20	51	178			96	133			168	61			211	18			150	79		
	21-30	96	411			183	324			393	114			464	43			357	150		
	31-40	65	236	4.58	0.469	110	191	3.60	0.609	232	69	12.19	<0.05	266	35	4.65	0.460	240	61	23.31	<0.001
	41-50	56	195			95	156			192	59			222	29			196	55		
	51-60	24	133			57	100			119	38			143	14			127	30		
>61	23	96			39	80			75	44			105	14			86	33			
Studii	Medii	105	416			189	332			374	147			481	40			365	156		
	Medii de specialitate	85	344	0.05	0.977	157	272	0.47	0.792	325	104	6.25	<0.05	388	41	5.27	0.072	313	116	9.15	<0.01
	Superioare	125	489			234	380			480	134			542	72			478	136		
Locul de trai	Municipiu	108	601			259	450			567	142			662	47			565	144		
	Oraș	126	470	30.95	<0.001	225	371	0.21	0.902	448	148	28.37	<0.001	520	76	14.89	<0.001	432	164	33.97	<0.001
	Sat	81	178			96	163			164	95			229	30			159	100		
Utilizarea medicamentelor	Utilizator permanent	133	533			241	425			502	164			591	75			529	137		
	Utilizator ocazional	165	650	0.02	0.988	300	515	3.75	0.154	616	199	0.177	0.915	743	72	3.09	0.213	563	252	20.83	<0.001
	Neutilizator	17	66			39	44			61	22			77	6			64	19		

În ceea ce privește gradul de satisfacție pe fiecare dimensiune a serviciilor prestate de farmaciile comunitare din Republica Moldova, respondenții manifestă cel mai mare nivel pe dimensiunea „empatie” (71.00%±0.53 – „bine”), urmată de „asigurare” (68.85%±0.40 – „satisfăcător”), „fiabilitate” (67.58%±0.39 – „satisfăcător”), „sensibilitate” (62.79%±0.44 – „satisfăcător”) și cel mai mic nivel este obținut pe dimensiunea tangibilitate (36.09±0.44 – „nesatisfăcător”).

Femeile, în general, sunt mai satisfăcute ca bărbații în ceea ce privește calitatea serviciilor farmaceutice pe toate dimensiunile, în afară de „tangibilitate” (tab.4).

Tabelul 4

Comparația între gradul de satisfacție pe dimensiuni la femei și bărbați

Dimensiunea	Femei	Bărbați	p
fiabilitate	68.45	65.64	0.1897
sensibilitate	63.48	61.31	<0.001
asigurare	69.91	66.57	<0.05
empatie	72.39	68.03	<0.001
tangibilitate	35.70	36.93	<0.001

Cel mai mare nivel de satisfacție pe dimensiunea „empatie” îl au persoanele mai în vârstă de 61 de ani (79.31%), pe când persoane mai tinere au un grad mai mic, mai ales cei de vârstă mai mică de 30 de ani (68.17%). Același lucru se observă și pe dimensiunile „asigurare” și „tangibilitate” (tab.5).

Tabelul 5

Comparația între gradul de satisfacție pe dimensiuni la respondenți de diferite vârste

Dimensiunea	<20	21-30	31-40	41-50	51-60	>61	p
fiabilitate	67.82	67.97	66.22	68.45	66.48	68.23	0.1648
sensibilitate	58.95	61.23	62.54	64.54	68.03	66.81	0.4785
asigurare	64.28	67.82	69.37	72.05	70.38	71.89	<0.001
empatie	68.61	68.17	70.31	72.51	76.27	79.31	<0.001
tangibilitate	36.46	35.66	37.00	33.94	36.66	38.66	<0.001

Cel mai mic nivel de satisfacție privind asigurarea materială îl au persoanele de vârstă cuprinsă între 41 și 50 de ani (33.94%).

Studiile nu influențează gradul de apreciere a calității serviciilor farmaceutice (tab.6).

În ceea ce privește locul de trai al respondenților, cel mai mic nivel de satisfacție pe toate dimensiunile se observă la persoanele ce locuiesc în orașe (centre raionale), mai ales în ceea ce privește „sensibilitatea”, „empatia” și „tangibilitatea” (tab.7).

Tabelul 6

Comparația între gradul de satisfacție pe dimensiuni la respondenți

Dimensiunea	Medii	Medii de specialitate	Superioare	p
fiabilitate	68.11	67.00	67.48	0.5093
sensibilitate	62.93	63.37	62.26	0.5370
asigurare	68.46	69.23	68.91	0.5739
empatie	71.07	72.82	69.65	0.7480
tangibilitate	36.26	36.73	35.50	0.0511

**Comparația între gradul de satisfacție pe dimensiuni la respondenți
în dependență de locul de trai**

Dimensiunea	Municipiu	Oraș	Sat	p
fiabilitate	69.04	65.95	67.21	0.9292
sensibilitate	63.52	61.61	63.49	<0.01
asigurare	70.25	67.69	67.65	0.1064
empatie	72.73	68.88	71.19	<0.01
tangibilitate	36.22	35.88	36.22	<0.01

Consumatorii de medicamente apreciază mai înalt calitatea serviciilor farmaceutice, decât neconsumatorii, în special un aspect al serviciului – asigurare (tab.8).

**Comparația între gradul de satisfacție pe dimensiuni la respondenți
în dependență de utilizarea medicamentelor**

Dimensiunea	Consumator permanent	Consumator ocazional	Neconsumător	p
fiabilitate	67.07	68.12	65.96	0.1495
sensibilitate	61.36	64.10	61.37	0.2695
asigurare	68.90	69.26	64.40	<0.01
empatie	71.45	70.71	70.33	<0.05
tangibilitate	35.14	36.70	37.80	0.7592

În general, majoritatea respondenților (63.4%) susțin că s-a îmbunătățit calitatea serviciilor farmaceutice în ultimii ani sau a rămas la același nivel (21.4%).

80.9% din respondenți apreciază activitatea farmacistului ca fiind similară cu cea a medicului (45.1%) sau a asistentului medical (35.7%), însă printre persoanele cu studii superioare numărul lor este mai mic decât printre acei cu studii medii și medii de specialitate. De asemenea, printre persoanele neconsumatoare de medicamente numărul lor este mai mic decât printre cei care consumă permanent sau ocazional medicamente.

Respondenții consideră că principalul domeniu al serviciilor farmaceutice care trebuie îmbunătățit este „sensibilitatea” – 64.5%, în special persoanele mai tinere de 20 de ani ($p < 0.01$), cei cu studii medii ($p < 0.001$), cei care locuiesc în sate ($p < 0.05$) și cei ce sunt consumatori permanenți de medicamente ($p < 0.05$), tabelul 9.

Domenii ale serviciilor farmaceutice ce necesită îmbunătățire

Variabila explicativă	Dimensiune																				
	tangibilitate				fiabilitate				sensibilitate				asigurare				empatie				
	neimportant	important	X2	p	neimportant	important	X2	p	neimportant	important	X2	p	neimportant	important	X2	p	neimportant	important	X2	p	
Sex	Feminin	556	511	1.79	0.181	530	537	1.26	0.270	394	673	3.04	0.081	714	353	0.08	0.779	670	397	0.84	0.359
	Masculin	277	220			232	265			161	336			329	168			324	173		
Vârsta	<20	122	107			117	112			61	168			143	86			163	66		
	21-30	241	266			236	271			194	313			324	183			333	174		
	31-40	160	141	18.24	<0.01	166	135	8.76	0.119	111	190	17.69	<0.01	218	83	12.60	<0.05	192	109	21.50	<0.0001
	41-50	135	116			121	130			103	148			160	91			158	93		
	51-60	101	56			70	87			43	114			115	42			91	66		
>61	74	45			52	67			43	76			83	36			57	62			
Studii	Medii	295	226			267	254			157	364			350	171			339	182		
	Medii de specialitate	244	185	11.75	<0.01	208	221	2.30	0.316	150	279	13.02	<0.001	298	131	3.08	0.215	257	172	3.40	0.182
	Superioare	294	320			287	327			248	366			395	219			398	216		
Locul de trai	Municipiu	387	322			325	384			276	433			469	240			426	283		
	Oraș	312	284	0.94	0.625	307	289	4.44	0.109	202	394	8.08	<0.05	397	199	0.412	0.814	411	185	12.17	<0.01
	Sat	134	125			130	129			77	182			177	82			157	102		
Utilizarea medicamentelor	Utilizator permanent	358	308			341	325			214	452			467	199			438	228		
	Utilizator ocazional	434	381	0.56	0.755	380	435	3.09	0.214	305	510	6.86	<0.05	524	291	6.24	<0.05	495	320	7.74	<0.05
	Neutilizator	41	42			41	42			36	47			52	31			61	22		

Circa jumătate din respondenți (51.3%), indiferent de vârstă, sex, studii și locul de trai, consideră că aspectul de „fiabilitate” necesită îmbunătățire.

În pofida faptului că dimensiunea „tangibilitate” are cel mai mic grad de satisfacție printre consumatori, numai 46.7% din ei consideră că ea trebuie îmbunătățită, îndeosebi persoanele de până la 50 de ani ($p < 0.01$) și cei cu studii superioare ($p < 0.01$).

52.1% din persoanele mai în vârstă de 60 de ani sunt de părere că dimensiunea „empatie” trebuie să fie îmbunătățită, pe când printre persoanele până la 20 de ani, numărul lor e mult mai mic și constituie 28.8%, precum și printre locuitorii din orașele mici – 31.0%, spre deosebire de cei care locuiesc în municipii – 39.9% și sate – 39.4%. De asemenea, consumatorii ocazionali de medicamente remarcă mai multe deficiențe în acest domeniu, decât cei care consumă medicamente permanent sau cei care nu le întrebuințează ($p < 0.05$).

După părerea respondenților, dimensiunea serviciilor farmaceutice care necesită mai puține modificări este „asigurarea” – 33.3%, ea fiind mai puțin apreciată de persoanele mai tinere de 30 de ani ($p < 0.05$) și de persoanele care nu consumă sau consumă ocazional medicamente ($p < 0.05$).

Discuții

Rezultatele studiului relevă discrepanțe semnificative în ceea ce privește serviciul așteptat și cel perceput. Astfel, alegerea unei farmacii este determinată în cele mai dese cazuri de aspectul material – tangibilitate, și aspectul de siguranță a serviciului – fiabilitate. Însă după ce consumatorul a beneficiat de serviciile farmaceutice, el nu a primit satisfacția dorită de la dimensiunile sus-numite, apreciindu-le cu „nesatisfăcător” și, respectiv, „satisfăcător”. În procesul consumului, utilizatorul relevă alte aspecte ale asistenței farmaceutice, care nu influențează alegerea unei farmacii, însă sunt nu mai puțin importante, decât cele materiale și de la care consumatorul primește satisfacție mai mare, cum sunt „empatia”, „asigurarea” și „sensibilitatea”, însă ultima necesită îmbunătățiri semnificative, după părerea respondenților. În ceea ce privește dimensiunea „empatie”, utilizatorii de servicii farmaceutice din Moldova o apreciază cu calificativul „bine”, gradul de satisfacție fiind de 71,0% (tab. 10).

Rezultatele sondajului denotă că farmaciștii și serviciile prestate de ei au o imagine pozitivă în societate, fapt demonstrat prin gradul înalt de satisfacție a consumatorilor pe toate dimensiunile, în afară de dimensiunea „tangibilitate”. Populația țării are încredere în farmaciști și este mulțumită de interacțiunea cu ei, clasându-i pe farmaciști la categoria lucrători medicali și nu la cei din comerț.

Femeile, persoanele de vârstă mai mare, locuitori ale municipiilor și consumatori permanenți sau ocazionali de medicamente par să fie mai satisfăcuți de calitatea serviciilor farmaceutice, decât bărbații și, persoanele tinere care locuiesc în orașe și sate și nu întrebuințează medicamente.

Tabelul 10

Influența dimensiunilor serviciului în alegerea farmaciei, utilizării serviciului și necesitatea de îmbunătățire

Dimensiunea	Ponderea în alegerea farmaciei,%	Gradul de satisfacție, %	Necesitatea de îmbunătățire, %
tangibilitate	79.9 (1)	36.1 (5)	46.7 (3)
fiabilitate	62.9 (2)	67.6 (3)	51.3 (2)
empatie	26.1 (3)	71.0 (1)	36.0 (4)
sensibilitate	24.6 (4)	62.8 (4)	64.5 (1)
asigurare	9.8 (5)	68.9 (2)	33.3 (5)

Concluzii

1. Decizia de alegere a farmaciei este condiționată, în cele mai dese cazuri, de aspectele materiale – tangibilitate, și aspecte de siguranță – fiabilitate a serviciilor farmaceutice. Însă aceste dimensiuni nu corespund cerințelor consumatorilor, astfel nivelul de satisfacție este apreciat ca „nesatisfăcător” pentru „tangibilitate” – 36.1% și „satisfăcător” – 67.6%, în ceea ce privește „fiabilitatea”.

2. În general, populația Republicii Moldova apreciază pozitiv calitatea serviciilor farmaceutice prestate, astfel pe dimensiunea „empatie”, gradul de satisfacție este maximal – 71.0%, iar pe dimensiunea „asigurare” – 68.9% și „sensibilitate” – 62.8%.

3. Consumatorii consideră că serviciile farmaceutice trebuie îmbunătățite, îndeosebi dimensiunile „sensibilitate” – 64.5% și „fiabilitate” – 51.3%.
4. Populația are încredere în farmaciști și îi poziționează ca lucrători din domeniul sănătății.

Bibliografie selectivă

1. Aharony L, Strasser S. Patient satisfaction: What we know about and what we will need to explore. *Med Care Rev.*1993;50(1): 49-79.
2. Airaksinen M. Customer Feedback as a Tool for Improving Pharmacy Services in Finland. Kuopio University Publications A. Pharmaceutical Sciences 25. University of Kuopio, 1996.
3. Alison Blenkinsopp, Jennifer Tann, Adrian Platts, Judy Allen. Evaluation of feasibility and acceptability of a community pharmacy health promotion scheme - views of users and providers. *Health Education Journal.* 2002; 61; 52.
4. Clerfeuille F, Poubanne Y, Vakrilova M, Petrova G. Evaluation of the consumer's satisfaction using the tetra-class model. *Res Social Adm Pharm.* 2008; 4(3):258-271.
5. Cordina M, McElnay JC, Hughes CM. (1998) Societal perceptions of community pharmaceutical services in Malta. *Journal of Clinical Pharmacy and Therapeutics*, 23, 115 –126.
6. Farris KB, Stenton SB, Samnani M, Samyia D. How satisfied are your patients? *Can Pharm J.* 2000;133(8):32-36.
7. Hassell K, Noyce P, Rogers A, Harris J, Wilkinson J.(1998) Advice provided in British community pharmacies: what people want and what they get. *Journal of Health Service Research Policy*, 3, 219–225.
8. Jayaprakash G, Rajan ML, Shivam P. Consumer views of community pharmacy services in Bangalore city, India. *Pharmacy Practice (Internet)* 2009 Jul-Sep;7(3):157-162.
9. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L. (1988), „SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality”, *Journal of Retailing*, Vol. 64 pp.2-40.
10. Schommer J, Kucukarsalan S. Measuring patient satisfaction with pharmaceutical services. *Am J Health Syst Pharm.*1997; 54:2721-2732.
11. William B. Patient Satisfaction: A Valid Concept? *Soc Sci Med.* 1994;38(4): 509-516.
12. Zeithaml, V.A., Berry, L.L., Parasuraman, A. (1996), „The behavioral consequences of service quality”, *Journal of Marketing*, Vol. 60 pp.31-46.

Rezumat

S-a efectuat analiza calității serviciilor prestate de farmaciile comunitare din Republica Moldova, conform tangibilității, fiabilității, sensibilității, asigurării și empatiei. Studiul efectuat a demonstrat o atitudine pozitivă a populației față de farmaciști și serviciile prestate de aceștea, satisfacția maximă fiind pe dimensiunea „empatie” – 71.00%±0.53. Însă organizarea serviciilor și asigurarea materială de prestare a lor a fost apreciată ca fiind „nesatisfăcătoare”, nivelul de satisfacție fiind 36.09%±0.44.

Summary

A study concerning quality of community pharmacy services in Moldova according tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy has been performed. Results have shown a positive attitude of population towards pharmacists and their services, the maximal satisfaction being on „empathy” dimension – 71.00%±0.53. Despite this, the organization of services and tangibles has the lowest level of satisfaction – 36.09%±0.44, being considered „unsatisfactory”.