

**Purpose of the research.** Analysis of the feasibility and effectiveness of the current trend of COVID-19 vaccinations in Estonian pharmacies and the possible introduction of vaccinations in Ukrainian pharmacies to protect the population from coronavirus infection, reduce human mortality from COVID-19 and suppress the global spread of coronavirus infection SARS-CoV-2.

**Materials and methods.** To achieve this goal, marketing research methods were used (taking into account the wishes of customers, providing greater convenience for vaccination), the method of observation and collection of facts (whether the population is interested in vaccination not only in hospitals but also in pharmacies) by reviewing electronic literature data (Actual camera - ERR - Estonian news, news of the Ukrainian National News Agency "Ukrinform") and other professional electronic sources.

**Obtained results.** The result of the review of these electronic literature data is the fact that vaccination in pharmacies in Estonian cities without prior registration was very actively accepted by the population. To accelerate the rate of vaccination and achieve the desired mark of immunization of 70% of the population by the end of the summer, the state uses various methods to promote vaccination, including vaccination without prior registration and discounts. The possibility of vaccination in Ukrainian pharmacies is currently an issue that deserves further study given the projected increase in morbidity and the emergence of new more aggressive strains of infection. When studying this issue, it is necessary to take into account some factors and conditions that ensure a quality vaccination process. One of the conditions for the vaccination procedure in pharmacies is the presence of a separate room or area where the necessary manipulations could be performed. Patients should be monitored for 15 minutes after vaccination by healthcare professionals. Vaccination in pharmacies is in high demand due to the speed of the process, the convenience and ease of obtaining the vaccine, the choice of treatment or a family doctor or a specialist in the pharmacy. Trust in pharmacy specialists plays an important role and is the key to the faster spread of a new trend - vaccination against coronavirus infection COVID-19 in pharmacies.

**Conclusions.** Thus, vaccination in a pharmacy is a matter of time, but requires a substantial scientific socio-economic justification, which will include the study of a number of influencing factors specific to Ukraine. Given the urgency of the issue, it is promising to study the international experience of other countries in the world of vaccination against COVID-19 in order to justify the need and optimize the vaccination process in pharmacies in Ukraine.

## ВИВЧЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СПОЖИВАННЯ ЗАСОБІВ ГОРМОНАЛЬНОЇ КОНТРАЦЕПЦІЇ НА ОСНОВІ АНКЕТНОГО ОПИТУВАННЯ

Бабічева Г. С., Жадько С. В., Шеншина Ю. О.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

[babicheva.ann5@gmail.com](mailto:babicheva.ann5@gmail.com)

**Вступ.** Попередження небажаної вагітності є важливою соціально-економічною і медичною проблемою у багатьох країнах. За даними ВООЗ, щорічно у світі відбувається близько 40-50 млн абортів: приблизно 125 тис. абортів в день, а внаслідок ускладнень від абортів щорічно помирає приблизно 500 тис. жінок. Україна, на жаль, займає одну з лідируючих позицій серед європейських країн за кількістю абортів. Отже, проблема планування сім'ї та збереження репродуктивного здоров'я жінок на сьогодні є вельми актуальною.

## ВІДКРИВАЄМО НОВЕ СТОРІЧЧЯ: ЗДОБУТКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

До найбільш ефективних методів попередження небажаної вагітності відносять засоби гормональної контрацепції. Основними споживачами цих засобів є не тільки жінки з гінекологічними захворюваннями, а й ті, хто усвідомлено планує питання сімейного життя, народження дітей для збереження власного здоров'я. Потреба в контрацептивних засобах залежить від політики держави у сфері репродуктивного здоров'я населення і формується завдяки санітарно-просвітницькій роботі медичних та фармацевтичних фахівців.

**Мета дослідження.** Метою роботи є дослідження особливостей споживання гормональних контрацептивів на регіональному фармацевтичному ринку.

**Матеріали та методи.** У роботі використано методи маркетингового дослідження, метод контент-аналізу, порівняльний та аналітичний методи.

**Отримані результати.** Контрацептивні засоби є особливим видом фармацевтичних товарів. З метою вивчення тенденцій споживання гормональних контрацептивів на вітчизняному фармацевтичному ринку проведено аналіз контингенту покупців даної групи товарів шляхом анкетування жінок репродуктивного віку у м. Харків та м. Дніпро. За результатами анкетного опитування було складено соціально-демографічний портрет споживачів гормональної контрацепції. Встановлено, що серед респондентів, які віддають перевагу гормональним засобам контрацепції, переважають жінки віком від 18 до 35 років (55,60 %); більшість жінок (57,90 %) не мають дітей; 54,40 % опитаних перебувають у шлюбі. Стосовно соціального статусу, більшість з числа респондентів робітниця та студентки, середній рівень доходу яких складає від 8000 грн до 15000 грн на місяць. За результатами анкетування визначено, що 84,20 % з числа опитаних жінок використовували саме засоби гормональної контрацепції для запобігання незапланованої вагітності або з лікувальною метою.

Жінки, які обрали для себе найбільш оптимальним гормональний метод контрацепції, при покупці лікарських засобів цієї групи роблять вибір, ґрунтуючись не тільки на рекомендаціях лікаря, але і спираючись на власний досвід, враховуючи матеріальний стан сім'ї, а також споживчі характеристики кожного з засобів та рекомендації фахівців аптек. З метою дослідження поведінки споживачів гормональних контрацептивів було проведено опитування провізорів та фармацевтів з різних аптечних мереж у м. Харкові та м. Дніпрі. Абсолютну кількість опитаних фахівців склали жінки, переважно віком від 21 до 45 років (88,40 %). В анкетуванні взяли участь 56,20 % провізорів, 5,80 % завідувачів аптек та 38,00 % фармацевтів. Стаж роботи більшості фахівців (77 %) складає від 3 до 10 років.

Встановлено, що більшість опитуваних (як з числа споживачів, так і з числа фахівців аптек) вважають бар'єрні методи (презервативи, ковпачки) та засоби гормональної контрацепції найбільш популярними та достатньо ефективними методами контрацепції.

Споживачі в процесі опитування відмітили гормональні контрацептиви, якими вони найчастіше користувалися або користуються в даний час. Фахівцям аптек було запропоновано назвати, які саме засоби гормональної контрацепції найчастіше купують жінки. Результати оцінки обох груп респондентів корелюють між собою — більшість опитаних відмітили гормональні таблетки.

За даними анкетування працівників аптек встановлено, як часто клієнти звертаються за придбанням засобів гормональної контрацепції. Результати опитування свідчать про те, що 42,30 % покупців часто та 34,60 % дуже часто звертаються в аптеку з приводу придбання засобів гормональної контрацепції.

Варто зазначити, що найчастіше споживачі купують такі гормональні контрацептиви, як Джаз плюс (21,00 %) та Джаз (18,30 %), Ярина (13,00 %), Жанін (13,00 %); всі чотири засоби іноземного виробництва («Мібе ГмБХ Арцнайміттель» — «Bayer AG»).

**Висновки.** Отже, вивчення потреб споживачів гормональних контрацептивів ґрунтується на дослідженні соціально-демографічних, психографічних, поведінкових характеристик клієнтів аптек. Своєчасне виявлення інформаційних запитів споживачів дозволяє більш ефективно задовольняти їх потреби і підвищити якість сервісу в процесі обслуговування в аптеках. У подальших дослідження доцільно провести оцінку рівня інформованості як населення, так і фармацевтичного персоналу стосовно механізмів дії засобів гормональної контрацепції та особливостей просування даної групи товарів на ринку.

## СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ФАРМАЦІЇ

Баєва О. І.<sup>1</sup>, Ісакова О. І.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

<sup>2</sup>Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного,

Мелітополь, Україна

olgaivanovna.baeva@gmail.com

**Вступ.** Фармація забезпечує лікарське постачання охорони здоров'я, займає важливе місце в системі забезпечення життєдіяльності і виживання населення. Історія фармації - це наука про розвиток фармацевтичної діяльності та лікарських знань протягом усього існування людства від первісних часів до наших днів. Витоки фармацевтичних знань слід шукати в епоху неоліту, а перші, досить деталізовані, відомості про лікарські препарати містяться в папірусі г. Еберса, складеному в Стародавньому Єгипті за 1700 років до н. е.

**Мета дослідження.** Визначити загальну періодизацію розвитку української фармації.

**Матеріали та методи.** У процесі дослідження використовувалися методи опрацювання інформації, системно-історичний аналіз.

**Отримані результати.** Відповідно до «Історичні факти щодо розвитку фармацевтичної справи в Україні» у розвитку української фармації виділяють три основні етапи, які припадають на певні історичні періоди.

1. Княжа епоха (1256-1349). Для княжої епохи, яка тривала менше століття, характерне виникнення храмової медицини. В цей час стали з'являтися медичні центри з аптеками при львівських храмах Іоанна Хрестителя (XIII ст.) Домініканському соборі (XIV століття), монастирі святого Юрія (XIV ст.). Лікувальна практика і застосування лікарських засобів базувалися в основному на традиціях народної медицини.

2. Перший польський період (1349-1772). Другий етап тривав понад чотири століття і був для Галицького краю неблагополучним в епідеміологічному відношенні (епідемії 1348, 1362, 1365, 1464, 1467 років). Основні події цього періоду: будівництво у Львові першого на території сучасної України водогону питної води (1404) та очисної системи; у XV столітті запрошення перших дипломованих лікарів та аптекарів з європейських країн до Львова; поява українських аптекарів (Василь Русин, 1445); відкриття у Львові першої офіційної публічної аптеки (1490); заснування цеху цирульників за західноєвропейським зразком (1512). На початку XVI століття у Львові виникли Національно-релігійні братства і позацехові об'єднання умільців, які, серед іншого, взяли на себе створення госпіталів і притулків для хворих і убогих. Однак розвиток медичної та аптечної справи на Галичині в XVI столітті мав хаотичний характер, а кількість госпіталів та аптек змінювалося без урахування потреб населення.