

преподаватели ориентируют студентов, что развитие когнитивной функции после окончания вуза не завершается, необходимо для дальнейшей работы провизора повышение квалификации, так как арсенал лекарственных средств постоянно пополняется, уточняются механизмы действия, фармакокинетические данные, совместимости и другие взаимодействия лекарственных средств. Для оптимизации учебного процесса, по мнению сотрудников нашей кафедры необходимо продолжать работу по использованию бально-рейтинговой системы по фармакологии и фармакотерапии, использование которой значительно облегчает изучение студентами материала предмета.

Бально-рейтинговая система оценки успеваемости студентов способствует повышению уровня мотивации студентов к освоению образовательных программ по фармакологии, фармакотерапии и другим предметам, повышению уровня организации образовательного процесса, стимуляции самостоятельной учебной работы студентов.

Список литературы:

1. Сергиенко А.В., Давыдов В.С., Ивашев М.Н. Повышение эффективности обучения молодых преподавателей в высшем учебном заведении. Известия Высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Проблемы фармации, фармакологии и рациональной терапии, Естественные науки. Спецвыпуск, 2007.- С.117-119.
2. Куянцева А.М., Арлыт А.В., Кулешова С.А., Давыдов В.С., Лысенко Т.А., Зацепина Е.Е., Ляхова Н.С., Саркисян К.Х., Чуракова Г.В., Недолуга О.С., Ивашев М.Н. Пути совершенствования преподавания фармакологии и фармакотерапии для будущих провизоров. Мат.63-й региональной учебно-методич. конф. Пятигорск: Пятигорск. ГФА, 2008.-С.93-96.

## ЛЕКАРСТВЕННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ. ОПТИМИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ.

Казанцева Ю.В., Овчаренко М.М.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> – ГУП СО «Фармация»

Вопрос лекарственного обеспечения сельского населения в настоящее время является актуальным для Свердловской области, впрочем, как и для всей Российской Федерации, и требует серьезного внимания со стороны органов исполнительной власти всех уровней. Анализируя данные мониторинга оказания медпомощи, про-

видимого Росздравнадзором, можно констатировать, что пациенты, проживающие в труднодоступных и удаленных районах, имеют более низкое качество жизни, в т.ч. уровень оказания медицинской и лекарственной помощи, чем жители городов.

Аптечная сеть на селе неуклонно сокращается. Развития аптечной сети не происходит в первую очередь из-за затратности открытия и содержания аптек. Кроме того, запрещена выездная торговля лекарственными средствами. Непростая ситуация и с профессиональными кадрами – в большинстве сельских территорий ощущается их острая нехватка, так как зачастую работа в сельской местности не может обеспечить средств к существованию.

Приказ МЗ СО от 2 апреля 2008 г. N 424-п «О мерах по улучшению организации лекарственного обеспечения сельского населения в Свердловской области», разрешает отпуск лекарственных средств населению фельдшером ФАПа, утверждает «Временное положение об организации деятельности аптечного пункта на базе фельдшерско-акушерского пункта или общей врачебной практики на территории Свердловской области». Запасы лекарственных средств поддерживают местные аптеки, с которыми заключены соответствующие договора.

Чтобы создать оптимальные товарные запасы в аптечном пункте ФАПа необходимо проанализировать заявки и уходимость ассортиментных групп с учетом сезонности.

Для этого были собраны сведения методом анкетирования работников 15 ФАПов (данные ФАПы работают по договору с аптекой №151 г. Ирбит), а также по результатам опроса населения Ирбитского района Свердловской области. Полученные данные позволяют выделить 6 групп товаров, которые чаще других назначаются врачом и пользуются максимальным спросом у населения (гипотензивные, противопропростудные и противогриппозные, средства, нормализующие функцию ЖКТ, препараты, действующие на ЦНС, гиполипидемические средства, препараты, действующие на органы дыхания). Кроме того весь ассортимент аптеки (по МНН, по производителю) был разбит на 3 товарные группы – А,В,С – по уходимости и прибыли, получаемой с одной упаковки (группа А – наиболее приоритетная группа).

Например, в группе противопропростудных лекарственных препаратов наблюдается следующее распределение:

Фервекс д/взросл пор. б/сах. (пак.) N8	В
Фервекс д/взросл пор. с сах. (пак.) N8	В
Антигриппин табл. шип. д/взрослых N10	А
Колдрекс ХотРсм пор. (пак.) N10	А
Ринза табл. N10	В
Рингасип пор. д/р-ра внутрь саше №10	В

Ринзасип пор. д/р-ра внутрь саше N5	С
Пентафлуцин 5 г N10	А
Пентафлуцин 5 г N5	А
ТераФлю от гриппа и простуды пор. д/р-ра N10	А
ТераФлю от гриппа и прост. Экстра пор. д/р-ра N10	В
Тофф Плюс канс. N10	С
Колдрекс табл. N12	А

При объединении этих показателей возможно сформировать перечень лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения приоритетных при заявке. Поскольку товар в ФАПы доставляется не чаще двух раз в месяц это поможет избежать необоснованных отказов, не всегда эффективных замен, облегчит и ускорит работу с прайсом.

Аналогичным образом, но более опираясь на данные опроса населения, можно сформировать приоритетный перечень биологически-активных добавок, товаров для беременных женщин и новорожденных и других групп товаров.

Кроме того при прогнозировании оптимального и рационального ассортимента необходимо учитывать и такие факторы:

- появление новых лекарственных препаратов;
- стандартные методики и алгоритмы лечения;
- эпидемические вспышки заболеваний;
- степень информированности врачей.

Такой подход к ассортименту (организация и управление информацией) требует от предприятия определенных материальных и трудовых ресурсов, но является эффективным средством в решении важных задач (ускорение оборачиваемости товарной массы, максимальное сближение показателей спроса и предложения, удовлетворение потребности ЛПУ), а также в достижении главной цели: улучшение финансово-экономических показателей деятельности аптеки и предприятия в целом, получение прибыли – с одной стороны, с другой – улучшение лекарственного обеспечения населения сельской местности.

## ОЦЕНКА МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА АПТЕКИ

*Казанцева Ю.В., Овчаренко М.М.<sup>1</sup>*

<sup>1</sup> – ГУП СО «Фармация»

**Введение.** Российский бизнес активно развивается – появляется все больше торговых сетей, филиалов. В таких условиях приходится решать массу задач, связанных