

Фесенко М.С.

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ВЕБ-САЙТОВ АПТЕК УКРАИНЫ

Научный руководитель канд.фарм. наук, доц. Червоненко Н. М.

*Кафедра управления и экономики фармации, медицинского и фармацевтического
правоведения*

Запорожский государственный медицинский университет, г.Запорожье

Актуальность. В современном мире информационные (компьютерные) технологии занимают важное место в культуре человеческой жизнедеятельности. Эти технологии помогают нам быстрее думать, запоминать больше информации, передавать ее мгновенно на практически неограниченные расстояния. Фармация не является исключением.

Цель. Изучение структуры веб-сайтов аптек Украины.

Материалы и методы. В ходе исследования были использованы методы социологических исследований – анкетирование, сравнительный и логический. В анкетировании приняли участие студенты 5 курса фармацевтического факультета заочной формы обучения (ЗФО).

Результаты и их обсуждения. Возрастной интервал респондентов колебался от 20 до 35 лет. На момент проведения исследования в аптеке работало 91,4% студентов. Контингент студентов географически был представлен 4 регионами Украины: восточный, центральный, южный, северный. Большая часть анкетированных с южной Украины - 37,8% (Херсонская область - 17,1%, Николаевская область - 11,3%, АР Крым - 9,4%). Доля студентов из восточной Украины составила 35,8% (Запорожская область - 18,7% и Донецкая область - 17,1%). Респонденты, проживающие в центральном регионе составили 17,0% (Днепропетровская область - 11,3%, Кировоградская область - 3,8%, Черкасская область - 1,9%). Наименьшее количество представители северной Украины - 9,4%.

В ходе исследования выявлено, что 47,2% аптек имеет своё веб-представительство в сети Интернет. Часть, которая представлена в анкетировании аптеками северной Украины составила 100%. У 50% аптек из центральной Украины также есть свои интернет-представительства, восточного региона - 38,9%, а южного - 33,3%.

При анализе результатов анкетирования респондентов по структуре веб-сайтов, были установлены следующие рубрики: «главная», «заказ ЛС через Интернет», «каталог ЛС», «контакты», «акции», «программы лояльности», «врачи», «вакансии», «отзывы», «реклама».

Выводы. Структура рубрик веб-сайтов аптек в сети Интернет представлена следующими основными разделами: «главная», «заказ ЛС через Интернет», «каталог ЛС», «контакты», «акции».