

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА
МАРКЕТИНГУ
УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МАРКЕТИНГУ**



**МАТЕРІАЛИ
ХІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ДИСТАНЦІЙНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
(м. Харків, 21 березня 2024 р.)**

**МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У СКЛАДІ
СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ, НАУКИ, ОСВІТИ, ПРАКТИКИ**

**MANAGEMENT AND MARKETING IN THE MODERN ECONOMY,
SCIENCE, EDUCATION AND PRACTICE**

Харків 2024

УДК 615.1:339.188

М 50

Конференція зареєстрована в УкрІНТЕІ від 11 грудня 2023 р. №591

Міжнародний індекс ISSN 2415-8593

Редакційна колегія та оргкомітет: проф. Котвіцька А.А. (голова), проф. Федосов А.І. (співголова), проф. Владимірова І.М. (співголова), проф. Малий В.В. (співголова), проф. Ткачова О.В. (відповідальний секретар), проф. Пестун І.В., доц. Рогуля О.Ю., доц. Бондарєва І.В., доц. Бабічева Г.С., доц. Жадько С.В., доц. Малініна Н.Г., доц. Софронова Н.Г., асист. Чегринєць А.А., асист. Шуванова О.В.

М 50 Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики : матеріали XI міжнар. наук.-практ. дистанційної конф., м. Харків, 21 берез. 2024 р. / ред. кол.: В. В. Малий [та ін.]. – Харків : НФаУ, 2024. – 563 с.

Збірник наукових робіт містить матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції науковців та практиків, що здійснюють діяльність в цілому в сфері менеджменту й маркетингу та в галузі фармації зокрема з різних країн світу.

Розглянуто досягнення та використання менеджменту й маркетингу у сучасній економіці; форми та методи викладання дисциплін організаційно-економічного й управлінського спрямування на основі теорії менеджменту та маркетингу; практичні аспекти управління виробництвом, контролем якості; маркетингові дослідження ринків; проблеми реалізації та споживання лікарських засобів, підвищення якості фармацевтичної допомоги; результати фармакоеконімічних досліджень лікарських засобів. Для широкого кола наукових, науково-педагогічних і практичних працівників, що займаються питаннями менеджменту й маркетингу та лікознавством.

Матеріали відредаговані членами редакційної колегії у відповідності до вимог, що представлені в Інформаційному листі. За достовірність матеріалів відповідальність несуть автори. Будь-яке відтворення тексту без згоди авторів забороняється.

© Національний фармацевтичний університет, 2024

© Колектив авторів, 2024

**ДО ПИТАННЯ ЯКОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК
СКЛADOVOЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ**

Мисюра С. С., Ткаченко Н. О., Литвиненко О. В.

Кафедра управління та економіки фармації

Запорізький державний медико-фармацевтичний університет

м. Запоріжжя, Україна

serega8160@gmail.com, tkachenkonat2@gmail.com, olga_ov66@ukr.net

Інформаційна безпека - стан захищеності життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства і держави, при якому запобігається завдання шкоди через неповноту, несвоєчасність та недостовірність поширюваної інформації, порушення цілісності та доступності інформації, несанкціонований обіг інформації з обмеженим доступом, а також через негативний інформаційно-психологічний вплив та умисне спричинення негативних наслідків застосування інформаційних технологій [1].

У зазначеній площині актуалізуються питання підвищення рівня якості контенту інформаційного простору пацієнта відносно специфічної медико-фармацевтичної інформації.

Мета дослідження – оцінка якості медико-фармацевтичної інформації, яку отримують споживачі ліків зі ЗМІ (телебачення), інтернет-ЗМІ й інформаційні сайти, через канали і групи в месенжерах.

Дослідження проводили на основі експертного оцінювання. Для формування двох груп експертів (науковці-фармацевти та фармацевти-практики) використали формальний метод «сніжного кому». Фахівці-експерти обох груп за 5-ти бальною шкалою оцінювали інформацію по критеріям – репрезентативність, змістовність, повнота, доступність, актуальність, своєчасність, точність, достовірність, стійкість (сталість змісту), цінність.

Дане дослідження було продовженням експертної оцінки якості інформації для споживачів ліків у процесі спілкування з фармацевтом та з різних джерел, таких як соціальні мережі (Facebook, Instagram тощо) та через спеціалізовані мобільні додатки (iPharmacy, Дозування ліків, Tabletki.ua тощо) [2].

У експертній групі «науковці-фармацевти» найвищий бал – 3,92 отримала інформація, яку споживачі фармацевтичної продукції отримують через ЗМІ-телебачення за показниками «доступність». Далі бальний ланцюжок має наступний вигляд: «репрезентативність» - 3,54; «своєчасність» - 3,46; «актуальність» - 3,38; «точність» і «стійкість» - по 3,3; «цінність» і «достовірність» - по 3,07; «повнота» - 3,0; «змістовність» - 2,92.

У другій групі експертів «фармацевти-практики» найвищий бал - 3,60 отримав показник «своєчасність», а бальний ланцюжок виглядає наступним

чином: «змістовність» і «доступність» - по 3,5; «актуальність» - 3,38; «достовірність» і «цінність» - по 3,3; «репрезентативність» - 3,27; «стійкість» - 3,2; «повнота» - 3,16; «точність» - 3,1.

Щодо фармацевтичної інформації, яку пацієнти отримують через інтернет-ЗМІ та інформаційні сайти, то у найвищий бал – 4,07, науковці оцінили «актуальність», а найнижчий бал «3,54» отримали показники «змістовність», «своєчасність», «точність» та «цінність». Фармацевти-практики найвище оцінили «актуальність» і «доступність» у «3,66» балів, а найнижче – «достовірність» у «3,3» балів.

Відносно фармацевтичної інформації, яку пацієнти отримують через канали та групи в месенжерах, то у найвищий бал – 3,38, науковці оцінили «доступність», а найнижчий бал «2,69» отримав показник «стійкість». Фармацевти-практики у цій групі джерел найвище оцінили «своєчасність» у «3,4» бали, а найнижчу оцінку у «3,27» балів було виставлено для декількох показників – «точність», «цінність», «змістовність» і «повнота».

При порівнянні трьох джерел фармацевтичної інформації за дев'яти критеріями – репрезентативність, змістовність, повнота, доступність, актуальність, своєчасність, точність, достовірність, стійкість (сталість змісту), цінність, лідерство отримала група «інтернет-ЗМІ та інформаційні сайти».

Отже, проведені дослідження дозволили визначити лідера серед трьох груп джерел інформації про фармацевтичну продукцію за 9 критеріями якості інформації.

Крім того встановлено, що фармацевти-практики більш критичніші в оцінці фармацевтичної інформації, що можна пояснити їх безпосереднім і постійним контактом з даним контентом.

Список використаної літератури

1. Про засади інформаційної безпеки України: Проект Закону України. URL : <https://ips.ligazakon.net/document/JG3TH00A?an=3>
2. Мисюра С.С., Ткаченко Н.О. Якість фармацевтичної інформації як складова інформаційної безпеки. Фармацевтична освіта, наука та практика: стан, проблеми, перспективи розвитку : матеріали наук.-практ. конф. з міжнар. участю, присвяченої 25-річчю фармацевт. ф-ту Нац. мед. ун-ту імені О. О. Богомольця, 19-20 груд. 2023 р. м. Київ / Нац. мед. ун-т імені О. О. Богомольця, Фармацевт. ф-т; уклад. та відп. за вип.: Т. Д. Рева, І. А. Костюк. – Київ, 2023. – С. 299-300.

| | |
|---|-----|
| Майдук Я. В., Єдинак В. Ю. ПОБУДОВА КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В ОРГАНІЗАЦІЇ | 453 |
| Максимова Ю. О., Максимов О. С. ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ РОБОТИ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА | 455 |
| Маланчук Н. В., Тижай А. Б., Демчук М. Б. ПОРІВНЯЛЬНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОСТУПНОСТІ БЕТА-АДРЕНОБЛОКАТОРІВ, ПРЕДСТАВЛЕНИХ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ | 457 |
| Мендела І. Я., Подолян М. І. ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В МАРКЕТИНГУ | 459 |
| Мирошник Ю. В. ПРОФІЛЮВАННЯ РИЗИКІВ – ЯК ЕЛЕМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО МИСЛЕННЯ ТОП МЕНЕДЖЕРА НА ПІДПРИЄМСТВІ | 461 |
| Мисюра С. С., Ткаченко Н. О., Литвиненко О. В. ДО ПИТАННЯ ЯКОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК СКЛАДОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ | 463 |
| Михайлів Г. В. ВПРОВАДЖЕННЯ ПЕРСПЕКТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНО- ПСИХОЛОГІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ МЕДИЧНИМ ПЕРСОНАЛОМ | 465 |
| Мільонушкін К. В. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСЬ ЛІКЕРО-ГОРІЛЧАНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ СВІТОВОГО РИНКУ | 467 |
| Мільчева В. В., Мунтян І. В. МАРКЕТИНГ 4.0: ЯК ТЕХНОЛОГІЇ ВЕДУТЬ НАС ДО НОВОГО СВІТУ МАРКЕТИНГУ | 468 |
| Мірзоєв Д. Ш. огли ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ | 470 |
| Мороз С. Г. ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНИМИ ВІДХОДАМИ НА РІЗНИХ ЕТАПАХ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ | 472 |
| Назаренко Д. М. АКТУАЛЬНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ | 474 |