

зображень, які передаються за допомогою webcam – 17%, створення або робота на веб-сторінках або блогах - 15%, завантаження файлів з BitTorrent або LimeWire – 15%, створення або робота на власній веб-сторінці– 14%, створення або робота на власному оперативному журналі або блозі – 14%.

Основними мотивами використання соціальних мереж є знайомства і спілкування з новими людьми і розваги (80%), дівчата це мотивують подоланням комунікативного дефіциту: пошуком друзів, однокурсників, однокласників і спілкування з ними (67%). Половина респондентів вказали, що використання соціальних мереж допомогло в особистому житті, в той час, як інша половина вважає, що соціальні мережі ніяк не вплинули на їх спосіб життя. Значна кількість опитаних (96%) згодна з тим, що існує тенденція до появи залежності особистості від соціальних мереж, таких як «Вконтакті».

Інформаційне середовище є чинником, який вимагає фундаментально нової адаптації людини. Специфіка сучасного інформаційного середовища веде до корекції існуючих природних і соціальних механізмів адаптації людини і вироблення нових. Інформаційні технології, ставши стрижнем сучасної цивілізації, змінюють не просто якість і зміст життя сучасної людини, вони загрожують трансформувати сам спосіб її буття у світі.

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАВЛЕННЯ ЖІНОК ДО ЛІКУВАННЯ ТА ПРОФІЛАКТИКИ ЗАХВОРЮВАНЬ ЩИТОВИДНОЇ ЗАЛОЗИ

Горіна Д.А, Рогуля О.Ю.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

mmf10@rambler.ru

Стан щитовидної залози визначає загальний потенціал здоров'я людини. Так, патологія щитовидної залози впливає на репродуктивну систему жінок, може вплинути на овуляцію та викликати проблеми з фертильністю, викликати передчасний клімакс, супроводжуватися депресією. Проблеми зі щитовидною

залозою у дітей можуть привести до кретинізму, у підлітковому віці — до затримки росту скелета і дозрівання центральної нервової системи. Наразі захворювання щитовидної залози є досить розповсюдженими: у структурі патології ендокринних органів хвороби залози знаходяться на другому місці після цукрового діабету.

За даними ВООЗ патологія щитовидної залози зустрічається у понад 200 млн. людей. За останні роки тиреопатії мають постійну тенденцію до зростання: в ендемічних по зубу регіонах, де проживає близько третини населення Землі, цей показник перевищує 50,0%. Розповсюдженість захворювань у чоловіків складає 1/10 захворюваності жінок. Тільки за останній час абсолютний приріст числа вперше виявлених захворювань в економічно розвинених країнах склав 51,8% серед жінок і 16,7% серед чоловіків. Мінімізувати кількість патологій дозволить інформування населення про необхідність обстеження щитовидної залози та ретельне виконання рекомендацій лікаря.

Проведений аналіз статистичної інформації показав, що в Україні зареєстровано 35 торгівельних назв препаратів для лікування та профілактики захворювань щитовидної залози, з яких 66% — імпорتنі. Встановлено, що серед зареєстрованих препаратів 48,6 % - препарати левотироксину натрію; 37,1% - препарати йоду; 11,4% - сірковмісні похідні імідазолу (тіамазол); 2,9% - сірковмісні похідні імідазолу (карбімазол). Отже, на ринку представлено асортимент, який достатньо задовольняє потреби у препаратах для лікування та профілактики захворювань щитовидної залози, застосування яких доцільне лише після обстеження та консультації лікаря.

У зв'язку з цим метою дослідження стало вивчення ставлення жінок до необхідності застосування препаратів для лікування та профілактики хвороб щитовидної залози. Висновки дослідження ґрунтуються на результатах анкетування 100 споживачів ліків даної групи. Анкетування проводилося у м. Нікополь (Дніпропетровська обл.) у січні та лютому 2014 р.

За даними анкетування встановлено, що основними покупцями препаратів для лікування та профілактики хвороб щитовидної залози є жінки.

На основі отриманих даних складений соціально-демографічний портрет споживача ліків досліджуваної групи: це жінка віком від 21-30 років, жителька міста, робочої професії з середньомісячним доходом до 2000 грн.

Визначено характеристики, які мають найбільше значення при виборі препаратів для лікування захворювань щитовидної залози. На підставі результатів анкетування встановлено, що для споживачів важливо, щоб препарат був ефективним та якісним (відмітили понад 90,0%). Також вирішальну роль має ціна (зазначили 69,0%) та відсутність побічних ефектів препарату (77,0%). І в останню чергу, судячи з думки опитуваних, цікавить дизайн упаковки (3,0%) та популярність препарату (19,0%). Серед опитаних жінок 72,0% віддали перевагу зарубіжному виробнику лікарських препаратів, 28,0 % - вітчизняному, для решти виробник не має значення. 19,0% опитаних не змогли придбати в аптеці препарати для лікування захворювань щитовидної залози, що свідчить про необхідність формування асортименту даної групи, адекватного ринковим потребам.

Основними джерелами отримання інформації про нові препарати для лікування захворювань щитовидної залози є інформація від лікаря (63,0%), інструкції до застосування лікарських препаратів (25,0%), інтернет-ресурси (7,0%), порада фармацевта (3,0%), реклама (2,0%).

Також була проаналізована частота звернень жінок до лікаря. Встановлено, що лише 8,0% перевіряються у лікаря-ендокринолога 1-2 рази на півроку, 42,0% — щороку, 33,0% — іноді відвідують лікаря та 17,0% — не були у лікаря-ендокринолога ніколи. Тобто, необхідно покращити роботу з інформування населення про доцільність обстеження ендокринних органів в цілому.

Наступним етапом було визначення дій споживачів при прояві ознак захворювання. Зокрема, 87,0% жінок звернеться до лікаря, 8,0% — скористається порадою рідних, 3,0% — шукатимуть відповіді в інтернет-мережі та 2,0% — скористаються порадою фармацевта. Жінки, які обстежуються у лікаря, відзначили, що причиною звернення найчастіше стала поява таких

симптомів, як підвищена нервозність та дратівливість (вказали 87,0%), порушення концентрації і уваги (64,0%), зміна серцебиття (57,0%). Від 30,0% до 45,0% жінок відмітили як причину звернення підвищене потовиділення, збільшення залози, утворення зоба, порушення менструального циклу, оніміння й поколювання в руках. Незначний відсоток жінок відмітив такі симптоми, як тремор, порушення роботи кишечника, різку втрату ваги, проблеми зі здатністю до зачаття, ранню сивину.

Дані дослідження свідчать про те, що жінки не ризикують приймати засоби для лікування захворювань щитовидної залози без призначення лікаря (їх частка складає 91,0%). Встановлено, що до лікаря-ендокринолога порекомендував звернутись терапевт (зазначили 70,0% опитаних), сімейний лікар (12,0%), невропатолог (10,0%), хірург (7,0%) та гінеколог (1,0%).

Зважаючи на отримані результати, зроблено висновок про доцільність посилення інформаційно-консультаційної роботи з метою інформування населення про негативні наслідки патології щитовидної залози для здоров'я людини. Доведено необхідність постійного моніторингу лікарського забезпечення препаратами для лікування та профілактики хвороб щитовидної залози.

РОЛЬ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕТОДІВ В УПРАВЛІНСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ АПТЕКИ

Котвіцька А.А., Пузак О.А., Пузак Н.О.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

socpharm@ukr.net

Визнання управління як науки і самостійної галузі покладено Фредеріком Тейлором у його праці «Принципи наукового управління», що була надрукована у 1911 році. За більш ніж сторіччя управлінська теорія зазнала значного розвитку й змін, набула практичного значення.