

ID: 2014-05-4017-T-3875

Тезис

Лобова Е.Д.

**Использование интернет-технологий при оказании фармацевтической помощи***ГБОУ ВПО Саратовский ГМУ им. В.И. Разумовского Минздрава России, кафедра экономики и управления здравоохранением и фармацией**Научный руководитель: ас. Смолина В.А.*

В настоящее время интернет – один из инструментов продвижения и распространения продукции, в том числе и товаров аптечного ассортимента.

**Цель:** изучить особенности использования интернет-технологий при оказании фармацевтической помощи по данным литературных источников.

**Материал и методы:** для проведения исследования был использован контент-анализ литературных источников, в ходе которого было изучено 40 источников, в том числе 25 (62,5%) – сообщения рекламного характера и 15 (37,5%) – статьи научных журналов.

В **результате** анализа установлено, что законодательно закрепленного определения термина «интернет-аптека» на данный момент не существует, он используется для обозначения различных вариантов организации фармацевтической помощи:

- интернет-витрина (не предусматривает возможности осуществить покупку лекарств, на сайте размещена информация о товарах для ознакомления);
- служба заказов реально существующей аптеки (на сайте товар резервируется и покупается в одной из аптек);
- полнофункциональная интернет-аптека (предусматривает возможность приобретения и оплаты на сайте любых товаров аптечного ассортимента и доставки в любую точку страны);
- ограниченно функциональная интернет-аптека (лекарственные средства заказывают через сайт с последующим приобретением в одной из точек продаж, парафармацевтическую продукцию продают через сайт и осуществляют доставку на дом).

Среди рекламных сообщений 75% под термином «интернет-аптека» подразумевают полнофункциональные интернет-аптеки (запрещены согласно п. 5 Правил продажи товаров дистанционным способом, утвержденных постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 г. № 612), 20% – службу заказов и только 5% – интернет-аптеку с ограниченными функциями, деятельность которой соответствует требованиям законодательства и нормам фармацевтической этики.

90% статей научных журналов рассматривают интернет-аптеки как службу заказов реально существующих аптек, 5% – как интернет-витрины и 5% – как ограниченно функциональные интернет-аптеки, при этом отмечается, что необходима разработка нормативной документации, регламентирующей данный вид деятельности, поскольку полнофункциональные аптеки запрещены законодательством, но при этом существуют сотни и даже тысячи таких сайтов.

**Вывод.** Трактовка термина «интернет-аптека» в рекламных сообщениях и научных статьях существенно различается – авторы журналов, используют термин в значении службы заказов, ограниченно функциональной аптеки или интернет-витрины, в то время как рекламные сообщения активно используют термин в том значении, которое законодательно запрещено.

**Ключевые слова:** интернет-аптека, фармацевтическая помощь, интернет-технологии