

Итоги конференции «Геоинформационные системы в здравоохранении РФ: данные, аналитика, решения»

Круглый стол для бизнес-сектора, работающего в сфере здравоохранения «Геомаркетинг в медицинском ритейле и фарм-индустрии» собрал 45 человек (включая зрителей онлайн-трансляции). На круглом столе выступила генеральный директор ООО «Университетская аптека» **Липина О.А.** со сравнением российского и финского опыта планирования аптек. В своем докладе Ольга Александровна подчеркнула недостаток данных для принятия решений по открытию точек, отсутствие стандартов, в том числе, в программном обеспечении фармритейла, разные подходы к выписке лекарств в России и Финляндии, что приводит к трудностям работы западной сети в России.



количество аптек в сети	
2009	2010
293	596
148	335
309	330
182	257
163	191
98	143
97	103
84	84
94	
75	

В докладе «Электронный путеводитель по сетевой фармацевтической рознице России – «Фармватер». Уроки Картографии» был продемонстрирован пример коммерческой компании, которая решила собирать базы данных аптек по всей России. Коммерческая компания, занимающаяся консалтингом и СМИ, выполняет, по сути, функцию региональных органов здравоохранения. Примечательно, что проект «Фармватер» предоставляет флеш-сервисы для работы с базами геоданных для бизнес-сектора здравоохранения (фарм-производители, дистрибьюторы, аптеки). «Сбор реальных данных корректирует фармацевтический рынок, в том числе региональные филиалы, делая его прозрачным и рыночным» - заявил в своем докладе **Дмитрий Княжев, главный редактор издания «Фармацевтический вестник»**, рассказав о различных примерах того, как точные базы корректируют участников рынка.

Центром пространственных исследований было представлено два примера из практики применения геомаркетинговых исследований для фармацевтического и медицинского ритейла:

1. Геомаркетинговый подход для планирования аптек,
2. Геомаркетинговые подходы для частных клиник (Анализ зоны обслуживания для существующей клиники и проектирование чети клиник «с нуля»).

Для слушателей круглого стола по геомаркетингу **специалистами Центра пространственных исследований была представлена уникальная галерея картограмм** распределения потребителей, объектов медицинского и фармацевтического ритейла в пространстве Санкт-Петербурга:

- Численность населения по кварталам,
- Плотность населения,
- Распределение работающих в бизнес-центрах + бизнес-центры различных классов,
- Плотность новостроек и строящихся домов,
- Цена на квадратный метр жилья на вторичном рынке,
- Пассажиропотоки по сегментам улиц,

- Плотность количества пассажирского транспорта на остановках,
- Пешеходная доступность 100-500 м к аптекам,
- Зоны обслуживания медицинских клиник, в том числе государственных ЛПУ,
- Посетители в государственных ЛПУ,
- Сети государственного здравоохранения по типам и другие.

Презентация (видет MOTUBE Зал 1)

Copyright © Центр Пространственных Исследований

Получение зон пригодностей

Фактор	Вес, %
Плотность населения	25%
Плотность иномарок	10%
Деловая активность	12%
Плотность новостроек	10%
Плотность автопотока	8%
Количество домохозяйств	10%
Близость к метро	10%
Удаленность от крупных прямых конкурентов	15%

ВЕСА задаются:

- Либо экспертно
- Либо статистически
- Либо по формуле свертки

Камера

Чат

Общий чат | Список пользователей (6) | Вопросы

Вопросы. Спасибо!

[13:04] MOTUBE Зал 1: Коллеги, просьба вопросы писать во вкладку Вопросы. Спасибо!

[13:15] MOTUBE Support: Уважаемые коллеги, указывайте возможности, какому докладчику адресован ваш вопрос. Спасибо!

[13:15] MOTUBE Support: Уважаемые коллеги, указывайте возможности, какому докладчику адресован ваш вопрос. Спасибо!

[14:43] MOTUBE Support: перерыв до 15.25

[17:46] MOTUBE Зал 1: Перерыв 15 минут

[17:46] MOTUBE Зал 1: Перерыв 15 минут

Кроме того, Центром пространственных исследований были продемонстрированы **видео-уроки геомаркетингового анализа** конкуренции потребителя, инфраструктуры до уровня квартала в городе в Интернет-проекте для бизнеса «Геоинформационная система Аналитика «Геоинтеллект» (www.geointellect.com)

Вопросы из зала и Интернета создали актуальную и интересную дискуссию, касающихся факторов, влияющих на привлекательность места, а также выбора геомаркетинговых методик для сетей аптек и частных клиник.

Данный круглый стол отразил явные проблемы информационного обеспечения ведения и развития бизнеса в сфере здравоохранения в России. Коммерческие компании вынуждены тратить большие деньги для сбора данных о рынках и потребители, не обращаясь в государственные органы, где эти данные могут и должны аккумулироваться. В резолюции, которая готовится организаторами конференции «ГИС в здравоохранении РФ: данные, аналитика, решения» для отправки в «Минздравсоцразвития», будут привлечены представители бизнеса в качестве экспертов для улучшения взаимодействия в будущем и будут учтены интересы бизнеса, работающего в сфере здравоохранения и являющегося неотъемлемой частью всей системы здравоохранения в целом.