

edodes было показано, что они обладают противоопухолевой активностью, а также способны снижать цитопатические и цитогенетические эффекты при применении с антибиотиками.

2. В РФ противораковые свойства грибов остаются малоизученными, в отличие от зарубежных стран, таких как Япония и Китай. Актуальным является поиск новых источников сырья противоопухолевого действия среди грибов, произрастающих на территории РФ, а также изучение механизмов их действия.

Список литературы:

1. Макаренко, А.Н. Противоопухолевое действие веществ, полученных из высших грибов *Cordyceps sinensis* и *Ganoderma lucidum* в экспериментах *in vitro* и *in vivo* / А.Н. Макаренко, М.П. Рудик, Р.С. Довгий // Вісник проблем біології і медицини. – 2013.

2. Blagodatski, A. Medicinal mushrooms as an attractive new source of natural compounds for future cancer therapy / A. Blagodatski, M. Yatsunskaya, V. Mikhailova, V. Tiasto, Al. Kagansky, Vl. L. Katanaev // Oncotarget. – 2018. Jun 26- 9(49): 29259–29274.

3. Boh, B. *Ganoderma lucidum* and its pharmaceutically active compounds/B.Boh, M. Berovic, J. Zhang, L. Zhi-Bin // Biotechnology Annual Review. – Volume 13. –2007. – pp. 265-301.

4. Chung, MJ. Anticancer activity of subfractions containing pure compounds of Chaga mushroom (*Inonotus obliquus*) extract in human cancer cells and in Balbc/c mice bearing Sarcoma-180 cells / MJ Chung, C-K. Chung, Y. Jeong, S. Shi // Nutr Res Pract. 2010.– Jun. 4(3). – pp. 177–182.

5. Hetland, G. The Mushroom *Agaricus blazei* Murill Elicits Medicinal Effects on Tumor, Infection, Allergy, and Inflammation through Its Modulation of Innate Immunity and Amelioration of Th1/Th2 Imbalance and Inflammation/ G. Hetland, E. Johnson, T. Lyberg, G. Kvalheim / Adv. Pharmacol Sci - 2011- 2011: 157015.

6. Nakamuraab, K. Anticancer and antimetastatic effects of cordycepin, an active component of *Cordyceps sinensis*/ K. Nakamuraab, K. Shinozukaab, N. Yoshikawaa // Journal of Pharmacological Sciences.–Volume 127.– Issue 1.–2015. – pp. 53-56

7. Takaku, T. Isolation of an Antitumor Compound from *Agaricus blazei* Murill and Its Mechanism of Action/ T. Takaku, Y. Kimura, H. Okuda // The Journal of Nutrition. –Volume 131. – Issue 5.–1 May 2001. – pp. 1409 –1413.

УДК 61:615.1

Машицина Д.И., Петров А.Л., Андрианова Г.Н.
АНАЛИЗ НОВЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ,
ПОВЫШАЮЩИХ ДОСТУПНОСТЬ ЛЕКАРСТВЕННОЙ
ПОМОЩИ

Кафедра управления и экономики фармации, фармакогнозии

Уральский государственный медицинский университет
Екатеринбург, Российская Федерация

**Mashitsina D.I., Petrov A.L., Andrianova G.N.
ANALYSIS OF NEW MARKETING TOOLS,
INCREASING THE AVAILABILITY OF DRUG CARE**

Department of pharmacy management and economics, pharmacognosy
Ural state medical university
Yekaterinburg, Russian Federation

E-mail: maschitsina.dasha@yandex.ru

Аннотация. В статье рассмотрены новые социально-ориентированные маркетинговые инструменты, инициированные субъектами фармацевтического бизнеса.

Annotation. The article deals with new socially-oriented marketing tools initiated by the subjects of pharmaceutical business.

Ключевые слова: аптечная сеть, доступные лекарственные препараты, проект, безопасность

Key words: pharmacy network, available medicines, project, safety

Введение

Современная система повышения доступности лекарственной помощи активно развивается. Наряду с успешно применяемыми программами льготного лекарственного обеспечения, осуществляемыми в рамках государственной социальной помощи и мер региональной поддержки отдельных категорий граждан [1,2]. В современных условиях активно внедряются точечные проекты повышения доступности лекарственных препаратов. Особую актуальность приобретает анализ современных социально-ориентированных проектов, инициируемых субъектами фармацевтического бизнеса.

Цель исследования – оценить новые маркетинговые инструменты увеличения доступности лекарственных препаратов, реализуемые в различных сегментах фармацевтического рынка.

Материалы и методы исследования

Контент-анализ открытых данных о маркетинговых инструментах на фармацевтическом рынке. Ситуационный и структурный анализ программ повышения увеличения доступности лекарственных препаратов в рамках аптечной сети, дистрибьюторского сегмента и сегмента производителей лекарственных средств.

Результаты исследования и их обсуждение

Субъектами внедрения данных проектов могут быть различные игроки фармацевтического рынка, начиная от производителей лекарственных

препаратов и включая дистрибьютерские и розничные сегменты фармацевтического рынка.

Особый интерес представляют проекты, реализуемые производителями лекарственных средств в РФ. Такой подход позволяет сформировать положительный имидж лекарственного препарата не только у конечного потребителя за счет абсолютной финансовой экономии, но и увеличить лояльность медицинских работников. В качестве примера такой программы можно рассматривать проект ООО «Новартис Фарма» «Забота о Сердце».

Для оценки данного инструмента нами проведен инсайдерский ситуационный анализ на базе аптечной сети «Живика». Стоит отметить, что программа реализуется в формате вертикально-интегрированной коллаборации с дистрибьютером «Протек» и аптечной сетью «Живика» [3]. Программа действует с января по август 2019 года в пяти городах. Данная программа инициирована ООО «Новартис Фарма» и включает в себя один препарат «Юперо» (ТН) с показанием хроническая сердечная недостаточность, который не включен в список ЖНВЛП. Цель заключается в обеспечении эффективности терапии и обеспечение доступности лекарственных препаратов используемых для фармакотерапии хронических заболеваний у пожилых пациентов. Такой подход особенно интересен для лекарственных препаратов, не включенных в регулирующие перечни.

Особенность технологии реализации проекта состоит в том, что ООО «Новартис Фарма» уведомляет профессиональное сообщество о Программе с целью информирования пациентов, которым предназначена терапия препарата «Юперо». Чтобы стать участником пациент должен обратиться на горячую линию и согласиться с условиями участия. Каждому пациенту при регистрации присваивается ID-код (шестизначный), который он озвучивает на кассе в аптеке.

В качестве еще одного примера социальных проектов на уровне производителя можно привести программу «Карта Здоровья», которая обеспечивает снижение финансовой нагрузки пациентов с хроническими заболеваниями при лечении дорогостоящими препаратами [4]. Проект инициирован компанией «АстраЗенека», которая считается одной из самых инновационных среди биофармацевтических предприятий. В данную программу входят лекарственные препараты (ТН): Брилинта, Форсига, Симбикорт Турбухалер. Проведен ситуационный анализ и представлен алгоритм подключения пациента к данному проекту.

Алгоритм представляет собой последовательность следующих шагов:

1. Необходимо иметь действующий рецепт на лекарственный препарат;
2. Обратиться в аптеку с рецептом и заполнить небольшую анкету и подтвердить согласие на обработку персональных данных, поставив подпись - отдать заполненную анкету сотруднику аптеки и приобрести препарат на первый месяц лечения с экономией 15%;
3. Предъявлять «Карта Здоровья» при следующих покупках.

Следующим этапом было исследования программ увеличения доступности в оптовом сегменте фармацевтического рынка. При этом отметим, что реализация оптовых инструментов дисконта опосредуется аптечными сетями. Ситуационный анализ таких инструментов проводился нами на базе аптечной сети «Живика». В 2017 году фармдистрибьютор «Протек» в партнерстве с крупнейшими производителями запустил программу «Мое здоровье», направленную на повышение доступности фармакотерапии для пациентов. Воспользоваться ее возможностями могут как физические лица, так и благотворительные фонды. Для участников проекта стоимость лекарственной терапии существенно снижается за счет значительных скидок на широкий ассортимент препаратов. Достоинством проекта является приоритетное включение в программу дорогостоящих и требующих длительного приема лекарственных препаратов. В ходе контент-анализа интернет-портала «Мое здоровье» выявлены также дополнительные инструменты повышения информированности пациента и онлайн-сервис «Дневник здоровья». Таким образом, данная программа представляет собой социально-ориентированный комплексный кейс, позволяющий пациентам сократить личные денежные расходы на фармакотерапию и получить дополнительную информацию о здоровом образе жизни.

На следующем этапе рассматривались, инструменты увеличения доступности лекарственной помощи, реализуемые аптечными сетями. Типичным инструментом на данном этапе фармацевтического товародвижения является применение программ дисконта к розничным ценам сетевых и несетевых аптечных организаций. В частности, на примере аптечной сети «Живика» можно увидеть различные подходы к формированию скидок. Процент дисконта варьирует в зависимости от вида дисконтной карты от 2 до 7%. Активно применяется накопительная система скидок.

Таким образом, современные системы дисконта на разных уровнях товародвижения представляют собой взаимовыгодные для производителя и потребителя комплексные кейсы повышения лояльности. На рисунке 1 изображена матрица интересов участников процесса реализации исследуемых социально-ориентированных программ [5].



Рис. 1. Матрица интересов участников процесса реализации социально-ориентированных маркетинговых инструментов

Выводы:

1. На данный момент в коммерческом сегменте на фармацевтическом рынке Российской Федерации реализуется ряд социально-ориентированных проектов по увеличению доступности фармакотерапии, направленных на снижение финансовой нагрузки, как пациентам старшего возраста, так и страдающими отдельными заболеваниями.

2. Социальные программы, инициированные коммерческими фармацевтическими организациями, реализуются, как на уровне производителей лекарственных препаратов, так и в сегменте фармацевтического ритейла. Ряд программ реализуются непосредственно в аптечных организациях, но вместе с тем этим занимаются и многих дистрибьютеры.

3. По результатам анализа исследуемых программ была показана целесообразность данных инновационных социально-маркетинговых инструментов для повышения доступности фармацевтической помощи.

Список литературы:

1. Беспалов Н.А. ЦВ «Протек» вновь лидирует в рейтингах фармдистрибьюторов за 2018 год/ Н.А. Беспалов// Фармацевтический вестник. – 2019. - № 22.

2. Засимова Л.С. Расходы населения России на лекарственные средства / Л.С. Засимова // ЭКО: всероссийский экономический журнал. - 2016 - № 9 - С. 113-122.

3. Карта здоровья [Электронный ресурс]: <https://kartazdorovia.ru>
4. Миронова Т.К. Право на лекарственную помощь и лекарственное обеспечение/ Т.К. Миронова // Вопросы российского и международного права. – 2016. - № 5. - С. 97-112.
5. DSM Group [Электронный ресурс]: <https://dsm.ru>

УДК 54.062

**Мешкова В.В., Киседобрева В.О., Афанасьева Т.А.
ИЗУЧЕНИЕ ВОДОРОДНОГО ПОКАЗАТЕЛЯ РАЗЛИЧНЫХ
СОРТОВ ЧАЯ**

Кафедра фармации и химии
Уральский государственный медицинский университет
Екатеринбург, Российская Федерация

**Meshkova V.V, Kisedobreva V.O., Afanasjeva T.A.
THE STUDY OF THE HYDROGEN INDEX OF DIFFERENT VARIETIES OF
TEA**

Department of pharmacy and chemistry
Ural state of medical university
Yekaterinburg, Russian Federation

E-mail: vita.meshkova77@mail.ru

Аннотация. В статье изложены данные исследования рН среды растворов разных сортов чая, состоящих из четырех групп: черный, зеленый, белый, красный, в том числе с разными добавками: травы, ягоды и т.д.

Annotation. The article presents the data of the study of pH solutions of different varieties of tea, consisting of four groups: black, green, white, red, including with different additives: herbs, berries, etc.

Ключевые слова: водородный показатель, кислотно-щелочной баланс, концентрация ионов водорода.

Key words: hydrogen indicator (pH), acid-base balance, hydrogen ion concentration.

Введение

Важнейшим неорганическим соединением клеток является вода. На её долю приходится около 70% общей массы клеток. Она имеет исключительно важное значение для процессов жизнедеятельности. Прежде всего – это среда, в которой протекают реакции синтеза и распада веществ. Биологические жидкости организма человека имеют определенное кислотно-щелочное соотношение, характеризующее рН (водородным) показателем [2].

Водородный показатель (рН) — величина, определяющая концентрацию ионов водорода в растворах, численно равна отрицательному десятичному