

забезпечення хворих на лейкози, на думку лікарів, такі фактори, як «недостатній рівень кваліфікації провізорів/фармацевтів» (22,83%), «нецільове використання бюджетних коштів» (19,57%), «відсутність фінансової зацікавленості аптек у співпраці з ЗОЗ, що обслуговують хворих на лейкози» (13,04%).

Результати опитування висвітлюють цілий комплекс проблем в організації фармацевтичного забезпечення онкогематологічних хворих, вирішення яких потребує комплексного підходу та державної підтримки у розвитку вітчизняної онкогематологічної служби та МЛА, що спеціалізуються на обслуговуванні стаціонарних хворих.

Пестун І.В., Тіманюк І.В.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

Теоретичне обґрунтування методології життєвого циклу фармацевтичної інформації

irynamestun@ukr.net

Широкі можливості отримання і обробки інформації в сучасних умовах зумовлюють формування низки питань щодо накопичення, сортування за певними критеріями, зберігання її в умовах оптимізації ресурсів. Однією з найбільш сучасних концепцій зберігання даних сьогодні є ІІМ (управління життєвим циклом інформації). Загалом це підхід до управління збереженими даними на більш ефективній та економічній основі за умови, що інфраструктура зберігання в організації узгоджена з завданнями бізнесу. Метою нашого дослідження є формування теоретичного підґрунтя та розробка методології зберігання фармацевтичної інформації на основі її цінності для організації. Концепція, що лежить в основі ІІМ, наступна: цінність окремих елементів інформації, якими володіє організація, з часом змінюється. У міру зростання вартості і складності інфраструктури ІТ взагалі

та інфраструктури зберігання зокрема, менш важлива інформація повинна зберігатися на менш коштовних носіях. Технічна сторона питання лежить в колі обов'язків ІТ відділу, але важливість інформації для організації повинна бути оцінена спеціалістами з окремих бізнес процесів. Етапами процесу є класифікація даних і розподіл їх на окремі категорії. Загальною класифікацією інформації зазвичай є вхідна та вихідна; за функціями: планова, облікова, аналітична, регулююча, координуюча; за конкретними функціями управління: виробничо-технологічна, бухгалтерська, планово-економічна, кадрова, збутова; за часом: про минулі події, поточні та майбутні. Управлінську інформацію розподіляють на дієву та інформаційну, пов'язану з виробництвом, менеджментом, маркетингом, фінансами, персоналом і т.д. Нами розроблено класифікацію маркетингової інформації підприємства з метою її подальшого зберігання. Прикладом можуть слугувати критерії оцінки кон'юнктурної інформації, що характеризує стан ринку, яка групувана за критеріями:

- показники попиту на товари підприємства (доля ринку, динаміка обсягів продажу абсолютні значення у одиницях продукції і грошовому вимірі, по відношенню до минулих періодів, сезонні коливання, цінова еластичність, кількість і переваги лікарів певного профілю, переваги споживачів, умови маркетингових договорів, в тому числі конкурентів, рівень товарних запасів і швидкості реалізації, категоризація клієнтів підприємства за рівнем співпраці – обсяги і періодичність закупівель тощо);

- показники пропозиції товарів на ринку (фірмова структура ринку, доля ринку та розподіл між основними конкурентами, обсяг, структура, динаміка пропозиції, потенціал пропозиції, еластичність пропозиції, структура товарообігу, рівень цін, курси валют, показники діяльності основних зацікавлених сторін – оптовиків, аптечних мереж, аптек – розподіл ринку між ними, співвідношення маркетингових витрат в цілому та на окремі маркетингові дії і доходів тощо);

- показники регіональних особливостей (попит і пропозиція в регіоні, динаміка обсягів продажів, переваги клієнтів і споживачів щодо окремих товарів, рівень проникнення в регіоні, рейтинг компанії в регіоні, показники ділової активності – динаміка та обсяг угод, логістичні параметри – обсяги і шляхи вантажних перевезень тощо).

Наступним етапом є визначення пріоритетів зберігання окремих показників ринкової діяльності підприємства на носіях з високим рівнем доступності і надання інформації, але дорогим носієм, і більш дешевими носіями з низьким рівнем доступності і надання інформації. Джерелами можуть бути дані електронної пошти, звітів, окремі файли.

Фармацевтичні компанії, як правило, є великими підприємствами з значним обсягом різного роду інформації. В процесі діяльності постають питання інформаційної безпеки і відповідальності за збереження. Концепція життєвого циклу інформації покликана вирішити це завдання.

Сімонян Л.С., Немченко О.А.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

Оцінка ефективності технологій фармакотерапії хворих похилого віку на пневмонію

Негоспітальна пневмонія на сьогодні залишається важливою медико-соціальною проблемою. Це обумовлено, в першу чергу її значною поширеністю, досить високими показниками інвалідизації та смертності, а також значними економічними витратами внаслідок захворювання.

Згідно зі статистикою ВООЗ, пневмонія є однією з 10 найбільш поширених причин смерті в 2016 році, від неї померло 3,4 млн. осіб. Треба зазначити, що пневмонія - найпоширеніший клінічний прояв пневмококової інфекції у дорослих і основна причина смерті дітей до 5 років.