

**ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ КОСМЕТИЧНИХ ШАМПУНІВ МАС-МАРКЕТУ**

Абраменко М. Ю., Кобець М. М., Кобець Ю. М.

Науковий керівник: Філіпцова О. В.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

philiptsova@yahoo.com

**Вступ.** Шампуні користуються постійним попитом серед українського населення. Згідно даних Pro Consulting 24% мешканців України миють голову щодня. Третина мешканців України стверджують, що миють голову 1 або 2 рази на тиждень.

**Мета дослідження:** дослідження використання косметичних шампунів мас-маркету.

**Матеріали та методи.** Проведено онлайн-опитування 153 споживачів шампунів мас-маркету віком від 18 років до 45 років серед населення України. Усі отримані дані були занесені до таблиці Microsoft Excel. Розрахунки проведені у програмі Statistics 25.

**Результати дослідження.** Встановлено, що переважна більшість покупців шампунів жінки. Це обумовлено тим, що чоловіки мають коротші волоси і купують шампуні рідше або купують гелі для душу і використовують їх також як шампунь. У ході досліджень було встановлено тип волосся респондентів, оскільки шампуні обираються саме за цим критерієм. Так, 45% респондентів мають комбінований тип волосся, 30% нормальний. Жирний тип волосся притаманний 15% опитаним. половина респондентів не змінює шампуні взагалі, а постійно користуються одним тим самим шампунем. 20% респондентів змінюють шампунь 1 раз на 2-3 місяці та 1 раз у півроку. 50% респондентів надають перевагу натуральним органічним шампуням, що є пропагандою здорового життя. Хімічні шампуні купують 30% споживачів. Для половини опитаних склад, ціна, безпечність та ефективність при виборі шампуню мають вирішальне значення. Встановлено звідки дізнаються про шампуні споживачі. Для 35% респондентів реклама у ЗМІ суттєво впливає на вибір шампуню. На рівну кількість опитаних споживачів (20%) на вибір шампуню впливають рекомендації відомих блогерів, поради знайомих та власний попередній досвід. Встановлено, що найбільшим попитом користуються такі торгові марки: «Elseve», «Dove», «Head&Shoulders», «Nivea», «L'oreal Professional». Дані шампуні належать до мас-маркету та мають прийнятну ціну для споживачів та сучасну рецептуру, що задовольняє вимоги споживачів.

**Висновки.** Вітчизняний ринок шампуню мас-маркету має широкий асортимент з різною ціною категорією. Відмічена тенденція збільшення вартості вітчизняних шампунів і наближення їх за ціною до імпортованих шампунів.

**ЕФЕКТИВНІСТЬ АРОМАТЕРАПІЇ ПРИ ДЕПРЕСИВНИХ СИМПТОМАХ**

Атаєва А. В., Філіпцова О. В.

Науковий керівник: Башура О. Г.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

albinaataeva716@gmail.com

**Вступ.** Депресія є однією з найбільших проблем зі здоров'ям, яка вражає 350 мільйонів людей у всьому світі. Депресія негативно впливає на самопочуття, спосіб мислення.