

НАВЧАЛЬНІ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМИ ДЛЯ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНЦЕПЦІЇ ХОЛІСТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Алекперова Н.В., Сахнацька Н.М., Сокур Ю.Р.

Національний медичний університет імені О.О. Богомольця, м. Київ, Україна
sakhnatskaya@ukr.net

Вступ. Швидкий темп розвитку фармацевтичної галузі в Україні сприяє пошуку нових підходів до управління, які здатні забезпечити сталий розвиток організації у довгостроковій перспективі. Одним з них є концепція холістичного маркетингу, що поєднує у собі аспекти маркетингу відносин, соціально відповідального, інтегрованого та внутрішнього маркетингу. Філософія внутрішнього маркетингу полягає у постійному професійному розвитку персоналу для надання якісної фармацевтичної допомоги населенню. Для цього проводяться різноманітні семінари та навчальні тренінги у співпраці з провідними фармацевтичними компаніями та закладами освіти. Однак за умов локдауну, пов'язаного з світовою пандемією COVID-19, аудиторні заходи підпадають під карантинні обмеження. Саме тому, інноваційним рішенням даної проблеми є використання онлайн-платформ для дистанційного навчання персоналу та поглиблення знань і компетенції фармацевтичних фахівців.

Мета дослідження. Метою роботи став огляд навчальних онлайн-платформ, які використовуються для дистанційного навчання та безперервного розвитку фахівців фармацевтичної сфери та їх значення у концепції холістичного маркетингу.

Матеріали та методи дослідження. У ході роботи було використано контент-аналіз, аналіз електронних ресурсів, системний та логічний методи.

Основний матеріал дослідження. Перелік інтерактивних онлайн-платформ для удосконалення професійної компетенції та формування «м'яких навичків» сучасного фармацевтичного фахівця налічує безліч варіантів. Варто докладніше розглянути найпопулярніші з них та окреслити їх роль у безперервному професійному розвитку провізорів та фармацевтів.

Одним з популярних навчальних платформ є онлайн-проект **«Фітоексперт»** компанії **«Ліктрави»**, який було створено у співпраці з Національним фармацевтичним університетом (НФаУ). Завдяки вищезазначеній програмі фармацевтичні фахівці мають змогу поглибити свої знання з базових питань фітотерапії у формі інтерактивних лекцій та тестів. Перевагою є і система мотивації учасника, адже за успішне проходження тестових завдань провізори отримують віртуальні бали (так звані «ромашки») для обміну на подарунки та офіційний сертифікат підвищення кваліфікації у НФаУ. Особливої уваги заслуговує і сучасний формат навчання – учасник програми має можливість обирати для навчання зручний час і місце та переглядати навчальний контент.

Компанія L'Oréal Ukraine, яка у аптечних закладах здебільшого представлена лікувальною косметикою Vichy і La Roche Posay, створила для навчання фармацевтів освітню платформу **Derma Club**. Навчальний контент онлайн-платформи представлений у форматі інтерактивних тренінгів, 10-15-хвилинних відеолекцій, також присутній «живий» формат навчання за допомогою вебінарів. У цьому проєкті також є можливість отримувати бали за успішне проходження тестування та обмінювати їх на винагороди, а саме на косметичну продукцію компанії.

Вітчизняна фармацевтична компанія **Ananta Medicare** створила інформаційно-освітній портал **PROVISOR CLUB**, за допомогою якого фармацевтичні фахівці можуть ознайомитись з новинками компанії, отримати актуальну професійну інформацію, приймати участь у щомісячних конкурсах, отримувати заохочувальні призи та подарунки за активність. Участь в освітній програмі від PROVISOR CLUB надає можливість фахівцям фармацевтичної сфери дізнатися про особливості складу та методи застосування лікарських препаратів і продуктів рослинного походження, перевірити рівень своїх знань шляхом тестування та ознайомитись із загальними рекомендаціями щодо застосування продуктів компанії.

Однак компетенції сучасного фармацевтичного працівника полягають не лише у знаннях фітотерапії та застосуванні лікувальної косметики, а й в удосконаленні знань у галузі клінічної фармації та раціонального використання лікарських засобів. Саме тому за підтримки Експертної проблемної комісії МОЗ України та НАМН України й особисто доктора медичних наук, професора, завідувача кафедри клінічної фармакології та клінічної фармації НФаУ Зупанця І. А. було створено освітній портал для фармацевтичних працівників під назвою **«Клінічна фармація»**, який отримав престижну премію у щорічному конкурсі професіоналів фармацевтичної галузі **ПАНАЦЕЯ-2020** у номінації **«Проект року»**. Портал поєднує в собі онлайн-бібліотеку з довідниками, методичними матеріалами та науковими статтями, також є можливість переглянути вебіари на різноманітні тематики, брати участь у системі мотивації та отримувати заохочувальні призи за активну діяльність. Таким чином, у форматі гейміфікації провізори мають можливість отримати ґрунтовні знання з фармакології та узагальнити свій досвід щодо раціонального застосування лікарських засобів.

Із метою покращення рівня обслуговування споживачів компанією **Johnson & Johnson** було створено навчальну платформу **«Фарм Експерт»**, яка підвищує обізнаність фармацевтичних фахівців щодо стандартів викладки препаратів й основних засад мерчандайзингу в аптеках. На прикладі препаратів виробництва компанії **Johnson & Johnson** провізори мають змогу закріпити знання на практиці – взяти участь у навчальній програмі та позмагатися з іншими аптеками. Після ознайомлення з навчальним матеріалом в учасників є можливість пройти коротке тестування для перевірки отриманих знань. За умови проходження тестування з результатом 100% правильних відповідей учасник отримує бали, які можна буде обміняти на заохочувальні призи.

Висновки. Варто зробити висновок, що сьогодні навчальні онлайн-платформи відіграють ключову роль у безперервному розвитку фармацевтичного фахівця та є важливим елементом холістичного підходу до управління сучасним аптечним закладом.