

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АСОРТИМЕНТУ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ У АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДАХ В УМОВАХ КАРАНТИНУ

*Шестер А. В., Півень О. П.*

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

**Вступ.** В умовах загострення конкуренції на фармацевтичному ринку, як ніколи важливо постійно розширювати асортимент товарів і послуг аптеки. Тренди природності та підтримки здорового способу життя сьогодні диктують про необхідність приваблення потенційних покупців за допомогою звичних і доступних продуктів, які б дозволили їм підтримати гарний зовнішній вигляд. Саме розширення пропозиції косметичних засобів (КЗ) дозволить аптечним закладам (АЗ) залишатися конкурентоспроможними та затребуваними.

**Мета дослідження.** Мета дослідження полягає у проведенні ретроспективного аналізу маркетингових тенденцій в аспекті розширення асортименту КЗ у АЗ, зокрема і у період дії карантину.

**Матеріали та методи.** Методами досліджень явились контент-аналіз, логічний метод, метод групування, порівняння й узагальнення та маркетингові методи дослідження. Ретроспективний аналіз проведено за період з 2020 до початку 2022 року, з урахуванням змін, викликаних введенням карантинних обмежень у зв'язку з пандемією COVID-19.

**Отримані результати.** На законодавчому рівні обумовлено, що лікувальні КЗ (наказ МОЗ України від 06.07.2012 р. №498) належать до групи товарів аптечного асортименту. Однак, беручи до уваги той факт, що різниця між лікувальними КЗ та КЗ у широкому розумінні, як правило, неочевидна для споживача, АЗ пропонують обидва напрямки. На думку фахівців тенденція багатокомпонентного догляду потроху поступається зручності та компактності. Щоденний догляд, який передбачає застосування мінімум трьох КЗ, вже неактуальний в умовах сучасного темпу життя. Дослідження показали, що останнім часом зростає увага населення до КЗ, приготованих екстемпорально. Як правило, це пояснюється бажанням мати унікальний продукт з екологічно чистої сировини, або, в окремих випадках відсутністю належної альтернативи серед продукції промислового випуску.

Наслідком активізації уваги до здорового способу життя стало використання високо якісної продукції, що відповідає європейським стандартам Good Manufacturing Practices. Особлива популярність нині належить органічній продукції, яка вважається кориснішою для людини та безпечнішою для навколишнього середовища. Саме тому, протягом останніх років простежується тенденція до суттєвого зростання продукції виробників, які акцентують увагу на сировині природного походження та відмовляються від тестування на тваринах.

Обмеження у зв'язку з карантинном також внесли певні зміни у структуру споживання КЗ, які представлені у АЗ. Зокрема, спостерігається зростання попиту на лінійку «дерматокосметики»: маски для обличчя, креми, лосьйони, тоніки тощо. Це безпосередньо пов'язано з необхідністю постійно використовувати медичні маски або респіратори для захисту дихальних шляхів, що провокує розвиток або загострення алергічних реакцій та появу висипань у значної кількості людей. Також актуальною є лінійка КЗ, яка містить добре відомі складники: звіробій, ромашка, глина, розова вода тощо. Така продукція, як правило, доступна за ціною для більшості покупців, а отже вигідна навіть за умови кризи.

**Висновки.** В умовах зростання уваги до натурального складу продукції та «догляду вдома» при формуванні асортименту КЗ доречно АЗ спиратися саме на вподобання споживачів. Також вважається за доцільне підвищення обізнаності фармацевтів щодо складу та способу застосування КЗ.