

pharmacy in the formation of loyalty of pharmacists and pharmacists. The least preferable for experts are the activities of the subsystem «career management», which is explained by the greater labor intensity of these activities.

Used literature:

1. Tolochko V. M., Artiukh T. O. The study of the aspects of loyalty of pharmacy specialists in domestic pharmacies. *Social Pharmacy in Health Care*. 2017. Vol. 3, № 4. С. 41–51.

2. Ausheva A. S., Tkachenko I. V., Formation of clients' loyalty as a component of the enterprise efficiency. *Topical issues of new drugs development: Abstracts of International Scientific And Practical Conference Of Young Scientists And Student*, April 23, 2015, Kharkiv. Kharkiv : NUPh, 2015. P. 441.

3. Бабічева Г. С. Вивчення споживчих переваг клієнтів аптечних підприємств в процесі дослідження лояльності. *Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики* : матеріали VI міжнар. наук.-практ. дистанц. конф., м. Харків, 22–23 берез. 2018 р. Харків : НФаУ, 2018. С. 51–60.

4. Serpian S. B., Utami H.N. The effect of organizational culture and job satisfaction on organizational commitment, organizational citizenship behavior, and intention to leave. *Russian Journal of Agricultural and SocioEconomic Sciences*. 2016. № 12. P. 157–169.

Роль дистанційної передачі інформації у фармацевтичній діяльності
Семенко М. Л., здобувачка вищої освіти 5 курсу спеціальності «Фармація»
Національного фармацевтичного університету
fmm@nuph.edu.ua

Поширення практики використання інформаційних і телекомунікаційних технологій в медицині та фармації сприяло розвитку дистанційних способів передачі даних. В обіг введено відносно нові поняття: телемедицина та телефармація.

Спочатку поняття «телефармація» використовувалося для опису процесу дистанційного замовлення і отримання лікарських препаратів. Однак в подальшому спектр завдань почав розширюватися.

Фармацевтична послуга – форма фармацевтичної діяльності, в якій задовольняється конкретна потреба пацієнта або медичної організації. Причому фармацевтична допомога визначена як не головна, а додаткова фармацевтична послуга, що представляє собою систему лікарського, інформаційного та організаційно-методичного забезпечення якості фармакотерапії конкретного пацієнта з конкретним захворюванням.

На практиці в багатьох країнах телефармація використовується в районних аптеках в якості інструменту операційної діяльності і для надання фармацевтичних послуг пацієнтам. Наприклад, в Канаді використовується

портативний домашній пристрій, який забезпечує цілодобовий зв'язок з провізором, визначає денні дози лікарського препарату для пацієнтів, і, в залежності від налаштувань, може автоматично надсилати замовлення в аптеку і сигналізувати про час прийому ліків.

Узагальнюючи опубліковані в науковій літературі дані про запобігання нераціонального використання лікарських засобів з боку пацієнтів, нами виділені основні можливості підвищення ефективності терапії при використанні телекомунікаційних каналів. До них відносяться: дистанційне надання інформації про способи вживання лікарських препаратів для окремих груп (діти, вагітні, матері-годувальниці, літні люди); правила застосування і введення різноманітних лікарських форм і ідентифікація лікарських препаратів. Крім того, забезпечення зв'язку між провізором і пацієнтом для нагадування про час прийому лікарських препаратів і інформування про браковані, контрафактні партії, а також для консультування про можливості мінімізації витрат на лікарську терапію.

Висновки. Забезпечення механізмів для перманентного збору і аналізу інформації про вживання різних лікарських препаратів може сприяти оптимізації державної політики у фармацевтичній сфері. Ефективне управління інформацією, що надходить по дистанційним каналам зв'язку від фахівців, споживачів і учасників фармацевтичного ринку також необхідно для моніторингу і контролю на ринку лікарських препаратів.

Офіційні інтернет-сторінки і електронні облікові записи органів виконавчої влади та регуляторів в соціальних мережах, гарячі телефонні лінії міністерств, а також належні до них засоби відеозв'язку з населенням, які мають на меті підвищення якості фармацевтичної допомоги за участю провізорів, можуть розглядатися як канали передачі інформації в рамках телефармації.

Використана література:

1. Жук В. А., Пенкін Ю. М. Впровадження телефармації як складової реформи охорони здоров'я. *Актуальні проблеми розвитку галузевої економіки та логістики* : матеріали V наук.-практ. конф. з міжнар. участю, м. Харків, 20–21 квіт. 2017 р. – Харків : НФаУ, 2017. С. 513–515.
2. Margolis, S.A., Ypinazar V.A. Tele-pharmacy in remote medical practice: the Royal Flying Doctor Service Medical Chest Program. *Rural and Remote Health*. – 2008. Vol.8. P.937.
3. Redman R. Telepharmacy gets a boost. *Chain Drug Review*. 2011. Vol. 33, №4. P.48.
4. Benabdallah G. The involvement of Pharmacovigilance Centres in medication errors detection: A questionnaire-based analysis. *International Journal of Risk & Safety in Medicine*. 2011. Vol.23. P.17–29.