

---

# КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ЗНАЧИМОСТИ ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК НАУЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ И СПОСОБОВ ЕЕ ПОЛУЧЕНИЯ ДЛЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ

**А.В. Лобутева, Е.С. Арькова,  
О.В. Захарова, Л.А. Лобутева**

Кафедра организации и экономики фармации  
Первый МГМУ им. И.М. Сеченова  
*Измайловский бул., 8-1, Москва, Россия, 105043*

В целях оптимизации информационного обеспечения фармацевтических работников разработан алгоритм определения и оценки значимости основных характеристик научной информации и способов ее получения. С помощью методов качественных маркетинговых исследований — фокус-групповых дискуссий и глубинных интервью — выявлены восемь основных критериев оценки свойств фармацевтической информации, а также проведена их количественная оценка с целью выявления наиболее значимых характеристик.

**Ключевые слова:** фармацевтическая научная информация, информационное обеспечение.

Роль информации в жизни современного общества чрезвычайно высока. Сегодня от полноты использования информации, ее своевременности и качества зависит успех управления всеми службами страны, в том числе и здравоохранением. Вместе с тем существующее множество различных видов информации и бурный рост ее количества значительно затрудняет поиск и выбор своевременной и достоверной информации, необходимой для потребителя [1; 3; 4].

Для наиболее полного удовлетворения научно-информационных потребностей фармацевтических кадров постоянно разрабатываются и совершенствуются эффективные методы и средства их информационного обеспечения. Одним из первых этапов в решении возникающих проблем является выбор наиболее эффективных критериев оценки свойств научной фармацевтической информации и способов ее распространения.

**Цель** настоящего исследования — комплексный анализ выявления значимости для фармацевтических работников основных характеристик научной фармацевтической информации и способов ее получения. Для достижения поставленной цели сформулирован и реализован двухэтапный пошаговый алгоритм.

**1 Этап. Выявление основных критериев оценки свойств научной фармацевтической информации и способов ее получения.** Для выявления основных критериев оценки свойств научной фармацевтической информации и способов ее получения нами использованы качественные методы маркетинговых исследований фокус-групповые дискуссии и глубинные интервью [2]. С помощью данных методов мы решали задачу получения в развернутой форме разведочных данных о значимости для фармацевтических работников конкретных свойств научной фармацевтической информации и способов ее получения.

Для проведения исследования был разработан следующий сценарий. Респондентам из базового набора основных характеристик информационного потока предлагалось выбрать те критерии оценки свойств научной фармацевтической информации и способов ее получения, которые, по их мнению, являются самыми значимыми. В исследовании по разработанному сценарию приняло участие 3 фокус-группы по 3—4 человека (провизоры и фармацевты). По аналогичному сценарию проводились 5 глубинных интервью, в каждом из которых участвовало по 1—2 провизора. В качестве базовых характеристик рассматривались 12 критериев. К таким критериям отнесены адекватность, актуальность, глубина, достоверность, доступность, оперативность, полнота, простота, субъективность, ценность, широта, ясность.

**Адекватность** информации — степень соответствия информации реальному объективному состоянию. Адекватная информация — это полная и достоверная информация.

**Актуальность** информации — важность информации на текущий момент времени. Актуальность информации тем значимее, чем выше степень соответствия ее данных настоящему времени. В актуальной информации (не устаревшей) содержащиеся данные в максимальной степени соответствуют текущему моменту времени.

**Глубина** предоставляемой информации — количество информации по конкретной теме/вопросу, доступное пользователю при конкретном способе ее получения. Чем больше глубина информации, предоставляемой конкретным источником, тем предпочтительнее для потребителя информации данный способ ее получения.

**Достоверность** информации — степень соответствия получаемой информации действительным сведениям. Достоверность информации тем выше, чем ниже уровень содержащегося в ней информационного шума.

**Доступность** информации — возможность получения информации при первом возникновении необходимости в ней. На доступность информации соответствующее влияние оказывают как доступность непосредственно данных, так и доступность адекватных способов их получения.

**Оперативность** получения информации — быстрота получения информации при возникновении необходимости в ней. Оперативность получения информации тем выше, чем меньше времени затрачивается на ее поиск.

**Полнота** предоставляемой информации — мера достаточности информации для решения поставленных задач. Полная информация предполагает содержание всего необходимого набора данных для возможного принятия эффективного управленческого решения.

**Простота** получения информации — степень комфорта (легкости) получения информации. Простота предполагает минимальные затраты интеллектуальных, временных и финансовых ресурсов на получение требуемой информации. Чем проще (легче) потребителю получить необходимую информацию конкретным способом, тем предпочтительнее для него этот источник информации.

**Субъективность** информации — степень восприятия информации пользователем. Воспринимаемая информация носит субъективный характер.

**Ценность** информации — полезность информации для конкретной категории пользователей. Ценность информации не может быть абстрактной.

**Широта** предоставляемой информации — количество разнообразных тем, доступное пользователю при конкретном способе получения информации. Как правило, более предпочтительным способом получения информации для потребителя является тот, который обеспечивает большую широту предоставляемой информации.

**Ясность** информации — степень, в которой информация понятна тому кругу лиц, для которого предназначена.

Применение методов качественных маркетинговых исследований показало, что из предложенных двенадцати вариантов критериев оценки свойств научной фармацевтической информации и способов ее получения, наиболее значимыми для специалистов являются восемь. В число таких характеристик респонденты включили актуальность, глубину, достоверность, доступность, оперативность, полноту, простоту и широту.

Четыре критерия — адекватность, субъективность, ценность и ясность — не включены респондентами в перечень значимых характеристик свойств научной фармацевтической информации и способов ее получения. Критерий «адекватность» исключен из списка важных, поскольку, по мнению респондентов, представляет собой сочетание характеристик «достоверность» и «полнота», включенных в перечень значимых критериев как самостоятельные характеристики.

Критерии «субъективность», «ценность» и «ясность» респонденты не включили в перечень значимых, так как, по их мнению, именно такие характеристики минимально соответствуют объективности в оценках конкретной информации. По мнению респондентов, информация может быть ценной и ясной (понятной) лишь для конкретного пользователя, что и определяет чрезвычайно высокую степень субъективности ее восприятия.

**2 Этап. Количественная оценка характеристик научной фармацевтической информации и способов ее получения.** Определение значимости для фармацевтических работников основных характеристик научной фармацевтической информации и способов ее получения осуществлялось с помощью методов социологических исследований (анкетирование, интервьюирование) и вариационной статистики.

С этой целью нами была разработана анкета, в которой респондентам было предложено проранжировать по степени важности для них основные характеристики научной фармацевтической информации и способов ее получения. Ранжирование характеристик предлагалось осуществлять следующим образом. Первое место присваивается наиболее значимой (важной) для респондента характеристике. Затем, по мере убывания степени важности для специалиста характеристикам — соответственно отдается второе, третье, четвертое, пятое, шестое, седьмое

места. Наименее важной характеристике отводится последнее, восьмое место. Причем ранговые номера оцениваемых характеристик не должны были повторяться.

Для обработки результатов опроса 216 фармацевтических работников (провизоров и фармацевтов) нами предложен алгоритм, предусматривающий два шага.

**Шаг 1. Перевод ранговых номеров в баллы.** Перевод ранговых номеров, предоставленных респондентами, в баллы осуществлялся по следующей схеме. Каждой характеристике, которой респонденты присвоили ранговый номер 1, добавлялось по 8 баллов. Характеристикам, получившим ранговый номер 2, добавлялось по 7 баллов. За 3-е место характеристикам назначалось по 6 баллов, за 4-е место — по 5 баллов. Каждой характеристике, которой респонденты отдавали 5-е место или 6-е, 7-е, 8-е места, соответственно добавлялось по 4 или 3, 2 и 1 баллу. Полученные баллы по конкретным характеристикам суммировались.

**Шаг 2. Расчет относительного уровня значимости.** На основании суммарных баллов, полученных по каждой характеристике, рассчитывался относительный уровень их значимости.

Относительный уровень значимости конкретной характеристики рассчитывался как отношение суммы баллов, предоставленных по данной характеристике, к суммарной оценке характеристики, набравшей максимальную сумму баллов.

Результаты расчета относительного уровня значимости по конкретным характеристикам научной фармацевтической информации и способам ее получения представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Относительный уровень значимости конкретных характеристик научной фармацевтической информации и способов ее получения**

Характеристики научной фармацевтической информации и способов ее получения	Относительный уровень значимости
Достоверность информации	0,962
Актуальность информации	0,658
Оперативность получения информации	0,614
Полнота предоставляемой информации	0,497
Широта предоставляемой информации	0,475
Глубина предоставляемой информации	0,462
Доступность информации	0,425
Простота получения информации	0,398

Из табл. 1 видно, что наиболее значимым для специалистов критерием научной фармацевтической информации и способов ее получения является достоверность (относительный уровень значимости 0,962). Такая высокая значимость достоверности информации объясняется особенностями профессиональной деятельности фармацевтических кадров, связанной с необходимостью максимального соответствия передаваемой информации действительным сведениям, в первую очередь при рекомендации лекарственных препаратов конкретным категориям потребителей.

К числу наиболее значимых критериев научной фармацевтической информации и способов ее получения специалисты отнесли также актуальность информации (относительный уровень значимости 0,658) и оперативность ее получения (относительный уровень значимости 0,614). Высокую оценку этих критериев фармацевтические работники объясняют необходимостью использования в их практической деятельности информации, являющейся на текущий момент времени действительно важной. Причем чтобы информация быстро не устаревала, времени на ее поиск должно затрачиваться минимально.

Наименее значимым специалисты считают критерий «простота получения информации» (относительный уровень значимости 0,398). Фармацевтические работники отмечают, что в своей профессиональной деятельности предпочитают использовать традиционные для каждого специалиста источники получения информации. Такие источники, которыми фармацевты и провизоры пользуются постоянно, требуют от них минимальных затрат интеллектуальных, временных и финансовых ресурсов, просты в обращении и при поиске необходимой информации не вызывают затруднений.

**Выводы.** С помощью методов качественных маркетинговых исследований: фокус-групповых дискуссий и глубинных интервью выявлены восемь основных критериев оценки свойств научной фармацевтической информации и способов ее получения: актуальность, достоверность и доступность информации; глубина, полнота и широта предоставляемой информации; оперативность и простота получения информации.

Количественная оценка основных критериев научной фармацевтической информации и способов ее получения позволила выявить наиболее значимые из них для фармацевтических работников. Максимально важной для провизоров и фармацевтов характеристикой научной фармацевтической информации является достоверность (относительный уровень значимости 0,962). К числу наиболее значимых характеристик специалисты отнесли также актуальность информации (относительный уровень значимости 0,658) и оперативность ее получения (относительный уровень значимости 0,614).

## ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Лебедев Г.С., Мухин Ю.Ю. и др.* Информационные технологии в медицине. М.: Радиотехника, 2012.
- [2] *Мельникова О.Т.* Фокус-группы. Методы, методология, моделирование. М.: Аспект Пресс, 2007.
- [3] *Паклин Н.Б., Орешков В.И.* Бизнес-аналитика: от данных к знаниям. СПб.: Питер, 2013.
- [4] *Чубукова И.А.* Data Mining. М.: Интернет-Университет информационных технологий; БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012.

## **COMPLEX ASSESSMENT OF THE MAIN CHARACTERISTICS OF SCIENTIFIC INFORMATION AND METHODS OF ITS OBTAINING FOR PHARMACEUTICAL WORKERS**

**A.V. Lobuteva, E.S. Arkova,  
O.V. Zakharova, L.A. Lobuteva**

Department of Organization and Economics of Pharmacy  
First Moscow State Medical University n.a. I.M. Sechenov  
*Izmailovskiy blvd., 8-1, Moscow, Russia, 105043*

An algorithm for identification and assessment of the most important characteristics of scientific information for pharmaceutical workers has been developed in order to optimize information support and methods of obtaining it. Using the methods of qualitative marketing research: focus group discussions and in-depth interviews identified eight main criteria for evaluating the properties of pharmaceutical information, as well as quantitative assessment carried out to identify the most significant characteristics.

**Key words:** pharmaceutical scientific information, information support.

### **REFERENCES**

- [1] Lebedev G.S., Mukhin Yu.Yu. et al. Information technology in medicine. M.: Radiotekhnika, 2012.
- [2] Mel'nikova O.T. Focus groups. Techniques, methodology, modeling. M.: Aspect Press, 2007.
- [3] Paklin N.B., Oreshkov V.I. Business Analytics: from data to knowledge. SPb.: Peter, 2013.
- [4] Chubukova I.A. Data Mining. M.: Internet University of Information Technology; BINOM. Knowledge Laboratory, 2012.