



**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я
ЗАПОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

**ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ**

«Запорізький фармацевтичний форум – 2025:

***Фармація майбутнього –
від сучасного стану до глобальних викликів»***

20–21 листопада 2025 р.



***Запоріжжя
2025***

Оцінка кореляційного зв'язку між показником соціального інтелекту персоналу досліджуваних ФП та рівнем їх залученості показала, що співробітники з високим рівнем соціального інтелекту демонструють й високі показники залученості.

Розрахунок кореляційного зв'язку між показником соціального інтелекту та лояльністю персоналу, виявив достовірну високу кореляцію між цими показниками, що доводить наявність позитивного зв'язку між соціальним інтелектом та наміром працівників залишитися працювати на ФП. Це свідчить про важливу роль лояльності персоналу у формуванні КБ підприємства.

Висновки. На підставі проведеного дослідження можна стверджувати, що саме соціальний інтелект персоналу ФП відіграє важливу роль у формуванні ефективної взаємодії працівників, сприяє зниженню конфліктів в колективі, успішному виконанню професійних обов'язків, підвищенню рівня корпоративної культури, зміцненню кадрового потенціалу, що є ключовими умовами забезпечення КБ підприємства.

КЛІНІКО-МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ СУЧАСНИХ ТОПІЧНИХ ПРЕПАРАТІВ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ МІКОЗУ СТОП НА ОТС-РИНКУ

Р. Притула¹, І. Бушуєва²

¹Національний військово-медичний клінічний центр «Головний військовий клінічний госпіталь» з медичного постачання (Київ, Україна)

²Запорізький державний медико-фармацевтичний університет (Запоріжжя, Україна)
valery999@ukr.net²

Вступ. Мікоз стоп (Tinea pedis) залишається одним із найбільш поширених дерматологічних захворювань, яке, попри значну пропозицію безрецептурних (ОТС) протигрибкових препаратів, демонструє високий відсоток рецидивів. Це обумовлено, перш за все, низьким комплаєнсом пацієнтів та недосконалістю традиційних форм випуску, що не забезпечують достатньої концентрації діючої речовини у вогнищі інфекції (особливо у глибоких шарах епідермісу). В умовах насиченого ОТС-ринку з великою кількістю генеричних засобів, маркетингова успішність новітніх топічних препаратів вимагає переосмислення стратегії, фокусуючись не лише на фунгіцидній ефективності, але й на клініко-економічних та поведінкових перевагах.

Метою роботи є обґрунтування ключових клініко-маркетингових програм, здатних забезпечити ефективну диференціацію та конкурентоспроможність сучасних топічних протигрибкових препаратів на фармацевтичному ринку шляхом аналізу факторів, що впливають на прихильність пацієнтів до лікування (комплаєнс) та якості їхнього життя.

Результати і обговорення. Проведений аналіз дозволив сформулювати три основні стратегічні напрями диференціації:

1. Пріоритет технології доставки над активною речовиною. Встановлено, що ключовим фактором підвищення ефективності є форма випуску, а не лише сам активний компонент. Маркетинг має акцентувати увагу на інноваційних транспортних системах (наприклад, ліпосомальні гелі, спреї-муси), які гарантують глибоке проникнення діючої речовини та пролонгований фунгіцидний ефект. Це дозволяє успішно просувати препарати як такі, що забезпечують короткі курси лікування, що є критичним для покращення комплаєнсу.

2. Інтеграція естетичних та соціальних переваг. Виявлено, що сором та естетичний дискомфорт, спричинений мікозом, є сильними мотиваторами для споживача. Ефективний маркетинг має позиціонувати продукт як засіб «Комплексного естетичного відновлення». Це включає наголос на вторинних ефектах препарату, таких як: швидке усунення неприємного запаху (дезодорація), пом'якшення огрубілої шкіри та миттєве зняття свербіння, що безпосередньо покращує якість життя пацієнта вже на ранніх етапах терапії.

3. Використання дискретних цифрових каналів для усунення бар'єру «сорому». З огляду на інтимний характер проблеми, пацієнти віддають перевагу анонімному пошуку рішень.

Створення ефективного цифрового маркетингового шляху, що включає контент для самодіагностики, інтерактивні опитувальники та можливість дискретного придбання (онлайн-замовлення з доставкою), є ключовим для охоплення цільової аудиторії та переведення її з фази пошуку до фази лікування. Це також вимагає підготовки фармацевтів до надання кваліфікованої консультації як в онлайн, так і в очному режимах.

Висновки. Фармацевтичний маркетинг сучасних топічних протигрибкових препаратів має відійти від традиційної конкуренції виключно за діючою речовиною. Успішна стратегія диференціації будується на трьох взаємопов'язаних векторах:

1. Клініко-економічна перевага за рахунок підвищення комплаєнсу через короткі курси терапії та інноваційну технологію доставки.
2. Поведінкова перевага, що досягається завдяки підкресленню естетичних переваг та швидкого покращення якості життя пацієнта.
3. Стратегічна комунікація через використання дискретних цифрових каналів та посилення експертної ролі фармацевта.

Такі підходи дозволяють не тільки збільшити ринкову частку інноваційних продуктів, але й сприяють раціональному використанню протигрибкових засобів та зниженню ризику рецидивів у хворих.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗРОБКИ КОМБІНОВАНИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ ТЕРАПІЇ ВАГІНАЛЬНИХ КАНДИДОЗІВ

І. Пухальська¹, Г. Лисянська², Д. Сафронова³

*^{1,2,3}Запорізький державний медико-фармацевтичний університет (Запоріжжя, Україна)
wellirin@gmail.com¹, lyska1210@gmail.com²*

Вступ. Вульвовагінальний кандидоз є поширеним інфекційним ураженням слизової оболонки вульви та піхви, яке спричиняють гриби роду *Candida*. Мета роботи – обґрунтувати доцільність розробки комбінованих вагінальних м'яких засобів, які містять окрім протигрибкового компонента екстракційний фітозасіб.

Матеріали та методи. Проводили аналіз літературних даних щодо асортименту та складу засобів для вагінального застосування, які показані для терапії вагінальних кандидозів.

Результати. На сучасному фармацевтичному ринку лікарські препарати із групи G01 «Протимікробні і антисептичні засоби, що використовуються у гінекології» для місцевого застосування представлені, переважно, препаратами на основі клотримазолу, натаміцину, еконазолу, тріазолу, міконазолу, поліміксину, хлорхіналдолу, ністатину, кетоконазолу. Лікарські форми характеризуються певним різноманіттям і включають креми, гелі, вагінальні таблетки, супозиторії. При цьому за призначенням лікаря місцеве лікування може поєднуватися з пероральним прийомом ефірних олій, які перешкоджають розвитку інфекції, а також застосуванням фітотерапевтичних засобів вагінально.

Слід зазначити, що на ринку асортимент препаратів, які містять синтетичні антигрибкові компоненти та інгредієнти рослинного походження, дуже малочисельні. Прикладом можна навести Фоліаль супозиторії вагінальні, які містять полісахариди з алое вера, ефірні олії шавлії, чайного дерева, екстракт насіння грейпфрута, молочну кислоту, (виробник Biodue S.p.A., Італія) або Вагікаль супозиторії вагінальні, що містять *Calendula officinalis* 150 мг (виробник ФАРМІНА Лтд., Польща). В цілому, серед фітоскладових вагінальних препаратів можна відзначити ефірні олії чайного дерева, чабрецю, екстракти шавлії, чабрецю, календули, ромашки, евкаліпту, алое вера. Перспективним у терапії запальних захворювань можна зазначити препарати сосни, наприклад, у формі екстракту як натуральний засіб для підвищення захисних сил організму, який характеризується імуномодуляторним та антиоксидантним ефектами, має спазмолітичну і бактерицидну дію на патогенні грампозитивні мікроорганізми.

ОПТИМІЗАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПАРАМЕТРІВ КІЛЬКІСНОГО СПІВВІДНОШЕННЯ ВВЕДЕНИХ КОМПОНЕНТІВ ДО СКЛАДУ АЕРОЗОЛЮ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ РАНОВИХ ІНФЕКЦІЙ	113
<i>М. Попова, О. Салій, В. Страшний</i>	
НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	114
<i>О. Посилкіна, М. Дабіжса</i>	
СОЦІАЛЬНИЙ ІНТЕЛЕКТ ПЕРСОНАЛУ, ЯК ОСНОВА КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ	115
<i>О. Посилкіна, А. Лісна</i>	
КЛІНІКО-МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ СУЧАСНИХ ТОПІЧНИХ ПРЕПАРАТІВ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ МІКОЗУ СТОП НА ОТС-РИНКУ	116
<i>Р. Притула, І. Бушуєва</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗРОБКИ КОМБІНОВАНИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ ТЕРАПІЇ ВАГІНАЛЬНИХ КАНДИДОЗІВ	117
<i>І. Пухальська, Г. Лисянська, Д. Сафронова</i>	
ФАРМАЦЕВТИЧНА ДОПОМОГА ХВОРИМ НА РОЗСІЯНИЙ СКЛЕРОЗ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	118
<i>С. Рижкова, Н. Ткаченко</i>	
ІШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА КОГНІТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ ДО ІНТЕГРОВАНОГО ТЕСТОВОГО ІСПИТУ КРОК СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ «ФАРМАЦІЯ»	119
<i>О. Рижов</i>	
МЕТОДИ КІЛЬКІСНОГО ВИЗНАЧЕННЯ ФЕКСОФЕНАДИНУ В ОБ'ЄКТАХ БІОЛОГІЧНОГО ПОХОДЖЕННЯ	121
<i>С. Романова, М. Михалків, І. Івануса, Я. Яцюк</i>	
ПОРІВНЯЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІСАХАРИДІВ ТРАВИ ВІВСУ ПОСІВНОГО СОРТІВ УКРАЇНСЬКОЇ СЕЛЕКЦІЇ	122
<i>А. Рудник, О. Хворост, Ю. Федченкова</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФАРМАКОТЕРАПІЇ ВІЛ-ІНФЕКЦІЇ.....	123
<i>З. Рябоконт, С. Соловійов</i>	
ЕФЕКТИВНА СИСТЕМА УФ-ФІЛЬТРІВ У СКЛАДІ СОНЦЕЗАХИСНОГО ЗАСОБУ ДЛЯ ШКІРИ, СХИЛЬНОЇ ДО АКНЕ	124
<i>Т. Савицька</i>	
IN SILICO АНАЛІЗ ТОКСИЧНОСТІ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ БІОЛОГІЧНОЇ АКТИВНОСТІ 3- (АЛКІЛТІО)-N-(4-ФТОРБЕНЗИЛ)-5-(ТІОФЕН-2-ІЛМЕТИЛ)-4Н-1,2,4-ТІАЗОЛ-4-АМІНІВ	125
<i>А. Сафонов, В. Шульга</i>	
ПРОБЛЕМИ НАВЧАННЯ І РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ АПТЕК <u>З</u> УРАХУВАННЯМ ВИКЛИКІВ ВОЄННОГО ЧАСУ	126
<i>О. Севрюков</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ЗМІШАНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ ФАХІВЦІВ ФАРМАЦІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ.....	127
<i>О. Семенов, О. Заліська</i>	
АНАЛІЗ НОРМАТИВНИХ ДОКУМЕНТІВ І НАВЧАЛЬНОЇ ЛІТЕРАТУРИ З АПТЕЧНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ ЛІКІВ НА ПРЕДМЕТ АКТУАЛЬНОГО СКЛАДУ РЕЦЕПТІВ.....	128
<i>О. Серебрякова</i>	
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ДЕРМАТОЛОГІЧНИХ АНТИБАКТЕРІАЛЬНИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ ТОПІЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ.....	129
<i>І. Скупий, О. Литвиненко, С. Гладішева</i>	
ДОСЛІДЖЕННЯ ВМІСТУ ЖИРНИХ КИСЛОТ У ТРАВІ ПОРТУЛАКУ ВЕЛИКОКВІТКОВОГО .	130
<i>Л. Слободянюк, Н. Оленюк</i>	