

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНСТИТУТ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ СПЕЦІАЛІСТІВ ФАРМАЦІЇ
КАФЕДРА ОРГАНІЗАЦІЇ, ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ ФАРМАЦІЄЮ

**ПІДГОТОВКА СПЕЦІАЛІСТІВ ФАРМАЦІЇ
В РАМКАХ КОНЦЕПЦІЇ
«НАВЧАННЯ ПРОТЯГОМ ЖИТТЯ
(LIFE LONG LEARNING)»:
НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА**

**МАТЕРІАЛИ IV НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ
З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ, ЯКА ПРИСВЯЧЕНА
ПАМ'ЯТІ ПРОФ. ТОЛОЧКО ВАЛЕНТИНА МИХАЙЛОВИЧА**

21 листопада 2025 року

СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ КОМУНІКАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

Свинарчук Д. І., Літвінова О. В.

Кафедра менеджменту, маркетингу та забезпечення якості у фармації

Національний фармацевтичний університет

м. Харків, Україна

litvinova@nuph.edu.ua

Вступ. Ефективна комунікація між фармацевтичними працівниками та населенням є ключовим фактором якості фармацевтичної допомоги та підвищення прихильності до лікування.

Мета. Аналіз та узагальнення сучасних стратегічних підходів до побудови системи комунікаційного менеджменту у фармацевтичних організаціях на основі міжнародного досвіду.

Матеріали та методи. Дослідження проведено шляхом аналізу наукових публікацій у міжнародних базах даних.

Результати. Аналіз літератури дозволив виділити кілька ключових напрямів розвитку комунікаційного менеджменту. Пацієнтоцентрична комунікація передбачає активне залучення пацієнтів до прийняття рішень, врахування їх індивідуальних потреб та забезпечення зрозумілості фармацевтичної інформації. Недостатній рівень фармацевтичної грамотності населення залишається критичним бар'єром для ефективної взаємодії, що потребує освітніх та інформаційних ініціатив, які адаптовані до різних груп пацієнтів, з урахуванням віку, освіти та культурних особливостей.

Важливим аспектом є розвиток комунікативних навичок фармацевтичних працівників. Ефективними методами є структуровані техніки консультування, використання візуальних матеріалів, метод зворотного навчання та симуляційне навчання. Такі підходи дозволяють підвищити професійну компетентність, ефективність міжособистісної взаємодії та здатність вирішувати конфліктні ситуації з пацієнтами. Інтеграція емоційного інтелекту у професійну підготовку

фармацевтів сприяє кращому розпізнаванню емоцій пацієнтів, адаптації поведінки та підвищенню загальної якості фармацевтичної допомоги.

Цифрові технології значно розширюють можливості комунікаційного менеджменту. Впровадження веб-додатків для управління медикаментозною терапією, інтерактивних анімованих матеріалів підвищує доступність і зрозумілість фармацевтичної інформації, особливо для пацієнтів із обмеженою фармацевтичною грамотністю. Крім того, цифрові рішення забезпечують можливості моніторингу прихильності пацієнтів до терапії, автоматизованого надання нагадувань і персоналізованих консультацій.

Стратегічне застосування фармацевтичного маркетингу та інформаційно-просвітницьких кампаній допомагає підвищити рівень фармацевтичної грамотності населення та сприяти профілактичній роботі. Інтеграція комунікаційного менеджменту у систему фармацевтичної опіки забезпечує підвищення якості послуг та зміцнення міжпрофесійної взаємодії, включаючи координацію з лікарями, медсестрами та іншими фахівцями охорони здоров'я.

Важливим фактором успіху є систематичний підхід до оцінки ефективності комунікацій. Використання комплексних інструментів, таких як моніторинг фармацевтичної грамотності, аналіз задоволеності пацієнтів, оцінка результатів терапії та міжпрофесійної взаємодії, дозволяє своєчасно коригувати стратегії комунікацій та підвищувати їх ефективність.

Висновки. Побудова ефективної системи комунікаційного менеджменту у фармацевтичних організаціях потребує комплексного підходу, що включає впровадження пацієнтоцентричної моделі, розвиток фармацевтичної грамотності, інтеграцію емоційного інтелекту та симуляційних методів у професійну підготовку, використання цифрових технологій для підвищення доступності інформації та формування стратегій міжпрофесійної взаємодії. Реалізація цих підходів сприятиме підвищенню якості фармацевтичної допомоги, прихильності пацієнтів до лікування та зміцненню довіри до фармацевтичних працівників, створюючи основу для сталого розвитку організацій та підвищення їх стратегічної ефективності.