



МІНІСТЕРСТВО  
ОХОРОНИ  
ЗДОРОВ'Я  
УКРАЇНИ



ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО  
ЗДОРОВ'Я МОЗ УКРАЇНИ

# Проведення catch-up кампанії з вакцинації проти кору, епідемічного паротиту та краснухи

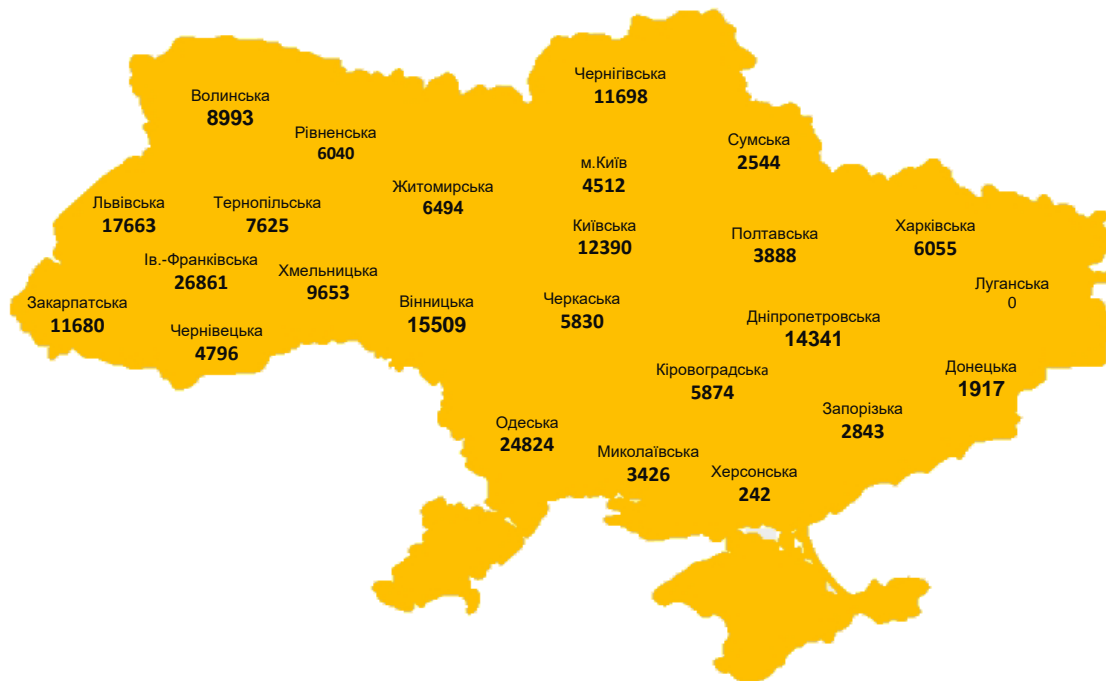
# Мапа цільової аудиторії



МІНІСТЕРСТВО  
ОХОРОНИ  
ЗДОРОВ'Я  
УКРАЇНИ



ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО  
ЗДОРОВ'Я МОЗ УКРАЇНИ



**Не щеплені проти кору,  
епідемічного паротиту,  
краснухи  
діти від 2 до 17 років**

**Всього осіб, що потребують  
проведення щеплення – 215  
698**

- Осіб, що потребують введення 1 дози вакцини – **169 017**
- Осіб, що потребують введення 2 дози вакцини – **46 681**
- Всього заплановано провести щеплень - **262 379**

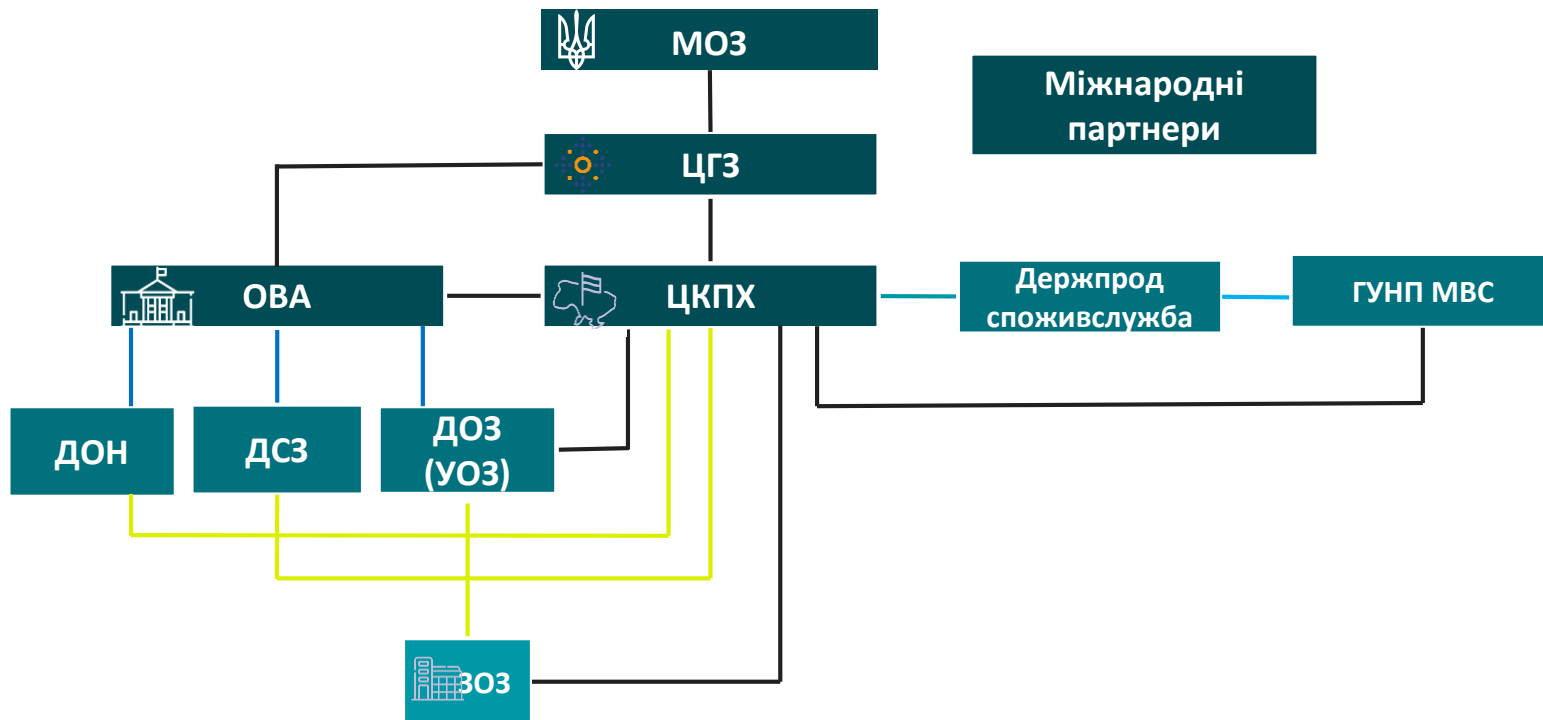
# Залучені учасники проведення кампанії та схема їх взаємодії



МІНІСТЕРСТВО  
ОХОРОНИ  
ЗДОРОВ'Я  
УКРАЇНИ



ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО  
ЗДОРОВ'Я МОЗ УКРАЇНИ



# Модель кампанії



МІНІСТЕРСТВО  
ОХОРОНИ  
ЗДОРОВ'Я  
УКРАЇНИ



ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО  
ЗДОРОВ'Я МОЗ УКРАЇНИ

## Платформи проведення щеплень:

### I. Постійні пункти щеплень

1. Заклади охорони здоров'я
2. Надавачі послуг з імунопрофілактики (ПП, ФОП)

### II Тимчасові пункти щеплень (із залученням медичних мобільних бригад з імунізації)

1. Центри масової вакцинації населення
2. Заклади освіти
3. Місця тимчасового перебування ВПО
4. СПІЛЬНО точки UNICEF

## Цільові групи:

Діти від 2 до 17 років відповідно до даних мікропланування

**1 доза** – не щеплені діти від 2 до 17 років

**2 доза** – не щеплені діти та діти з 1 дозою від 7 до 17 років

1. Задеклароване населення
2. ВПО

# Логістика вакцини



МІНІСТЕРСТВО  
ОХОРОНИ  
ЗДОРОВ'Я  
УКРАЇНИ



ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО  
ЗДОРОВ'Я МОЗ УКРАЇНИ

Виробник вакцини - MSD (Merck Sharp & Dohme LLC), виробництво

**Нідерланди**

Назва вакцини - MMR II (по 0,5 мл., 1 дозові флакони)

Термін придатності – **травень 2024**

Кількість вакцин до розподілу – **334 690**

Дата розвезення в регіони – **до 14.07.2023** згідно з графіком розвезення

**Функціонал регіонального координатора  
catch-up кампанії:  
(відповідно до спільних наказів)**



МІНІСТЕРСТВО  
ОХОРОНИ  
ЗДОРОВ'Я  
УКРАЇНИ



ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО  
ЗДОРОВ'Я МОЗ УКРАЇНИ

- Моніторинг прогресу виконання кампанії (аналітика, звітність)
- Координація логістики вакцин на регіональному рівні в рамках кампанії
- Координація роботи платформ реалізації кампанії
- Координація залучення сектору освіти та науки до реалізації кампанії
- Координація залучення сектору соціального захисту населення до реалізації кампанії (робота з ВПО)
- Координація комунікаційних заходів

Алгоритм дій ЦКПХ під час проведення  
catch-up кампанії:

1. Забезпечити максимально швидку доставку в кінцеві точки.
2. Щотижневий збір від надавачів послуг з імунізації, узагальнення та аналіз інформації щодо реалізації проведення кампанії.
3. Проведення моніторингу наявності та залишків вакцин та додаткових витратних матеріалів у розрізі надавачів медичних послуг з імунізації та своєчасне поповнення відповідних запасів .
4. Координація та проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи з населенням щодо важливості проведення вакцинації, робота з відмовниками та лідерами релігійних конфесій.

## Алгоритм дії ДОЗ/УОЗ під час проведення catch-up кампанії:



МІНІСТЕРСТВО  
ОХОРОНИ  
ЗДОРОВ'Я  
УКРАЇНИ



ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО  
ЗДОРОВ'Я МОЗ УКРАЇНИ

1. Проведення постійного скринінгу вакцинального статусу дітей, які звертаються за наданням медичної допомоги
2. Активне запрошення на щеплення, проведення щеплень та проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи серед населення.
3. Своєчасне та якісне внесення відомостей про проведені щеплення в Електронну систему охорони здоров'я
4. Своєчасно та в повному обсязі надавати інформацію про НППІ до ДУ «Державний експертний центр МОЗ України»
5. Організація роботи мобільних бригад
6. Проведення повторної верифікації вакцинального статусу дітей, які зараховані до закладів освіти.



## Спільні дії ДОЗ/УОЗ та ЦКПХ під час проведення catch-up кампанії:



МІНІСТЕРСТВО  
ОХОРОНИ  
ЗДОРОВ'Я  
УКРАЇНИ



ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО  
ЗДОРОВ'Я МОЗ УКРАЇНИ

- Проведення щотижневих селекторних нарад з надавачами послуг з питань імунізації щодо прогресу виконання кампанії (аналітика, звітність)
- Проведення постійного моніторингу наявності та залишків вакцини, додаткових витратних матеріалів у розрізі надавачів медичних послуг з імунізації і своєчасне її поповнення
- Забезпечення моніторингу дотримання умов "холодового ланцюга" під час транспортування, зберігання та використання вакцини
- Проведення роботи з відмовниками від вакцинації, верифікація протипоказань до вакцинації
- Забезпечення комунікаційних заходів в місцях вакцинації, медіа, ЗОЗ, місцях масового перебування дітей, оздоровчих закладах, в місцях розміщення ВПО та «СПІЛЬНО точках ЮНІСЕФ»
- Проведення наради з керівниками закладів освіти всіх форм власності щодо організації заходів недопущення до очної форми навчання дітей, які без поважних причин не отримали щеплення проти кору відповідно до Календаря
- Проведення підсумків реалізації catch-up кампанії у розрізі закладів освіти, закладів інтернатного типу, місць тимчасового перебування ВПО, центрів ПМСД, районів/громад області
- На засіданнях обласних комісій з питань ТЕБ та НС розглянути питання про стан епідемічної ситуації з кору та результатів проведення catch-up кампанії

# Заходи в організованих дитячих колективах



МІНІСТЕРСТВО  
ОХОРОНИ  
ЗДОРОВ'Я  
УКРАЇНИ



ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО  
ЗДОРОВ'Я МОЗ УКРАЇНИ

- Виявлення та недопущення неправомірного функціонування дитячих оздоровчих закладів (спільно з представниками ГУНП, Держпродспоживслужби, ДОН ОВА)
- Прийом дітей до дитячих закладів оздоровлення та відпочинку, які функціонують в регіонах, за наявності обов'язкової медичної довідки встановленого зразка (форма 079/о «Медична довідка на школяра, що виїздить у дитячий оздоровчий табір», додаток №12 ДСанПіН 5.5.5.23-99) – відповідальний – власник, директор закладу
- Прийом дітей до виховних, навчальних, оздоровчих та інших дитячих закладів проводити за наявності відповідної довідки закладу охорони здоров'я, в якому дитина перебуває під медичним наглядом, на підставі даних медичного огляду дитини, а також якщо їй проведено профілактичні щеплення згідно з календарем щеплень

# Звітність щодо проведення кампанії



МІНІСТЕРСТВО  
ОХОРОНИ  
ЗДОРОВ'Я  
УКРАЇНИ



ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО  
ЗДОРОВ'Я МОЗ УКРАЇНИ

- Виконання щеплень – внесення даних в електронну систему охорони здоров'я
- Використання вакцин – звітування в ЦГЗ
- Реєстрація НППІ – звітування до ДУ “Державний експертний центр МОЗ України”

# Комунікаційна кампанія



МІНІСТЕРСТВО  
ОХОРОНИ  
ЗДОРОВ'Я  
УКРАЇНИ



ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО  
ЗДОРОВ'Я МОЗ УКРАЇНИ

Наскрізне ключове повідомлення кампанії

**Захисти дітей від кору — вакцинуй!  
Вакцина є!**

Кір — заразний  
і небезпечний.

Захисти дітей від кору.  
Вакцинуй!

ВАКЦИНА Є!



Кір — заразний  
і небезпечний.

Захисти дітей від кору.  
Вакцинуй!

ВАКЦИНА Є!



# План комунікаційної кампанії



МІНІСТЕРСТВО  
ОХОРОНИ  
ЗДОРОВ'Я  
УКРАЇНИ



ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО  
ЗДОРОВ'Я МОЗ УКРАЇНИ

## Впровадження та координатори

МОЗ  
ЦГЗ  
UNICEF

- Підготовка комунікаційних матеріалів:
- Формування національної комунікаційної рамки
- Підготовка ключових тез для медійних заходів (брифінгів та коментарів ЗМІ)
- Інформаційні пам'ятки для освітян та сімейних лікарів
- Друк необхідних інформаційних матеріалів (постери, плакати, інфо-пам'ятки)

Регіональні  
координатори  
и  
ЦКПХ

- Координація реалізації комунікаційної кампанії у регіоні
- Розповсюдження інформаційних матеріалів (релізи для ЗМІ, постери)
- Підготовка щотижневого звіту за підсумками ведення вакцинальної кампанії
- Розповсюдження друкованих матеріалів всім зацікавленим сторонам
- Координація роботи із ОВА

# План комунікаційної кампанії



МІНІСТЕРСТВО  
ОХОРОНИ  
ЗДОРОВ'Я  
УКРАЇНИ



ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО  
ЗДОРОВ'Я МОЗ УКРАЇНИ

Всі комунікаційні активності реалізуються в 3 етапи, які відповідають програмному плану кампанії

- **Етап 1.** Загальнонаціональний рівень. Старт кампанії: брифінг для ЗМІ - 17 липня 2023. Комунікація МОЗ та партнерів, які надають вакцину.
- **Етап 2.** Регіональний рівень. Спільні брифінги для ЗМІ 18-19 липня **ДОЗ + ЦКПХ в кожній області.** Інформування про кількість вакцин та можливості щеплень (цільові групи, пункти вакцинації etc).
- **Етап 3.** Збір фінальної статистики та оголошення результатів кампанії (вересень).

# План комунікаційної кампанії



МІНІСТЕРСТВО  
ОХОРОНИ  
ЗДОРОВ'Я  
УКРАЇНИ



ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО  
ЗДОРОВ'Я МОЗ УКРАЇНИ

## Активності 1-го етапу кампанії:

- Брифінг МОЗ та партнерів **17 липня** про оголошення старту вакцинальної кампанії та її завдань, прибуття в Україну партії вакцин та план їх поширення в регіонах країни, цільову групу та пунктів, де проводитимуть щеплення
- Розсилка матеріалів від МОЗ, ЦГЗ та партнерів після брифінгу з ключовими тезами та меседжами кампанії

# План комунікаційної кампанії



МІНІСТЕРСТВО  
ОХОРОНИ  
ЗДОРОВ'Я  
УКРАЇНИ



ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО  
ЗДОРОВ'Я МОЗ УКРАЇНИ

## Активності 2-го етапу кампанії. Використовуємо такі канали:

### Робота з медіа

- Регіональні ЦКПХ разом з ДОЗ проводять брифінги в областях для місцевих ЗМІ (за тезами МОЗ) та звітують про них (додатково - розміщення матеріалів у соціальних мережах та сайтах)
- Розробка та поширення матеріалів в національних та регіональних ЗМІ на теми кору, перевірки імунного статусу, протипоказів до вакцинації, а також виклику мобільних вакцинальних бригад
- Поширення МОЗом та ЦКПХ релізу про проміжний статус вакцинальної кампанії (в середині кампанії)

### Соціальні мережі

- Інформаційна кампанія в соцмережах МОЗ, ЦКПХ та інших структур (дописи та віжуали для постингу надаватиме Комцентр як це відбувається завжди)
- Щотижнева звітність на сторінках МОЗ, ЦКПХ та партнерів у соціальних мережах щодо перебігу вакцинальної кампанії.
- Вебінари онлайн у соцмережах (відповіді на питання населення щодо вакцинації)

### Зовнішня реклама

- Борди з закликами вакцинувати дітей на національному рівні
- Постери з закликами вакцинувати дітей у громадах
- Розміщення зовнішньої реклами здійснює ЮНІСЕФ та Комцентр (додаткові друківані матеріали - постери, пам'ятки - будуть розподілені до регіонів до та під час кампанії).



# План комунікаційної кампанії

## Активності 3-го етапу кампанії:

- Підготовка та поширення релізу про фінальний статус вакцинальної кампанії.
- Оцінка ефективності проведення кампанії
- Визначення необхідних напрямків подальшої діяльності
- Загальнонаціональний брифінг та після - регіональні брифінги для ЗМІ та ЦКПХ

# План комунікаційної кампанії

**Підхід комунікаційної кампанії — поширення інформації через пряму комунікацію з батьками дітей сімейних лікарів, педіатрів та освітян.**

## Що роблять медичні працівники:

- Запрошують батьків на вакцинацію дітей за допомогою розроблених скриптів (телефоном, у месенджерах, під час прийому).
- Спілкуються з батьками про кір, використовуючи актуальну інформацію з тез для сімейних лікарів та пам'ятки про те, як спілкуватися з батьками про вакцинацію (роз'яснюють важливість вакцинації, інформують про протипоказання та можливості щеплення, окрема розяснювальна робота з відмовниками від вакцинації та ВПО)

## Що роблять освітяни:

- Отримують лист-звернення від МОН та МОЗ щодо важливості вакцинації проти кору та ролі освітян у цьому, беруть до виконання пункти з даного листа.
- Спілкуються з батьками щодо ризиків спалаху, організують вакцинацію дітей в таборах, роз'яснюють важливість щеплення учнів, використовуючи інформаційні матеріали (підготовлені та надіслані разом з планом кампанії):
- Гайд "Як організувати щеплення від кору групи дітей в дитячому таборі", Q&A для спілкування з батьками про вакцинацію дітей в таборі).
- Залучення до зустрічі з експертами - Ф. Лапієм та К. Булавіною, (інформація щодо важливості реагування на підозри виникнення кору.



МІНІСТЕРСТВО  
ОХОРОНИ  
ЗДОРОВ'Я  
УКРАЇНИ



ЦЕНТР ГРОМАДСЬКОГО  
ЗДОРОВ'Я МОЗ УКРАЇНИ

# Дякую за увагу!