

АНАЛІЗ РОЛІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У СИСТЕМІ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Суріков О.О., Сурікова І. О., Горіздра І.А.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

socpharm@nuph.edu.ua

Вступ. Інформатизація суспільства – це створення високоорганізованого інформаційного середовища, яке обумовлює вирішення всього комплексу завдань, що постали перед суспільством.

Даючи загальну оцінку процесам інформатизації, що відбуваються у світі, можна стверджувати, що сьогодні в основному реалізуються традиційні підходи до інформатизації, які полягають у розвитку національних і корпоративних комп'ютерних мереж; створенні інформаційних порталів та баз даних; вдосконаленні телекомунікаційної інфраструктури; розширенні сфери використання web-технологій.

Інформатизація населення має велику роль у розвитку суспільства, завдяки ній досягається високий рівень обслуговування, відкритість джерел достовірної інформації та її візуалізація.

Метою дослідження є аналіз ролі фармацевтичної інформації у системі фармацевтичного маркетингу.

Методи дослідження. У роботі були використані методи узагальнення інформації, анкетування, логічний, аналітичний та метод групування.

Основні результати. З метою виявлення основних властивостей інформації для якісного фармацевтичного обслуговування населення нами проаналізовано інформаційні мережі, фармацевтичні та медичні форуми, а також проведено анкетування працівників аптечної мережі «911».

За результатами опитування 172 фармацевтичних працівників нами сформовані наступні вимоги до інформації: доказовість та доступність визначили 38% усі опитаних, обґрунтованість – 26%, об'єктивність та повнота інформації – 17 % та 14 % відповідно, оперативність становить 5%.

Провівши аналіз інтернет-ресурсів, у тому числі одного із найпопулярніших магазинів мобільних додатків Google Play, нами виділено ТОП-5 найпопулярніших додатків у фармації, кожен з яких має свої особливості, що представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Аналіз ТОП-5 додатків фармацевтичного профілю

Назва додатку	Основні функції	Оцінка в Google Play (max=5)	Кількість скачувань
Ліки Контроль	Пошук аналогів та інструкцій до ЛЗ; контроль реєстрації ЛЗ в Україні та документів про його заборону; розроблено на запит Держлікслужби України	4,7	50000+
Ваш провізор	Довідник ЛЗ та інструкцій, графік прийому ЛЗ та нагадування, перевірка; перевірка на достовірність ЛЗ	3,7	50000+
Аналоги ліків	Пошук дорогих ЛЗ та їх дешевих аналогів	4,7	1000000+
Моя аптечка	Довідник ЛЗ з функцією пошуку ЛЗ за симптомами, а також інформацією про ціни	4,4	100000+
Medisafe	Нагадування про прийом ЛЗ відповідно до інструкції	4,6	1000000+

Встановлено, що за допомогою даних додатків можна дізнатися усі подробиці про лікарські засоби (ЛЗ), а саме: перевірити, чи включені препарати у програму «Доступні ліки» та до Національного переліку основних лікарських засобів, проаналізувати вартість препарату, ознайомитися з інструкціями до застосування ЛЗ, перевірити серії ЛЗ, заборонених до продажу, отримувати нагадування про прийом ліків, стежити за вагою, тиском, рівнем глюкози в крові та іншими показниками здоров'я.

За результатами аналізу мобільних додатків у фармації нами проведено їх групування за функціями, що наведено у таблиці 2.

Таблиця 2

Підходи до групування мобільних додатків за їх функціями

Група	Функції	Приклади мобільних додатків
Довідники лікарських засобів	- ознайомлення з інструкціями ЛЗ; - пошук аналогів до діючій речовині	«Ліки Контроль»; «Аналоги ліків»; «Моя аптечка»; «tabletki.ua»
Мобільні додатки для пошуку ЛЗ в аптеках	- пошук ЛЗ за наявністю та ціною; - пошук найближчої аптеки	«GeoApteka»; «Ваш провізор»; «tabletki.ua»
Мобільні додатки, що контролюють якість ЛЗ	- контроль терміну придатності та строку реєстрації ЛЗ; - перевірка якості ЛЗ	«Ліки Контроль»; «Ваш провізор»
Мобільні додатки, що сприяють раціональній фармакотерапії	- персональний контроль фармакотерапії	«Medisafe»; «Ваш провізор»

Зокрема, нами виділено такі групи як довідники ЛЗ; додатки для пошуку ЛЗ в аптеці; додатки, що контролюють якість ЛЗ та додатки, що сприяють раціональній фармакотерапії. Важливо також відмітити те, що деякі додатки виконують декілька функцій одночасно.

Разом з тим у маркетинговій політиці фармацевтичних компаній використовуються також й інші інформаційні технології, зокрема, QR-кодування, e-mail-розсилка, контекстна реклама, інтернет-брендинг, вірусний маркетинг та медійна реклама.

Висновки. Таким чином, у ході дослідження нами встановлено основні вимоги до фармацевтичної інформації з позицій фармацевтичних працівників необхідні для якісного фармацевтичного обслуговування населення. За результатами аналізу мобільних додатків фармацевтичного профілю, нами

розроблено підходи до групування додатків за їх функціями, а також визначено інформаційні технології, що застосовуються у маркетинговій політиці фармацевтичних компаній.

ANALYSES OF THE INFORMATION TECHNOLOGIES DEVELOPMENT IN HEALTH AND PHARMACEUTICAL PROVIDING OF THE POPULATION

Zhirova I.V., Tereshchenko L.V., Kalaycheva S.G.
National University of Pharmacy, Kharkiv, Ukraine
socpharm@nuph.edu.ua

So-called "mobile health technologies" and "mobile technologies of pharmaceutical services" are becoming increasingly popular at the present stage of the development of information technologies. They significantly expand access to diagnosis, medical and pharmaceutical care for patients, which contributes to a significant reduction in health care and pharmaceutical costs.

The main **aim** of our research was the analysis of the world experience of the introduction of modern information products into the organization of medical and pharmaceutical care to the population at the outpatient level with a sufficient level of patient compliance.

Methods of research are historical, logical, comparative, deductive and others.

The materials of the research are presented by the data of the special literature, as well as the reports of leading analytical companies on the research of the modern market of information technologies in health care.

Basic results. The mHealth market has been formed in the economically developed countries of the world (US, European Union, Japan) by the end of 2015 and includes medical and pharmaceutical gadgets, mobile devices, software, services that allow doctors and pharmacists to receive information from them and make