

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор  
ФГБОУ ВО НГМУ Минздрава России  
д-р мед. наук, профессор

  
Игорь Олегович Маринкин  
« 29 » \_\_\_\_\_ 2023 г.



29.03.2023 № 140-22/53  
На \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

### **ОТЗЫВ ВЕДУЩЕЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

федерального государственного бюджетного образовательного учреждения  
высшего образования «Новосибирский государственный медицинский  
университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации

о научно-практической значимости диссертации

Родивиловой Анастасии Юрьевны на тему «Развитие методических основ  
продвижения лекарственных препаратов в цифровой среде», представленной в  
диссертационный совет ДСУ 208.002.02 при ФГАОУ ВО Первый Московский  
государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова Минздрава  
России (Сеченовский Университет)

на соискание ученой степени кандидата фармацевтических наук  
по специальности 3.4.3. Организация фармацевтического дела

#### **Актуальность темы выполненной работы**

Развитие методических основ продвижения лекарственных препаратов в  
цифровой среде является одной из существенных проблем, особенно в условиях  
цифровой трансформации фармацевтической отрасли, когда значительное  
расширение информационного продвижения лекарственных препаратов в  
цифровой среде формирует опасения в снижении рациональности использования  
лекарственных препаратов конечными потребителями. Развитие интернет-аптек,

разрешение дистанционной торговли лекарственными препаратами, цифровая трансформация классических каналов и появление новых цифровых форм организации продвижения обусловили увеличение числа каналов коммуникации фармацевтических компаний с целевыми группами продвижения (медицинские, фармацевтические работники и конечные потребители). Это привело к значительному увеличению объема информации о лекарственных препаратах и ее доступности для всех субъектов обращения лекарственных средств, что формирует дополнительные угрозы в области безопасности и эффективности применения лекарственных препаратов, в частности, за счет предоставления неполной и несбалансированной информации о них посредством цифровых инструментов продвижения.

В научной литературе тема продвижения лекарственных препаратов достаточно широко рассмотрена отечественными и зарубежными учеными, но особенности продвижения лекарственных препаратов именно в цифровой среде на настоящий момент исследованы недостаточно глубоко и носят фрагментарный характер. Требуют решения вопросы систематизации, особенностей применения и установления минимальных требований к структуре и содержанию цифровых инструментов продвижения лекарственных препаратов, а также выявления специфических этических аспектов при их использовании.

Все вышеперечисленное указывает на актуальность разработки методических подходов по оценке качества цифровых инструментов продвижения лекарственных препаратов и формирование комплекса методических документов по сопровождению рационального продвижения лекарственных препаратов в цифровой среде с использованием этических норм и принципов.

### **Связь работы с планом соответствующих отраслей науки и народного хозяйства**

Диссертационная работа выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ федерального государственного бюджетного



образовательного учреждения высшего образования «Воронежский государственный университет» по научной проблеме «Исследование особенностей маркетинга и менеджмента при осуществлении фармацевтической деятельности».

### **Новизна исследования и полученных результатов**

Диссертационная работа Родивиловой Анастасии Юрьевны является самостоятельным исследованием, научные положения, выводы, результаты логичны и аргументированы, что позволяет считать их значимыми для науки и практики.

Научная новизна исследования заключается в развитии теоретических и организационно-методических положений продвижения лекарственных препаратов в цифровой среде, направленных на повышение качества лекарственного обеспечения населения и соблюдение рационального использования лекарственных препаратов. Впервые выделены и описаны факторы, оказывающие влияние на использование цифровых инструментов продвижения лекарственных препаратов на российском фармацевтическом рынке, а также особенности нормативно-правового регулирования продвижения лекарственных препаратов в цифровой среде.

Впервые проведена систематизация цифровых инструментов продвижения лекарственных препаратов, выделены и содержательно описаны 18 цифровых инструментов, сформулированы их преимущества и недостатки в системе рационального применения лекарственных средств.

В работе впервые изучено содержание информационных потребностей медицинских, фармацевтических работников и конечных потребителей в условиях цифровой трансформации традиционных каналов продвижения лекарственных препаратов, установлена взаимосвязь между изменением структуры каналов продвижения лекарственных препаратов и ростом нарушений этических норм и принципов.

Автором впервые научно обоснован методический подход отбору критериев

и оценке качества цифровых инструментов продвижения лекарственных препаратов, основанный на их комплексной оценке с использованием средневзвешенного арифметического показателя единичных критериев. На основании результатов комплексной оценки качества цифровых инструментов продвижения лекарственных препаратов сформирован перечень предпочтительных цифровых источников информации для медицинских, фармацевтических работников и конечных потребителей для поиска полной и релевантной информации о лекарственных препаратах.

В работе впервые проведена классификация нарушений этических норм и принципов, возникающих при цифровом продвижении лекарственных препаратов и выделены 4 группы цифровых инструментов продвижения лекарственных препаратов по интенсивности нарушения этических принципов, рекомендованных Всемирной организацией здравоохранения.

Впервые в результате сравнительного анализа предпочтений медицинских, фармацевтических работников и конечных потребителей при выборе цифровых источников для поиска информации о лекарственных препаратах сформирована система базовых структурных элементов цифровых инструментов продвижения и предложено их содержательное наполнение. Разработан алгоритм выбора цифровых источников информации о лекарственных препаратах для медицинских и фармацевтических работников, позволяющий существенно снизить риск получения несбалансированной информации о лекарственных препаратах при осуществлении профессиональной деятельности.

Автором впервые сформирован комплекс методических документов по сопровождению рационального продвижения лекарственных препаратов в цифровой среде с использованием этических норм и принципов.

### **Значимость для науки и практики полученных автором результатов**

Приведенные в диссертационной работе экспериментальные исследования могут стать основой для разработки цифровых стратегий продвижения лекарственных препаратов и обоснования инициатив, направленных на снижение



рисков нерационального использования лекарственных препаратов медицинскими, фармацевтическими работниками и конечными потребителями при их продвижении в цифровой среде.

Научная значимость исследования заключается в дальнейшем развитии организационно-методического сопровождения продвижения лекарственных препаратов в цифровой среде в части дифференциации, описания цифровых инструментов, формализации их структуры и содержания, разработки классификации нарушений этических принципов, согласно рекомендациям Всемирной организации здравоохранения, и типологизации цифровых инструментов продвижения по степени нарушения этических принципов.

Практическая значимость диссертационной работы заключается в возможности повышения качества представления информации о лекарственных препаратах посредством цифровых инструментов для организаторов продвижения и существенного снижения риска получения несбалансированной информации об эффективности и безопасности применения лекарственных препаратов при осуществлении профессиональной деятельности медицинскими и фармацевтическими работниками. По результатам проведенного исследования разработаны и внедрены в практическую деятельность аптечных организаций Воронежской области «Методические рекомендации по продвижению лекарственных препаратов в цифровой среде», учитывающие специфику влияния цифровых источников информации на рациональный выбор и использование лекарственных препаратов целевыми группами продвижения.

Материалы исследований используются в проведении учебных занятий и научно-исследовательских работ для обучающихся на фармацевтическом факультете ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет», что подтверждено прилагаемыми актами внедрения.

#### **Личный вклад автора**

Автору принадлежит ведущая роль в обобщении существующих литературных сведений; выборе объектов и методов исследования;



проектировании программы; реализации экспериментальных исследований; анализе, обобщении, научной интерпретации всех полученных данных и подготовке всех публикаций по выполненной работе, диссертации и автореферата; участии с результатами исследований в научных конференциях. Автором разработаны 3 анкеты для экспертного и социологического опроса целевых групп продвижения лекарственных препаратов (медицинские, фармацевтические работники и конечные потребители), проведен опрос и статистическая обработка экспериментальных данных. Автором самостоятельно проведена типологизация цифровых инструментов продвижения лекарственных препаратов по интенсивности нарушения этических принципов, рекомендованных Всемирной организацией здравоохранения, сформированы система базовых структурных элементов цифровых инструментов продвижения и методические рекомендации по организации продвижения лекарственных препаратов в цифровой среде с использованием этических норм и принципов, сформулированы выводы.

#### **Рекомендации по практическому использованию результатов и выводов диссертационного исследования**

Основные положения и выводы диссертационного исследования сформулированы в виде методических рекомендаций по организации продвижения лекарственных препаратов в цифровой среде, которые рекомендовано использовать руководителям аптечных организаций и сотрудникам отдела маркетинга фармацевтических компаний при планировании и разработке стратегий цифрового продвижения рецептурных и безрецептурных лекарственных препаратов.

Электронный учебный курс «Продвижение лекарственных препаратов в цифровой среде» и учебно-методическое пособие «Методические рекомендации по продвижению лекарственных препаратов в цифровой среде» рекомендовано использовать в учебном процессе ВУЗов при реализации программ высшего образования 33.05.01 «Фармация», ординатуры по специальности 33.08.02



«Управление и экономика фармации», аспирантуры по специальности 3.4.3 «Организация фармацевтического дела», а также программ курсов повышения квалификации для фармацевтических работников по специальности «Управление и экономика фармации».

### **Публикации по теме исследования**

По материалам диссертации опубликовано 14 работ, в том числе научных статей в журналах, включенных в Перечень рецензируемых научных изданий Сеченовского Университета / Перечень ВАК при Минобрнауки России – 4; статей в изданиях, индексируемых в международной базе WoS – 2; Scopus – 1; иные публикации по результатам исследования – 7.

### **Структура и содержание диссертации**

Диссертационная работа Родивиловой Анастасии Юрьевны изложена на 191 странице машинописного текста и состоит из введения, четырех глав, заключения, списка литературы и четырех приложений, содержит 19 таблиц и 34 рисунка. Список литературных источников включает 188 наименований, из них 68 – зарубежные издания.

**Во введении** обоснована актуальность темы, представлена информация о степени разработанности темы исследования, цель и задачи исследования, сформулированы научная новизна, теоретическая и практическая значимость результатов исследования, основные положения выносимые на защиту, достоверность научных положений и выводов, апробация результатов исследования, личный вклад автора, внедрение результатов исследования, соответствие диссертации паспорту научной специальности, связь задач исследования с проблемным планом фармацевтической науки, данные о количестве публикаций.

**Первая глава** содержит обзор литературы, включающий контент-анализ российских и зарубежных научных публикаций, нормативно-правового обеспечения цифрового продвижения, а также национальных и международных



кодексов надлежащей практики продвижения лекарственных препаратов. Выделены новые внешние факторы, определившие переход к цифровому продвижению лекарственных препаратов. Приводятся данные, уточняющие содержательную модель продвижения лекарственных препаратов в новых условиях, сориентированную на перенос акцента с модели взаимодействия с целевой группой на взаимодействие с конкретным представителем целевой группы и формирование омниканальных подходов и персональных траекторий продвижения. Выделено 18 цифровых инструментов, которые применяются для продвижения лекарственных препаратов на современном этапе развития фармацевтического рынка, проведено их содержательное описание с указанием преимуществ и недостатков и определены барьеры, препятствующие реализации принципов рационального использования лекарственных препаратов при их применении. Выявлена необходимость развития организационно-методического сопровождения продвижения лекарственных препаратов в цифровой среде в части учета этических принципов.

**Вторая глава** содержит описание объектов, материалов, методов и программы исследования. Дается обоснование выбора методов исследования, выборки респондентов и структуры анкет, приводятся формулы расчетов выборки и программы обработки результатов.

**Третья глава** посвящена анализу структуры и содержания информационных потребностей медицинских, фармацевтических работников и конечных потребителей в сфере получения информации о лекарственных препаратах в условиях трансформации традиционных каналов продвижения в цифровые. Научно обоснована и реализована трехэтапная методика комплексной оценки качества цифровых источников информации о лекарственных препаратах и выделены наиболее значимые критерии для оценки их качества. Сформирован рейтинг предпочтительных цифровых инструментов продвижения лекарственных препаратов для медицинских, фармацевтических работников и конечных потребителей, представлена экспертная и социологическая оценка рисков несоблюдения этических норм и принципов, обусловленных их использованием.



**В четвертой главе** отражены этапы разработки методического сопровождения рационального продвижения лекарственных препаратов в цифровой среде с использованием этических норм и принципов, включающие: типологизацию цифровых инструментов продвижения лекарственных препаратов на 4 группы по степени нарушения этических принципов продвижения, рекомендованных Всемирной организацией здравоохранения; формирование системы базовых структурных элементов цифрового информационного материала о лекарственном препарате; разработку рекомендаций по организации цифрового продвижения лекарственных препаратов среди медицинских, фармацевтических работников и конечных потребителей, учитывающие специфику влияния цифровых инструментов продвижения на их рациональный выбор, назначение и использование.

Общие выводы диссертационной работы полностью отражают полученные результаты и соответствуют поставленным задачам исследования.

Приложения содержат образцы анкет, разработанных для опроса трех целевых групп продвижения лекарственных препаратов и результаты сравнительного анализа российского и зарубежных кодексов надлежащей практики продвижения лекарственных препаратов.

#### **Достоинства и недостатки в содержании и оформлении диссертации**

Диссертационная работа Родивиловой Анастасии Юрьевны изложена в традиционной форме, результаты представлены логично, последовательно и обоснованно. Однако при общей положительной оценке работы Родивиловой Анастасии Юрьевны возникли некоторые вопросы и замечания:

1. Как осуществлялся выбор критериев для оценки цифровых инструментов продвижения лекарственных препаратов?

2. Почему для оценки степени информированности медицинских работников по проблемам применения цифровых технологий Вы использовали 10-балльную шкалу, в то время как оценка цифровых инструментов осуществлялась по 5-балльной шкале?

3. Что Вы понимаете под формированием омниканальных подходов и персональных траекторий продвижения лекарственных препаратов?

4. Как, на Ваш взгляд, дистанционная торговля рецептурными лекарственными препаратами повлияет на цифровую трансформацию существующих методов и приведет ли к появлению новых форм организации продвижения лекарственных препаратов?

Необходимо отметить, что данные замечания и вопросы носят уточняющий характер, не снижают значимости полученных результатов и не влияют на общую положительную оценку диссертационной работы Родивиловой Анастасии Юрьевны.

### **Заключение**

Таким образом, диссертационная работа Родивиловой Анастасии Юрьевны на тему «Развитие методических основ продвижения лекарственных препаратов в цифровой среде» на соискание ученой степени кандидата фармацевтических наук является научно-квалификационной работой, в которой содержится решение задачи по формированию методического сопровождения рационального продвижения лекарственных препаратов в цифровой среде, имеющей существенное значение для фармацевтической науки, что соответствует требованиям п.16 Положения о присуждении ученых степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова Министерства здравоохранения Российской Федерации (Сеченовский Университет), утвержденного приказом ректора от 06.06.2022 № 0692/Р, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор, Родивилова Анастасия Юрьевна, заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата фармацевтических наук по специальности 3.4.3. Организация фармацевтического дела.

Отзыв на диссертационную работу Родивиловой А.Ю. заслушан, обсужден



и одобрен на заседании кафедры управления и экономики фармации, медицинского и фармацевтического товароведения ФГБОУ ВО НГМУ Минздрава России 28 марта 2023 г. протокол № 8.

Отзыв составил:

Заведующий кафедрой управления и экономики фармации, медицинского и фармацевтического товароведения ФГБОУ ВО НГМУ Минздрава России доктор фармацевтических наук (3.4.3. Организация фармацевтического дела (14.04.03 – организация фармацевтического дела) доцент  
28.03.2023



Ирина Алексеевна Джупарова

ул. Красный проспект, д.52, г. Новосибирск, 630091  
тел+7(383)2223204  
e-mail: rectorngmu@yandex.ru

Подпись д-ра фарм. наук, доцента Джупаровой И.А. заверяю,  
Ученый секретарь ФГБОУ ВО НГМУ Минздрава России  
д-р мед. наук, профессор



М.Ф. Осипенко