

Т. В. МАГАНОВА, Н. О. ТКАЧЕНКО

*Запорізький державний медичний університет, Україна***ДОСЛІДЖЕННЯ СТУПЕНЯ ОБІЗНАНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ЩОДО ПІДБОРУ КОНТРАЦЕПТИВІВ У ПРОЦЕСІ ПЛАНУВАННЯ СІМ'Ї**

Метою роботи є вивчення ступеня обізнаності споживачів-жінок щодо асортименту і використання протизаплідних засобів (ПЗ), а також процесу забезпечення контрацептивами з подальшим використанням отриманих результатів для удосконалення системи забезпечення ПЗ і прийняття правильних стратегічних маркетингових рішень.

Матеріали та методи. Під час проведення досліджень використано методи пошуку, аналізу та узагальнення даних інформаційних джерел, системного, порівняльного та маркетингового аналізу, анкетування.

Результати. Попередньо було вивчено сучасний асортимент ПЗ та сформовано інформаційний масив контрацептивів, який використовували для проведення конджойнт-аналізу. Одночасно проводили анкетування респондентів-жінок щодо їхньої обізнаності в питаннях контрацепції. У результаті опитування зібрано 420 анкет з повними валідними відповідями жінок у віці від 16 до 49 років, кожна з груп охоплювала 4-річний віковий проміжок та 117 відмов жінок від участі в анкетуванні з причин, які також було враховано в дослідженні для ширшого розуміння проблем функціонування сучасної системи забезпечення ПЗ.

Висновки. У результаті проведених досліджень визначено, що ступінь освіченості жінок щодо сучасного арсеналу ПЗ коливається залежно від віку. Загалом, 78 % жінок частково ознайомлені з усім асортиментом сучасних ПЗ. Відсоток жінок, які мали дефіцит інформації щодо асортименту ПЗ, збільшується з переходом до старших вікових груп: після 30 років кожна 6 жінка України не знає про існування тих чи інших видів контрацепції. Серед жінок, які були знайомі з усім асортиментом, переважає вікова група 25-29 років, що пов'язано з активними процесами планування сім'ї саме в цьому віковому проміжку – 6,42 %. Проаналізовано бачення жіноцтва самого процесу забезпечення контрацептивами та ролі чоловіка в цьому процесі. Так, від загальної кількості опитуваних відмовились брати участь в анкетуванні 117 (21,78 %) жінок, пояснивши відмову незацікавленістю цією темою, ігноруванням використання ПЗ або своєю сором'язливістю. Таке «табування» теми тісно пов'язано з проблемами статевих виховання, проблемами зацікавленості та залучення медичних представників до поширення інформації щодо ПЗ та їх важливості в процесі планування сім'ї. Крім того, 69 % жінок віддають перевагу узгодженому вибору ПЗ разом із чоловіком і лише 20 % жінок-споживачів вважають, що запобігання чи планування вагітності – суто жіноча справа. Результати опитування доводять необхідність активізації санітарно-просвітницької роботи щодо підвищення рівня освіченості жінок і чоловіків з питань контрацепції, а також розширення меж доступності ПЗ для цільового споживача.

Ключові слова: засоби контрацепції; споживачі; фармацевтичне забезпечення

T. V. MAGANOVA, N. O. TKACHENKO

*Zaporizhzhia State Medical University, Ukraine***THE STUDY OF CONSUMER AWARENESS IN SELECTING CONTRACEPTIVES IN THE FAMILY PLANNING PROCESS**

Aim. To study the degree of awareness of female consumers about the range of contraceptives and their use, as well as the process of providing contraceptives; to use the results obtained in order to improve the contraceptive supply system for the right strategic marketing decision-making.

Materials and methods. During the study methods of searching, analyzing, generalizing data from information sources, systemic, comparative, marketing analysis, and survey were used.

Results. Before the survey, the modern assortment of contraceptives was studied, and an information array of them used to conduct the conjoint analysis was formed. At the same time, a survey among female respondents regarding their awareness of the contraception issues was conducted. As a result of the survey, 420 questionnaires with complete valid answers of women aged 16 to 49 years were collected. Each of the groups covered a 4-year age interval. In addition, 117 refusals of women to participate in the survey were collected. The reasons of the refusals were also taken into account in the study for a broader understanding of the functioning problems of the modern supply system of contraceptives.

Conclusions. It has been found that the degree to which women are familiar with the modern arsenal of contraceptives varies depending on their age. Overall, 78 % of women are partially familiar with the entire range of contraceptives. The percentage of women with a lack of information about the range of contraceptives increases with the transition to older age groups: after the age of 30, every sixth woman in Ukraine does not know about the existence of some types of contraception. Among women who are familiar with the entire range, the age group of 25-29 years prevails; it is associated with active family planning processes in this age range – 6.42 %. The opinions of women on the process of providing contraceptives and the role of men in this process have been analyzed. Thus, of the total number of respondents, 117 (21.78 %) women refused to take part in the survey, explaining their refusal by their lack of interest in this topic, ignoring the use of contraceptives, or by their shyness. This “taboo” of the topic is closely related to the problems of sex education, problems of motivation and involvement of medical representatives in the dissemination of information about contraceptives and their importance in the process of family planning. In addition, 69 % of women prefer to coordinate the choice of contraceptives with their husbands, and only 20 % of female consumers believe that the process of preventing or planning a pregnancy is personally woman’s business. The results of the survey prove the need to intensify the health education work to improve the level of education of women and men on contraception, as well as expanding the boundaries of access to contraceptives for the target consumer.

Key words: contraception; consumers; pharmaceutical provision

Т. В. МАГАНОВА, Н. А. ТКАЧЕНКО

Запорожский государственный медицинский университет, Украина

ИССЛЕДОВАНИЕ СТЕПЕНИ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО ПОДБОРУ КОНТРАЦЕПТИВОВ В ПРОЦЕССЕ ПЛАНИРОВАНИЯ СЕМЬИ

Целью работы является изучение степени осведомленности потребителей-женщин относительно ассортимента противозачаточных средств (ПС) и их использования, а также процесса обеспечения контрацептивами с последующим использованием полученных результатов для усовершенствования системы обеспечения ПС, принятия верных стратегических маркетинговых решений.

Материалы и методы. При проведении исследований использованы методы поиска, анализа и обобщения данных информационных источников, системного, сравнительного и маркетингового анализа, анкетирование.

Результаты. Предварительно был изучен современный ассортимент ПС и сформирован информационный массив контрацептивов, который использовался для проведения конджойнт-анализа. Одновременно проводилось анкетирование респондентов-женщин относительно их осведомленности в вопросах контрацепции. В результате опроса собрано 420 анкет с полными валидными ответами женщин в возрасте от 16 до 49 лет, каждая из групп охватывала 4-летний возрастной промежуток и 117 отказов женщин от участия в анкетировании по причинам, которые также были учтены в исследовании для более широкого понимания проблем функционирования современной системы обеспечения ПС.

Выводы. В результате проведенных исследований установлено, что степень ознакомления женщин с современным арсеналом ПС колеблется в зависимости от возраста. В целом, 78 % женщин частично знакомы со всем ассортиментом ПС. Процент женщин, которые имели дефицит информации об ассортименте ПС, увеличивается с переходом к старшим возрастным группам: после 30 лет каждая 6 женщина Украины не знает о существовании тех или иных видов контрацепции. Среди женщин, которые были знакомы со всем ассортиментом, преобладает возрастная группа 25-29 лет, что связано с активными процессами планирования семьи именно в этом возрастном промежутке – 6,42 %. Проанализировано видение женщин самого процесса обеспечения контрацептивами и роли мужчины в этом процессе. Так, от общего количества опрошенных отказались принимать участие в анкетировании 117 (21,78 %) женщин, объяснив отказ отсутствием интереса к данной теме, игнорированием использования ПС или своей застенчивостью. Такое «табуирование» темы тесно связано с проблемами полового воспитания, проблемами мотивации и привлечения медицинских представителей к распространению информации о ПС и их важности в процессе планирования семьи. Кроме того, 69 % женщин предпочитают согласовывать выбор ПС с мужем и только 20 % женщин-потребителей считают, что предотвращение или планирование беременности – лично женское дело. Результаты опроса доказывают необходимость активизации санитарно-просветительской работы по повышению уровня образованности женщин и мужчин в вопросах контрацепции, а также расширения границ доступности ПС для целевого потребителя.

Ключевые слова: контрацептивы; потребитель; фармацевтическое обеспечение

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сьогодні охорона здоров'я сприймається суспільством як невіддільна складова рівня і якості життя: має найважливіше значення для економічного розвитку держави, забезпечує відтворення і якість трудових ресурсів, створює базу для соціально-економічного зростання та є одним із забезпечувальних елементів національної безпеки країни. Демографічна криза, яка охопила нашу країну, зумовлює посилення уваги до сім'ї як осередку відтворення населення і трудового потенціалу країни. Важливе значення для зазначеного пріоритету і для збереження життя та здоров'я нового покоління має стан репродуктивного здоров'я.

За останнє десятиліття міжнародна спільнота дійшла висновку, що саме держава має гарантувати захист та розширення прав подружніх пар та інших представників суспільства стосовно контролю свого репродуктивного життя та отримання доступу до інформації і послуг щодо планування сім'ї. Згідно з ключовими міжнародними документами та положеннями про охорону репродуктивного здоров'я населення, планування сім'ї (ПС) постає основним засобом збереження здоров'я жінок та чоловіків, що належить до розряду фундаментальних прав людини [1, 2].

Однією зі складових системи ПС є контрацепція – методи запобігання непланованій вагітності. Саме на уникненні непланованої і ризикованої вагітності базується стратегія зменшення дитячої та материнської смертності. Також ефективними цільовими заходами удосконалення та покращення послуг з ПС є впровадження підходу вибору методу контрацепції відповідно до періодів життя, післяпологової та післяабортної контрацепції з дотриманням прав пацієнта, його бажання, можливостей, прихильності до застосування того чи іншого контрацептива. Висока якість обслуговування надає пацієнтам більше впевненості під час прийняття сучасних і поінформованих рішень з питань, пов'язаних з репродуктивним здоров'ям і використанням методів контрацепції [3]. Тому принцип «орієнтація на пацієнта» закладено в основу охорони здоров'я багатьох країн.

Невіддільною складовою охорони здоров'я є фармація, а отже, зазначені принципи окреслюють напрями розвитку і для фармацевтичного сектора. Сучасна фармація покликана своєчасно забезпечити якісними й доступними ліками усіх, хто потребує медикаментозної терапії. Одночасно фармацевтичні компанії повинні враховувати й економічну складову забезпечувального процесу, бути конкурентоспроможними на ринку та формувати високий рівень лояльності споживачів. Така багатогранна діяльність

фармацевтичних компаній (виробників ліків, аптек) неможлива без використання сучасної маркетингової концепції – концепції холистичного маркетингу [4], що враховує інтереси всіх суб'єктів процесу фармацевтичного забезпечення і акцентує увагу на максимальному задоволенні потреб цільових споживачів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Вивченню окремих аспектів у царині окресленого питання присвячено роботи іноземних [5, 6] і вітчизняних науковців. Зокрема, О. О. Кухар і Б. П. Громовик здійснювали оптимізацію системи просування лікарських засобів на вітчизняний ринок на прикладі оральних контрацептивів [7], Є. О. Передерій і Д. І. Дмитрієвський досліджували стан вітчизняного фармацевтичного ринку протизаплідних лікарських засобів для місцевого застосування [8], К. І. Пущак і О. М. Заліська провели фармакоеконімічні дослідження лікарських засобів для запобігання вагітності та лікування клімактеричних розладів у жінок [9], І. А. Зупанець і В. П. Черних у співавторстві [10, 11] спроектували фармацевтичну опіку під час видавання безрецептурних лікарських препаратів для запобігання небажаній вагітності та сприяння плануванню сім'ї, Н. О. Матяшова аналізувала споживання комбінованих оральних контрацептивів [12], О. Я. Стасів і О. М. Заліська аналізували стан допоміжних репродуктивних технологій у світі та Україні, а також витрати, пов'язані з ними [13].

ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Однак, незважаючи на значний науковий внесок згаданих вище науковців, у рамках реформування вітчизняної системи охорони здоров'я, у тому числі фармацевтичного сектора, та глобалізації інформаційно-економічного простору актуалізуються дослідження щодо використання основних положень та інструментів холистичного маркетингу на цільових сегментах, зокрема й ринку протизаплідних засобів (ПЗ).

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою роботи є вивчення ступеня обізнаності споживачів-жінок щодо асортименту і використання ПЗ, а також процесу забезпечення контрацептивами з подальшим використанням отриманих результатів для удосконалення системи забезпечення ПЗ і прийняття відповідних стратегічних маркетингових рішень.

Під час проведення досліджень використано методи пошуку, аналізу та узагальнення даних інформаційних джерел, системного, порівняльного та маркетингового аналізу, анкетування.

Обсяг репрезентативної вибірки для анкетування склав $n = 420$, що пов'язано з умовами проведення супутнього маркетингового дослідження на тій самій вибірці [14], а також валідністю подібних вибірок, які перевищують за обсягом розраховану випадкову вибірку для генеральної сукупності [15]. Використані квоти: дохід на душу населення, рівень освіти жінок та вік. Розміри квот у відсотковому співвідношенні відповідали реальній структурі генеральної сукупності [16]. Усі статистичні дані для формування квот отримано з Державної служби статистики України [17].

Для розрахунків було використано середовище Microsoft Excel 2010; довірчі інтервали для частот обчислено з використанням методу Вальда [18]:

$$S_p = \frac{p + \frac{Z_{1-\alpha/2}^2}{2n} + /- Z_{1-\alpha/2}^2 \sqrt{\frac{p(1-p)}{n} + \frac{Z_{1-\alpha/2}^2}{4n^2}}}{1 + \frac{Z_{1-\alpha/2}^2}{n}}$$

де S_p – межі довірчого інтервалу;
 p – частота ознаки у вибірці;
 $Z_{1-\alpha/2}^2 - 1,96$ для розрахування 95 % довірчого інтервалу;
 n – обсяг вибірки.

ВИКЛАДЕННЯ ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Дослідження проводили в декілька етапів. Першим кроком досліджень було вивчення сучасного асортименту ПЗ та формування інформаційного масиву щодо насиченості вітчизняного ринку ПЗ проти світового [19]. Сформований перелік контрацептивів далі використовували для проведення конджойнт-аналізу. Одночасно проводили анкетування респондентів-жінок щодо їхньої обізнаності в питаннях контрацепції. Респондентам було задано такі питання:

1. «Чи були ви знайомі з усіма методами контрацепції до опитування? Якщо ні, зазначте контрацептиви, про існування яких ви не знали» з двома варіантами відповіді: «Уперше знайомлюсь з ПЗ (перелік)», «Знайомі з ПЗ».
2. «Чи варто залучати чоловіків до процесу планування сім'ї?» з 3 варіантами відповідей: «Так», «Ні, це особиста справа жінки», «Не вирішила».
3. У разі відмови від участі у дослідженні: «Зазначте, будь-ласка, причину, через яку ви відмовляєтесь від участі у дослідженні».

У результаті опитування зібрано 420 анкет з повними валідними відповідями жінок у віці від 16 до 49 років, кожна з груп охоплювала

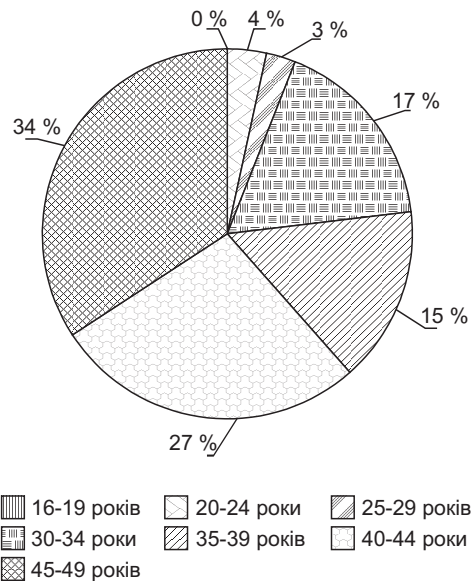


Рис. 1 Діаграма розподілу жінок за віком, які відмовилися від анкетування

4-річний віковий проміжок та 117 (21,78 % від загальної кількості) відмов жінок від участі в анкетуванні з причин, які також було враховано в дослідженні для ширшого розуміння проблем функціонування сучасної системи забезпечення ПЗ.

Результати анкетування засвідчили, що найбільшу кількість відмов було отримано від жінок віком від 45 до 49 років, що пояснюється психологічними особливостями, низьким рівнем освіченості з питань статевого виховання в країнах пострадянського простору, а також незначним досвідом спілкування з медичними працівниками з питань планування сім'ї та використання ПЗ.

Найбільшу зацікавленість до опитування виявили дівчата-підлітки віком від 16 до 19 років. Загалом, кількість відмов збільшувалась з переходом до старшої вікової квоти (рис. 1). Жінки аргументували свою відмову в опитуванні неактуальністю теми, нехтуванням використанням ПЗ, наявністю чоловіка або соромилися розмовляти на тему контрацептивного захисту.

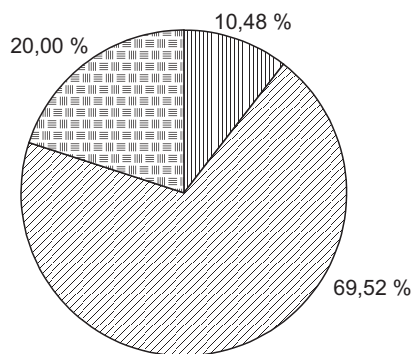
У ході аналізу визначено ступінь освіченості жінок за віковими квотами стосовно асортименту ПЗ: 78 % жінок уперше ознайомились з окремими видами контрацепції, такими, як підшкірний імплантат, контрацептивний аерозоль, жіночий презерватив, контрацептивна губка (більше 50 % від усього асортименту ПЗ).

За міжгруповим показником найбільший інформаційний дефіцит щодо можливих видів контрацепції та асортименту ПЗ спостерігався у вікових групах від 30 до 49 років. Кожна 6 жінка заявляла про незнання існування тих чи інших

Таблиця 1

**РОЗПОДІЛ ЖІНОК ЗА СТУПЕНЕМ
ОСВІЧЕНОСТІ «ВПЕРШЕ ЗНАЙОМЛЮСЯ З ПЗ»
ЗА ВІКОВИМИ КВОТАМИ**

| Вікова група | Вперше знайомлюся з ПЗ | 95 % довірчий інтервал |
|--------------|---------------------------|---------------------------|
| 16-19 років | 5,00 % | 3-8 % |
| 20-24 роки | 6,66 % | 5-9 % |
| 25-29 років | 7,85 % | 6-10 % |
| 30-34 роки | 13,80 % | 11-17 % |
| 35-39 років | 14,52 % | 11-18 % |
| 40-44 роки | 15,23 % | 12-19 % |
| 45-49 років | 15,23 % | 12-19 % |



■ Не визначились ■ Так ■ Ні

Рис. 2 Розподіл відповідей респондентів на питання: «Як ви вважаєте, чи потрібно залучати чоловіків до процесу планування сім'ї?»

видів контрацепції та виявляла зацікавленість у подальшому пошуку інформації цієї направленості (табл. 1). Така значна частка жінок-споживачів свідчить про низький рівень просвітницької діяльності з теми планування сім'ї.

Відповідно, лише 22 % жінок мали уявлення про всі можливі види контрацепції, серед яких найбільший відсоток становили жінки у віці від 25 до 29 років.

На нашу думку, такий результат пов'язаний з піком статевої активності, що припадає на цей життєвий період, зацікавленістю жінок питаннями планування сім'ї та своєчасної контрацепції (табл. 2).

Крім того, під час анкетування було з'ясовано думку жінок-споживачів ПЗ стосовно ролі чоловіків у процесі планування сім'ї: 7 з 10 жінок вважають, підбір ПЗ та планування вагітності повинні відбуватися узгоджено з чоловіком (рис. 2).

Деякі жінки висловлювали думку щодо використання чоловічої контрацепції. Причому за внутрішньогруповими частотами у вікових групах від 35 до 49 років відсутня відповідь «не

Таблиця 2

**РОЗПОДІЛ ЖІНОК ЗА СТУПЕНЕМ
ОСВІЧЕНОСТІ «ЗНАЙОМА З ПЗ»
ЗА ВІКОВИМИ КВОТАМИ**

| Вікова група | Знайома з ПЗ | 95 % довірчий інтервал |
|--------------|--------------|---------------------------|
| 16-19 років | 1,90 % | 0,9-3 % |
| 20-24 роки | 3,33 % | 2-6 % |
| 25-29 років | 6,42 % | 5-10 % |
| 30-34 роки | 4,76 % | 3-7 % |
| 35-39 років | 2,85 % | 2-5 % |
| 40-44 роки | 1,42 % | 0,7-3 % |
| 45-49 років | 0,90 % | 0,3-2 % |

визначились», а найбільша кількість (82-87 %) жінок, які планують/залучають чоловіків, спостерігається у віці від 25 до 35 років. Зазначені відсотки пов'язані з активним дітонародженням українок саме в цьому віковому проміжку [2].

Варто зауважити, що 20 % жінок вважають планування вагітності та використання ПЗ суто жіночою проблемою. Такий відсоток результатів можна пояснити активізацією процесу емансипації та фемінізації сучасного суспільства.

**ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

У результаті проведених досліджень визначено, що ступінь освіченості жінок щодо сучасного арсеналу ПЗ коливається залежно від віку. Загалом, 78 % жінок частково ознайомлені з усім асортиментом сучасних ПЗ. Частка жінок, які мали дефіцит інформації щодо асортименту ПЗ, збільшується з переходом до старших вікових груп: після 30 років кожна 6 жінка України не знає про існування тих чи інших видів контрацепції.

Серед жінок, які були знайомі з усім асортиментом, переважає вікова група 25-29 років, що пов'язано з активними процесами планування сім'ї саме в цьому віковому проміжку – 6,42 %.

Проаналізовано думку жіноцтва про забезпечення контрацептивами та роль чоловіка в цьому процесі. Так, від загальної кількості опитуваних 117 (21,78 %) відмовились брати участь в анкетуванні, пояснивши це незацікавленістю запропонованою темою, ігноруванням використання ПЗ або своєю сором'язливістю. Таке «табування» теми тісно пов'язано з проблемами статевого виховання, проблемами зацікавленості та залучення медичних представників до поширення інформації щодо ПЗ та їх важливості в процесі планування сім'ї.

Крім того, 69 % жінок віддають перевагу узгодженому вибору ПЗ разом із чоловіком

і лише 20 % жінок-споживачів вважають, що запобігання чи планування вагітності – особисто жіноча справа.

Результати опитування доводять необхідність активізації санітарно-просвітницької роботи

щодо підвищення рівня освіченості жінок і чоловіків з питань контрацепції, а також розширення меж доступності ПЗ для цільового споживача.

Конфлікт інтересів: відсутній.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Medical eligibility criteria for contraceptive use. 5th ed. Geneva : World Health Organization, 2015. 276 p. URL: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/181468/9789241549158_eng.pdf.
2. Family Planning: A Global Handbook for Providers. 3rd ed. / World Health Organization Department of Reproductive Health and Research (WHO/RHR) and Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health ; Center for Communication Programs (CCP). Baltimore ; Geneva : Knowledge for Health Project, 2018. 460 p. URL: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/260156/9780999203705-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
3. Планування сім'ї: адаптована клінічна настанова, заснована на доказах : додаток до Наказу МОЗ України від 21 січ. 2014 р. № 59. Київ, 2013. 133 с. URL: http://edu.medlib.dp.gov.ua/?page_id=2425.
4. Kotler P., Keller K. Marketing Management. 15th ed. USA : Pearson Higher Ed, 2016. 832 p.
5. Crespi S., Kerrigan M., Sood V. Budget impact analysis of 8 hormonal contraceptive options. *The American Journal of Managed Care*. 2013. Vol. 19, Iss. 7. P. e249–255. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23919444/>.
6. Ali M. M., Cleland J. Long term trends in behaviour to protect against adverse reproductive and sexual health outcomes among young single African women. *Reproductive Health*. 2018. Vol. 15. P. 136. DOI: <https://doi.org/10.1186/s12978-018-0576-6>.
7. Кухар О. О. Оптимізація системи просування лікарських засобів на вітчизняний ринок : автореф. дис. ... канд. фармацевт. наук : 15.00.01 / Львів. держ. мед. ун-т ім. Д. Галицького. Львів, 2002. 20 с.
8. Передерій Є. О. Розробка складу і технології вагінальних супозиторіїв сперміцидної дії з рослинним комплексом «Глюкорібін» : автореф. дис. ... канд. фармацевт. наук : 15.00.01 / НФаУ. Харків, 2007. 23 с.
9. Пушак К. І. Фармакоеконімічні дослідження лікарських засобів для запобігання вагітності та лікування клімактеричних розладів у жінок : автореф. дис. ... канд. фармацевт. наук : 15.00.01 / Львів. держ. мед. ун-т ім. Д. Галицького. Львів, 2008. 23 с.
10. Проект протоколу провізора (фармацевта) при відпуску безрецептурних лікарських препаратів: попередження небажаної вагітності та сприяння плануванню сім'ї / І. А. Зупанець та ін. *Клінічна фармація*. 2016. Т. 20, № 1. С. 18–25. DOI: <https://doi.org/10.24959/cphj.16.1378>.
11. Фармацевтична опіка : практ. посіб. / І. А. Зупанець та ін. Київ : Фармацевт Практик, 2017. 224 с.
12. Матяшова Н. О. Аналіз споживання комбінованих оральних контрацептивів. *Сучасні досягнення фармацевтичної технології і біотехнології* : зб. наук. пр. Харків : НФаУ. 2018. Вип. 4. С. 145–149.
13. Стасів О. Я., Заліська О. М. Аналіз витрат та результатів допоміжних репродуктивних технологій у світі та Україні. *Фармацевтичний журнал*. 2018. № 1. С. 32–40. DOI: <https://doi.org/10.32352/0367-3057.1-2.18.04>.
14. Kumar N., Scheer L. K., Steenkamp J. B. E. M. The effects of perceived interdependence on dealer attitudes. *Journal of Marketing Research*. 1995. № 32. P. 348–356. DOI: <https://doi.org/10.1177/002224379503200309>.
15. Добренков В. И., Кравченко А. И. Фундаментальная социология : в 15 т. Т. 1. Теория и методология. Москва : Академия, 2007. 392 с.
16. Маганова Т. В., Сергеева Л. Н. Застосування методів математичної статистики для оптимізації надання медичних послуг у сфері репродуктивних технологій : матеріали XXIII міжнар. мед. конгресу студентів та молодих вчених, м. Тернопіль, 15-17 квіт. 2019 р. Тернопіль : Укрмедкнига, 2019. С. 157.
17. Державна служба статистики України / Офіційний вебпортал Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
18. Гржибовский А. М. Доверительные интервалы для частот и долей. *Экология человека*. 2008. № 5. С. 57–60.
19. Маганова Т. В. Ткаченко Н. О. Аналіз ринку протизаплідних засобів у контексті фармацевтичної безпеки. *Актуальні питання фармацевтичної і медичної науки та практики*. 2020. № 1. С. 128–136. DOI: <https://doi.org/10.14739/2409-2932.2020.1.198187>.

REFERENCES

1. World Health Organization. (2015). *Medical eligibility criteria for contraceptive use*. (5 ed.). Geneva: Department of Reproductive Health and Research, World Health Organization, 192.
2. World Health Organization Department of Reproductive Health and Research (WHO/RHR) and Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health/Center for Communication Programs (CC), Knowledge for Health Project. (2018). *Family Planning: A Global Handbook for Providers* (3 ed.). Baltimore ;Geneva: World Health Organization, 460.
3. Ministerstvo okhorony zdorovia Ukrainy. (2013). *Planuvannia sim'i: adaptovana klinichna nastanova, zasnovana na dokazakh*. Kyiv: Ministerstvo okhorony zdorov'ia Ukrainy, 133. Available at: http://edu.medlib.dp.gov.ua/?page_id=2425.
4. Kotler, P., Keller, K. (2016). *Marketing Management*. (15th ed.). USA: Pearson Higher Ed, 832.
5. Crespi, S., Kerrigan, M., Sood, V. (2013). Budget impact analysis of 8 hormonal contraceptive options. *The American Journal of Managed Care*, 19 (7), e249–255. Available at: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23919444/>.
6. Ali, M. M., Cleland, J. (2018). Long term trends in behaviour to protect against adverse reproductive and sexual health outcomes among young single African women. *Reproductive Health*, 15, 136. doi: <https://doi.org/10.1186/s12978-018-0576-6>.
7. Kukhar, O. (2002). Optymizatsiia systemy prosvannia likarskykh zasobiv na vitchyzniani rynok. *Thesis of candidates abstract*. Lviv, 20.
8. Perederii, Ye. (2007). Rozrobka skladu i tekhnolohii vahinalnykh supozytoriiiv spermitsydnoi dii z roslynym kompleksom „Hliukoribin”. *Thesis of candidates abstract*. Kharkiv, 23.
9. Pushak, K. (2008). Farmakoeconomichni doslidzhennia likarskykh zasobiv dlia zapobihannia vahitnosti ta likuvannia klimakterychnykh rozladiv u zhinok. *Thesis of candidates abstract*. Lviv, 23.
10. Zupanets, I. A., Lischishina, O. M., Shylkina, O. O., Propisnova, V. V. (2016). *Klinichna farmatsiia*, 20 (1), 18-25. doi: <https://doi.org/10.24959/cphj.16.1378>.
11. Zupanets, I. A., Chernykh, V. P., Popov, S. B. et al. (2017). *Farmatsevychna opika*. Kyiv: Farmatsevt Praktyk, 224.
12. Matiashova, O. (2018). In: *Suchasni dosiahnennia farmatsevychnoi tekhnolohii i biotekhnolohii (Vyp.4)*. (pp.145-149). Kharkiv: NFaU.
13. Stasiv, O., Zaliska, O. (2018). *Farmatsevychnyi zhurnal*, 1, 32–40. doi: <https://doi.org/10.32352/0367-3057.1-2.18.04>.
14. Kumar, N., Scheer, L. K., Steenkamp, J. B. E. M. (1995). The effects of perceived interdependence on dealer attitudes. *Journal of Marketing Research*, 32, 348–356. doi: <https://doi.org/10.1177/002224379503200309>.
15. Dobrenkov, V. I., Kravchenko, A. I. (2007). *Fundamentalnaia sotciologiiia (Vols 1-15; Vol. 1: Teoriia i metodologiiia)*. Moscow: Akademiia, 392.
16. Mahanova, T., Serhieieva, L. (2019). *Materialy XXIII mizhnar. med. konhresu studentiv ta molodykh vchenykh* (p. 157). Ternopil: Ukrmedknyha.
17. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
18. Hrzhybovskyi, A. (2008). *Ekolohyia cheloveka*, 5, 57-60.
19. Mahanova T., Tkachenko. N. (2020). *Aktualni pytannia farmatsevychnoi i medychnoi nauky ta praktyky*, 13 (1 (32)), 128-136. doi: <https://doi.org/10.14739/2409-2932.2020.1.198187>.

Адреса для листування:

69035, м. Запоріжжя, пр. Маяковського, 26.

Тел. 0990805820. E-mail: bataneofarm@gmail.com.

Запорізький державний медичний університет

Маганова Т. В. (ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-7008-3102>)

Ткаченко Н. О. (ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-8566-5938>)

Надійшла до редакції 09.01.2021 р.