

**E – SAĞLIK ve
BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ
PERSPEKTİFİNDEN
İLAC PAZARLAMASI**

**- Dünya ve Avrupa Birliği
Kapsamında Yasal Düzenlemeler-**

**Dr. Ecz. M. Sedef ERDAL
Doç. Dr. Murat ERDAL
Prof. Dr. Ahmet ARAMAN**

İstanbul – 2004

SUNUŞ

Elinizde tuttuđunuz bu eser ilacın geliŐen dűnyasına ayak uydurabilmek ve onu anlayabilmek amacıyla tasarlanmıŐtır. İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakűltesi'nden Dođ. Dr. Murat Erdal ve İstanbul Üniversitesi Eczacılık Fakűltesi'nden Dr. M. Sedef Erdal'ın űstűn gayretleriyle ortaya çıkarttıkları bu kitapta E-Sađlık alanındaki geliŐmelerle birlikte konu ile ilgili yasal durum ve ilgili mevzuata da yer verilmiŐtir.

**“primum nihil nocere”
“ nce zarar verme”**

Her Őeyde olduğu gibi iyi kullanılan bir araç toplum yararındadır ve bir fayda sağlar. İki taraflı bir kılıç olan internet ortamındaki e-ilac'ın akılcı ve rasyonel kullanımı taraflara yarar sağlayacaktır. Bu kitabın ilac sektörűnde açık olan bu boŐluđu dolduracak bir baŐvuru kitabı olacağına inanıyorum.

İlgi ve desteklerinden dolayı Sanovel İlac San. ve Tic.AŐ. Yűnetim Kurulu űyesi Sayın Ahmet Toksűz'e ve kitabın basımını titizlikle gerçekleŐtiren Filiz Kitabevi'ne teŐekkűr ederiz.

Prof. Dr. Ahmet ARAMAN
İstanbul Üniversitesi, 2004

ÖNSÖZ

Günümüzde sağlık sektörü büyük bir dönüşüm içerisinde. Birçok hastalığın kökeni ve nedenleri hızla ortaya çıkarılırken, yeni tedavi yöntemleri geliştirilmekte ve bu süreçlerde yüksek teknoloji ürünleri daha fazla kullanılmaktadır. Toplum ve bireyler sağlık alanındaki gelişmeleri yakından takip etmektedir. İnsanlar kendi sağlıkları kadar çevrelerinin sağlığıyla da ilgilidir ve sağlık alanında alınacak tüm kararlarda daha araştırmacı ve sorgulayıcı davranmakta, hastalıklar, mevcut ve olası tedavi yöntemleri vb. süreçlerde bilgili, bilinçli ve paylaşımcı hareket etmektedirler.

İnternet, bireylerin sağlık konusundaki ihtiyaçlarına yönelik kapsamlı ve anlaşılır bir tıp diliyle bilgilenme imkânı sunmakta, yaşam kalitesinin artırılmasında büyük fayda yaratmaktadır. Bu gelişmelere paralel olarak internet sağlık sektöründe faaliyet gösteren web sitelerinin sayısı hızla artmaktadır. Gerek kâr amacı gütmeyen gerekse ticaret amacıyla kurulan sağlık web siteleri, temelde aynı amaca yönelik olarak topluma daha fazla sağlık bilgisini sunmaktadırlar.

Vizyon ve misyonlarını sağlık sektörünün standartlarını yükseltmek olarak belirleyen üniversite, enstitü ve araştırma laboratuvarları ile kamuya ait sağlık siteleri, dernek ve vakıf siteleri, farmasötik işletme siteleri, sağlık bilgisi siteleri ve örgütsel alıcılara yönelik faaliyette bulunan web siteleri önde gelen internet aktörleridir.

Sağlık sektöründe faaliyet gösteren bütün kişi ve kurum web siteleri, günde yirmi dört saat ve haftanın yedi günü erişim olanağı sağlayarak birey ve organizasyonlara hızlı, kaliteli ve düşük maliyetlerle daha fazla sağlık bilgisi

sunmaktadır. Sağlık web siteleri temel olarak sağlık bilgisi yayınlarken, tüketicilerin talep ettiği sağlık ürün ve/veya hizmet gereksinimleri de ilgili kuruluşlarca sağlanmaktadır.

Sağlık endüstrisinin internet ortamına olan ilgisi giderek artmaktadır. Pazarlama, satış ve marka yönetiminin tamamen değişmesi ve güç dengesinin tüketici yönüne kayması, e-tabanlı global bir pazar dönüşümünü diğer tüm sektörlerde olduğu gibi sağlık sektöründe de zorunlu kılmaktadır. Sağlık alanında faaliyet gösteren işletmeler bu çerçevede yeni bir e-iş modeli oluşturmakta, iş süreçlerini yeniden tanımlamaktadır.

İşletmeler, geleneksel kurum içi ve kurum dışı ilişkilerin entegrasyonunu sağlayacak şekilde **“tedarik – işletme – dağıtım”** bilişim teknolojileriyle donatılmaktadırlar. Küresel rekabet ortamında Tedarik Zinciri Yönetimi (SCM), İşletme Kaynak Planlaması (ERP), Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) gibi yeni anlayış ve uygulamaların, intranet, ekstranet ve internet teknolojileriyle bütünleştirilmesi zorunlu hale gelmiştir.

Bu kitabın amacı dünyada internet sağlık sektöründeki gelişmeleri genel hatlarıyla ele almak, örnekler vermek ve konuyu ilgili tarafların dikkatine sunmaktır. Kitap içerisinde, bilişim teknolojileri ve sağlık sektörünün hangi noktalarda işbirliği halinde olduğu hangi noktalarda ise yasal düzenlemelere ihtiyaç duyulduğu konusunda bilgiler verilmeye çalışılmıştır. ABD, Avrupa ve Türkiye internet uygulamaları arasındaki farklılıklar dile getirilmiştir. Tüketiciler internet üzerinde sınırsız bilgi, ürün ve hizmete sahip olmayı isterlerken doktorlar, eczacılar, uzmanlar ve üreticiler açısından durum değerlendirilmesi yapıldığında yasal düzenlemelerin gerekliliği kaçınılmazdır.

E-Avrupa projesine taraf olan ve Avrupa Birliği üyesi olma yolunda adımlar atan ÷lkemizde, E-Türkiye ve e-devlet uygulamaları bünyesinde sağlık konusunda da ciddi gelişmeler yaşanmaktadır. Dünyada e-sağlık uygulamaları içinde yer alan olumlu ve olumsuz bütün yönler kamu ve özel sektör temsilcilerinin bir araya gelerek oluşturdukları planlar çerçevesinde değerlendirilmelidir.

Bu çalışma “Sağlık sektöründe bilişim teknolojileri kullanımı ve e-iş” kesişimli konularda, **Pazarlama Dünyası, Öneri Dergisi, Güncel Eczacılık, Activeline, İnternet Konferansı ve İstanbul Üniversitesi Eczacılık Fakültesi E-Sağlık Paneli** kapsamında iki yılı aşkın süredir gerçekleştirilmiş yayınların bir araya getirilmesi fikrinden yola çıkarak hazırlandı.

“E-Sağlık; Bilişim Teknolojileri Perspektifinden İlaç ve Pazarlama Teknikleri, Dünya ve Avrupa Birliği Kapsamında Yasal Düzenlemeler” başlıklı bu kitabın gerek akademik alanda gerekse pratik yaşamda konuyla ilgilenenlere yararlı olmasını temenni eder, katkı ve eleştirilerinizi bekleriz.

Dr. Ecz. M. Sedef ERDAL

Doç. Dr. Murat ERDAL

Prof. Dr. Ahmet ARAMAN

İstanbul Üniversitesi, Ocak 2004

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

SUNUŞ

ÖNSÖZ

KISALTMALAR LİSTESİ

1. İLAÇ ENDÜSTRİSİ

1. Temel Tanım ve Kavramlar
2. İlaç Endüstrisinin Tarihsel Gelişim Süreci
3. İlaç Endüstrisinde Standartlar

2. İLAÇ ENDÜSTRİSİ E-İŞ ÇEVRESİ

1. Yeni Ekonomi ve E-İş Dinamikleri
2. E-Pazarlama
3. E-Tedarik Zinciri Yönetimi (e-SCM)
4. E-Müşteri İlişkileri Yönetimi (e-CRM)

3. İNTERNET SAĞLIK SEKTÖRÜ

1. Medikal Teknolojilerde Yeni Trendler
2. Bilgi Teknolojilerinde Yeni Trendler
3. Sağlık Sektöründe İnternet Kullanımı
 - 3.1. Hasta
 - 3.2. Doktor

- 3.3. Eczacı
- 3.4. Farmasötik İşletme
- 3.5. Tedarikçi
- 3.6. Diğer

4. SAĞLIK SEKTÖRÜ VE WEB SİTE STRATEJİLERİ

1. Sağlık Sektöründe E - İş Dinamikleri
2. İnternette Sağlık Web Sitesi Stratejileri
3. Sağlık Web Sitelerinin Temel Başarı Kriterleri
4. Sağlık Web Sitesi Değerlendirme Kriterleri

5. İNTERNET ÜZERİNDE TÜKETİCİ DAVRANIŞI

1. Sağlık Web Sitesi ve Tüketici Davranışı
2. Sağlık Web Sitesi Kullanıcılarının Sınıflandırılması
 - 2.1. Hasta Davranışı (Uzman Olmayan Kullanıcılar)
 - 2.2. Doktor Davranışı (Uzman Kullanıcılar)

6. YAŞAM TARZI ANALİZİ VE PSİKOĞRAFİK

1. Yaşam Tarzı Analizi
2. Psikografik Kavramı
3. Psikografik Bölümlendirmede VALS Yöntemi

7. İŞLETMEDEN NİHAİ TÜKETİCİYE (B2C) ELEKTRONİK TİCARET

1. Sağlık Bilgisi Web Siteleri

1.1. IntelliHealth.com

1.2. Dr.Koop.com

1.3. Healty Ideas.com

1.4. Better Health.com

1.5. Mayo Health Oasis.org

2. İnternet Eczanesi

2.1. Drugstore.com

2.2. PlanetRx.com

2.3. CVS.com

2.4. RiteAid.com

2.5. TheVitaminShoppe.com

8. İŞLETMELER ARASI (B2B) ELEKTRONİK TİCARET

1. Allegiance.com

2. ChemConnect.com

3. Biosample.com

4. Neoforma.com

5. Cardinal.com

9. İNTERNET SAĞLIK SEKTÖRÜNDE GİZLİLİK VE ETİK STANDARTLAR

1. Sağlık Web Site Hizmetleri ve Temel Kapsamı
2. Sağlık Web Sitelerinde Gizlilik ve Etik Standartlar
 - 2.1 – Health on the Net Foundation
 - 2.2 – Health Internet Ethics
 - 2.3 – Trust-E

10 . İNTERNET SAĞLIK SEKTÖRÜNDE YASAL DÜZENLEMELER VE TARAFLARIN BAKIŞ AÇISI

1. E-Sağlık ve Uluslararası Yasal Çerçeve; ABD ve AB Mevzuatı
 - 1.1. Amerika Birleşik Devletleri
 - 1.2. Avrupa Birliği ve Türkiye
2. Bilişim Teknolojileri Perspektifinden İlaç ve Tarafların Bakış Açısı
3. E-Türkiye Projesi Kapsamında E-Sağlık Uygulamaları

E-SAĞLIK VE İNTERNET SÖZLÜĞÜ

KISALTMALAR LİSTESİ

- B2B:** (Business to Business) İşletmeler Arası
- B2C:** (Business to Consumer) İşletmeden Nihai Tüketiciye
- CME :** (Continuous Medical Education) Sürekli Tıp Eğitimi
- CRM :** (Customer Relationship Management) Müşteri İlişkileri Yönetimi
- DTC :** (Direct-to-Consumer) Doğrudan Tüketiciye
- DTP :** (Direct-to-Physician) Doğrudan Doktora
- EFPIA :** (European Federation of Pharmaceutical Industries Association)
Avrupa İlaç Üreticileri Birlikleri Federasyonu
- ERP :** (Enterprise Resource Planning) İşletme Kaynak Planlaması
- FDA :** (Food and Drug Administration) ABD Gıda ve İlaç İdaresi
- FTC :** (Federal Trade Commission) Federal Ticaret Komisyonu
- GMP:** (Good Manufacturing Practices) İyi Üretim Uygulamaları
- HMO :** (Health Management Organizations) Sağlık Yönetim Organizasyonları
- IFPMA:** (The International Federation of Pharmaceutical Manufacturers'
Associations) Uluslararası İlaç Üreticileri Birlikleri Federasyonu
- OTC :** (Over-the-Counter Drugs) Tezgah Üstü İlaçlar
- Rx :** Reçete
- SCM :** (Supply Chain Management) Tedarik Zinciri Yönetimi
- SFA :** (Sales Force Automation) Satış Gücü Otomasyonu
- WHO :** (World Health Organization) Dünya Sağlık Örgütü