

ОЦЕНКА ИНФОРМАЦИОННОЙ ДОСТУПНОСТИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ГАСТРОЭНТЕРОЛОГИЧЕСКИХ ПРЕПАРАТОВ

Л. А. Лобутева, А. Д. Ермолаева, С. А. Кривошеев

ФГАОУ ВО Первый МГМУ имени И.М.Сеченова Минздрава России

Поступила в редакцию 30.05.2018 г.

Аннотация. Постоянно развивающийся фармацевтический рынок России и расширение ассортимента лекарственных препаратов способствует активному росту информационного потока в области фармацевтической науки. Неукоснительное стремление российских и зарубежных фармацевтических производителей расширять возможности продвижения продукта посредством многоканальных маркетинговых коммуникаций диктует настоятельную необходимость активного поиска наиболее эффективных путей информационного обеспечения субъектов фармацевтического рынка. К числу актуальных направлений таких исследований является идентификация приоритетных направлений распространения информации, направленной на потребителей фармацевтической продукции. В настоящее время заболевания желудочно-кишечного тракта, согласно официальной медицинской статистике, занимают третье место по распространенности среди всех заболеваний в РФ с сохраняющейся тенденцией к увеличению. Это связано с плохой экологической обстановкой, неправильным и несвоевременным питанием, погрешностями в рационе, употреблением некачественных продуктов и вредными привычками. Данная статья посвящена вопросам информационной доступности для потребителей гастроэнтерологических препаратов. Под информационной доступностью рассматривалась возможность потребителей в получении актуальной и необходимой информации в области фармации, в частности получении информации о противопоказаниях, побочных эффектах, а также эффективности и безопасности лекарственных препаратов за определенный промежуток времени. Исследование осуществлялось с помощью социологических методов (анкетирование и интервьюирование), объем выборки (опрос 540 потребителей) обеспечивал репрезентативность полученных данных. Результаты анкетирования обрабатывались методами статистического и корреляционного анализа. В данной статье дана характеристика социально-демографического профиля потребителя гастроэнтерологических препаратов. Определены основные источники информации о гастроэнтерологических препаратах для потребителей. Проведена оценка основных источников информации о лекарственных препаратах (ЛП) для потребителей по критериям пользы, доверия и эффективности. Выявлена информационная доступность для потребителей препаратов для лечения и профилактики заболеваний желудочно-кишечного тракта (ЖКТ). Результаты настоящего исследования могут быть полезны для руководителей фармацевтических компаний и аптечных организаций, разрабатывающих вопросы совершенствования информационного обеспечения потребителей товаров, реализуемых на российском фармацевтическом рынке.

Ключевые слова: потребители, гастроэнтерологические препараты, лекарственные препараты, фармацевтическая информация, информационная доступность, информационное обеспечение, источники информации.

По данным Министерства здравоохранения России заболевания желудочно-кишечного тракта занимают третье место по количеству распространения среди всех заболеваний в России, при этом количество заболевших увеличивается с каждым годом, что в значительной степени определяется образом жизни современного человека. В частности, низкая физическая активность, неправильное

и нерегулярное питание, неблагоприятное экологическое окружение отрицательно влияет на организм, которому со временем становится трудно поддерживать свой нормальный режим работы [1,2].

На современном этапе развития здравоохранения, направленного на более эффективное использование ресурсов, совершенствование организации медицинской и лекарственной помощи, информация становится одним из стра-

тегических ресурсов, определяя возможности его дальнейшего развития [3]. Постоянно увеличивающееся разнообразие видов и способов распространения информации, а также интенсивное развитие информационной сферы в области фармации затрудняет поиск необходимой информации о ЛП для потребителей [4,5]. Актуальность изучения информационных потребностей потребителей ЛП обусловлена ростом заинтересованности пациентов в сведениях о ЛП, не соблюдением медицинских рекомендаций и неосознанным самолечением [6,7,8]. Во многих странах специалисты здравоохранения обеспокоены проблемой рационального информирования пациентов о назначаемой фармакотерапии и информационном обеспечении пациентов о ведении здорового образа жизни [9,5]. Понятие рациональной фармакотерапии подразумевает под собой соблюдение правил приема лекарственных препаратов и рационального питания [10]. Необходимость в информировании пациентов о ЛП обусловлена целым комплексом факторов. В первую очередь неуклонно и стремительно растет ассортимент лекарственных препаратов [11]. Кроме того, меняется и структура ассортимента, т.к. на смену устаревшим лекарственным препаратам приходят более современные, но и более сложные препараты, способные вызывать серьезные побочные эффекты при бесконтрольном приеме. В связи с этим, неуклонно возрастает роль информационной деятельности аптечной организации и повышения информационной грамотности специалистов в области фармации и медицины [12]. Все это усложняется и появлением большого количества сочетанных заболеваний, увеличением доли пожилого населения, повышением информированности и ожиданий пациентов от назначаемой фармакотерапии [5].

Грамотное использование ЛП, а также информация о противопоказаниях, побочных эффектах и эффективности ЛП может сократить дальнейшие риски возникновения патологий органов пищеварительного тракта [13,14,15]. Определение основных источников информации о ЛП для потребителей и наиболее значимых для них характеристик ЛП, а также выявление информационной доступности для потребителей в целях полного удовлетворения их информационных потребностей, является актуальным направлением в оптимизации информационного обеспечения субъектов фармацевтического рынка [16,17,18,19,20].

ОБЪЕКТЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проводилось с помощью методов исторического и логического анализов, вариационной статистики, наблюдения и социологических (анкетирование, интервьюирование). Объектами исследования стали 540 анкет, заполненных потребителями гастроэнтерологических препаратов (ГЭП).

РЕЗУЛЬТАТЫ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

В результате проведенных исследований был составлен социально-демографический портрет потребителя препаратов для профилактики и лечения заболеваний ЖКТ. Установлено, что активными потребителями ГЭП являются как женщины (54.0%), так и мужчины (46.0%), чаще с высшим образованием (63.0%) и постоянным местом работы (65.0%). Возраст потребителей, участвующих в социологическом опросе, варьирует от 19 до 89 лет; группу активного спроса формируют потребители от 40 до 60 лет (62.0%).

Анализ текущего состояния информированности потребителей препаратов для профилактики и лечения заболеваний ЖКТ показал следующее. Каждый второй опрошенный респондент (53.5%) испытывает потребность в получении информации о ЛП. Причем в два раза больший интерес среди потребителей, нуждающихся в получении информации о ЛП, был выявлен у женщин (63,6%), чем у мужчин (36,4%).

В ходе проведенного исследования выявлены основные источники получения потребителями информации о препаратах, применяемых для профилактики и лечения заболеваний ЖКТ (рис.1).

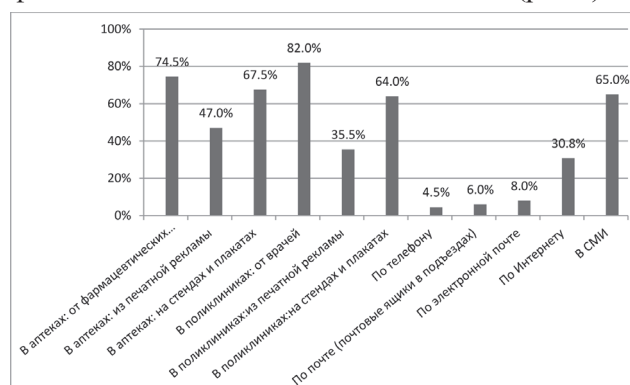


Рис. 1. Основные источники получения потребителями информации о препаратах для профилактики и лечения заболеваний ЖКТ

Из рисунка 1 видно, что наиболее значимой для потребителей является информация о ГЭП,

полученная в поликлиниках от врачей (82.0%) и информация, полученная в аптечных организациях от фармацевтических работников (74.5%), что свидетельствует о высокой степени информирования потребителей специалистами здравоохранения. Для 2/3 потребителей важной является информация о ГЭП, размещенная на стендах и плакатах в аптечных организациях и поликлиниках (такое мнение высказали соответственно 67.7% и 64.0% респондентов).

Более половины потребителей ГЭП (65.0% респондентов), вопреки распространенному мнению о несущественности информации, предоставляемой в средствах массовой информации (СМИ), допускает возможность рассматривать СМИ в качестве значимого информационного источника о ЛП. Такая оценка потребителей объясняется в первую очередь активной рекламной компанией, которая проводится в СМИ по продвижению лекарственных препаратов, в структуре которых ГЭП занимают лидирующие позиции.

Наименее значимой, по мнению потребителей ГЭП, является информация о ЛП, распространяемая по электронной почте сети Интернет, а также содержащаяся в листовках из почтовых ящиков жителей многоквартирных домов, или отправленная по средствам мобильной связи в SMS-сообщениях. В качестве значимых эти источники информации о ГЭП рассматривают соответственно 8.0%, 6.0% и 4.5% опрошенных респондентов.

Необходимо отметить, что при средней не высокой характеристике значимости сети Интернет как источника информации о ЛП (30.8%), оценка важности этого источника сильно варьирует в зависимости от возраста опрошенных респондентов. Так, данный источник является самым популярным среди потребителей ГЭП в возрастной группе 20-30 лет (такое мнение высказали 82.5% опрошенных респондентов этого возраста), в то время как в группе потребителей старшего поколения (более 60 лет), этот показатель не превысил 5.0%.

В эпоху информационных технологий и стремительного развития СМИ в распоряжении общества находится огромное количество источников информации. Поскольку особенности восприятия и переработки информации человеком не развиваются столь стремительно, общество становится избирательнее в отношении источников информации по конкретным критериям (польза и доверие). Особенно это касается ситуаций, когда возникает дефицит информации и, как следствие, неопределенность.

В связи с этим нами было признано целесообразным, провести оценку наиболее значимых для потребителей источников распространения информации о ГЭП по критериям достоверности и полезности. Под критерием достоверность описывалась степень соответствия информации, предоставляемой потребителям из конкретных источников, объективно (реально) существующей. Под критерием полезность описывалась степень потребительской удовлетворенности в информации, предоставляемой конкретными источниками.

Для оценки достоверности и полезности информации, предоставляемой из различных источников, потребителям ГЭП предлагалось охарактеризовать соответствующие информационные источники по 5-ти бальной шкале от 1 балла (предоставляемая информация абсолютно недостоверна и бесполезна) до 5 баллов (предоставляемая информация абсолютно достоверна и полезна).

Результаты проведенного опроса визуализированы на рисунке 2, на котором видно, что полезность информации, полученной из разных источников, в значительной степени зависит от степени доверия потребителя данному источнику (графики информационной достоверности и полезности по верхним и нижним пикам сопоставимы). Значение рассчитанного нами коэффициента парной корреляции Спирмена (0.909) статистически подтверждает выявленную зависимость.

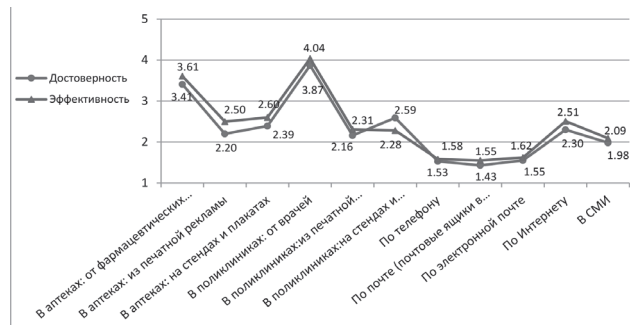


Рис. 2. Оценка потребителями основных источников информации по критериям достоверности и полезности

Самой достоверной информацией о ГЭП, по мнению потребителей, является информация, полученная от врачей (3.87 балла) и фармацевтических работников (3.41 балла), что объясняется высоким уровнем доверия потребителей профессионализму медицинских и фармацевтических специалистов. Эту же информацию потребители считают и самой полезной (4.02 и 4.04 балла соответственно), поскольку эта информация, как правило, предоставляется потребителю по его направленному запросу.

Вместе с тем высоко оцененная потребителями достоверность информации, размещенной на стендах и плакатах в поликлиниках (2.59 балла – третья ранговая позиция), по полезности занимает лишь седьмое место (2.28 балла), уступая информации, размещенной в аптечных организациях (2.60 и 2.50 баллов) и в Интернете (2.51 балла). Не высокую эффективность информации, размещенной на стендах и плакатах в поликлиниках, потребители объясняют сложностью самостоятельного восприятия такой информации и невозможностью незамедлительно ей воспользоваться. Информацию о ГЭП, размещенную в аптечных организациях, потребители считают более полезной (хотя и менее достоверной), поскольку могут незамедлительно воспользоваться такой информацией для непосредственного ознакомления с препаратом и, в случае необходимости, его приобретения. Информацию о ГЭП, размещенную в сети Интернет, относительно высоко оценивают потребители в возрасте до 40 лет, поскольку этот источник, по их мнению, позволяет получать максимальный объем необходимой информации при минимальных временных затратах (эффективность – 2.51 балла – четвертая ранговая позиция и достоверность – 2.30 балла – пятая ранговая позиция).

Несмотря на то, что более половины потребителей ГЭП допускали возможность рассматривать СМИ в качестве значимого информационного источника, достоверность и полезность предоставляемой им информации оценена потребителями не высоко (1.98 и 2.09 балла соответственно – восьмая ранговая позиция).

Наименее достоверной и полезной информацией о ГЭП потребители считают информацию, распространяемую по электронной почте (1.55 и 1.62 балла), по телефону (1.53 и 1.68 балла) и по почтовым ящикам в подъездах жилых домов (1.43 и 1.55 балла). Ранговые позиции значимости этих источников по достоверности и эффективности предоставляемой ими информации занимают соответственно с 9 по 11 место.

ВЫВОДЫ

1. Составлен социально-демографический портрет потребителя препаратов для профилактики и лечения заболеваний ЖКТ. Установлено, что группу активного спроса формируют потребители в возрасте от 40 до 60 лет, как женщины (54.0%), так и мужчины (46.0%), чаще с высшим образованием (63.0%) и постоянным местом работы (65.0%).

2. Выявлены основные источники информации о ЛП. Так, наиболее значимой для потребителей является информация о ГЭП, полученная в поликлиниках от врачей и информация, полученная в аптечных организациях от фармацевтических работников. Установлено, что оценка важности сети Интернет как источника информации о ЛП, сильно варьирует в зависимости от возраста потребителей ГЭП и варьирует от 5.0% в группе респондентов старше 60 лет до 82.5% в группе потребителей 20-30 лет.

3. Дана оценка наиболее значимых для потребителей источников распространения информации о ГЭП по критериям достоверности и полезности. Самой достоверной для потребителей является информация о ГЭП, полученная от врачей и фармацевтических работников. Эту же информацию потребители считают и самой полезной. Информацию о ГЭП, размещенную в сети Интернет, высоко оценивают лишь потребители в возрасте до 40 лет, как источник, позволяющий получать максимальный объем информации при минимальных временных затратах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Заболевания ЖКТ: симптомы различных патологий отделов пищеварительной системы человека [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. - URL: <http://pishhevarenie.com/zabolevaniya-zhkt/zabolevaniya-zhkt-simptomy-razlichnyh-patologij-otdelov-pishhevaritelnoj-sistemy-cheloveka/>
2. Микроэлемент. Заболевания ЖКТ. [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. - URL: <http://www.microelement.ru/zabolevaniya-zhkt.html>
3. Пути дальнейшего развития и совершенствования здравоохранения [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. - URL: <http://eyecenter.crimea.com/teach/industrial/04.html>
4. Спичак И. В. Комплексный анализ и разработка направлений оптимизации информационной деятельности аптек / И. В. Спичак, М. А. Пасечникова // Вестник Смоленской государственной медицинской академии. – 2016. - Т. 15. – № 2. – С. 94-101.
5. Ягудина Р.И. Лекарственная информация: результаты социологического опроса потребностей пациентов и позиции врачей и провизоров / Р.И. Ягудина, И.Г. Комиссинская, Е.Е. Арина, Б.Б. Кондратьева // Ремедиум. – 2015. - № 3. – С. 6-10.
6. Ханин А. Е. Информационные потребности пациентов подросткового возраста и их родителей на стационарном этапе лечения в детской онколо-

гии-гематологии / А. Е. Ханин, Н.С. Никольская, Е.А. Стефаненко, Н.В. Клипинина // Российский журнал детской гематологии и онкологии. – 2015. – Т.2. – № 4. – С. 58-64.

7. Спичак И. В. Разработка подходов к проведению мониторинга информационной деятельности аптечных организаций / И. В. Спичак, М. А. Пасечникова // Вестник ВГУ, Серия: Химия. Биология. Фармация. – 2016. – № 2. – С. 140-144.

8. Catalán-Serra I. Information resources used by patients with inflammatory bowel disease: Satisfaction, expectations and information gaps / Catalán-Serra I. et al. // Gastroenterología y Hepatología. – 2015. – Vol. 38 (6). – P. 355-363.

9. Honey M. L. New Zealand consumers' health information needs: results of an interpretive descriptive study / M. L. Honey, D. E. Roy, J. J. Bycroft, M. Boyd // Journal of primary health care. – 2014. – Vol. 6 (2). – P. 203-211.

10. Кулик В. В. Изучение информационных потребностей различных категорий потребителей лекарственных препаратов о рациональном питании в период лечения / В. В. Кулик, С.А. Кулешова, Т.Г.Ковалева, Д.Н.Ковалев // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 6. – 21 с.

11. Гацан В. В. Результаты социологического опроса потребителей косметических средств, проведенного в аптечных организациях Воронежской области / В. В. Гацан, Е. В. Болдырева // Вестник ВГУ, Серия: Химия. Биология. Фармация. – 2006. – № 2. – С. 233-235.

12. Чупандина Е.Е. Социологическое исследование информационных потребностей фармацевтических работников / Е. Е. Чупандина, И.В Протасова, М.С. Куролап, Ю.А. Латышова // Журнал научных статей Здоровье и Образование. – 2018. – № 20 (1). – С. 192-197.

13. Петров А. Г. Методические подходы к исследованию потребительского поведения шахтеров на рынке медицинских и фармацевтических товаров и услуг // А. Г. Петров, Н. Д. Богомолова,

О. И. Кныш // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 5. – 8 с.

14. Borgsteede S. D. Information needs about medication according to patients discharged from a general hospital / S. D. Borgsteede, F. Karapinar-Carkit, E. Hoffmann, J. Zoer, Patricia M.L.A. van den Bemt // Patient Education and Counseling. – 2011. – P. - 22-28.

15. Kloosterboer S. M. Self-medication for cough and the common cold: information needs of consumers / S. M. Kloosterboer, T. McGuire, L. Deckx, G. Moses, T. Verheij, Mieke van Driel // The Royal Australian College of General practitioners. – 2015. – Vol. 44 (7). – P. – 497-502.

16. Лобутева А.В. Комплексная оценка значимости для фармацевтических работников основных характеристик научной информации и способов ее получения для фармацевтических работников / А.В Лобутева, Е.С. Арькова, Л.А. Лобутева, О.В. Захарова // Вестник Российского Университета Дружбы Народов. Серия Медицина. – 2015. – № 2. – С. 107-112.

17. Лобутева А.В. Методические подходы к оценке действия рекламных слоганов на потребителей офтальмологических препаратов / А.В. Лобутева, С.А. Кривошеев, О.В. Захарова, Л.А. Лобутева // Фармация. – 2014. – № 3. – С. 27-30.

18. Лобутева Л.А. Выявление тенденций потребительского поведения на рынке офтальмологических препаратов с помощью метода поиска ассоциативных правил / Л.А. Лобутева, О.В. Захарова, А.В. Лобутева // Вестник ВГУ. Серия Химия. Биология. Фармация. – 2014. – № 3. – С. 115-117.

19. Honey M. Promoting the Meaningful Use of Health Information for New Zealand Consumers / M. Honey, Dianne Roy, Janine Bycroft et al. // Journal of Nursing Informatics. – 2014. – P. – 11-17.

20. Cooksey R. The information needs of people living with ankylosing spondylitis: a questionnaire survey / R. Cooksey, S. Brophy, M. Jami Husain et al. // BMC Musculoskeletal Disorders. – 2012. – P. – 1-8.

ФГАОУ ВО Первый МГМУ имени И. М. Сеченова Минздрава России

Лобутева Л. А., к.ф.н., доцент кафедры организации и экономики фармации

E-mail: mila.lobuteva@gmail.com

Ермолаева А. Д., аспирант кафедры организации и экономики фармации

E-mail: aluska.ru@mail.ru

FGAOU VO First Moscow State Medical University named by I.M. Sechenov of the Ministry of Health of Russia

Lobuteva L. A., PhD., Associate Professor, Dept. of Pharmaceutical Organization and Economics

E-mail: mila.lobuteva@gmail.com

Ermolaeva A. D., post-graduate student, Dept. Pharmaceutical Organization and Economics

E-mail: aluska.ru@mail.ru

EVALUATION OF INFORMATION AVAILABILITY FOR CONSUMERS OF GASTROENTEROLOGICAL DRUGS

L. A. Lobuteva, A. D. Ermolaeva, S. A. Krivosheev

First Moscow State Medical University named by I.M. Sechenov of the Ministry of Health of Russia

Abstract. The constantly developing pharmaceutical market in Russia and the expansion of the assortment of medicines promote the active growth of the information flow in the field of pharmaceutical science. Strict aspiration of Russian and foreign pharmaceutical manufacturers to expand the possibilities of product promotion through multi-channel marketing communications dictates the urgent need to actively search for the most effective ways of informing the subjects of the pharmaceutical market. Among the topical areas of such research is the identification of priority directions for the dissemination of information aimed at consumers of pharmaceutical products. Currently, diseases of the gastrointestinal tract, according to official medical statistics, are the third most common among all diseases in the Russian Federation with a continuing tendency to increase. This is due to poor environmental conditions, improper and untimely food, inaccuracies in the diet, the use of poor-quality products and bad habits. This article is devoted to the issues of information accessibility for consumers of gastroenterological drugs. Under the information accessibility, the possibility of consumers to obtain up-to-date and necessary information in the field of pharmacy, in particular information on contraindications, side effects, and the efficacy and safety of drugs for a certain period of time was considered. The research was carried out using sociological methods (questionnaires and interviewing), the sample size (the survey of 540 consumers) ensured the representativeness of the data obtained. The results of the questionnaire were processed by statistical and correlation analysis methods. This article describes the socio-demographic profile of the consumer of gastroenterological drugs. The main sources of information on gastroenterological drugs for consumers are identified. The main sources of information on drugs for consumers were evaluated according to the criteria of benefit, trust and efficiency. The information accessibility for consumers of drugs for treatment and prevention of gastrointestinal tract diseases (GTD) is revealed. The results of this study can be useful for managers of pharmaceutical companies and pharmacy organizations developing issues of improving information support for consumers of goods sold in the Russian pharmaceutical market.

Keywords: consumers, gastroenterological drugs, pharmaceuticals, pharmaceutical information, information availability, information support, information sources.

REFERENCES

1. Zablevaniya ZhKT: simptomy razlichnykh patologii otdelov pishchevaritel'noi sistemy cheloveka. Available at: <http://pishhevarenie.com/zablevaniya-zhkt/zablevaniya-zhkt-simptomy-razlichnykh-patologij-otdelov-pishhevaritel'noj-sistemy-cheloveka/> (accessed 5 July 2018).
2. Mikroelement. Zablevaniya ZhKT. Available at: <http://www.mikroelement.ru/zablevaniya-zhkt.html> (accessed 5 July 2018).
3. Putidal'neishego razvitiya isovershenstvovaniya zdravookhraneniya. Available at: <http://eyecenter.crimea.com/teach/industrial/04.html> (accessed 5 July 2018).
4. Spichak I. V., Pasechnikova M. A. Kompleksnyi analiz i razrabotka napravlenii optimizatsii informatsionnoi deyatel'nosti aptek. Vestnik of Smolensk State Medical academy, 2016, Vol. 15, No. 2, pp. 94-101.
5. Yagudina R.I., Komissinskaya I.G., Arinina E.E. et al. Lekarstvennaya informatsiya: rezul'taty sotsiologicheskogo oprosa potrebnosti patsientov i pozitsii vrachei i provizorov. Remedium, 2015, No. 3, pp. 6-10.
6. Khanin A.E., Nikol'skaya N.S., Stefanenko E.A., Klipinina N.V. Informatsionnye potrebnosti patsientov podrostkovogo vozrasta i ikh roditelei na statsionarnom etape lecheniya v detskoj onkologii-gematologii. Russian Journal of Children Hematology and Oncology, 2015, Vol.2, No. 4, pp. 58-64.
7. Spichak I.V., Pasechnikova M.A. Razrabotka podkhodov k provedeniyu monitoring informatsionnoi deyatel'nosti apteknykh organizatsii. Proceedings

of Voronezh State University. Series: Chemistry. Biology. Pharmacy, 2016, No. 2, pp. 140-144.

8. Catalán-Serra I. et al. Information resources used by patients with inflammatory bowel disease: Satisfaction, expectations and information gaps. *Gastroenterología y Hepatología*, 2015, Vol.38 (6), pp. 355-363.

9. Honey M.L., Roy D.E., Bycroft J. J., Boyd M. New Zealand consumers' health information needs: results of an interpretive descriptive study. *Journal of primary health care*, 2014, Vol. 6 (2), pp. 203-211.

10. Kulik V.V., Kuleshova S.A., Kovaleva T.G., Kovalev D.N. Izuchenie informatsionnykh potrebnosti razlichnykh kategorii potrebiteli lekarstvennykh preparatov o ratsional'nom pitanii v period lecheniya. *Modern problems of science and education*, 2015, No. 6, pp. 21.

11. Gatsan V.V., Boldyreva E.V. Rezul'taty sotsiologicheskogo oprosa potrebiteli kosmeticheskikh sredstv, provedennogo v aptechnykh organizatsiyakh Voronezhskoi oblasti. *Proceedings of Voronezh State University. Series: Chemistry. Biology. Pharmacy*, 2006, No. 2, pp. 233-235.

12. Chupandina E.E., Protasova I.V., Kurolap M.S., Latyshova Y.A. Sotsiologicheskoe issledovanie informatsionnykh potrebnosti farmatsevticheskikh rabotnikov. *Health and Education in the XXI Century*, 2018, No. 20 (1), pp. 192-197.

13. Petrov A.G., Bogomolova N. D., Knysh O.I. Metodicheskie podkhody k issledovaniyu potrebitel'skogo povedeniya shakhterov na rynke meditsinskikh i farmatsevticheskikh tovarov i uslug. *Modern problems of science and education*, 2014, No 5, pp. 8.

14. Borgsteede S.D., Karapinar-Carkit F., Hoffmann E. et al. Information needs about

medication according to patients discharged from a general hospital. *Patient Education and Counseling*, 2011, pp. 22-28.

15. Kloosterboer S. M., McGuire T., Deckx L. et al. Self-medication for cough and the common cold: information needs of consumers. *The Royal Australian College of General practitioners*, 2015, Vol. 44 (7), pp. 497-502.

16. Lobuteva A.V., Ar'kova E.S., Lobuteva L.A., Zakharova O.V. Kompleksnaya otsenka znachimosti dlya farmatsevticheskikh rabotnikov osnovnykh kharakteristik nauchnoi informatsii i sposobov ee polucheniya dlya farmatsevticheskikh rabotnikov. *RUDN Journal of Medicine*, 2015, No 2, pp. 107-112.

17. Lobuteva A.V., Krivosheev S.A., Zakharova O.V., Lobuteva L.A. Metodicheskie podkhody k otsenke deistviya reklamnykh sloganov na potrebiteli oftal'mologicheskikh preparatov. *Farmatsiya*, 2014, No 3, pp. 27-30.

18. Lobuteva L.A., Zakharova O.V., Lobuteva A.V. Vyavlenie tendentsii potrebitel'skogo povedeniya na rynke oftal'mologicheskikh preparatov s pomoshch'yu metoda poiska assotsiativnykh pravil. *Voronezhskoi oblasti. Proceedings of Voronezh State University. Series: Chemistry. Biology. Pharmacy*, 2014, No 3, pp. 115-117.

19. Honey M., Dianne R., Janine B. et al. Promoting the Meaningful Use of Health Information for New Zealand Consumers. *Journal of Nursing Informatics*, 2014, pp. 11-17.

20. Cooksey R., Brophy S., Husain M.J. et al. The information needs of people living with ankylosing spondylitis: a questionnaire survey. *BMC Musculoskeletal Disorders*, 2012, pp. 1-8.