

**СЕКЦИЯ**  
**«ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ФАРМАЦИИ»**

**РАЗРАБОТКА БАЗЫ ДАННЫХ «ИМЕННЫЕ ХИМИЧЕСКИЕ РЕАКЦИИ»**

*М.В. Калмыкова, Д.А. Фадеева*

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный  
исследовательский университет», г. Белгород  
ya.super-malinka@yandex.ru

Систематизация химической информации является неотъемлемой частью науки. Было осознано, что во многих областях химии огромный объем информации, накопленный в ходе химических исследований, может быть обработан и проанализирован с помощью компьютеров. В последние десятилетия бурно развивается такое направление, как хемоинформатика. Существует множество определений данной отрасли, некоторыми авторами она рассматривается как применение методов информатики для решения химических проблем [2]. Одной из сфер приложения хемоинформатики является создание баз данных.

В фармацевтической химии большое количество реакций определения подлинности лекарственных веществ являются именными в соответствии с фамилиями ученых, открывших их [1]. Однако, отсутствует систематизация этих именных реакций, что затрудняет их поиск. Кроме того, зачастую реакции приведены только для конкретного вещества, а не для группы веществ со сходными свойствами. Это затрудняет поиск необходимой реакции.

Таким образом, целью работы является создание базы данных именных химических реакций, которая сможет хранить данные и предоставлять пользователю удобную работу с ними.

Методы исследования - теоретический анализ, синтез, работа с литературой, систематизация данных.

В результате проведенной работы была разработана база данных «Именные химические реакции» в системе управления базами данных MS Access, содержащая 70 именных реакций (рис.1).

В базе данных представлены основные именные реакции, используемые в анализе таких групп лекарственных средств, как сердечные гликозиды, другие производные циклопентанпергидрофенантрена, лекарственных соединений, содержащих в своих молекулах альдегидные и кетогруппы и т.д.

В базе данных разработаны и реализованы различные запросы, которые позволят быстро вывести все необходимые сведения, касающиеся именных реакций. Так, возможен поиск по названию реакции и определяемой группе веществ.

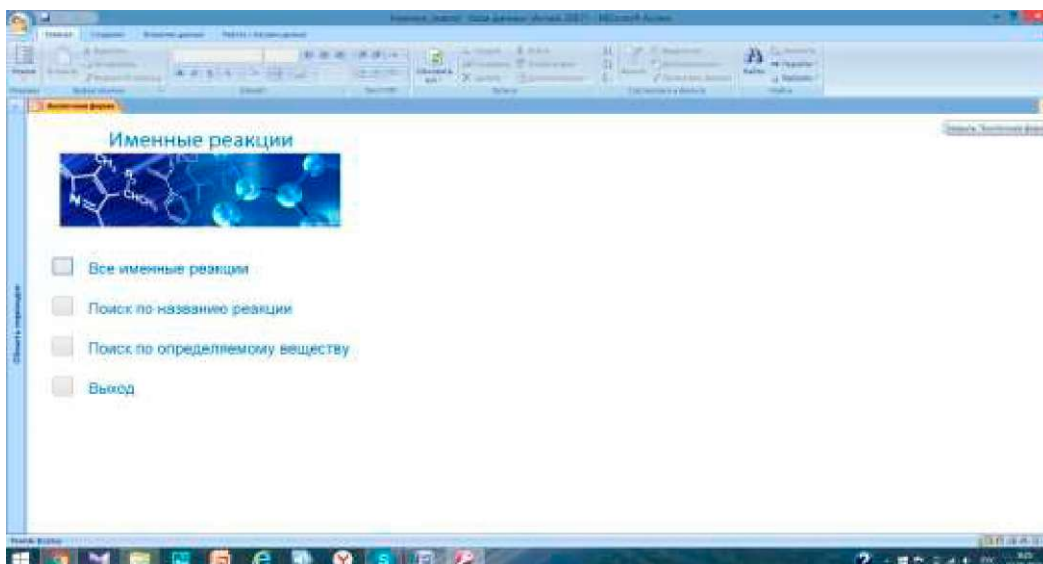


Рис.1. Содержание базы данных

В результате поиска пользователь получает следующую информацию: наименование реакции, определяемые группы веществ и уравнение реакции (рис.2).

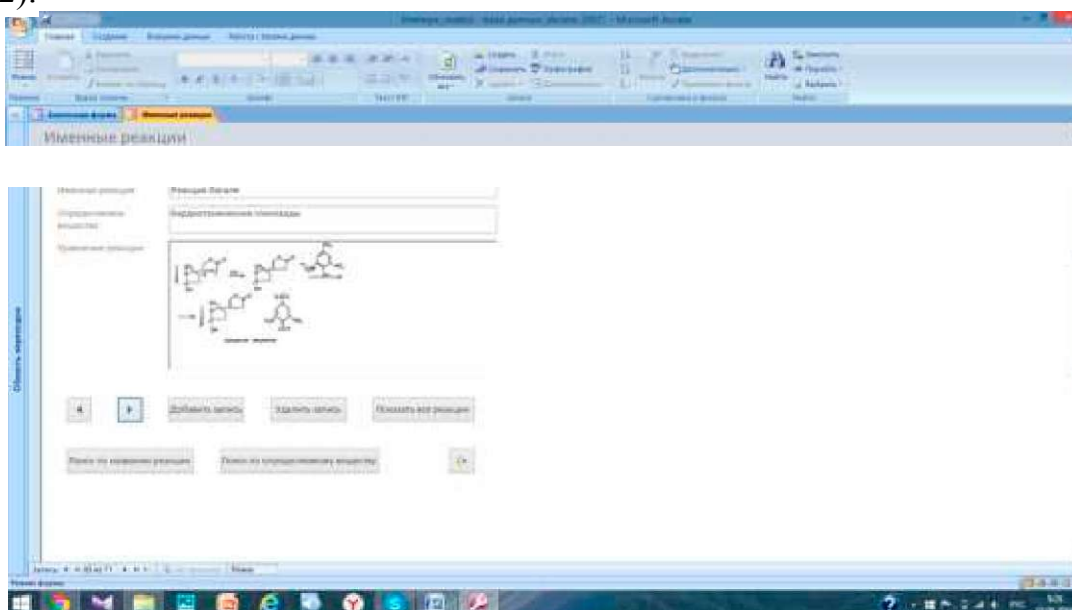


Рис.2. Результат поиска по запросу «Реакция Легалья»

База данных может быть изменена и дополнена новыми реакциями, их уравнениями и перечнем определяемых веществ.

Разработанная база данных может быть использована в учебной и научной работе студентов в области фармацевтической, органической, аналитической химии.

## Литература

1. Вацуро, К.В. Именные реакции в органической химии/ К.В. Вацуро, Г.Л. Мищенко - М.: Химия, 1976.
2. Gasteiger, J. Handbook of Chemoinformatics. From Data to Knowledge. / J. Gasteiger. - Wiley-VCH, Weinheim, 2003

## ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ С ПРИМЕНЕНИЕМ ИННОВАЦИОННЫХ КЛИЕНТ-ТЕХНОЛОГИЙ

*И.М. Раздорская, И.В. Спичак*

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный  
исследовательский университет», г. Белгород

С целью анализа и трансформации потребительского поведения в процессе оказания фармацевтической помощи нами разработана сбалансированная система показателей, включающая факторы-индикаторы внутренней и внешней среды, оказывающие влияние на потребление лекарственных препаратов. За основу нами взята методика Роберта С.Каплана и Дейвида П.Нортон [1]. Методика позволяет использовать в качестве ориентиров не только классические финансовые показатели, но и такие важнейшие компоненты аптечного бизнеса, как нематериальные активы: знания персонала, бизнес-процессы, отношения с клиентами, демографическую и экологическую ситуации.

Одним из основных и несправедливо игнорируемых индикаторов лекарственного обеспечения являются клиент-технологии, активно влияющие на процесс реализации товаров, улучшение взаимопонимания между клиентом и провизором и, как следствие, на трансформацию потребительского поведения. Нами сформулировано понятие «Клиент-технологии в фармации», учитывающее многогранность его проявлений и характеристик.

Клиент-технологии в фармации это:

- умение фармацевтического работника на практике использовать выявленные закономерности потребительского поведения, превращая их в эффективные производственные процессы;
- способ взаимодействия между провизором и клиентом в процессе оказания фармацевтических услуг с учетом социально-психологических характеристик клиента;
- умение провизора наладить механизм взаимодействия с клиентом путем коммуникативного воздействия на клиента, умение гибко менять цели своего поведения и поведения клиента, устраняя его потребительские переживания.