



# Клініко-маркетинговий аналіз споживчої поведінки на ринку топічних антимікотичних препаратів для лікування вульвовагінального кандидозу в Україні

Т. В. Мельник<sup>1</sup>A,C,D, В. В. Гладішев<sup>2</sup>B,E,F

Запорізький державний медико-фармацевтичний університет, Україна

A – концепція та дизайн дослідження; B – збір даних; C – аналіз та інтерпретація даних; D – написання статті; E – редагування статті; F – остаточне затвердження статті

Високий рівень поширеності вагінального кандидозу серед жінок репродуктивного віку (75–90 %), тенденція до самолікування й активне використання безрецептурних антимікотичних препаратів зумовлюють зростання медико-соціальної та фармацевтичної значущості цієї проблеми. В умовах трансформації фармацевтичного ринку, зміни споживчої поведінки та розвитку онлайн-каналів збуту особливої актуальності набуває комплексний аналіз ринку топічних антимікотичних засобів. Це дослідження спрямоване на обґрунтування сучасних тенденцій, факторів вибору та перспектив розвитку асортименту, враховуючи потреби споживачів із різних груп.

**Мета роботи** – клініко-маркетинговий аналіз і дослідження споживчої сегментації ринку топічних антимікотичних препаратів для терапії вагінальних інфекцій з акцентом на поведінковій моделі, фактори вибору лікарських форм і особливості самолікування серед жінок репродуктивного віку.

**Матеріали і методи.** Матеріали дослідження – відкриті джерела інформації щодо ринку топічних антимікотичних препаратів для терапії вагінальних інфекцій, зокрема державні реєстри лікарських засобів України, аналітичні звіти фармацевтичних компаній, наукові публікації та дані про споживчі переваги, отримані на підставі анкетування респонденток.

**Результати.** Здійснено маркетинговий і сегментаційний аналіз фармацевтичного ринку топічних антимікотичних препаратів, що застосовують під час лікування пацієнтів із вагінальними інфекціями. Досліджено сучасну структуру ринку, визначено основних виробників, встановлено частки вітчизняних і зарубіжних препаратів, а також виявлено ключові тенденції розвитку сегмента. Особливу увагу приділено аналізу споживчого попиту, що дає змогу визначити перспективи розширення асортименту, підвищення конкурентоспроможності та ефективності маркетингових стратегій.

**Висновки.** Ринок топічних антимікотичних препаратів характеризується стабільним попитом, що зумовлений високою поширеністю вагінального кандидозу та переважанням самолікування безрецептурними засобами, це обґрунтовує доцільність розширення асортименту лікарських форм. Поведінка споживачів залежить від соціально-демографічних чинників: молоді жінки частіше обирають комбіновані препарати, споживачі з нижчим доходом орієнтуються на доступність і ціну; це дає змогу диференціювати лікувальні стратегії. Зростання онлайн-дистрибуції поряд із домінуванням традиційних аптек, а також висока частота рецидивів обґрунтовують необхідність розробки освітніх програм, інноваційних комбінованих засобів та адаптації логістичних, регуляторних підходів.

**Ключові слова:** лікарські засоби, антимікотичні препарати, вагінальні інфекції, маркетингові дослідження, клініко-маркетинговий аналіз, анкетування, споживчий попит, вагінальний кандидоз, фармацевтичний ринок.

**Актуальні питання фармацевтичної і медичної науки та практики. 2026. Т. 19, № 1(50). С. 60-68**

## Clinical and marketing analysis of consumer behavior in the market of topical antifungal agents for the treatment of vulvovaginal candidiasis in Ukraine

T. V. Mielnyk, V. V. Gladyshev

The high prevalence of vaginal candidiasis among women of reproductive age (75–90 %), the tendency to self-medication and the active use of over-the-counter antimycotic drugs lead to an increase in the medical, social and pharmaceutical significance of this problem. In the context of the transformation of the pharmaceutical market, changes in consumer behavior and the development of online sales channels, a comprehensive analysis of the topical antimycotic drugs market is becoming especially relevant. This study is aimed at substantiating current trends, selection factors and prospects for the development of the range, considering the needs of different groups of consumers.

### ARTICLE INFO

UDC 615.282.84:618.15/.16]:339.13.021(477)  
DOI: 10.14739/2409-2932.2026.1.349541

Current issues in pharmacy and medicine: science and practice. 2026;19(1):60-68

**Keywords:** medicinal products, antifungal drugs, vaginal infections, marketing research, clinical marketing analysis, survey, consumer demand, vaginal candidiasis, pharmaceutical market.

Received: 17.11.2025 // Revised: 22.01.2026 // Accepted: 11.02.2026

© The Author(s) 2026. This is an open access article under the [Creative Commons CC BY 4.0 license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

**The aim** of the study is to conduct a clinical marketing analysis and investigate consumer segmentation of the topical antifungal drug market for the treatment of vaginal infections, with a focus on behavioral patterns, factors influencing the choice of dosage forms, and self-medication practices among women of reproductive age.

**Materials and methods.** The materials of the study were open sources of information on the market of topical antimycotic drugs for the treatment of vaginal infections, in particular, state registers of medicines of Ukraine, analytical reports of pharmaceutical companies, scientific publications and data on consumer preferences obtained based on questionnaires of respondents.

**Results.** The work carried out a marketing and segmentation analysis of the pharmaceutical market of topical antimycotic drugs intended for the therapy of vaginal infections. The modern structure of the market was studied, the main manufacturers were identified, the share of domestic and foreign drugs was estimated, and key trends in the development of the segment were identified. Particular attention is paid to the analysis of consumer demand, which allows us to outline the prospects for expanding the range, increasing the competitiveness and effectiveness of marketing strategies.

**Conclusions.** The market for topical antimycotic drugs is characterized by stable demand due to the high prevalence of vaginal candidiasis and the predominance of self-treatment with OTC (over-the-counter) drugs, which actualizes the expansion of the range of dosage forms. Consumer behavior depends on socio-demographic factors: young women are more likely to choose combination drugs, while lower-income consumers focus on availability and price, which creates opportunities for differentiated strategies. The growth of online distribution along with the dominance of traditional pharmacies and a significant share of relapses determines the need for educational programs, innovative combined tools and adaptation of logistics and regulatory approaches.

**Keywords:** medicinal products, antifungal drugs, vaginal infections, marketing research, clinical marketing analysis, survey, consumer demand, vaginal candidiasis, pharmaceutical market.

**Current issues in pharmacy and medicine: science and practice. 2026;19(1):60-68**

За даними епідеміологічних досліджень, вагінальний кандидоз (vulvovaginal candidiasis) – одна з найпоширеніших інфекційних патологій жіночої репродуктивної системи, що посідає провідне місце серед грибкових інфекцій у жінок репродуктивного віку. Принаймні один епізод захворювання протягом життя переносять 75–90 % жінок, при цьому рецидивний перебіг (з різною частотою епізодів) діагностують у значної частки пацієнток [1,2,3]. Так, за сучасними зарубіжними даними, у 8–10 % жінок виявляють рецидивну форму захворювання, зокрема  $\geq 4$  епізоди на рік. Висока поширеність і схильність до рецидивування істотно впливають на якість життя пацієнток та зумовлюють потребу в тривалій і раціональній фармакотерапії, а також формують стабільний попит на протигрибкові лікарські засоби [4,5].

У зв'язку з доступністю безрецептурних топічних антимікотичних препаратів, поширенням практики самолікування та розширенням фармацевтичного асортименту актуальним є комплексне дослідження ринку місцевих антимікотичних засобів для лікування вагінального кандидозу для обґрунтування сучасних тенденцій споживання та перспектив його розвитку.

## Мета роботи

Клініко-маркетинговий аналіз і дослідження споживчої сегментації ринку топічних антимікотичних препаратів для терапії вагінальних інфекцій з акцентом на поведінкові моделі, фактори вибору лікарських форм і особливості самолікування серед жінок репродуктивного віку.

## Матеріали і методи дослідження

Матеріал для дослідження – відкриті джерела інформації щодо ринку топічних антимікотичних препаратів для терапії вагінальних інфекцій, зокрема державні реєстри лікарських засобів України, аналітичні звіти

фармацевтичних компаній, наукові публікації та дані про споживчі переваги, отримані на підставі анкетування респонденток.

Під час дослідження застосовано комплекс методів: аналіз відомостей наукової літератури та даних зі статистичних джерел для систематизації даних про структуру ринку; сегментаційний і порівняльний аналіз для оцінювання асортименту, виробників, цінової політики та каналів збуту; анкетування споживачів для збору первинних даних щодо соціально-демографічних характеристик, моделей споживання, факторів вибору препаратів і переваг щодо лікарських форм.

Основна цільова група дослідження – жінки репродуктивного віку (віком 18–45 років), які застосовують або можуть застосовувати топічні антимікотичні препарати (Клотримазол, Міконазол). Генеральну сукупність формували на основі статистичних даних про кількість споживачів відповідного сегмента, вона становила 158 осіб, яких залучили до дослідження, враховуючи соціально-демографічні та географічні характеристики. Для забезпечення репрезентативності вибірки визначено такі статистичні параметри: рівень достовірності 95 % ( $Z = 1,96$ ), допустима похибка  $\pm 5$  % ( $E = 0,05$ ) та очікувана частка респондентів  $p = 0,5$ . Розрахунок показав, що для репрезентативності дослідження необхідно опитати 112 респондентів із генеральної сукупності 158 осіб.

Дані зібрано за допомогою структурованої анкети, що включала соціально-демографічні характеристики (вік, регіон проживання); поведінкові моделі споживання (самолікування, звернення до лікаря, використання безрецептурних (OTC, over-the-counter) препаратів і комбінованих форм); фактори вибору лікарських засобів (ефективність, ціна, доступність, рекомендації лікарів); частоту рецидивів та переваги щодо лікарських форм.

Дані опрацьовано з використанням методів описової статистики, а саме з оцінювання частоти, обчисленням

середніх значень і стандартного відхилення, аналізом асоціативних зв'язків між окремими показниками.

Дослідження здійснили, дотримуючись етичних стандартів, викладених у чинних нормативних документах, включаючи Гельсінську декларацію, Конвенцію Ради Європи про права людини та біомедицину, та інших правових актах. Протокол анкетування та матеріали, викладені у статті, розглянуто та схвалено Комісією з питань біоетики Запорізького державного медико-фармацевтичного університету (протокол від 06.02.2026 року № 2). Для забезпечення дотримання усіх вимог щодо біоетики під час дослідження за участі людини як об'єкта враховували принципи добровільної участі, анонімності та конфіденційності респондентів.

## Результати

Ринок антимікотичних вагінальних препаратів – важливий спеціалізований сегмент фармацевтичного ринку України, орієнтований на лікування гінекологічних інфекцій і захворювань. До цього сегмента належать лікарські форми для місцевого застосування (креми, супозиторії, таблетки, гелі тощо), призначені для терапії грибкових інфекцій піхви. Основним показанням є кандидоз (вульвовагініт, зумовлений грибами роду *Candida spp.*) та інші грибкові ураження, як-от трихофітія та змішані мікози.

Для оптимізації вибору терапевтичних засобів при вагінальних грибкових інфекціях доцільно використовувати систематизовані алгоритми призначення препаратів. Вони враховують клінічний стан пацієнтки, тип збудника, частоту рецидивів, наявність супутніх захворювань, форму випуску препаратів і рекомендації щодо дозування. Використання таких алгоритмів сприяє підвищенню ефективності лікування, зниженню ризику розвитку резистентності та забезпеченню безпеки терапії, особливо у вагітних і жінок із супутніми патологіями (табл. 1) [6,7,8,9].

Після узагальнення даних, наведених у таблиці 1, доцільно візуалізувати терапевтичні підходи, враховуючи етіологічні чинники вагініту. Систематизація критеріїв вибору лікарських засобів і режимів їх застосування у графічній формі дає змогу наочно відтворити клінічну логіку лікувального процесу та послідовність ухвалення терапевтичних рішень. Це сприяє підвищенню інформативності та практичного значення викладеного матеріалу.

Тому на наступному етапі розроблено схеми лікування пацієнток із найпоширенішими чинниками вагініту. Ці схеми ілюструють диференційований підхід до терапії залежно від типу інфекційного агента (кандидозний, бактеріальний, трихомонадний, змішаний вагініт), клінічного

Таблиця 1. Алгоритми вибору препаратів для лікування вагінальних кандидозів [10]

Етап	Критерії вибору	Рекомендовані препарати	Форма випуску	Добова доза	Тривалість	OTC / Rx	Примітки
Діагностика	Клінічні симптоми (свербіж, сирністі виділення); мікроскопія, посів, ПЛР ( <i>C. albicans</i> / <i>non-albicans</i> ); класифікація: гострий, рецидивний, ускладнений	–	–	–	–	–	Посів у разі виникнення рецидиву або коли припускають розвиток резистентності
Гострий неускладнений кандидоз	Легкий перебіг, перший епізод; <i>C. albicans</i> підтверджений або ймовірний	Клотримазол, Міконазол, Натаміцин, Флуконазол	Крем 1 % / 2 %, супозиторії 100 мг, таблетки 150 мг	5 г 1–2 рази на добу; 1 супозиторій на добу; 1 таблетка. одноразово	7–14 днів	OTC / Rx	Натаміцин – препарат вибору для вагітних
Рецидивний кандидоз	≥4 епізоди на рік; можлива резистентність до азолів	Клотримазол, Міконазол, Ністатин, Флуконазол (підтримка)	Таблетки 500 мг, супозиторії 200 мг / 500 000 ОД, таблетки 150 мг	1 таблетка разово, повтор через 3 дні; 1–2 супозиторії на добу; 1 таблетка на тиждень	3–14 днів / 6 місяців	OTC / Rx	Додати пробіотики (Лактожиналь 1–2 супозиторії на добу, 7–14 днів)
Ускладнений кандидоз	Вагітність, імунодефіцит, діабет; змішані інфекції	Натаміцин, Клотримазол, Поліжинакс, Тержинакс	Супозиторії 100 мг, таблетки 100 мг, супозиторії	1 супозиторій на добу; 1 таблетка на добу	6–12 днів	OTC / Rx	Категорія В (FDA) для вагітних; уникати Флуконазолу в I триместрі
Некандидозні форми ( <i>C. glabrata</i> , <i>C. krusei</i> )	Резистентність до азолів; посів для визначення чутливості	Ністатин, Натаміцин, Борна кислота, Повідон-йод (Бетадин)	Супозиторії 500 000 ОД, 100 мг, капсули 600 мг, супозиторії 200 мг	1–2 супозиторії на добу; 1 капсула на добу	6–14 днів	Rx / OTC	Борна кислота – лише за призначенням; антисептики для змішаних інфекцій
Мониторинг і профілактика	Оцінювання через 3–7 днів; усунення факторів ризику; профілактика рецидивів	Лактожиналь, Флуконазол	Супозиторії, таблетки 150 мг	1–2 супозиторії на добу; 1 таблетка на тиждень	7–14 днів / 6 місяців	OTC / Rx	Контроль глікемії при діабеті, уникати синтетичної білизни

Таблиця 2. Схеми лікування найпоширеніших причин вагініту [11,12,13]

Початкові схеми лікування	Альтернативні схеми	Вагітність	Рецидиви	Лікування статевих партнерів
<b>Бактеріальний вагіноз</b>				
Метронідазол 500 мг перорально 2 р/добу 7 днів або Метронідазол 0,75 % гель 5 г інтравагінально 1 р/добу 5 днів або Кліндамицин 2 % крем 5 г інтравагінально 7 днів	Тинідазол 2 г перорально 1 р/добу 2 дні або Тинідазол 1 г перорально 5 днів або Кліндамицин 300 мг перорально 2 р/добу 7 днів або Кліндамицин 100 мг інтравагінально 3 дні	Метронідазол 500 мг перорально 2 р./добу 7 днів	Перший рецидив: повторення початкової або альтернативної схеми; множинні рецидиви: Метронідазол 0,75 % гель 2 р./тиждень 4–6 місяців	Рутинне лікування не рекомендоване
<b>Вульвовагінальний кандидоз</b>				
Топічні азолі (Клотримазол, Міконазол, Натаміцин) або Флуконазол 150 мг перорально одноразово	Для <i>non-albicans</i> : Ністатин, Натаміцин, борна кислота (за призначенням)	Лише топічні азолі 7 днів (Флуконазол протипоказаний)	Індукція: топічні азолі 7–14 днів або Флуконазол 150 мг на 1, 4, 7 день; підтримка: Флуконазол 100–200 мг 1 р./тиждень 6 місяців	Не рекомендоване, якщо партнер безсимптомний
<b>Трихомоніаз</b>				
Метронідазол 2 г перорально одноразово або Тинідазол 2 г перорально одноразово	Метронідазол 500 мг перорально 2 р./добу 7 днів	Метронідазол 2 г перорально одноразово (дозволений на будь-якому терміні)	Якщо одноразова доза неефективна, 500 мг 2 р./добу 7 днів; якщо неефективно, 2 г 2 р/добу 7 днів. Якщо ефекту немає, доцільна консультація спеціалізованого центру	Обов'язкове одночасне лікування; утримання від статевих контактів до завершення терапії

Таблиця 3. Результати анкетування: таблиця відповідей споживачів

Запитання	Варіант відповіді	Відсоток респондентів	Вибірка (рекомендовано)
Вік	18–25	25 %	112
	26–35	40 %	
	36–45	30 %	
	46+	5 %	
Стать	Жіноча	100 %	
Рівень доходу	Низький	20 %	
	Середній	60 %	
	Високий	20 %	
Місце проживання	Місто	70 %	
	Селище, село	30 %	
Лікування	Самолікування ОТС-препаратами	65 %	
	Звернення до лікаря	30 %	
	Інше	5 %	
Фактори вибору	Ефективність	50 %	
	Ціна	30 %	
	Доступність	20 %	
Частота рецидивів	Ніколи	40 %	
	1–2 рази на рік	40 %	
	3–4 рази на рік	15 %	
	>4 разів на рік	5 %	
Форма препарату	Моноформи	60 %	
	Комбіновані форми	40 %	

перебігу захворювання та індивідуальних особливостей пацієнтки, сприяють уніфікації лікувальної тактики, підвищенню раціональності фармакотерапії та практичній зручності використання в клінічній практиці. Наведені дані ґрунтуються на принципах доказової медицини та відповідають актуальним клінічним рекомендаціям міжнародних і національних профільних організацій. У таблиці 2 наведено основні нозологічні форми вагініту (бактеріальний вагіноз, вульвовагінальний кандидоз і трихомоніаз) та рекомендовані стартові й альтернативні схеми фармакотерапії.

Окрему увагу приділено корекції лікувальної тактики у спеціальних клінічних ситуаціях, як-от під час вагітності, при рецидивному перебігу захворювання та у разі неефективності стандартної терапії. Зауважимо, що в таблиці 2 наведено підходи до лікування статевих партнерів, що має принципове значення для профілактики реінфекції, особливо при трихомоніазі. Отже, узагальнені й практично орієнтовані дані забезпечують логічний зв'язок між діагностичними критеріями, вибором лікарських засобів і клінічними результатами лікування та можуть бути використані як алгоритмічна основа для раціональної фармакотерапії вагінітів у клінічній практиці [14,15].

Після систематизації схем лікування найпоширеніших форм вагініту на наступному етапі дослідження здійснили сегментаційний аналіз ринку топічних антимікотичних препаратів. Мета цього методу – виділення окремих груп споживачів, оцінювання їхніх демографічних, клінічних і поведінкових характеристик, а також виявлення факторів, що впливають на вибір лікарських форм і брендів [16,17]. Такий підхід дає змогу не лише визначити основні характеристики споживача, але й оцінити попит на різні форми препаратів (креми, супозиторії та вагінальні таблетки) залежно від типу інфекції, частоти рецидивів та особливостей стану здоров'я пацієнтки.

Анкету розроблено з акцентом на максимальній точності та надійності даних для мінімізації упередження та забезпечення репрезентативності результатів (табл. 3).

## Обговорення

У результаті аналізу отриманих даних встановили, що основну частку вибірки становили жінки віком 26–35 років (40 %) та 36–45 років (30 %), а отже до дослідження залучено переважно респонденток молодого та середнього віку (рис. 1).

Жінки з цих груп за віком здебільшого самостійно лікувалися ОТС-препаратами. Молодші респондентки (віком 18–25 років) частіше обирали звертатися до лікаря або комбіновані форми для профілактики рецидивів. Отже, віковий фактор корелює з частотою самолікування: молодші жінки обережніші, старші покладаються на ОТС-препарати швидкої дії.

Щодо рівня доходу та вибору ліків встановлено: 60 % респонденток мали середній дохід, 20 % – високий, 20 % – низький (рис. 2).

Ефективність препарату є пріоритетом для всіх груп опитаних, проте респондентки з вищим доходом більш

схильні обирати комбіновані форми, навіть якщо вони дорожчі. Пацієнтки, які мали низький дохід, частіше орієнтувалися на ціну та доступність, що впливало на вибір ОТС-препаратів. Отже, рівень доходу відповідає пріоритетам під час вибору лікарських засобів: чим вищий дохід, тим більший акцент на ефективність і комбіновані форми.

Під час аналізу відповідей щодо місця проживання та доступу до препаратів встановили, що 70 % респонденток – з міст, а 30 % проживали у сільській місцевості (рис. 3).

Жінки з міських районів мали легший доступ до аптеки й інформації про препарати, і тому частіше обирали комбіновані, ефективні форми. У сільській місцевості частіше використовували моноформи та ОТС-препарати через обмежену доступність консультацій лікарів. Отже, урбанізованість корелює з рівнем доступу до препаратів і вибором форм лікування.

Аналіз даних анкетування дав змогу встановити, що основна частка респонденток (65 %) віддає перевагу самолікуванню за допомогою ОТС-препаратів (Клотримазол, Міконазол). Це свідчить про високий рівень самостійної активності споживачок у вирішенні проблем зі здоров'ям і про легкий доступ до аптечних засобів без рецепта. Звернення до лікаря обирали майже 30 % респонденток, а отже є тенденція до отримання професійної медичної консультації, особливо коли в пацієнтки виникали часті рецидиви або складні клінічні прояви інфекцій. Невелика частка опитаних (5 %) зазначила інші способи лікування, які включають нетрадиційні методи або комбіновані підходи (рис. 4).

На підставі одержаних даних дійшли таких висновків: самолікування ОТС-препаратами є ключовим сегментом споживчої поведінки, що визначає попит на доступні ліки швидкої дії; перевага консультацій лікаря зростає у групах респонденток з частими рецидивами (3–4 рази на рік і більше), що свідчить про важливість професійної підтримки у складних випадках; асоціації між способом лікування та соціально-демографічними характеристиками показали, що молодші жінки, жительки міст, частіше застосовують ОТС-препарати, жінки середнього віку та з вищим доходом схильні до звернення до медичних фахівців. Отже, фактор лікування є одним із ключових показників споживчої поведінки та визначає маркетингові пріоритети, зокрема спрямування освітніх кампаній, розширення каналів продажу та розробку комбінованих форм препаратів для цільової аудиторії.

Аналіз результатів анкетування показав, що під час вибору препаратів респондентки керувалися трьома ключовими факторами: ефективністю, ціною та доступністю. Найважливіший критерій для більшості респонденток (50 %) – швидке та надійне полегшення симптомів. Це свідчить про прагнення до отримання результату за мінімальний час, що особливо актуально для жінок з активним способом життя. Високий пріоритет ефективності також корелює з частотою рецидивів: жінки, в яких виникають повторні епізоди загострень хвороби, частіше обирають комбіновані або сильніші форми препаратів,

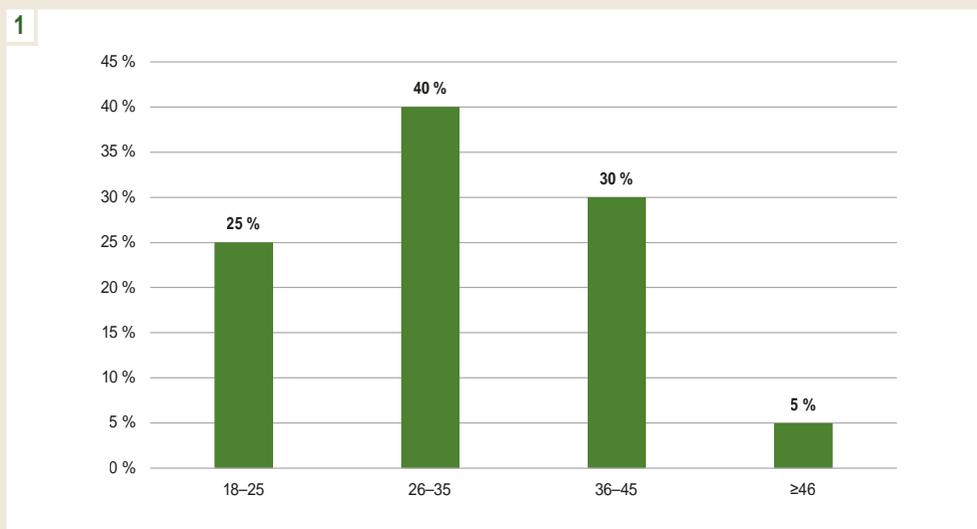


Рис. 1. Розподіл респонденток за віковими групами.

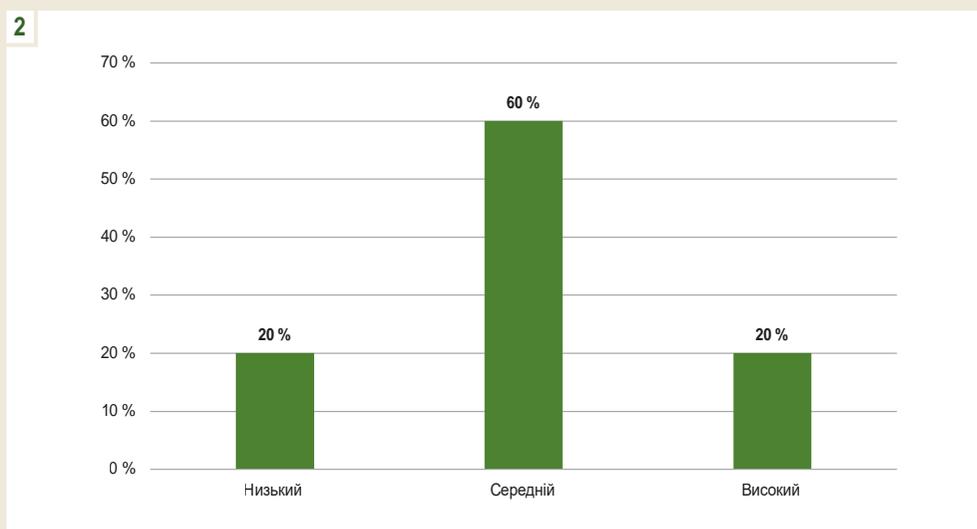


Рис. 2. Розподіл респонденток за рівнем доходу.

навіть якщо вони дорожчі. Для 30 % респонденток вартість препарату є визначальним фактором. Цей показник особливо важливий для споживачок із низьким або середнім доходом, які обирають доступні моноформи та ОТС-препарати. При цьому ціна не є абсолютним пріоритетом для групи опитаних із високим доходом, де пацієнтки більше орієнтувалися на ефективність і якість препарату. Легкість придбання препарату (наявність у найближчій аптеці, можливість замовлення онлайн), як зазначили 20 % респонденток, також впливає на їхній вибір. Доступність корелює з місцем проживання: жительки міст мають більше можливостей обирати з широкого асортименту, а в сільській місцевості респондентки частіше купують ті препарати, які легко знайти (рис. 5).

Отже, ефективність залишається головним фактором, що визначає пріоритети споживчого вибору. Ціна та доступність модулюють поведінку, особливо у групі з нижчим доходом або обмеженим доступом до аптек.

Поєднання цих факторів дає змогу прогнозувати маркетингову поведінку споживачок, коригувати пропозицію ОТС-препаратів і комбінованих форм, а також формувати ефективні освітні та рекламні кампанії.

У результаті аналізу відповідей респонденток встановили, що у 40 % жінок рецидиви не зафіксовано, ще 40 % хворих мали 1–2 повторні епізоди на рік, 15 % опитаних мали 3–4 рецидиви на рік, а 5 % – більше ніж 4 випадки (рис. 6).

На підставі цих даних встановили, що хоча значна частина жінок ефективно контролює інфекції за допомогою стандартних ОТС-препаратів, група хворих із рецидивами потребує додаткової уваги. Частота рецидивів прямо впливає на вибір форми препарату: респондентки з повторними епізодами частіше обирали комбіновані або спеціалізовані лікарські форми, що мають триваліший або комплексний ефект. Отже, частота рецидивів – один із ключових факторів мотивації до звернення до лікаря та переходу на комбіновані форми препаратів.

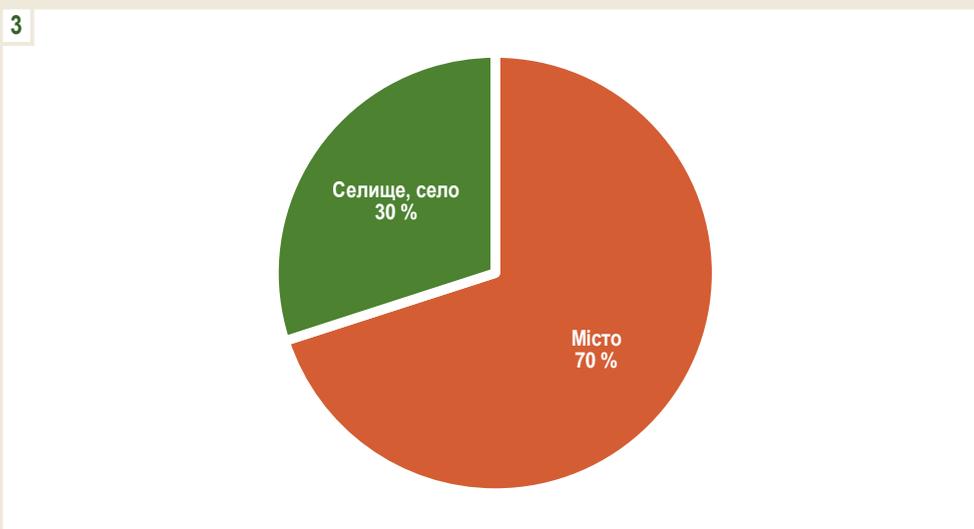


Рис. 3. Розподіл респонденток за місцем проживання.

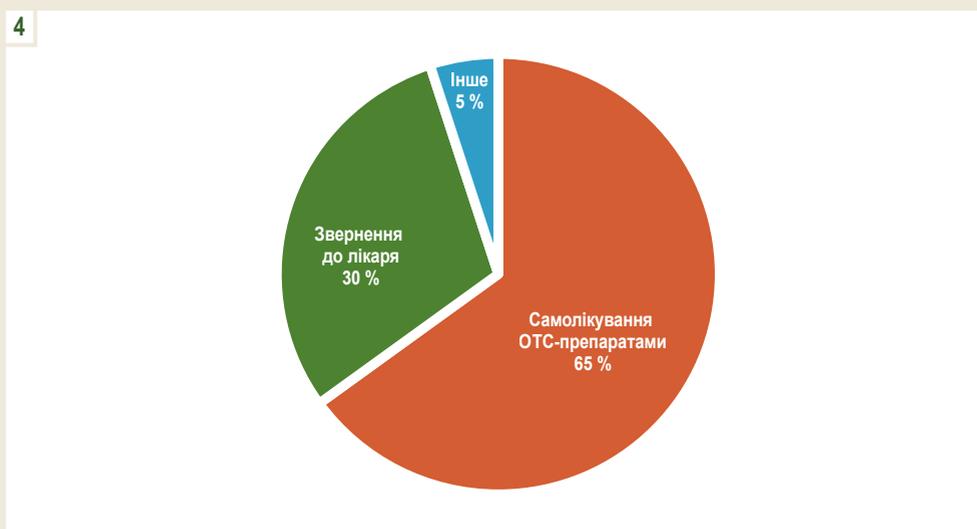


Рис. 4. Споживча поведінка респонденток під час обрання фактора лікування.

Згідно з результатами анкетування, що 60 % респонденток обирали моноформи, 40 % жінок – комбіновані форми. Моноформи залишаються популярними завдяки доступності, простоті використання та наявності в аптеках, особливо серед споживачок із середнім або низьким доходом (рис. 7).

Комбіновані форми переважно обирали респондентки, у яких часто виникали рецидиви захворювання або які потребують комплексного лікування, а також жінки з вищим доходом, жительки міст, котрі мали легший доступ до аптечної мережі та інформації про різні види препаратів. Отже, форма препарату – важливий індикатор рівня складності проблеми та соціально-демографічних характеристик споживачок, що визначає стратегічні напрями маркетингу і розробки нових продуктів.

Загальні результати анкетування свідчать, що вибір способу лікування, форми препарату та ключових факторів ухвалення рішення (ефективність, ціна, доступ-

ність) безпосередньо впливають не лише на споживчу поведінку, але й на канали придбання лікарських засобів. Переважання самолікування та орієнтація на швидкий доступ до препаратів зумовлюють посилення ролі аптечної мережі як основного джерела фармацевтичної допомоги для споживачок.

Отже, у результаті клініко-маркетингового аналізу ринку топічних антимікотичних препаратів для терапії вагінальних інфекцій та анкетування респонденток визначено ключові тенденції та перспективи розвитку цього сегмента фармацевтичного ринку. Встановлено, що традиційні аптечні заклади є провідним каналом реалізації лікарських засобів, який забезпечує майже 80 % загального обсягу продажів. Їхня провідна роль зумовлена високим рівнем довіри споживачів, можливістю отримання професійних консультацій фармацевтів, а також негайною доступністю препаратів у точках продажу.

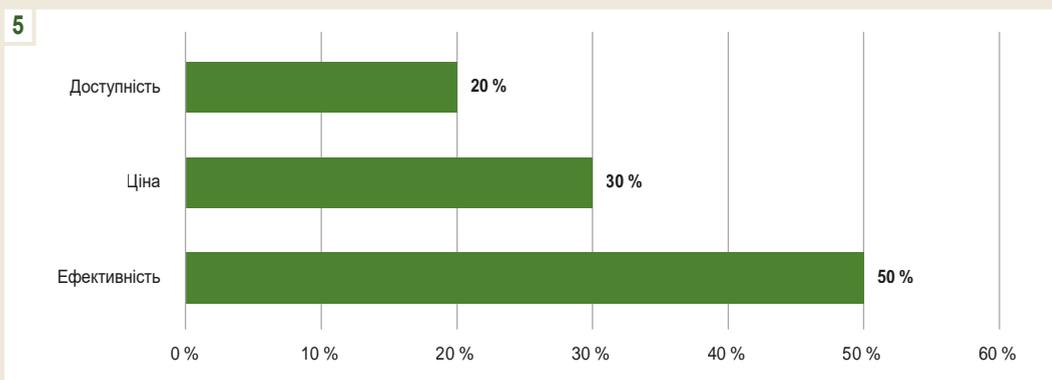


Рис. 5. Пріоритетні фактори під час вибору лікарського засобу.

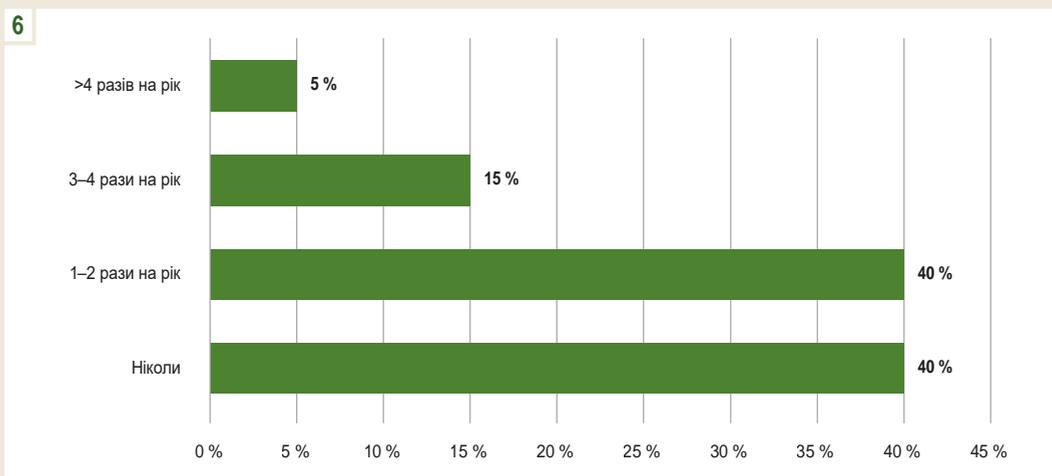


Рис. 6. Частота рецидивів інфекцій серед респонденток.

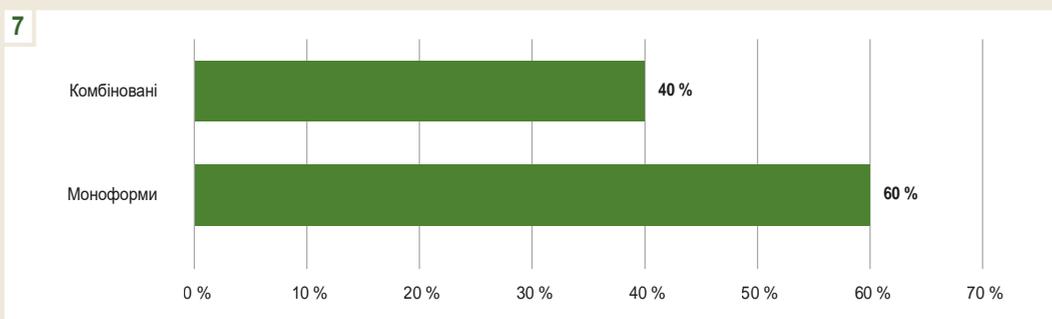


Рис. 7. Вибір форми лікарського засобу (моно- або комбіновані форми).

## Висновки

1. Ринок характеризується стабільним попитом, що зумовлений значною поширеністю вагінального кандидозу (75–90 % жінок репродуктивного віку), з переважанням самолікування ОТС-препаратами (65 % респонденток). Це обґрунтовує доцільність розширення асортименту доступних форм (креми, супозиторії, комбіновані препарати тощо).

2. Встановлено асоціативні зв'язки між соціально-демографічними факторами (вік, дохід, місце проживання) та поведінкою споживачів: молоді жінки (віком 18–35

років) частіше звертаються до лікарів та обирають комбіновані форми, а жінки з низьким доходом, жительки селищ і сіл, орієнтуються на ціну та частіше обирають моноформи. На підставі цих даних зробили висновок про високий потенціал для диференційованих маркетингових стратегій.

3. Фактори вибору (ефективність – 50 %, ціна – 30 %, доступність – 20 %) і частота рецидивів (40 % випадків – без рецидивів, 40 % – 1–2 на рік) визначають пріоритети розвитку: акцент на онлайн-дистрибуцію (20 % продажів) та інноваційні комбіновані препарати для груп з рецидивами.

4. Серед каналів збуту домінують традиційні аптеки (80 %), але зростання онлайн-каналів (20 %) свідчить про трансформацію ринку, що потребує адаптації логістики та регуляторних норм для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників.

**Перспективи подальших досліджень** передбачають поглиблений аналіз часток ринку за брендами та виробниками з використанням комерційних даних, оцінювання впливу резистентності *Candida* spp. на споживчу поведінку, а також вивчення ефективності цифрових каналів дистрибуції та регіональних відмінностей у доступності препаратів. Це дасть змогу розробити прогностичні моделі попиту та оптимізувати маркетингові стратегії для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних антимікотичних засобів. Реалізація цих напрямів сприятиме раціональній фармакотерапії, зменшенню частоти рецидивів вагінальних інфекцій та створенню вітчизняних ефективних, конкурентоспроможних і доступних лікарських засобів цієї групи.

#### Фінансування

Дослідження здійснено без фінансової підтримки.

**Конфлікт інтересів:** відсутній.

**Conflicts of interest:** authors have no conflict of interest to declare.

#### Відомості про авторів:

Мельник Т. В., аспірант каф. технологій ліків, Запорізький державний медико-фармацевтичний університет, Україна.

ORCID ID: 0009-0003-5999-8303

Гладишев В.В., д-р фарм. наук, професор, зав. каф. технологій ліків, Запорізький державний медико-фармацевтичний університет, Україна.

ORCID ID: 0000-0001-5935-4856

#### Information about the authors:

Mielnyk T. V., Postgraduate Student of the Department of Medicinal Preparations Technology, Zaporizhzhia State medical and Pharmaceutical University, Ukraine.

Gladyshev V. V., PhD, DSc, Professor, Head of the Department of Medicinal Preparations Technology, Zaporizhzhia State medical and pharmaceutical University, Ukraine.



Гладишев Віталій (Vitaliy Gladyshev)  
gladishevvv@gmail.com

#### References

- Rosati D, Bruno M, Jaeger M, Ten Oever J, Netea MG. Recurrent Vulvovaginal Candidiasis: An Immunological Perspective. *Microorganisms*. 2020;8(2):144. doi: [10.3390/microorganisms8020144](https://doi.org/10.3390/microorganisms8020144)
- Denning DW, Kneale M, Sobel JD, Rautemaa-Richardson R. Global burden of recurrent vulvovaginal candidiasis: a systematic review. *Lancet Infect Dis*. 2018;18(11):e339-e347. doi: [10.1016/S1473-3099\(18\)30103-8](https://doi.org/10.1016/S1473-3099(18)30103-8)
- Schaller M, Schackert C, Korting HC, Januschke E, Hube B. Invasion of *Candida albicans* correlates with expression of secreted aspartic proteinases during experimental infection of human epidermis. *J Invest Dermatol*. 2000;114(4):712-7. doi: [10.1046/j.1523-1747.2000.00935.x](https://doi.org/10.1046/j.1523-1747.2000.00935.x)
- Willems HM, Ahmed SS, Liu J, Xu Z, Peters BM. Vulvovaginal Candidiasis: A Current Understanding and Burning Questions. *J Fungi (Basel)*. 2020;6(1):27. doi: [10.3390/jof6010027](https://doi.org/10.3390/jof6010027)
- Valentine M, Wilson D, Gresnigt MS, Hube B. Vaginal *Candida albicans* infections: host-pathogen-microbiome interactions. *FEMS Microbiol Rev*. 2025;49:fuaf013. doi: [10.1093/femsre/uaaf013](https://doi.org/10.1093/femsre/uaaf013)
- Akinosoglou K, Livieratos A, Asimos K, Donders F, Donders G. Fluconazole-Resistant Vulvovaginal Candidosis: An Update on Current Management. *Pharmaceutics*. 2024;16(12):1555. doi: [10.3390/pharmaceutics16121555](https://doi.org/10.3390/pharmaceutics16121555)
- Anh DN, Hung DN, Tien TV, Dinh VN, Son VT, Luong NV, et al. Prevalence, species distribution and antifungal susceptibility of *Candida albicans* causing vaginal discharge among symptomatic non-pregnant women of reproductive age at a tertiary care hospital, Vietnam. *BMC Infect Dis*. 2021;21(1):523. doi: [10.1186/s12879-021-06192-7](https://doi.org/10.1186/s12879-021-06192-7)
- Ratner JC, Wilson J, Roberts K, Armitage C, Barton RC. Increasing rate of non-*Candida albicans* yeasts and fluconazole resistance in yeast isolates from women with recurrent vulvovaginal candidiasis in Leeds, United Kingdom. *Sex Transm Infect*. 2025;101(1):21-6. doi: [10.1136/sextrans-2024-056186](https://doi.org/10.1136/sextrans-2024-056186)
- Nyirjesy P, Schwebke JR, Angulo DA, Harriott IA, Azie NE, Sobel JD. Phase 2 Randomized Study of Oral Ibrexafungerp Versus Fluconazole in Vulvovaginal Candidiasis. *Clin Infect Dis*. 2022;74(12):2129-35. doi: [10.1093/cid/ciab841](https://doi.org/10.1093/cid/ciab841)
- Workowski KA, Bachmann LH, Chan PA, Johnston CM, Muzny CA, Park I, et al. Sexually Transmitted Infections Treatment Guidelines, 2021. *MMWR Recomm Rep*. 2021;70(4):1-187. doi: [10.15585/mmwr.rr7004a1](https://doi.org/10.15585/mmwr.rr7004a1)
- Recommendations for the treatment of *Trichomonas vaginalis*, *Mycoplasma genitalium*, *Candida albicans*, bacterial vaginosis and human papillomavirus (anogenital warts) [Internet]. *Who.int*. World Health Organization; 2024 [cited 2025 Dec 10]. Available from: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240096370>
- Centers for Disease Control and Prevention. Bacterial vaginosis [Internet]. *Cdc.gov*. 2022 [cited 2025 Dec 10]. Available from: <https://www.cdc.gov/std/treatment-guidelines/bv.htm>
- Centers for Disease Control and Prevention. Vulvovaginal candidiasis – STI Treatment Guidelines [Internet]. *Cdc.gov*. 2021 [cited 2025 Dec 10]. Available from: <https://www.cdc.gov/std/treatment-guidelines/candidiasis.htm>
- Davydova IV, Limanskaya AY, Kravets OM, Tarnavska AA. [Role of dual therapy on the repeated episode of vulvovaginal candidiasis]. *Ukrainian Journal of Perinatology and Pediatrics*. 2020;(1):27-33. Ukrainian. doi: [10.15574/PP.2020.81.27](https://doi.org/10.15574/PP.2020.81.27)
- Kalugina L, Tatarchuk T, Shmulian I. [Bacterial vaginosis: modern view of the problem and its status in Ukraine]. *Reproductive Endocrinology*. 2021;(3):72-7. Ukrainian. doi: [10.18370/2309-4117.2021.59.72-77](https://doi.org/10.18370/2309-4117.2021.59.72-77)
- Bushuieva IV, Prytula RL, Shmatenko OP, Parchenko VV. [The application of the concept of trust marketing in the study of price sensitivity to study the consumer value of topical antifungal agents in the dosage form «gel»]. *Current issues in pharmacy and medicine: science and practice*. 2025;18(1):69-74. Ukrainian. doi: [10.14739/2409-2932.2025.1.307838](https://doi.org/10.14739/2409-2932.2025.1.307838)
- Okseniuk OY, Gudzenko OP, Shpychak OS. The analysis of the pharmaceutical market of antifungal drugs in Ukraine. *Social marketing and pharmacoeconomic research*. 2020;6(1):69-80. Ukrainian. doi: [10.24959/sphhjcj.20.169](https://doi.org/10.24959/sphhjcj.20.169)