

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет медико-фармацевтичних технологій**

кафедра косметології і ароматології

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему: РОЗРОБКА СТАНДАРТНОЇ ОПЕРАЦІЙНОЇ
ПРОЦЕДУРИ КОНСУЛЬТУВАННЯ І ІНФОРМУВАННЯ ПРИ
ВИБОРІ ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ
АПТЕЧНОГО АСОРТИМЕНТУ**

Виконав: здобувач вищої освіти групи

ТПКЗ 17 (4,10) - 01

спеціальності: 226 Фармація, промислова фармація
освітньої програми Технології парфумерно-
косметичних засобів

Олександра КУВІЛА

Керівник: доцент закладу вищої освіти кафедри

косметології і ароматології, к.фарм.н., доцент

Олена ЧУБ

Рецензент: професор закладу вищої освіти кафедри

організації і економіки фармації, д.фарм.н., професор

Анна ПАНФІЛОВА

АНОТАЦІЯ

В роботі проведено порівняльний аналіз векторів регулювання обігу ПКЗ в країнах ЄС, США, Японії і Україні, та встановлено що в міжнародній практиці відсутній єдиний підхід до визначення місця ПКП серед традиційної косметичної, а також фармацевтичної продукції. Встановлено, що найбільший попит на ринку Харкова сформований відносно ПКЗ по догляду за шкірою обличчя, антивікових засобів, косметичних засобів для дітей і засобів по догляду і за шкірою голови і волоссям. Розроблена СОП «Про порядок консультування і інформування при виборі парфюмерно-косметичних засобів».

Ключові слова: парфюмерно-косметична продукція, фармацевтичний ринок, роздрібна торгівля

ANNOTATION

The paper compares the vectors of regulation of PCP circulation in the EU, USA, Japan and Ukraine, and finds that in international practice there is no single approach to determining the place of PCP among traditional cosmetic and pharmaceutical products. It is established that the greatest demand in the Kharkiv market is formed for PCZ for facial skin care, anti-aging products, cosmetics for children and care products for both scalp and hair. Developed by the SOP "On the procedure for consulting and informing when choosing perfumes and cosmetics."

Key words: perfumery and cosmetics, pharmaceutical market, retail

ЗМІСТ

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	
ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПАРФЮМЕРНО- КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ ЯК СЕГМЕНТУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ	7
1.1. Актуальні підходи до формування понятійного апарату і класифікації парфумерно-косметичних засобів.....	7
1.2. Сучасний стан наукових досліджень фармацевтичного ринку в рамках сегменту парфумерно-косметичних засобів.....	17
Висновки до розділу 1.....	32
РОЗДІЛ 2. КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ.....	33
2.1. Порівняльна оцінка моделей регулювання обігу парфумерно- косметичних засобів в зарубіжних країнах.....	33
2.2. Аналіз механізмів державного регулювання ринку парфумерно- косметичних засобів в Україні.....	40
Висновки до розділу 2.....	42
РОЗДІЛ 3. БАГАТОВЕКТОРНИЙ АНАЛІЗ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ В РАМКАХ СЕГМЕНТУ ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ.....	43
3.1. Структура і динаміка українського фармацевтичного ринку.....	43
3.2. Дослідження цільових груп.....	47
3.3. Впровадження в практику алгоритму фармацевтичного консультування і інформування при виборі ПКС.....	61
Висновки до розділу 3.....	63
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	64
СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ	65
ДОДАТКИ	

СПИСОК УСЛОВНЫХ СОКРАЩЕНИЙ

CLS	– Comprehensive Licensing Standards of Cosmetics
CPNP	– Cosmetic Products Notification Portal
CTFA	– The Cosmetic, Toiletry and Fragrance Association
FDA	– Food and Drug Administration
GMP	– Good Manufacturing Practice
INN	– International nonproprietary name
JSCI	– Japanese Standards of Cosmetic Ingredients
SCCS	– The Scientific Committee for Consumer Safety
WIPO	– World Intellectual Property Organization
АТХ	– Анатомо-терапевтично-хімічна класифікація
ВОИС	– Усесвітня організація інтелектуальної власності
КП	– Косметична продукція
КС	– Косметичний засіб
ЛС	– Лікарський засіб
МПК	– Міжнародна патентна класифікація
ПКП	– Парфумерно-косметична продукція
ПКС	– Парфумерно-косметичний засіб
СанПиН	– Санітарні правила і норми
СОП	– Стандартна операційна процедура

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Висока конкуренція в роздрібному сегменті фармацевтичного ринку України, що налічує за станом на січень 2020 року 16 000 аптек і 3900 аптечних пунктів [34], зумовила істотну модифікацію підходів до формування асортименту суб'єктами сфери звернення лікарських засобів, а також зміна асортиментного портфеля як в якісному, так і в кількісному відношенні. У Україні доля аптечних продажів парфумерно-косметичній продукції (ПКП), що охоплює більше 1700 брендів, щорік збільшується на 6% у вартісних показниках і в 2019 році склала 4% і 20% від об'єму продажів загального асортименту і сегменту парафармацевтичних товарів, відповідно [8].

Включення парфумерно-косметичних засобів (ПКЗ) в клінічні рекомендації в рамках ряду нозологій, що відносяться до косметичних недоліків, хвороб шкіри і підшкірної клітковини, обумовлюють високу конкурентоспроможність даних позицій на фармацевтичному ринку, підвищуючи таким чином, рентабельність аптечних організацій як завершуючого рівня в ексклюзивному каналі розподілу [53]. Так, за підсумками 2019 р. близько 50% аптечних продажів ПКП у вартісному вираженні складають засоби для корекції дерматологічних захворювань [77]. Сегмент ПКЗ сьогодні представляється вельми привабливим для комерційної діяльності, що обумовлене не лише його високим економічним потенціалом, але і спрощеними порівняно з лікарськими препаратами процесами реєстрації і звернення даної категорії товарів аптечного асортименту [68, 77].

При цьому разом із зростанням продажів і розширенням асортименту останніми роками наголошується різке збільшення випадків порушення регуляторних вимог в частині звернення засобів по догляду за шкірою і її похідними, а також динамічно наростаюча проблема контрафактною і фальсифікованою ПКП, доля якої на українському ринку складає від 10 до 15% [3]. При цьому у 8-15% споживачів реєструються небажані реакції на тлі вживання ПКП [47, 70, 86]. Все позначене вище визначає своєчасність і

актуальність круга питань в частині вдосконалення існуючих механізмів регулювання звернення ПКС на всіх етапах життєвого циклу з метою забезпечення населення безпечною продукцією.

Цілі і завдання дослідження. Метою даної магістерської роботи є дослідження доріг вдосконалення механізмів регулювання фармацевтичного ринку в сегменті парфумерно-косметичних засобів. Для досягнення поставленої мети були визначені наступні завдання:

1. Проаналізувати в порівняльному аспекті центральні вектори регулювання звернення ПКП в міжнародній практиці, в т.ч. провести критичну оцінку нормативно-правової бази у сфері звернення ПКЗ в Україні;
2. Проаналізувати структуру і динаміку розвитку українського фармацевтичного ринку;
3. Досліджувати ефективність реалізації маркетингових функцій аптечних організацій в рамках сегменту ПКЗ.

Теоретична значущість роботи полягає в науковому обґрунтуванні методології аналізу групи товарів аптечного асортименту на прикладі ПКЗ з подальшою розробкою рекомендацій по вдосконаленню механізмів регулювання фармацевтичного ринку.

Об'єктами дослідження були:

- державний реєстр лікарських засобів (он-лайн версія);
- електронні прайс-листи постачальників товарів аптечного асортименту;
- дані анкетування цільових груп.

Для вирішення поставлених завдань використовувався комплексний підхід із застосуванням контент-аналізу, маркетингового аналізу, методів соціологічного аналізу, експертних оцінок, а також методів угруповання, порівняння, ретроспективного методу.

Структура і об'єм. Кваліфікаційна робота складається з вступу, 3 глав, висновку, списку скорочень, списку літератури, що включає 61 джерело, у тому числі 12 на іноземних мовах, містить 7 таблиць, 31 малюнок, викладена на 86 сторінках комп'ютерного тексту.

РОЗДІЛ 1.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПАРФЮМЕРНО- КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ ЯК СЕГМЕНТУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ

Дана глава присвячена аналізу понятійного апарату, принципів класифікації ПКП в рамках глобального ринку. Проведений аналіз міжнародних наукових публікацій в області ПКЗ як товарній категорії.

1.1. Актуальні підходи до формування понятійного апарату і класифікації парфюмерно-косметичних засобів

Впродовж останнього десятиліття доля препаратів для догляду за шкірою і її похідними в загальній структурі асортименту аптеки набуває стійкої тенденції до розширення, що, перш за все, обумовлено особливостями їх позиціонування з формуванням іміджу «фармацевтичної косметики», що реалізовує здібність до попередження і корекції різних косметичних недоліків і дерматологічних патологій на тлі прийнятного профілю безпеки. Формування даного статусу ПКЗ в догляді за шкірою обумовлене, перш за все, науковими і технологічними досягненнями, які змінили уявлення про те, як ПКП впливає на зовнішній вигляд шкіри і її стан при фізичній, а також біологічній дії [99].

Огляд міжнародних і вітчизняних публікацій, що піднімають питання звернення ПКС на фармацевтичному ринку, свідчить, що разом з традиційною термінологією широко використовуються такі визначення, як: «лікувальна косметика», «активна косметика», «космецевтика», «дерматокосметика», об'єднуючи позитивні ознаки косметичних і лікарських засобів і займаючи проміжне положення між фармацевтичним і споживчим ринком. Дана категорія товарів реалізує інтенсивну дію активних речовин на структури шкіри, надаючи лікувально-профілактичний ефект, подібний

такому в лікарських препаратів. У Україні «лікувальна косметика» законодавчо не виділена в окрему групу, також відсутнє визначення, що містить критерії ідентифікації даної продукції. Даний термін на українському, а також на світовому ринку використовується переважно як маркетингове формулювання і охоплює мету вживання, спосіб і місце нанесення препарату [1, 15, 38, 39, 46, 53].

Аналіз чинного законодавства України у сфері обігу косметичної продукції виявив нагальну потребу у вдосконаленні нормативно-правової бази щодо регулювання обігу косметичної продукції відповідно до вимог міжнародних стандартів. Головною зміною є затвердження проекту Технічного регламенту на косметичну продукцію, який наразі оприлюднений МОЗ України та проходить громадське обговорення. Виявилися актуальними розробка та введення у Державну Фармакопею України нової загальної статті «Косметичні засоби», яка б містила вимоги щодо якості інгредієнтів косметичних продуктів, показників безпеки та умов виробництва. Важливим є також посилення ринкового контролю з боку Державної служби України з лікарських засобів та контролю за наркотиками за обігом так званих косметичних засобів, які за визначенням є лікарськими (із заявленим лікувальним ефектом та/або виготовлених з використанням активних фармацевтичних субстанцій та/або виготовлених у лікарських формах, неприйнятних для продукції, яка визначається як косметична — ін'єкції, супозиторії та ін.).

Наразі основним документом, який регулює склад та обіг косметичної продукції в Україні, є Державні санітарні правила та норми (ДержСанПіН) 2.2.9.027-99 «Санітарні правила та норми безпеки продукції парфумерно-косметичної промисловості», які визначають косметичні засоби як «засоби, які застосовуються для догляду за шкірою, волоссям, ротовою порожниною; виконують гігієнічні, профілактичні та естетичні функції».

Технічний регламент на косметичну продукцію передбачає зміну визначення косметичного засобу відповідно до Регламенту ЄС № 1223/2009:

«косметичний засіб — будь-яка речовина або суміш речовин, призначена для контакту з поверхневими частинами тіла людини (епідерміс, система волосяного покриву, нігті, губи та зовнішні статеві органи) або із зубами та слизовою оболонкою ротової порожнини, з метою, виключно або переважно, для їх очищення, ароматизації, зміни зовнішнього вигляду, захисту, підтримання у хорошому стані або корекції запахів тіла».

Згідно із пояснювальною запискою до проекту Постанови, наразі найважливішими проблемами косметичної галузі є маніпулювання законодавчими актами з боку виробника, порушення законодавства щодо маркування, хаотична реалізація продукції та введення в оману споживача. Попри те, що декларування лікувального ефекту для косметичного засобу є неприпустимим, на ринку існує велика кількість так званих косметичних засобів, які містять активні фармацевтичні інгредієнти та маркування яких включає відомості щодо їх фармакологічної дії, проте ці засоби не зареєстровані як препарати.

Очевидно, що подібні засоби, які за своїм спрямуванням є суто лікарськими засобами із заявленим лікувальним ефектом, повинні стати предметом уваги з боку Державної служби України з лікарських засобів та контролю за наркотиками.

Проект Технічного регламенту не передбачає регламентування поняття «лікувальна косметика», при згадуванні якого зазвичай посилаються на «Положення про реєстрацію і порядок видачі дозволу на ввезення та використання зарубіжних і вітчизняних засобів лікувальної косметики», розроблене Фармакологічним комітетом МОЗ України (від 23.05.1996 р. № 3), яке визначало «засіб лікувальної косметики» як «лікарські засоби, призначені для профілактики та лікування захворювань шкіри, її придатків (нігті, волосся, вії), які містять окремі речовини або суміші речовин, що використовуються у терапевтичних чи профілактичних цілях, та випускаються у формі косметичних засобів». У дане визначення зазвичай помилково додають також і лікарські засоби, призначені для профілактики та

лікування захворювань слизових оболонок, проте у зазначеному положенні дана категорія лікарських засобів не згадується.

Ретроспективний аналіз законодавства свідчить, що наказ, на підставі якого свого часу було розроблено та затверджено зазначене положення, скасований більше 20 років тому наказом МОЗ від 11.08.1998 р. № 248 «Про затвердження Інструкції про порядок здійснення спеціалізованої оцінки та експертизи матеріалів на лікарські засоби у Фармакологічному комітеті МОЗ України». Подальші зміни процедури експертизи та реєстрації лікарських засобів супроводжувалися рядом послідовних нововведень із затвердженням наказу МОЗ від 26.08.2005 р. № 426, який наразі є чинним (зі змінами). Цей закон, як і Закон України «Про лікарські засоби», не містить понять «лікувальна косметика» та «лікарські косметичні засоби».

Також у публікаціях часто вживаються терміни: «лікарські засоби, що випускаються у косметичних формах», «косметичні засоби з лікувальним ефектом», «лікувально-косметичні засоби», «космецевтика», «косметичний препарат», «дерматокосметика». Часто підґрунтям до віднесення лікарського засобу до цих категорій є його випуск «у формі косметичних засобів», проте не існує законодавчо затвердженого визначення, які саме лікарські форми можуть вважатися «косметичними», а зазвичай під цим розуміють лікарські форми для нашкірного застосування (креми, гелі та ін.). Проте зазначені терміни офіційно не закріплені.

Спроби пропонування нових термінів на кшталт «косметичний препарат», «лікувально-косметичні засоби», «косметичний ефект», на нашу думку, не лише не сприяють чіткому розмежуванню термінів «лікарський засіб» та «косметичний засіб», а вносять додаткову невизначеність у критерії віднесення продукту до певної категорії.

За нормативно-правовими актами ЄС та Управління з контролю за харчовими продуктами та лікарськими засобами США (FDA) «косметика не може бути одночасно косметикою і ліками». Категорія засобів, яка містить речовини, що використовуються з терапевтичною чи профілактичною метою

(що якраз і призводить до «нормалізації й активізації фізіологічних властивостей шкірних покривів») належить до «лікарських засобів», для якої визначені чіткі вимоги доведення ефективності та безпеки, реєстрації та розміщення на ринку, що закріплені у Законі України «Про лікарські засоби» та наказі МОЗ від 26.08.2005 р. № 426 (зі змінами).

Дія Технічного регламенту чітко обмежується лише косметичними засобами і не поширюється на лікарські засоби, медичні вироби і біоцидну продукцію. Крім того, згідно з проектом Технічного регламенту (п. 5 Розділу «Визначення термінів») не вважається косметичною продукцією «речовина або суміш, яка підпадає під визначення косметичної продукції, але призначена для прийому всередину, вдихання, ін'єкцій або імплантації в тіло людини». Таким чином, набуття чинності Технічним регламентом, зокрема, унеможлиблює обіг так званої косметичної продукції у вигляді супозиторіїв, яка наразі вельми широко представлена на ринку України, та «ін'єкційної косметики», частка якої на сучасному косметичному ринку динамічно зростає.

Відсутність в рамках українського законодавства спеціальних регуляторних вимог до визначення терміну «лікувальна косметика» і властивостей, що характеризують даний вигляд товару, безконтрольне використання виробниками біологічно активних інгредієнтів рослинного і синтетичного походження є потенційними причинами розвитку небажаних реакцій при вживанні продукції [23, 47, 49, 70, 86, 181]. Це підкреслює необхідність державного контролю при розробці, виробництві і виведенні на ринок ПКС, що містять фармакологічно активні інгредієнти, а також удосконалення термінології в рамках нормативно-правового поля, що у свою чергу вимагають зваженого і науково обґрунтованого підходу.

В даний час не існує єдиної науково обґрунтованої класифікації ПКС. На території України вся продукція класифікована відповідно до Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД). (Таблиця 1.1).

**Українська класифікація товарів
зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД)**

VI	(з 28 по 38) Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості
33	Ефірні олії та резиноїди; парфумерні, косметичні та туалетні препарати
Код товару	Найменування товару
3301	Олії ефірні недетерпенізовані (які містять терпени) або детерпенізовані (які не містять терпенів), включаючи конкрети та абсолюти (екстракти квіткових ефірних олій); резиноїди; екстраговані ефірні олії; концентрати ефірних олій у жирах, жирних оліях, восках або в інших подібних речовинах, одержані способом анфлеражу або мацерації; терпенові побічні продукти детерпенізації ефірних олій; водні дистилати та водні розчини ефірних олій:
3302	Суміші запашних речовин та суміші (включаючи спиртові розчини), одержані на основі однієї або кількох таких речовин, які застосовуються як промислова сировина; інші препарати на основі запашних речовин, які застосовуються у виробництві напоїв:
3303 00	Парфуми (духи) і туалетні води:
3304	Косметичні препарати або засоби для макіяжу та препарати для догляду за шкірою, крім лікарських препаратів, включаючи сонцезахисні препарати або препарати для загару; засоби для манікюру та педикюру:
3304 10 00 00	- засоби для макіяжу губ
3304 20 00 00	- засоби для макіяжу очей
3304 30 00 00	- засоби для манікюру або педикюру
	- інші:
3305	Засоби для догляду за волоссям:
3305 10 00 00	- шампуні
3305 20 00 00	- засоби для тривалого завивання або розпрямлення волосся
3305 30 00 00	- лаки для волосся
3305 90 00 00	- інші
3306	Засоби для гігієни порожнини рота або зубів, включаючи порошки та пасти для зубних протезів; нитки, що використовуються для очищення проміжків між зубами (зубоочисні нитки), упаковані для роздрібною торгівлі:
3306 10 00 00	- засоби для догляду за зубами
3306 20 00 00	- нитки, що використовуються для очищення проміжків між зубами (зубоочисні нитки)

3306 90 00 00 - інші

3307 Засоби, що використовуються перед голінням, під час гоління або після гоління; дезодоранти для тіла, препарати для приготування ванн, депілятори, інші парфумерні або туалетні і косметичні препарати, не включені до інших товарних позицій; дезодоранти для приміщень, ароматизовані або неароматизовані, з дезінфекційними властивостями або без них:

3307 10 00 00 - засоби, що використовуються перед голінням, під час гоління або після гоління

3307 20 00 00 - дезодоранти для тіла та протипотові препарати

3307 30 00 00 - запашні (ароматичні) солі та інші препарати для приготування ванн

- препарати для ароматизації або дезодорування повітря приміщень, включаючи ароматизуючі препарати для проведення релігійних обрядів:

3307 90 00 00 - інші

В рамках функціонування Угоди про асоціацію між Україною і Європейським союзом кодування і класифікація товарів є невід'ємними частинами митної справи для будь-якої країни і здійснюється на підставі Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД). Згідно УКТ ЗЕД ПКП привласнений код 33 «Ефірні масла і резиноїди; парфумерні, косметичні або туалетні засоби» з подальшим ранжируванням продукції по рівнях ієрархії [138]. Представлені класифікації характеризують ПКП виключно як об'єкт торгівлі на міжнародному ринку в певній формі випуску, а також забезпечують ідентифікацію даних товарів, які імпортуються і експортуються в рамках митної території [138]. Проте багатогранність властивостей і якісних характеристик ПКЗ знайшли віддзеркалення в підходах до класифікації даної групи товарів в ряду вітчизняних і зарубіжних авторів, найменувань даних засобів, представлених в асортименті аптечних організацій, що дозволили структурувати широкий перелік. Огляд літературних джерел продемонстрував можливі дороги систематизації ПКЗ відповідно до заданих критеріїв і напряму дослідження (Рисунок 1.1) [4, 14, 16, 17, 46, 55, 63, 79, 107].

Ранжирування ПКЗ за такими показниками, як: сфера застосування,

призначення, тип шкіри, косметична проблема, косметичний ефект, а також статевовікова ознака направлена на ефективну роботу з покупцем виходячи з його споживчих переваг. При цьому класифікація за ціновим сегментом, формі випуску, рівню дії і механізму косметичної корекції забезпечує оптимізацію аналітичних методів дослідження даної групи товарів аптечного

В рамках функціонування Догоди про асоціацію між Україною і Європейським союзом кодування і класифікація товарів є невід'ємними частинами митної справи для будь-якої країни і здійснюється на підставі Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД). Згідно УКТ ЗЕД ПКП привласнений код 33 «Ефірні масла і резиноїди; парфумерні, косметичні або туалетні засоби» з подальшим ранжируванням продукції по рівнях ієрархії [138]. Представлені класифікації характеризують ПКП виключно як об'єкт торгівлі на міжнародному ринку в певній формі випуску, а також забезпечують ідентифікацію даних товарів, які імпортуються і експортуються в рамках митної території [138]. Проте багатогранність властивостей і якісних характеристик ПКЗ знайшли віддзеркалення в підходах до класифікації даної групи товарів у ряді вітчизняних і зарубіжних авторів, найменувань даних засобів, представлених в асортименті аптечних організацій, що дозволили структурувати широкий перелік. Огляд літературних джерел продемонстрував можливі дороги систематизації ПКЗ відповідно до заданих критеріїв і напряму дослідження (Рисунок 1.2) [4, 14, 16, 17, 46, 55, 63, 79].

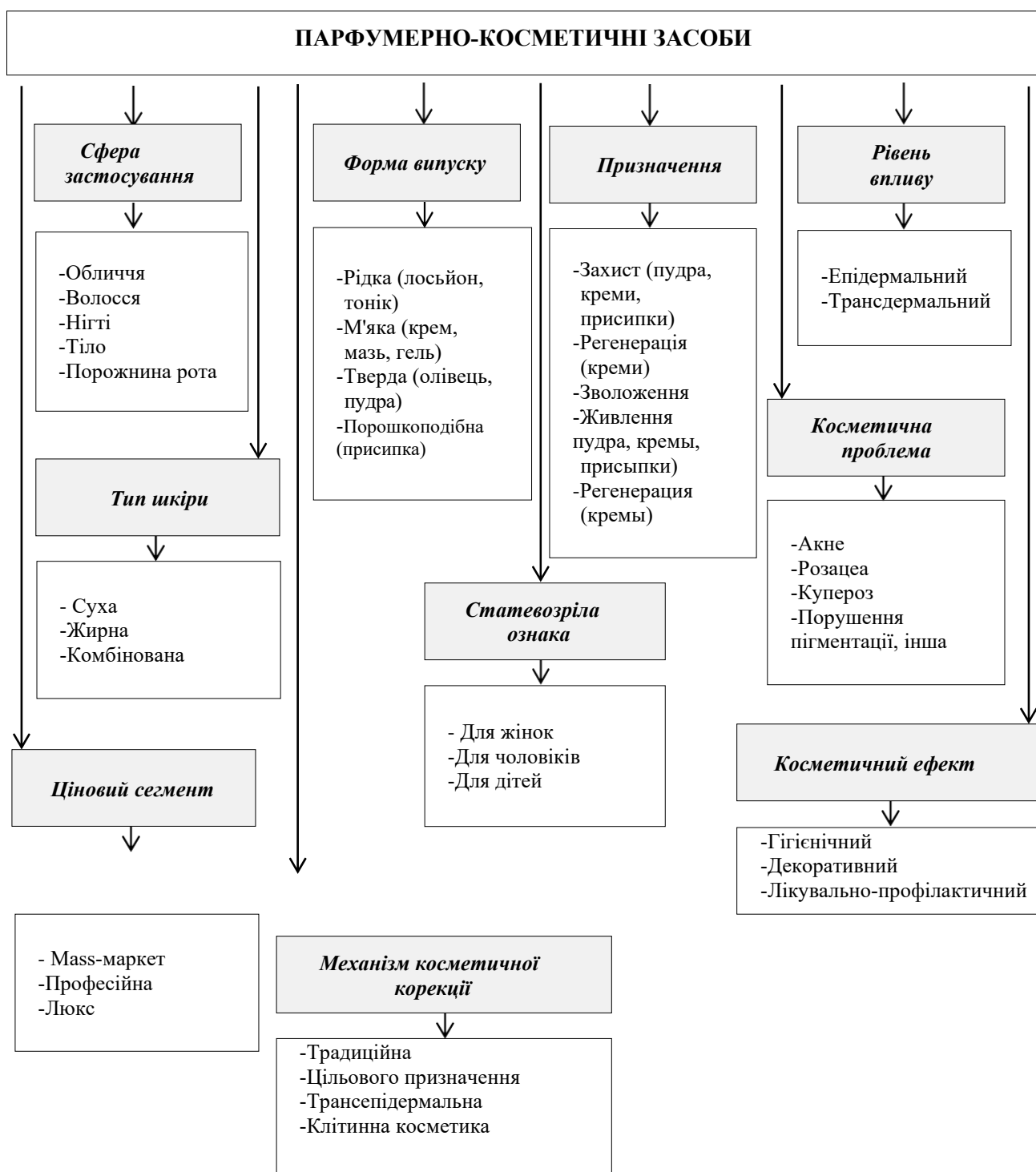


Рисунок 1.1 - Підходи до класифікації ПКЗ в Україні

Поважно відзначити підхід до класифікації ПКЗ в ЄС, де дана продукція є невід'ємною частиною здорового способу життя населення і, піддається строгому регулюванню з боку держави і суспільства. Дана категорія продуктів має чіткішу систематизацію.

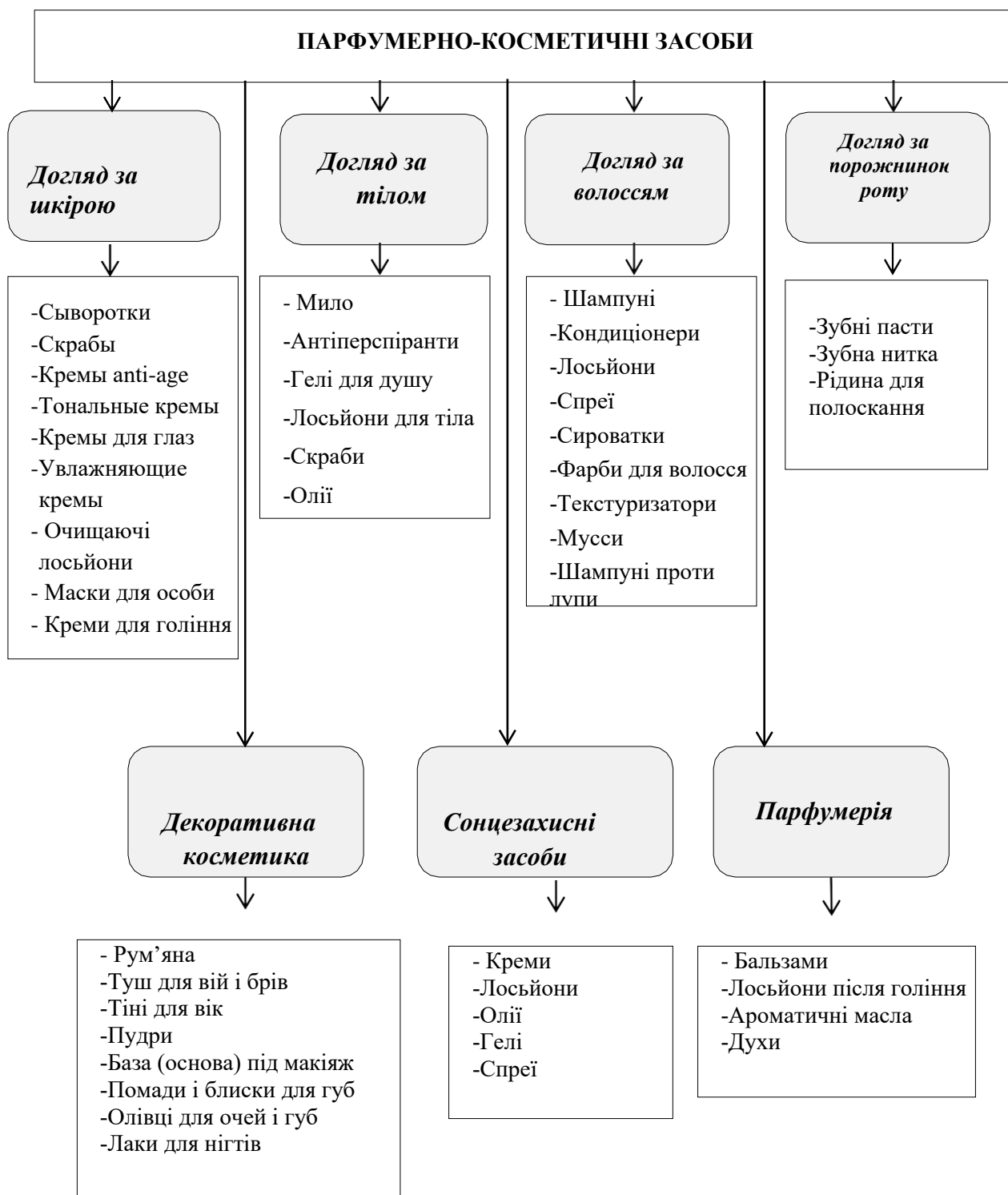


Рисунок 1.2 - Європейська класифікація ПКЗ

Таким чином, в рамках глобального ринку на сьогоднішній день не існує уніфікованого підходу до класифікації ПКЗ, а визначення і окреме виділення ПКП з біологічною дією в структурі продажів, що є маркетинговою тенденцією просування

товарів, не мають законодавчої основи. При цьому класифікація ПКЗ дозволяє розділити асортимент продукції по окремих ознаках, що в значній мірі спрощує роботу з даною категорією товарів як в розрізі збутової функції аптечних організацій, так і в рамках науково-дослідницької діяльності.

1.2. Сучасний стан наукових досліджень фармацевтичного ринку в рамках сегменту парфумерно-косметичних засобів

ПКП, як один з сегментів фармацевтичного ринку, що найшвидше розвиваються, впродовж останніх двох десятиліть є об'єктом багаточисельних досліджень вітчизняних і зарубіжних учених. При цьому наукові публікації присвячені стану і механізмам вдосконалення ринку ПКЗ, а також формування маркетингової стратегії виробниками ПКП з врахуванням споживчих переваг. За даними, отриманим рядом авторів, вітчизняний ринок ПКЗ за період 2009-2019 рр. демонструє стійке і упевнене зростання об'ємів реалізації даної продукції з щорічним приростом на 6-10%. При цьому наголошується тенденція попиту на «лікувальні» косметичні засоби, а аптечні організації виступають стратегічно значимим каналом збуту, займаючи частку ринку в 2012 році 26,5% [19, 22, 64, 79].

Ученими розглянуті вектори розвитку глобального ринку в сегменті ПКС. Відмічено, що сучасним напрямом розробок і розширення асортиментних портфелів виробників є натуральна і органічна косметика, а також інноваційні продукти з точки зору складу і технології виробництва [73, 74, 89, 99].

Системний SWOT-аналіз українського і локального ринку демонструє ваговиту значущість у внутрішньому і зовнішньому середовищі діяльності організацій такого чинника, як споживач [14, 79, 123]. Останнє узгоджується з оцінкою зарубіжних експертів, яка показує, що поведінка споживачів є одним з найважливіших аспектів діяльності підприємств, що виробляють і реалізуючи ПКП, і вирішальним чинником вибору маркетингової стратегії компанією [197]. При цьому аспектами, що впливають на формування аптечного асортименту в сегменті ПКЗ, є соціальні, культурні, особисті, психологічні, технологічні, економічні, політичні і маркетингові [41, 79, 148, 198].

Представляють практичний інтерес результати зарубіжних досліджень про вплив на попит відносно ПКЗ таких чинників, як країна походження, бренд і ціна, що демонструють готовність споживача платити високу ціну за продукт з економічно розвиненої країни через сприйняття ціни як показник якості продукції [193, 197]. При цьому високий рівень обізнаності в області ПКЗ позитивно впливає на вирішення споживача про придбання продуктів даної категорії товарів аптечного асортименту [192, 196].

Пріоритетну значущість для науково-дослідної роботи і маркетингової діяльності компаній-розробників мають дані, отримані при складанні профілю європейського споживача ПКЗ, показуючи, що респонденти найчастіше асоціюють французькі косметичні бренди з високою ціною і престижністю, тоді як для національної продукції характерні низька вартість, безпека і екологічність складу. При цьому якість інгредієнтів оцінюється європейцями як низьке для ПКП, що імпортується з Ізраїлю на відміну від вироблених на території Німеччини косметичних засобів (Таблиця 1.2) [108].

Таблиця 1.2

**Характеристики брендів ПКЗ
залежно від країни походження [180]**

№ п\п	Характеристика бренду ПКЗ	Країна	Показник, %
1.	Низька ціна	Польща	30,8
2.	Висока ціна	Франція	35,6
3.	Низька якість інгредієнтів	Ізраїль	13,3
4.	Висока якість інгредієнтів	Німеччина	24,5
5.	Безпека	Польща	39,2
6.	Натуральність	Польща	43,3
7.	Престиж	Франція	35,0
8.	Інноваційність	США	18,0
9.	Ефективність	Німеччина	24,9

Варто відзначити, що значно зросла доля чоловіків, усвідомлено ті, що вибирають і використовують ПКЗ, що дає можливість компаніям значно розширити цільовий ринок продукції [193]. При цьому аналіз впливу чинників на вибір даної продукції серед чоловічого і жіночого населення продемонструє розбіжність переваг і вимог до ПКП по гендерних ознаках [193, 194].

Соціологічні дослідженням в Україні дозволяють стверджувати про специфіку регіональних ринків в сегменті ПКЗ, що у свою чергу, підкреслює значущість маркетингових досліджень в розрізі виявлення споживчих переваг і формування локального портрета споживача даної категорії товарів аптечного асортименту. При цьому порівняльний аналіз запитів споживачів ПКС дає можливість позначити тенденції розвитку фармацевтичного ринку особових характеристик і споживчих переваг населення (Таблиця 1.3) [28, 36, 73, 79, 84].

Таблиця 1.3

Порівняльна характеристика портретів українських споживачів за результатами дослідження наукових публікацій за період 2012-2019 рр.

Характеристика	Рік дослідження		
	2012	2015	2019
Пол	жінки	жінки	жінки
Вік	25-45 лет	35 лет	36-45 лет
Освіта	вище	вище	немає даних
Пріоритети у виборі країни - виробника	54% - імпортні 15% - вітчизняна 31% - не має значення	немає даних	43,7% - імпортні 42,1% - вітчизняні 14,2% - не має значення
Пріоритетні характеристики ПКЗ	простота вживання	ефективність, якість, ціна	якість, ефективність, дизайн упаковки; контроль першого розтину
Місце придбання	69% - аптечні організації	46% - аптечні організації 27% - парфумерні магазини 10% - спеціалізовані відділи супермаркетів	аналіз споживчої поведінки при виборі ПКП, що реалізуються в аптечних організаціях

Як свідчать дані, цільовою групою залишаються заміжні жінки у віці 30-45 років з вищою освітою. За десять років майже в три рази збільшилася питома вага споживачів, які віддають перевагу ПКЗ вітчизняного виробництва. Перелік характеристик ПКП, які впливають на вибір споживача, розширився, а пріоритетними стали якість, ефективність і безпека. Варто відзначити, що аптечні організації залишаються ключовим каналом реалізації ПКЗ, що надають біологічну дію, забезпечуючи задоволення споживчого попиту в якісній і безпечній продукції.

Проведений аналіз вітчизняних і зарубіжних наукових публікацій

свідчить про зсув ринку ПКП у бік засобів для поліпшення стану шкіри, з натуральних інгредієнтів, таких як білки, пептиди, чинники зростання, екстракти рослин і їх комбінації, що так само знаходить віддзеркалення в щорічному збільшенні кількості заявок на патенти в позначеної області. Дані інгредієнти використовуються в рецептурах з метою досягнення інноваційної активності і реалізації біологічних ефектів, в т.ч. що омолоджує, регенерує, антибактеріального, протизапального, заспокійливого, зволожуючого і очищаючого. При цьому наголошується висока міра безпеки у зв'язку з біологічною сумісністю даних речовин з елементами шкіри і низька вірогідність розвитку алергічних реакцій (Таблиця 1.4).[4, 75, 89, 90].

Таблиця 1.4

Інноваційні інгредієнти ПКЗ

Біологічно активний інгредієнт		Механізм дії	Ефект
ПЕПТИДИ	Сигнальн і пептиди	стимулювання синтезу колагену; зменшення синтезу еластину; зменшення розщеплювання колагену; зниження рівня колагенази.	загоєння ран; зменшення глибини і довжини зморшок; збільшення пружності шкіри.
	Пептиди-носії	стабілізація і доставка міді; стимулювання синтезу колагену.	поліпшення пружності і текстури шкіри; зменшення зморшок, ліній і гіперпігментації
	Нейротрансмітте р- інгібуючі пептиди	інгібування вивільнення нейротрансмітерів; конкурентний антагоніст рецептора ацетилхолінової мембрани; розслаблення м'язів, зменшення тим самим скорочення м'язів особи блокування кальцієвих каналів в нейроне- інгібування вивільнення ацетілхоліну.	зменшення глибини зморшок
	Молочні пептиди	—	живильний; стимулюючий
	Морські пептиди	—	антиоксидантний протизапальний

Білки	збільшення кількості води в роговому шарі	зменшення зморшок; поліпшення якості шкірного бар'єру.
Чинники зростання	участь в проліферації фібробластів і компонентів позаклітинного матриксу	загоєння ран

Висока частота вживання в клінічній практиці дерматологів і косметологів ПКП [57], що містять біологічно активні інгредієнти, обумовлює актуальність вивчення національних і зарубіжних наукових публікацій в області ефективності і безпеки ПКЗ з метою підтвердження наявності свідчень клінічними дослідженнями. Результати клінічного тестування продуктів представлені в таблиці 1.5 [7,9,10,13,20,21,24-26,30,43,45,50,54,56,58,61,65-67,69,71,72,80-83,88]

Таблиця 1.5

Дані про біологічні ефекти ПКП, 2012-2019гг.

Найменування марки ПКЗ	Активні інгредієнти	Біологічний ефект
ЕМОЛІУМ Польща	- Масло макадами - Масло карите - Алантоїн - Пантенол - Гіалуронат натрію - Кукурудзяне масло - Тригліцериди - Молочна кислота - Гліцерин - Arlasilk® - Phospholipid GLA	Зменшення елементів сухості і лущення шкіри, підвищення рівня зволоженості епідермісу, нормалізація рН шкіри при комплексному (з тГКС) лікуванні atopічного дерматиту у дітей.
Сетафіл Dermacontrol , Франція	- Сульфат цинку - Глюконат цинку - Дікалія глицеризат - Гідроксіпальмітоїла сфиганина (керамід 5) - Гліцерин - Пентіленгліколь - Алантоїн, пантенол - Двоокис кремнію - Авобензон, октокрилен, октил саліцилат (фотозахист)	Зниження побічних ефектів терапії акне; Забезпечення тривалого зволоження шкіри; Відновлення бар'єрів шкіри; Протизапальний; Себоабсорбція і себорегулювання; Фотопротективний.
Avene , Франція	- Термальна вода (Ca, Mg, Si, Fe, Zn, Cu) - Parcerine®	Протизапальний; Антиоксидантний; Противозудний;

	<ul style="list-style-type: none"> - Diolīnyl® - Екстракт насіння гарбуза - Глюконат цинку - Бромід цетримонія - Термальна вода - Гліколева, молочна і саліцилова кислоти Ретінальдегід 	<p>Антибактеріальний; Себорегулюючий і кераторегулюючий; Стимуляція колагенуутворення в дермі (прискорення репарації); Відлущуючий і вирівнюючий;</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Фотозахисний комплекс Sunsitive® (сонцезахисні фільтри, претокоферил, термальна вода). - Силіконове середовище з мікрочастками пігментів 	<p>Зниження утворення «сонячних комедонів»; Зниження загострень вугрового висипу. Колірна корекція косметичних недоліків при залишкових дефектах шкіри.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Термальна вода - Гліцерин Токоферіл ацетат 	<p>Комплексна терапія розацеа</p>
Uriage, Франція	<ul style="list-style-type: none"> - Екстракт солодкої - Комплекс АНА (альфа-гідроксикислот) - Піроктон оламін Термальна вода Ур'яж (Na, S) 	<p>Антибактеріальний, Протизапальний, Себостатичний і заспокійливий; Кератолітичний; Збереження нейтрального або кислого значення рН шкіри; Що зволожує для проблемної і жирної шкіри.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Cerasterol-2F® - Термальна вода Ур'яж - Масло «Ши» - Фітосквалени 	<p>Зволоження і пом'якшувальний для сухої і дуже сухої шкіри (ксерози); Відновлення шкірного бар'єру; Заспокійливий і протизапальний; Комплексна терапія розацеа.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Термальна вода Ур'яж - Гидрастім 4С - Фрагментірована гіалуронова кислота - Гліцерин - Ефір жожоба - Сквалеон - Масло зерен кунжуту Гидрапорін 	<p>Відновлення природної водозберігаючої структури епідермісу</p>
Bioderma, Франція	<ul style="list-style-type: none"> - Fluidactiv® - Глюконат Цинку - Сульфат Меді - Гінкго білоба - Гліколева кислота (АНА) Саліцилова кислота 	<p>Себорегулюючий; Протизапальний; Кераторегулюючий; Бактеріостатичний; Антиоксидантний; Стимулюючий синтез колагену і глікозаміногліканів в шкірі; Комплексна терапія розацеа. Антисептичний; Нейтралізуючий на алергени; Відновлення непроникності рогового шару і бар'єрної функції шкіри.</p>

La Roche Posay, Франція	<ul style="list-style-type: none"> - Термальна вода (Se, бікарбонат, Ca, силікати, Zn, Cu) - Вітамін E - Вітамін C - Поліфеноли сосни приморською - Неогесперидін лізат бактерії Vitreoscilla Filiformis 	Пом'якшувальний; Що зволожує; Прискорюючий регенерацію і уповільнення старіння сухої і нормальної шкіри; Протизапальний; Комплексна терапія розацеа; Антиоксидантний; Відновлення функції шкірного бар'єру і мікробиому уражених ділянок шкіри при атопічному дерматиті; Інгібування продукції альфа- стимулюючого для меланоциту гормону (зменшення запалення шкіри під дією УФ).
Vichy, Франція	<ul style="list-style-type: none"> - Термальна вода - Саліцилова кислота - PhE-Resorcinol - Капрілоїл гліцин - Піроктон оламин Airlicium™ 	Протизапальний; Що зволожує і пом'якшувальний; Кератолітичний; Себорегулюючий.
	<ul style="list-style-type: none"> - Дисульфід селену - Саліцилова кислота Термальна вода 	Антисеборейний.
	<ul style="list-style-type: none"> - Гіалууронова кислота 	Підвищення пружності шкіри і зменшення вираженості зморшок.
Topicrem, Франція	<ul style="list-style-type: none"> - 1,2-гексанидіол - Біосол - Гліцерин - Масло насіння сливи - Етілгексилгліцерин - Токоферол - Молочна кислота - Гліцерілстеарат Поліетіленгліколь-100 	Антисептичний; Антибактеріальний; фунгіцидний; Поліпшуючий мікроциркуляцію; Стимулюючий клітинний метаболізм; Що зволожує; Відновлюючий; Підвищення опірності шкіри
Бепантен Derma, Німеччина	<ul style="list-style-type: none"> - Декспантенол 	Стимуляція процесу відновлення тканин; Протизапальний.
Ducray, Франція	<ul style="list-style-type: none"> - Мікронізована сірка - Маліцилова кислота - Іхтіол - Гліколева кислота - Кертіол 	Антимікотичний; Кератолітичний; Протизапальний; Протівозудний.
	<ul style="list-style-type: none"> - Гліколева кислота - Саліцилат цинку - Екстракт сабаля - Гліцерин - Міртацин (екстракт листя мирта) Бісаболол і стеарил гліцеритинат 	Бактерицидний; Себорегулюючий; Зволожуючий.
Noreva, Франція	<ul style="list-style-type: none"> - Комплекс Хроно Регул HD (очищені фітостероли) - Ефіри в-гідрокислот (ВНА) - Екстракт білого лотоса - Солі цинку Каолін 	Себорегулюючий; Зволожуючий ; Антибактеріальний; Порозвужуючий; Оксигенація шкіри.

Таким чином, проведений аналіз вітчизняних і зарубіжних наукових публікацій по темі дослідження свідчать про зростаючу роль ПКЗ, що застосовуються для попередження і корекції патологій шкіри. При цьому таке збільшення ПКЗ, що реалізують біологічну дію, на фармацевтичному ринку, підкреслює необхідність вивчення стану і перспектив розвитку, а також підходів до державного регулювання даної категорії товарів.

Висновки до розділу 1.

Специфіка ПКЗ і їх збуту в аптечних організаціях викликає низку запитань, які вимагають системного дослідження і наукового обґрунтування. Огляд міжнародних і вітчизняних публікацій, що піднімають питання звернення ПКП на міжнародному фармацевтичному ринку, виявив, що «лікувальна косметика» в нормативно- правовому полі не позначена, а критерії ідентифікації даної продукції відсутні. Встановлена відсутність на глобальному ринку уніфікованої класифікації ПКЗ, а також виявлена широка варіабельність ранжирування косметичних продуктів. При цьому інтенсивний розвиток сегменту ПКП, з врахуванням інноваційних розробок і розширення сфери застосування, у тому числі у сфері терапії шкірних захворювань, вказує на необхідність детальної і багатовекторної оцінки підходів до класифікації, розробки і звернення позначеної групи товарів аптечного асортименту.

Відповідно до мети і завдань магістерської роботи запропонована методологія аналізу ПКЗ як групи товарів аптечного асортименту.

РОЗДІЛ 2.

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПАРФЮМЕРНО-КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ

Глава присвячена аналізу механізмів регулювання звернення ПКП в розрізі глобального ринку. Відбиті сучасні підходи до розробки і виведення ПКП на ринок в рамках впливу національного нормативно- правового поля.

2.1. Порівняльна оцінка моделей регулювання обігу парфюмерно-косметичних засобів в зарубіжних країнах

Відсутність регламентованого визначення «лікувальної косметики» в світовій практиці визначає інтерес дослідження сфери нормативно- правового регулювання даної категорії товарів в провідних країнах (Таблиця 2.1), що послужило обґрунтуванням для проведення порівняльного аналізу підходів до державного регулювання ПКП в зарубіжних країнах (Європа, США, Японія), що дозволив виділити суперечливі положення в законодавстві [99,160].

Таблиця 2.1

Правове регулювання звернення ПКП в розрізі світового ринку

Країна	Нормативно-правова база	Орган контролю
Європа	Regulation (EC) No 1223/2009 of the European Parliament and of the Council of 30 November 2009 on cosmetic products	The Scientific Committee for Consumer Safety (SCCS)
США	Federal Food, Drug and Cosmetic Act Fair Packaging and Labeling Act	Food and Drug Administration The Cosmetic Ingredient Review
Японія	Pharmaceutical Affairs Law	The Ministry of Health, Labor and Welfare

У розрізі правового регулювання в країнах Європейського союзу (ЄС) провідну роль грає Regulation 1223/2009 of the European Parliament and of the Council, а також реєстрація в Cosmetic Products Notification Portal (CPNP), що дає право реалізовувати ПКП на всій території ЄС [60,63]. У США звернення даних засобів підпорядковане вимогам Federal Food, Drug and Cosmetic Act, а також Fair Packaging and Labeling Act [99].

Згідно нормативно-правової документації Європейського Союзу і США косметика не може володіти властивостями лікарського препарату. Інтересним в даній площині представляється той факт, що в США ПКС лікувально-профілактичної дії або засоби, що впливають на структуру і функції організму (сонцезахисні засоби, протисеборейні шампуні) розглядаються як лікувальні і відповідають вимогам, що пред'являються як до ПКС, так і лікарським препаратам [82,88].

Вивчення регуляторних підходів ЄС і США виявило, що одним з ключових протиріч є оцінка безпеки косметичної продукції. Згідно Regulation 1223/2009 of the European Parliament and of the Council, на сьогоднішній день, перелік заборонених для використання в косметиці інгредієнтів складають 1377 найменувань, тоді як в США їх 11. При цьому звертає на себе увагу заборона тестування ПКП на тваринах в державах-членах ЄС, що не входить в область регулювання США [21].

Варто відзначити, що законодавчо «лікувальна косметика» виділена в окрему категорію фармацевтичних товарів і підпорядкована виключно фармацевтичному законодавству в Японії [19,20].

У Європі створений спеціалізований орган контролю за якістю ПКЗ Standing committee on cosmetic product, а в США функціонує Cosmetic Ingredient Review, що досліджує інгредієнти продукції. У міжнародній практиці оновлення списків інгредієнтів відбувається

щорік на підставі проведених досліджень [2,11,16]. Переліки заборонених і дозволених в обмеженій кількості речовин представлені в Європейському регламенті 1223/2009, в США список дозволених інгредієнтів

опублікований в The Cosmetic, Toiletry and Fragrance Association - CTFA (в даний час The Personal Care Products Council) [10], а в Японії джерелами даних про косметичні інгредієнти є Japanese Standards of Cosmetic Ingredients - JSCI (Японські стандарти косметичних інгредієнтів) і Comprehensive Licensing Standards of Cosmetics - CLS (Комплексні стандарти ліцензування косметичних засобів) [91,97].

У розрізі регламентації якості ПКП поважно відзначити процедури реєстрації косметичних засобів Cosmetic Product Safety Report, Declaration of Conformity (ЄС Declaration of Compliance) в Європі, а також сертифікати відповідності в Японській практиці. При цьому в Японії діють стандарти Good Post Marketing Surveillance Practice, вживані відносно виробників, імпортерів і дистриб'юторів [86,98].

На території США органом, контролюючим якість і безпеку ПКЗ на всіх етапах їх реалізації, а також дотримання норм і правил в рамках Федерального Закону «Про продукти харчування, ліки і косметику» (Federal Food, Drug and Cosmetic Act), є Food and Drug Administration (FDA) [88,95]. Через свої якісні характеристики ПКП має ряд особливостей в процесі реєстрації і виведення на ринок. Так, в розрізі правового регулювання в країнах ЄС Регламент № 1223/2009 Європейського Парламенту і Ради встановлює правила, що стосуються виробництва, сертифікації, розміщення ПКП на ринку і її маркування. Згідно Регламенту, виробництво ПКС повинне відповідати вимогам Good Manufacturing Practice (GMP). Одним із засадничих документів Нових Європейських норм виробництва ПКС є стандарт ISO 22716-2007 «Правила організації виробництва і контролю якості парфумерно-косметичних засобів». Ці норми встановлюють виключно високі вимоги до безпеки продукції для споживачів, які поширюються на всіх учасників ланцюга постачань ПКЗ в Європі і за її межами. Науковий комітет з безпеки споживачів (Scientific Committee for Consumer Safety) забезпечує належне виконання заходів відносно ПКП і регулярного оновлення списків безпечних і заборонених речовин. При цьому за дотриманням відповідності

ПКС вимогам Регламенту на території Європейського Союзу призначається «відповідальна особа» (фізична або юридична особа), діяльність якої підтверджується звітом по безпеці - Cosmetic Product Safety Report (Рисунок 2.1) [98].

Принципово інший підхід до звернення косметики спостерігається в Японії, де дана категорія продукції регулюється Міністерством здоров'я, праці і добробуту (Ministry of Health, Labour and Welfare) в рамках Закону про Фармацевтичну діяльність (Pharmaceutical Affairs Law) [19].

Поважно підкреслити особливості ввезення ПКП на територію Японії, який передбачає ретельну перевірку кожного інгредієнта, що входить до складу ПКС, з подальшою процедурою ліцензування (Рисунок 2.2) [20].

Не можна також обійти увагою модель звернення косметичної продукції в Україні, регульовану Технічним регламентом «Про безпечність косметичної продукції», Державними санітарними правилами і нормами, а також «Переліком продукції, належній обов'язковій сертифікації в Україні». При цьому вдосконалення підходів до звернення даних засобів направлене на гармонізацію національних нормативно-правових актів з вимогами ЄС [44,48].



Рисунок 2.1 - Функції виконавських органів і відповідальної особи в регулюванні звернення ПКП



Рисунок 2.2 - Механізм виходу ПКП на фармацевтичний ринок Японії

В даний час відповідно до «Положення про реєстрацію і порядок видачі дозволу на ввезення і використання зарубіжних і вітчизняних засобів лікувальної косметики», розробленим Фармакологічним комітетом Міністерства охорони здоров'я України, до лікувальної косметики відносяться лікарські засоби, які призначені для профілактики і лікування захворювань шкіри, її придатків (нігті, волосся) і слизистих оболонок, містять окремі речовини або суміші речовин, використовувані в терапевтичних або профілактичних цілях, і випускаються у формі косметичних засобів [28].

Аналіз міжнародних вимог до об'єму інформації, яка наноситься на упаковку ПКС представлена на рисунку 2.3.

<ol style="list-style-type: none"> 1. Не потрібно вказувати термін придатності або період часу використання косметичного засобу після розтину 2. Не потрібне повідомлення про вміст в продукції «нано»-матеріалів 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Позначення терміну придатності не потрібне, якщо мінімальний термін придатності косметичного засобу для використання складає більше 30 місяців 2. Перелік інгредієнтів і попередження при вживанні косметичного засобу, якщо недостатньо місце на упаковці, вказуються на вкладиші, наклейці або стрічці
---	--

Рисунок 2.3 - Підходи до маркування ПКП в світовій практиці

Порівняльний аналіз підходів до маркування в ЄС і США виявив розбіжності у вимогах до вмісту і об'єму інформації про продукцію, а саме наявність додаткового вкладиша і попередження споживачів про наявність готельних інгредієнтів у складі ПКП є обов'язковою умовою допуску даних товарів до звернення на території європейських держав.

У площині процесів гармонізації регулювання звернення ПКП актуальним на сьогоднішній день залишається питання про включення в маркування даних відносно алергенів, що дозволить понизити кількість небажаних реакцій у споживачів [60,88].

Таким чином, є підстави укласти, що в міжнародній практиці відсутній єдиний підхід до визначення місця «лікувальної косметики» серед традиційної косметичної, а також фармацевтичної продукції. Регулювання звернення даної категорії товарів в рамках окремих держав в значній мірі відрізняється, що, перш за все, реалізується особливостями процесів виведення товару на ринок і маркування продукції [16]. При цьому основним бар'єром в регулюванні звернення ПКП на міжнародному рівні є розбіжності нормативно-правового характеру.

2.2 Аналіз механізмів державного регулювання ринку парфумерно-косметичних засобів в Україні

Неспростовним сьогодні представляється факт, що ефективність косметичного засобу визначається речовинами, що входять в його рецептуру. Тому на етапі розробки поважно підібрати оптимальний чітко контрольований впродовж всього життєвого циклу продукту кількісний і якісний склад і виключити несприятливі реакції косметичних засобів на шкіру і здоров'я людини шляхом об'єктивної оцінки безпеки продукції.

Згідно існуючому законодавству, традиційна ПКП, а також ПКЗ з фармакологічно активними інгредієнтами піддаються одній і тій же процедурі. При цьому на етапі реєстрації оцінка ефективності продукції проводиться в рамках добровільної сертифікації і є необов'язковою процедурою для видачі Декларації про відповідність [36,37,54]. Даний факт вказує на те, що продукція з біологічно активними компонентами проходить стандартні етапи перевірки без належного аналізу активності і ефективності ПКЗ.

Процедура добровільної сертифікації проводиться акредитованими органами по сертифікації за ініціативою заявника (виробника, продавця) в цілях підтвердження відповідності вимогам документів, визначуваних заявником. При цьому якщо виробник прийняв рішення про вживання добровільного стандарту, то з видачою сертифікату даний регламентуючий документ включається в перелік обов'язкових для виконання нормативних актів.

Процедура підтвердження ефективності проводиться за допомогою методів *in vitro* і *in vivo* за основними показниками дії препаратів на шкіру і її похідні, реалізується на базі акредитованої дослідницької лабораторії (таблиця 2.2). Поважно підкреслити, що всі види виконуваних випробувань повинні входити в область акредитації дослідницької лабораторії [84].

**Показники ефективності ПКП в рамках
добровільній сертифікації**

Оцінка ПКП по догляду за шкірою обличчя	
In vitro	In vivo
<ul style="list-style-type: none"> - Синтез колагену - Антиоксидантна дія - Протизапальна дія - Вибілюючий ефект 	<ul style="list-style-type: none"> - рН шкіри - Зволожуюча дія - Гіпоалергенність - Тургор шкіри - Регенеруюча здатність шкіри - Кератолітична дія - Міра депігментації - Фотозахисна дія

Проведення випробувань на ефективність косметичної продукції доцільно проводити на стадії розробки рецептури, що дозволить ще на початковому етапі вносити зміни до складу для досягнення необхідного ефекту косметичного засобу і уникнути дисбалансу ринкових показників при зверненні.

Важливим чинником забезпечення споживача якісною і безпечною ПКП є посилення контролю з боку держави на всіх етапах звернення даної продукції. Для ефективного доринкового контролю необхідний чіткий розподіл завдань в рамках уповноважених органів, в повноваження яких входить основна сукупність функцій по контролю за виробництвом, реєстрацією, і виходом на ринок ПКЗ, а також моніторинг і виявлення небажаних реакцій при вживанні даної продукції. При цьому поважно забезпечити виробництво відповідно до належної виробничої практики, що свідомо забезпечує присутність на ринку безпечної продукції.

Процедури по виявленню небажаних реакцій, а також сукупність заходів щодо виявлення фальсифікованою і недоброякісною ПКП повинен включати ринковий контроль. При цьому до здійснення даного контролю

залучаються всі учасники ринку: держава, виробники, працівники медичних і фармацевтичних організацій, дистриб'ютори, споживачі і виробники-конкуренти.

Так, на сучасному етапі виробники самі вибирають стратегію виробництва, наповненість комплекту методів випробувань, а також схему декларування ПКП, виконуючи лімітуючі вимоги законодавства, або здійснюючи додаткові заходи щодо підтвердження ефективності продукції, що випускається. При цьому гармонізований підхід до підтвердження якості і ефективності активної косметики, участь держави на всіх етапах виробництва косметичних засобів, а також залучення всіх учасників ринку, забезпечить споживачів якісною і безпечною продукцією.

Таким чином, відсутність в даний час в Україні єдиних підходів до управління процесами життєвого циклу ПКП, що містить біологічно активні речовини, визначає необхідність того, що передивляється системи регулювання звернення ПКП. Чітке розуміння існуючих процесів і використання досвіду провідних країн дозволяє виявити основні проблеми в регулюванні звернення даної продукції.

Виводи до розділу 2

1. Регулювання звернення ПКЗ в рамках окремих держав в значній мірі відрізняється, що, перш за все, реалізується особливостями процесів виведення товару на ринок, маркування продукції, а також лімітацією складу кінцевого продукту.

2. Відсутність державних стандартів, що визначають якість продукції, що випускається, в рамках таких форм випуску, як флюїд, сироватка, бальзам, концентрат, що вказує на потенційний ризик їх вживання;

3. Надання виробникові права вибору в частині нанесення на упаковку інформації, застережливої споживачів про наявність/відсутність у складі ПКП потенційних алергенів, що може служити причиною розвитку небажаних реакцій при необґрунтованому вживанні даних засобів.

РОЗДІЛ 3.

БАГАТОВЕКТОРНИЙ АНАЛІЗ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ В РАМКАХ СЕГМЕНТУ ПАРФУМЕРНО- КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ

Сучасні ПКЗ об'єднують високу ефективність лікарського препарату і переваги косметичної форми випуску, реалізуючи біологічну дію на тлі прийнятної профілю безпеки, що, у свою чергу, формує прихильність споживачів і фармацевтичних працівників до даної категорії товарів аптечного асортименту.

У даній главі, відповідно до поставлених завдань дослідження, представлені результати оцінки ключових показників українського ринку в сегменті ПКП. В рамках маркетингового аналізу ринку України запропоновані науково-обґрунтовані напрями підвищення ефективності діяльності аптечних організацій.

3.1. Структура і динаміка українського фармацевтичного ринку

Аналіз стану сегменту ПКЗ на національному фармацевтичному ринку проводився в динаміці за період 2012-2019 рр. з використанням бази даних аналітичної компанії DSM Group по ключових структурних параметрам, що характеризують аптечний асортимент, в т.ч. оцінювалися об'єм продажів, співвідношення імпортової і вітчизняної продукції, співвідношення видів продукції, а також привабливість ринку для зарубіжних компаній [12,47].

На українському фармацевтичному ринку сьогодні присутня продукція таких іноземних виробників, як: L'Oreal, Pierre Fabre, Johnson's, Unilever, Procter & Gamble. За даними аналітичної бази DSM Group в 2019 році їх загальна частка серед іноземних компаній склала 15,2% в натуральному вираженні, а аптечні продажі збільшилися до 11,1% (Рисунок 3.1) [12].

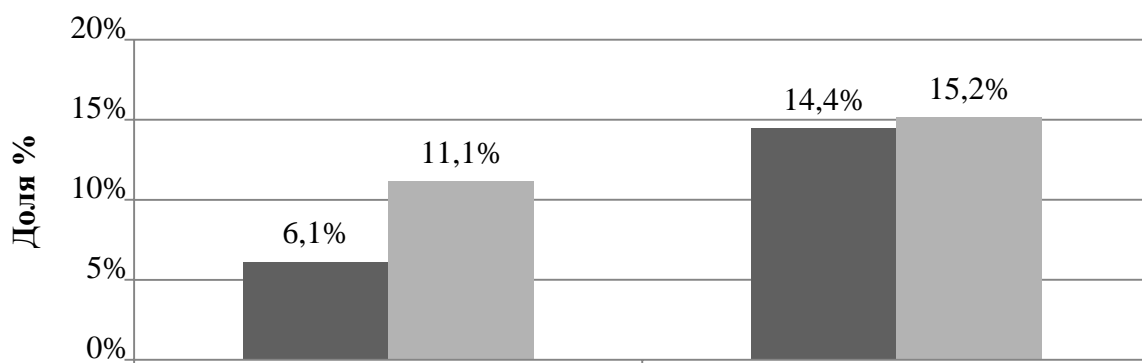


Рисунок 3.1 - Динаміка аптечних продажів імпортої ПКП

Як свідчать звіти, сформовані шляхом роботи з аналітичною системою маркетингових даних DSM Group, цільовою аудиторією ПКП є клієнти дитячого, юнацького, середнього і зрілого віків. Такий широкий віковий діапазон дозволяє виробникам розширювати портфель продукції, створюючи окремі лінії, орієнтовані на конкретний вік і типу шкіри [12,18]. Відмічено, що за період з 2009 по 2019 рр. на продукцію для осіб зрілого віку попит збільшився практично удвічі, що вказує на тенденцію збереження і підтримки молодості шкіри [12,18]. Дитяча ПКП також набирає популярність серед товарів аптечного асортименту. Позитивна динаміка попиту на ПКС для особи і тіла обумовлена, перш за все, різноманітністю патологій шкіри і придатків, що передбачають вживання ПКС з фармакотерапевтичною активністю. При цьому виробники все частіше виводять на ринок ПКП вузької направленої дії (Рисунок 3.2, Рисунок 3.3) [12].

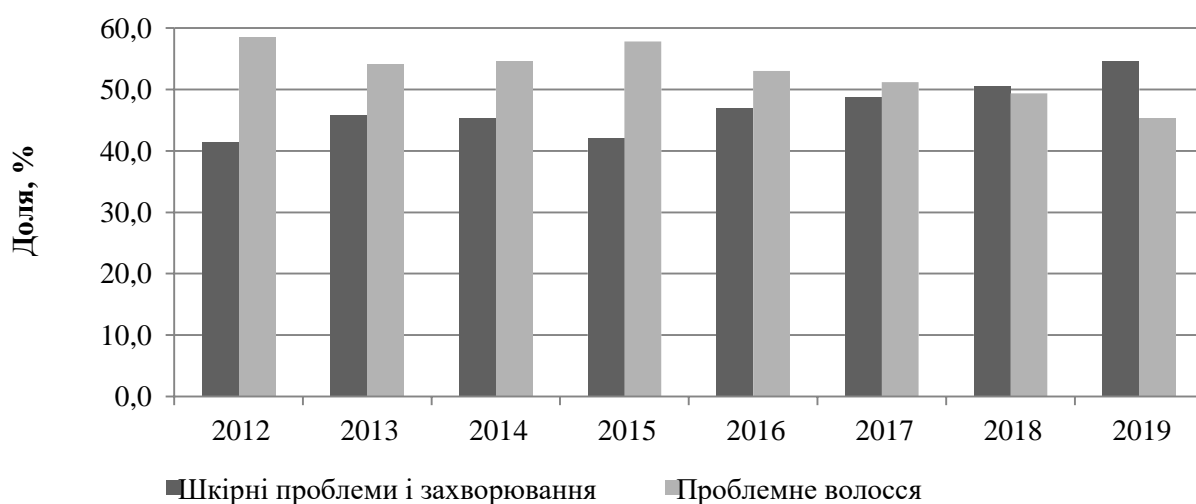


Рисунок 3.2 - Структура аптечних продажів ПКЗ по патологіях шкіри і придатків (у вартісному вираженні, млрд. грн.)

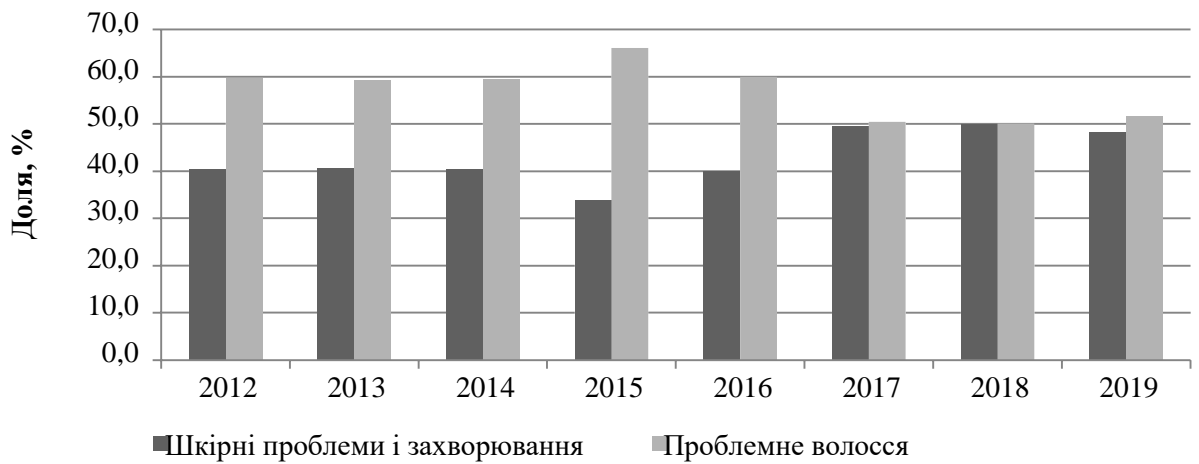


Рисунок 3.3 - Структура аптечних продажів ПКЗ по патологіях шкіри і придатків (у натуральному вираженні, млн. уп.)

Аналіз аптечних продажів ПКЗ по спрямованості біологічного ефекту показав, що високий попит мають засоби для очищення шкіри особи і голови, а також продукція, що володіє властивостями відновлення структури шкірного покриву і з супутнім антисептичним ефектом, в т.ч. ПКЗ для боротьби з акне. (Рисунок 3.4, Рисунок 3.5).

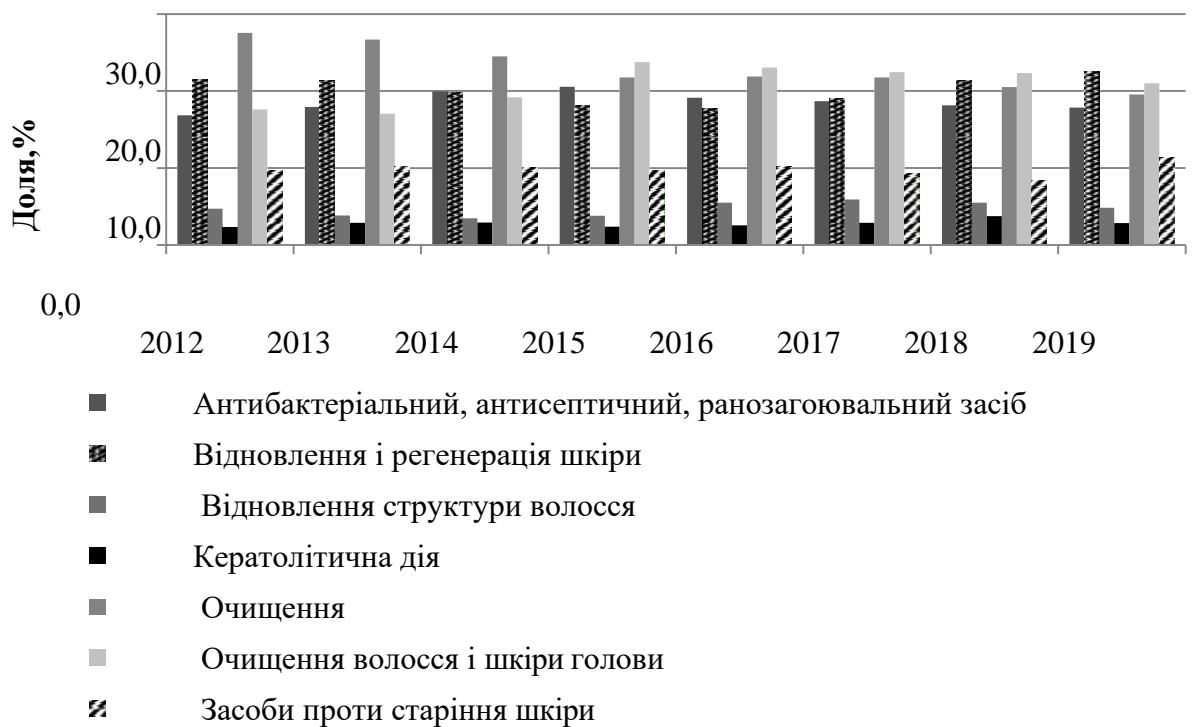


Рисунок 3.4 - Структура аптечних продажів ПКЗ по дії (у вартісному вираженні, млрд. грн.)

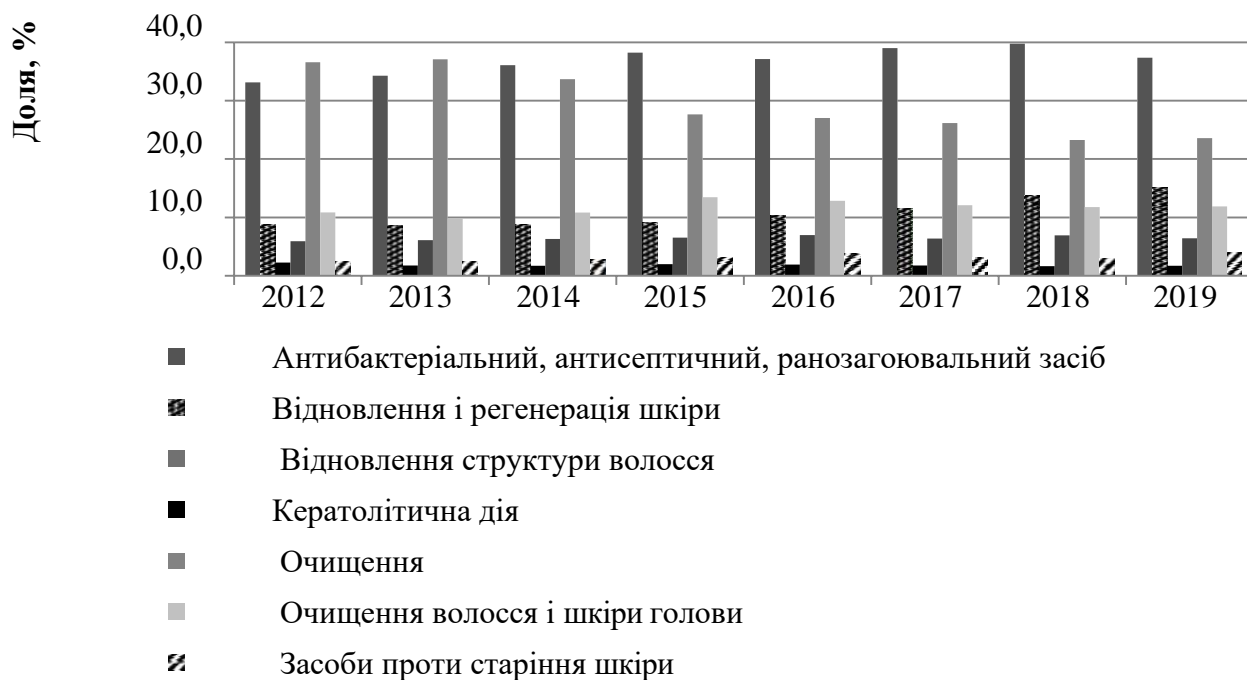


Рисунок 3.5 - Структура аптечних продажів ПКЗ по дії (у натуральному вираженні, млн. уп.)

Примітно, що засоби для базового догляду за шкірою є основним напрямом розширення українського аптечного асортименту в сегменті ПКЗ [58]. При цьому в структурі продажів у вартісному об'ємі за 2019 рік переважають засоби, представлені торгівельними марками Vichy, La Roche-Posay (Рисунок 3.6). [12,76].

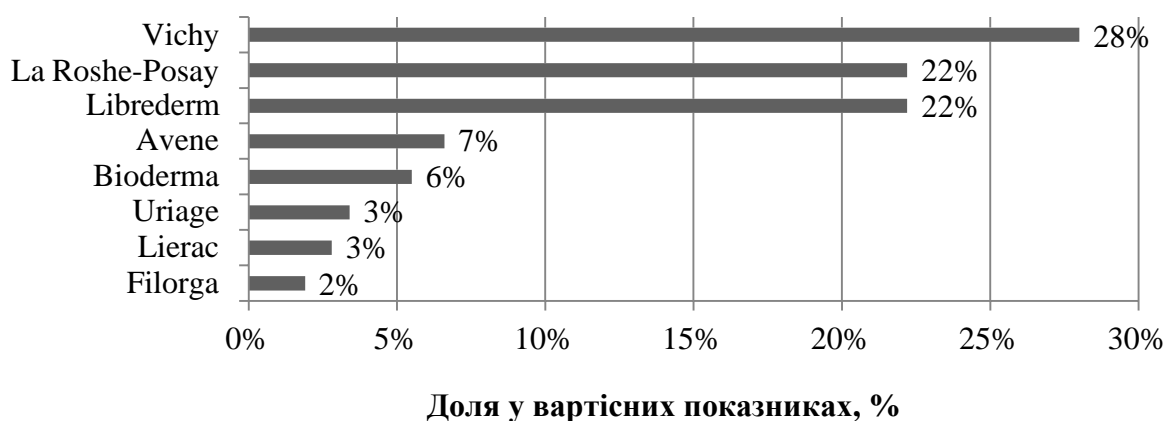


Рисунок 3.6 - Доля торговельних марок-лідерів ПКЗ

На українському ринку представлений широкий спектр косметичних форм, а саме: креми, гелі, шампуні, бальзами, спреї і ін. (Рисунок 3.7).

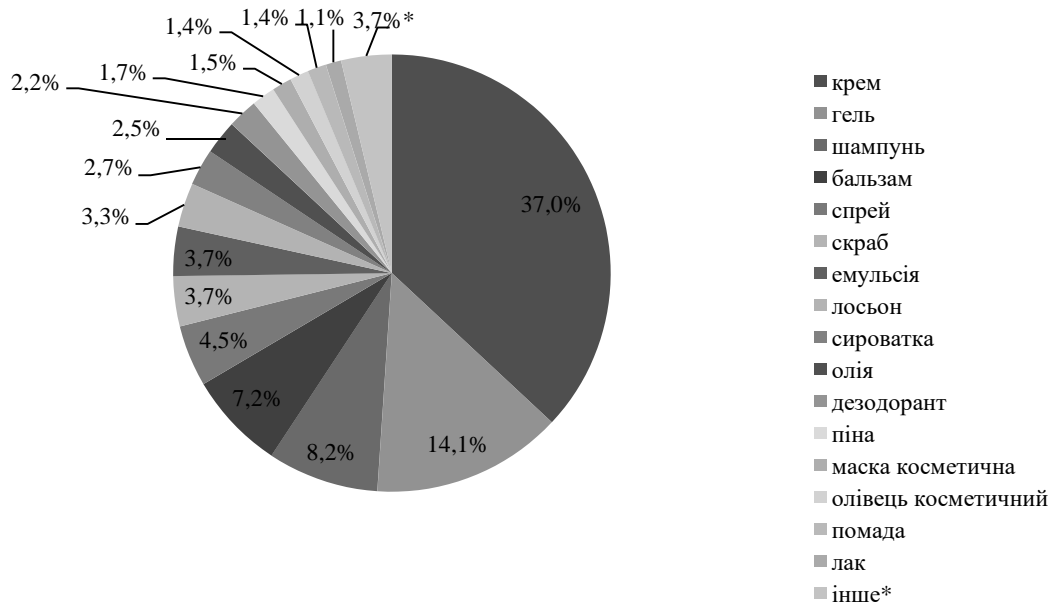


Рисунок 3.7- Структури ПКП аптечного асортименту за формою випуску, 2019 р.

*Примітка: вода термальна (0,72%), мило (0,69%), паста (0,47%), тонік (0,47%), аерозоль (0,46%) мус (0,35%), мазь (0,27%), фарба для волосся (0,17%), пудра (0,07%), флюїд (0,06%), молочко (0,01%)

Порівняльний аналіз форм випуску в загальній структурі ПКЗ аптечного асортименту вказує на той факт, що найбільшу питому вагу мають такі форми випуску ПКП, як: крем (37,0%), гель (14,1%), шампунь (8,2%), бальзам (7,2%), спрей (4,5%), скраб (3,7%), емульсія (3,7%), лосьйон (3,3%). При цьому присутність ПКЗ зарубіжних виробників підкреслює перспективність розвитку ринку в розрізі досліджуваного сегменту. Варіабельність характеристик ПКП, а саме: мета і місце вживання, спрямованість дії, патології шкірних покривів, а також країна- виробник, марки-лідери і форми випуску, чітка орієнтованість на вікові, соціальні і гендерні особливості споживачів - визначила доцільність проведення наступного етапу дослідження.

3.2. Дослідження цільових груп

Для оцінки стану сучасного ринку ПКЗ, а також їх ролі в терапії пацієнтів з дерматологічними патологіями на наступному етапі дослідження нами був проведений аналіз цільових груп, що безпосередньо роблять вплив на звернення даної групи товарів аптечного асортименту. Дослідження

проводилося методом анкетування фахівців (лікарів дерматологів, дерматовенерологів і косметологів) в області дерматології і косметології державних і приватних медичних установ Харкова, працівників аптечних організацій (провізорів і фармацевтів) і відвідувачів аптек.

Розроблена нами анкета для лікарів включає 14 питань, розділених на три блоки. У введенні міститься інформація, що стосується мети опиту; мотивації до заповнення анкет, характеристик того, хто проводить опит. Реквізитна частина включає характеристики респондента (вік, вигляд занять, стаж роботи). Основна частина містить основні питання до респондента. При розробці анкети використані наступні типи питань:

- альтернативні (відповіді «та чи ні»);
- багатоваріантні (три і більш за варіанти відповідей);
- неструктуровані питання (вимагають текстової відповіді). Анкети були представлені на паперовому носіїві.

Відповідно до вимог репрезентативності, кількість експертів склала 140 респондентів з довірчою вірогідністю 95% і довірчим інтервалом. У анкетуванні взяли участь фахівці різних вікових категорій: 20 - 25 років (13,1%), 26 - 35 років (49,2%), 36 - 45 років (11,5%), 46 - 55 років (16,4%), 56 років і більш (9,8%)

Результати експертної оцінки свідчать, що протягом одного робочого дня лікарі консультують від 3 до 25 пацієнтів. У своїй практиці 93% респондента як ад'ювантну терапію використовують косметичні засоби ряду торгівельних марок, представлених на рисунку 3.8. При цьому доведена ефективність ПКП впливає на вибір лише 30,3% респондентів (Рисунок 3.9).

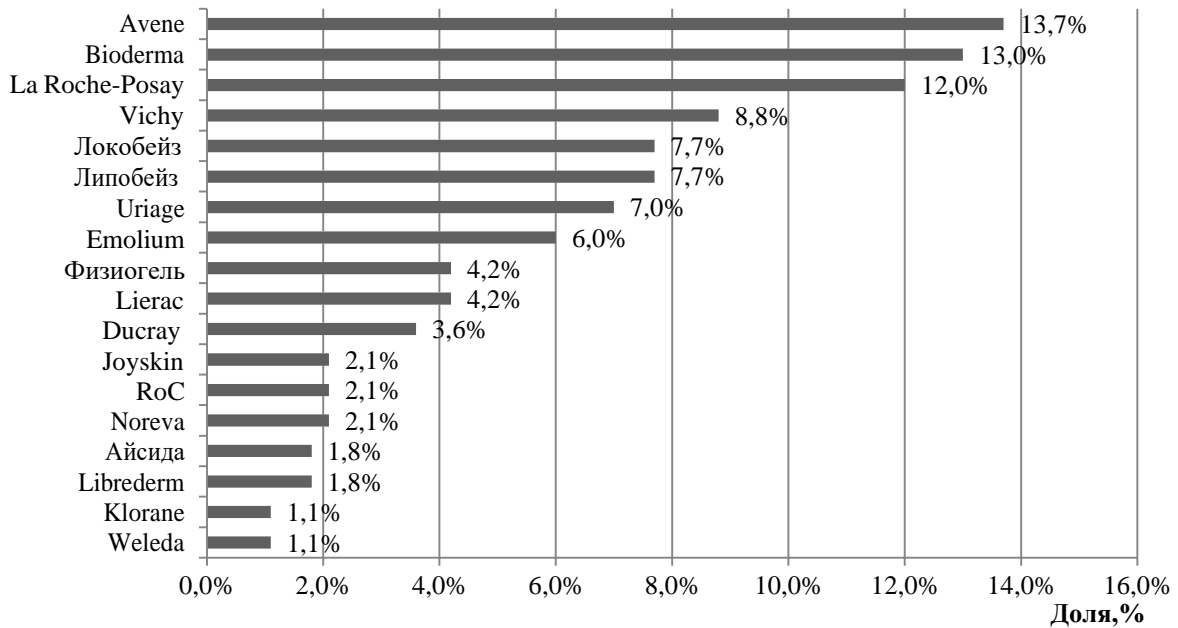


Рисунок 3.8 - Структура вживання торговельних марок ПКЗ в практиці лікарів



Рисунок 3.9 - Чинники вибору лікарів в розрізі ПКЗ

Основними причинами негативної дії ПКП, на думку лікарів, є самолікування і неправильно підібраний препарат. При цьому провокують небажані реакції креми (52%), розчини (17%), шампуні (11%), емульсії (7%), лосьйони (6%), присипки (2%). Структура небажаних реакцій представлена дерматитами (62,4%), роацеа (10,1%), алопецією (2,9%) себореею (2,9%), а також захворюваннями алергічного генезу (21,7%), включаючи набряк Квінке (Рисунок 3.10) [98].

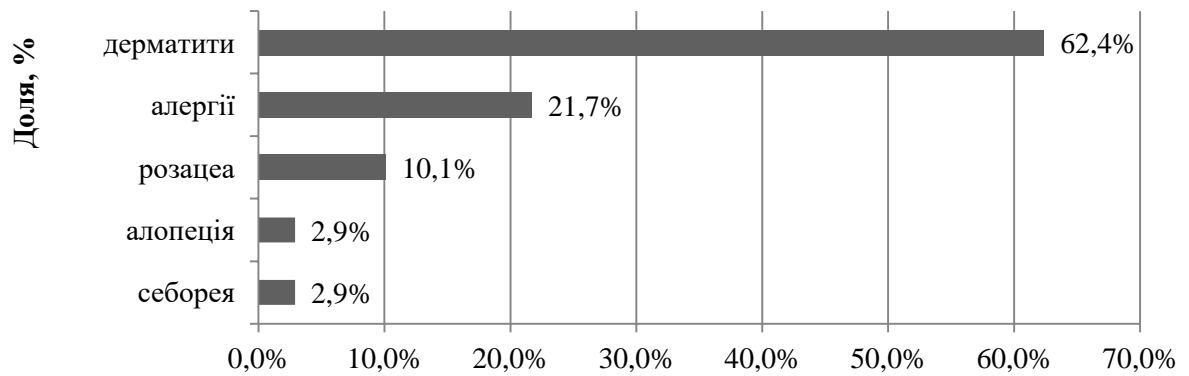


Рисунок 3.10 - Структура небажаних реакцій при використанні ПКЗ

Як джерела інформації дерматологи і косметологи використовують дані наукових профільних журналів (22,8% респондентів), інформацію, отриману на тематичних конференціях (24,2%) (Рисунок 3.11). При цьому третина опитаних вказують на дефіцит даних про клініко-лабораторних дослідження в області ПКЗ з біологічною дією, що реалізується в практичній діяльності лікаря розвитком небажаних реакцій при призначенні ПКЗ пацієнтам [9].

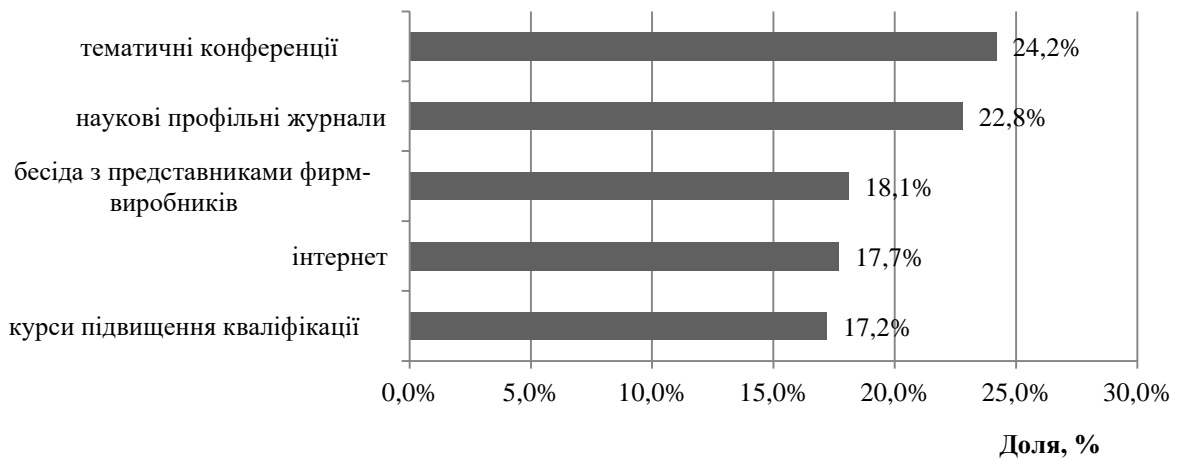


Рисунок 3.11 - Доля основних джерел нових знань в професійній області лікарів

На наступному етапі дослідження проведено анкетування фармацевтичних працівників. Розроблена нами анкета для фармацевтичних працівників включає 21 питання, розділених на три блоки. У введенні міститься інформація, що стосується мети опиту; мотивації до заповнення анкет, характеристик того, хто проводить опит. Реквізитна частина включає характеристики респондента (посада, вік, освіта, стаж роботи). Основна частина містить основні питання до респондента. При розробці анкети використані наступні типи питань:

- альтернативні (відповіді «та чи ні»);
- багатоваріантні (три і більш за варіанти відповідей);
- неструктуровані питання (вимагають текстової відповіді).

Анкети були представлені на паперовому носіїві. Об'єм репрезентативної вибірки складає 378 чоловік, що дозволяє стверджувати про достовірність отриманих даних. У анкетуванні працівників аптечних організацій з середньоваговою чисельністю співробітників 10 чоловік прийняв участь 391 респондент Харкова з вищим і середнім спеціальним рівнем освіти (Рисунок 3.12) всіх вікових категорій: 20 - 25 (24,4%), 26 - 35(26,9%), 36 - 45 (20,3%), 46 - 55 (19,5%), 56 років і більш (8,9%).

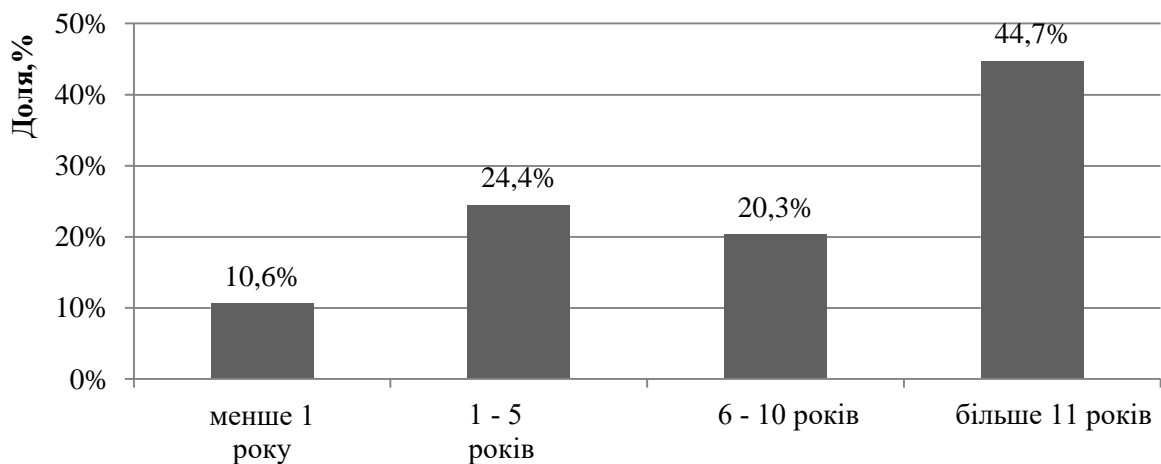


Рисунок 3.12 - Розподіл фармацевтичних працівників за стажем роботи

Встановлено, що в 78% аптечних організацій немає дефіциту кваліфікованих працівників, а 97,6% результатів свідчать, що нинішній асортимент товарів і послуг повністю відповідає вимогам сучасного фармацевтичного ринку. При цьому 50,4% респондентів стверджують про досить високий рівень знань в області ПКС (Рисунок 3.13), що обумовлене активною роботою виробників (у 73,2% випадків наголошується регулярний візит представників фірм). Разом з цим, 25,2% респондентів відзначили низьку періодичність візитів, а 1,6% - повна їх відсутність.

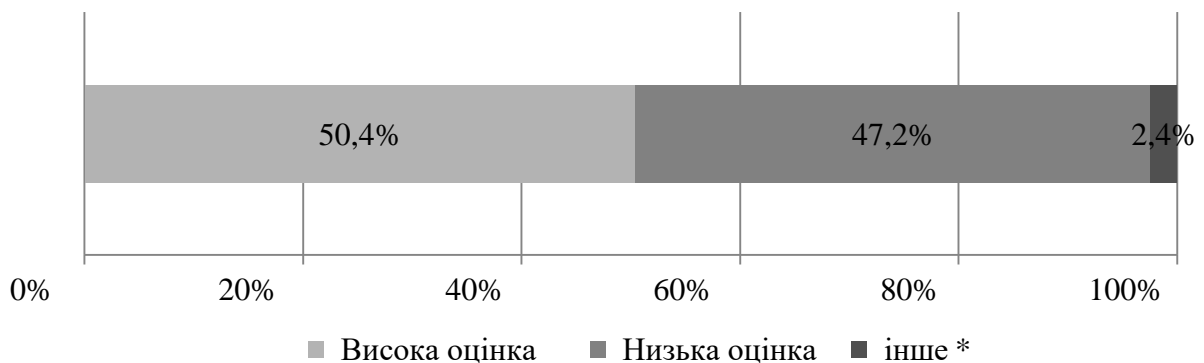


Рисунок 3.13 - Оцінка рівня знань в області косметики

*Примітка: інше - варіант респондентів (володіння базовими знаннями, знаннями окремих марок)

Показано, що найбільшим попитом у споживачів, користуються такі категорії засобів, як засоби догляду за шкірою особи і тіла, шкірою голови і волоссям, а також дитяча косметична продукція.

Поважно відзначити, що 79,7% респондентів відзначили необхідність комплексної оцінки якості товарів даного сегменту, що сприятиме прихильності споживачів до аптек як основного каналу збуту ПКЗ (Рисунок 3.14).

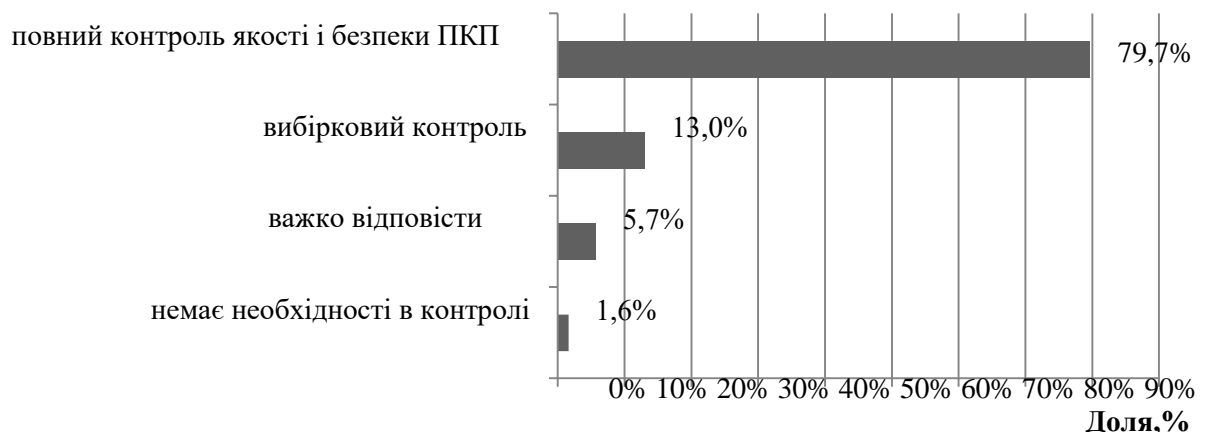


Рисунок 3.14 - Оцінка вимог до якості ПКП

На думку респондентів (71,5%), консультація, при реалізації ПКЗ, не є обов'язковою (Рисунок 3.15).

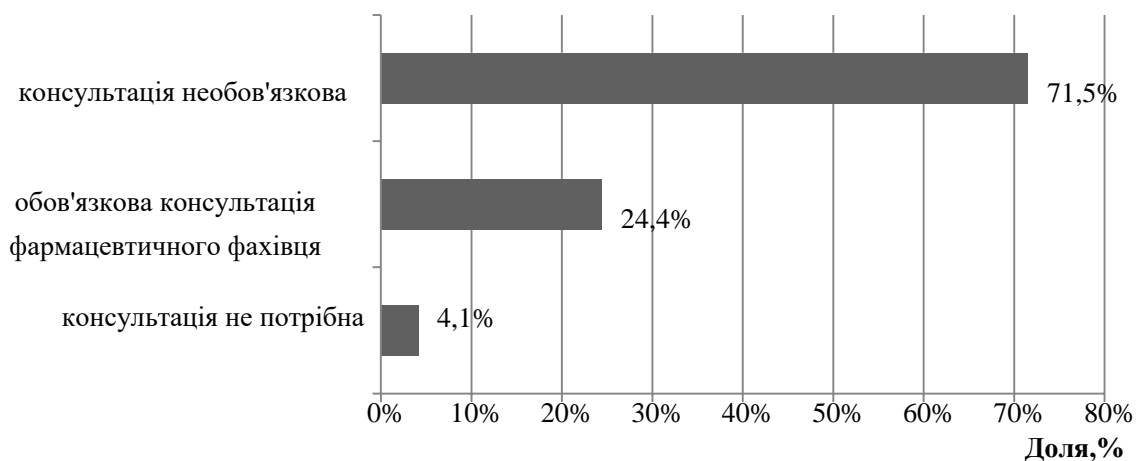


Рисунок 3.15 - Оцінка значущості ролі фармацевтичного працівника при виборі ПКЗ в аптеці

Третину респондентів підкреслюють необхідність присутності в аптеці працівника з розширеними знаннями в області ПКЗ (Рисунок 3.16). Останнє, ймовірно, обумовлено тією обставиною, що фармацевтичні працівники в 50% випадків володіють недостатнім рівнем знань в даній області.

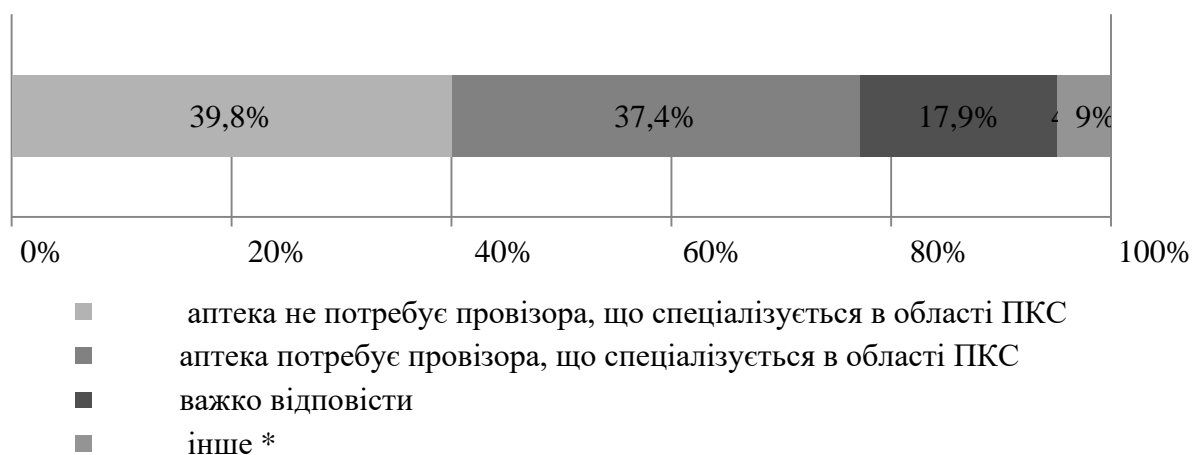


Рисунок 3.16 - Розподіл думок фармацевтичних працівників

Вивчення споживчого попиту, чинників, що впливають на вибір покупця є невід'ємною частиною маркетингової діяльності підприємств. Знання переваг сучасного споживача ПКЗ підвищує переваги аптечної організації, дозволяючи формувати раціональний асортимент і товарний запас. Анкетування відвідувачів аптек, в цьому випадку, є одним з ефективних методів виявлення поведінкових особливостей споживачів.

Розроблена нами анкета для споживачів включає 17 питань, розділених на три блоки. У введєнні міститься інформація, що стосується мети опиту; мотивації до заповнення анкет, характеристик того, хто проводить опит. Реквізитна частина включає характеристики респондента (вік, пів, вигляд занять, сімейний стан). Основна частина містить основні питання до респондента. При розробці анкети використані наступні типи питань:

- альтернативні (відповіді «та чи ні»);
- багатоваріантні (три і більш за варіанти відповідей);
- неструктуровані питання (вимагають текстової відповіді). Анкети були представлені на паперовому носіїві.

Аналіз портрета споживача проводився шляхом обробки результатів анкетування відвідувачів аптек Харкова. Вибірка, згідно вимогам репрезентативності (формула 1) склала 387 людину. У опиті брали участь жінки (95,9%) і чоловіки (4,1%) у віці від 18 років і більш (Рисунок 3.17) [10].

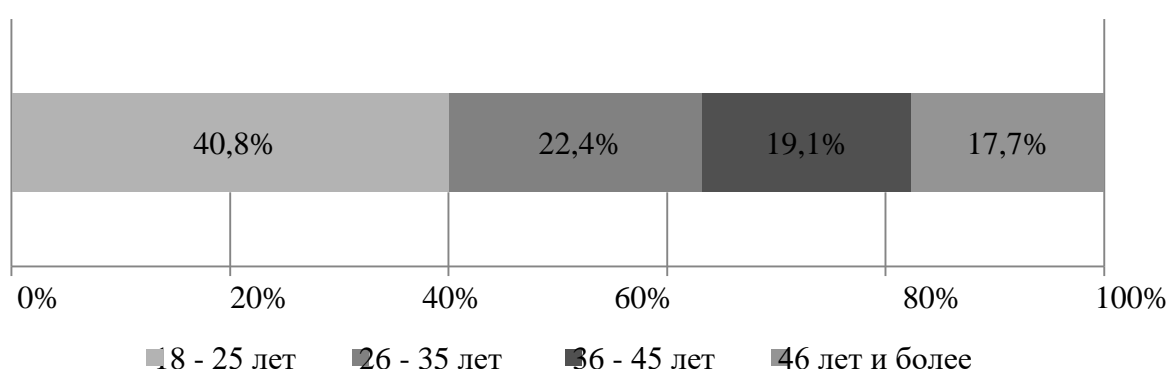


Рисунок 3.17 - Розподіл споживачів ПКЗ по вікових категоріях

Основна доля покупців доводиться на вікову групу 18 - 25 років (40,8%) і 26 - 35 років (22,4%), що може бути обумовлене позиціюванням ПКЗ, представлених в аптечних організаціях. Важливою перевагою таких засобів є універсальність, вони направлені на вирішення конкретної дерматологічної проблеми незалежно від віку і підлоги.

Структура попиту ПКЗ з врахуванням споживчих переваг представлена наступними категоріями товарів аптечного асортименту: парфумерно-косметичні засоби по догляду за шкірою - 41,9%; засоби по догляду за шкірою голови і волоссям - 28,2%; засоби по догляду за тілом - 17,0%; антивікові засоби - 10,7%; парфумерно-косметичні засоби для чоловіків - 2,2% (Рисунок 3.18).

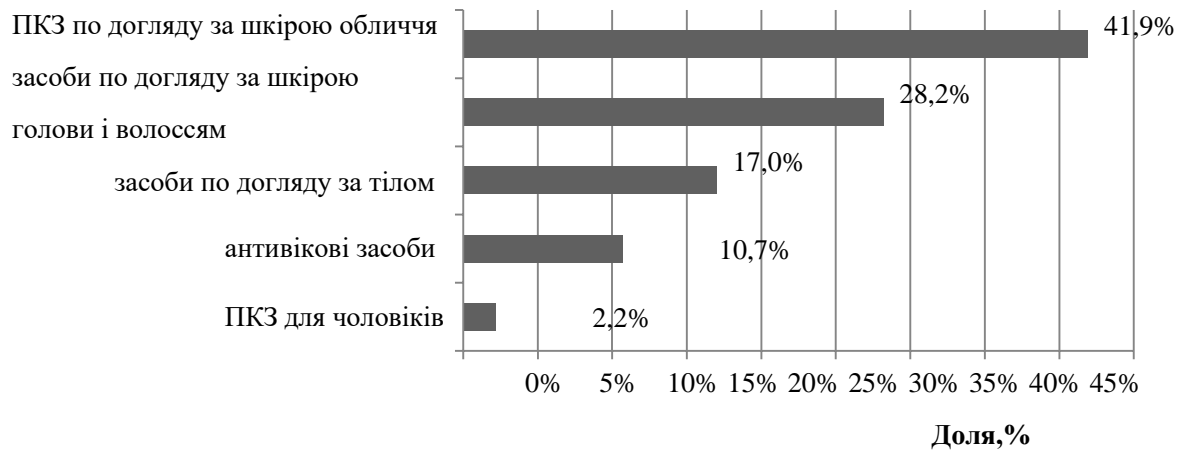


Рисунок 3.18 - Розподіл споживчих переваг в сегменті ПКЗ

Для формування попиту товар повинен володіти конкретними властивостями, які в сукупності формуватимуть його переваги. Аналіз якісних характеристик, на які покупець звертає увагу при виборі ПКЗ, показав, що для споживача важливі такі показники, як: ефективність (33,7%), безпека (23,9%), якість (12,7%) і склад (10,7%) ПКЗ. При цьому мінімальний бал респонденти привласнили рекламі продукції (49,2%) і зовнішньому вигляду упаковки (33,9%).

Сьогодні, ґрунтуючись на маркетинговому аналізі ринку, виробник націлений включати в свій портфель інноваційні продукти, що підвищують інтерес і що задовольняють попит споживача [73,76]. За результатами опиту встановлено, що близько 76,9% відвідувачів аптек, використовуючих ПКС, помірно цікавляться новинками у сфері догляду за шкірою і схили до зміни продукції (Рисунок 3.19).

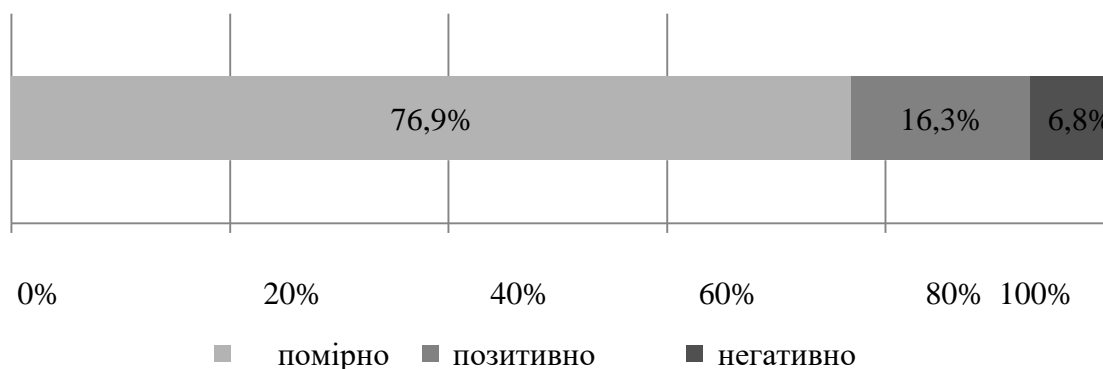


Рисунок 3.19 - Оцінка відношення споживачів до інноваційних ПКЗ

Останнє також знайшло віддзеркалення в результатах опиту, де споживачам пропонувалося вказати стимулюючі чинники, на яких заснований їх вибір ПКП. Встановлено, що для 45,8% опитаних основним мотивом придбання в аптеці ПКЗ є власні знання і досвід (Рисунок 3.20). При цьому звертає на себе увагу частота прояву небажаних реакцій, 36,7% споживачів відзначили алергічні прояви на шкірі при використанні ПКП (Рисунок 3.21).

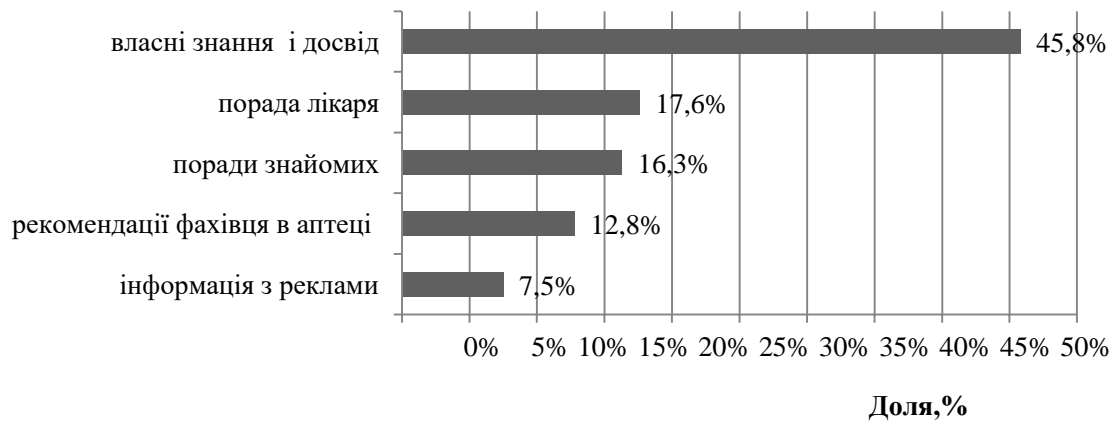


Рисунок 3.20. Розподіл мотивів придбання ПКЗ в аптеці

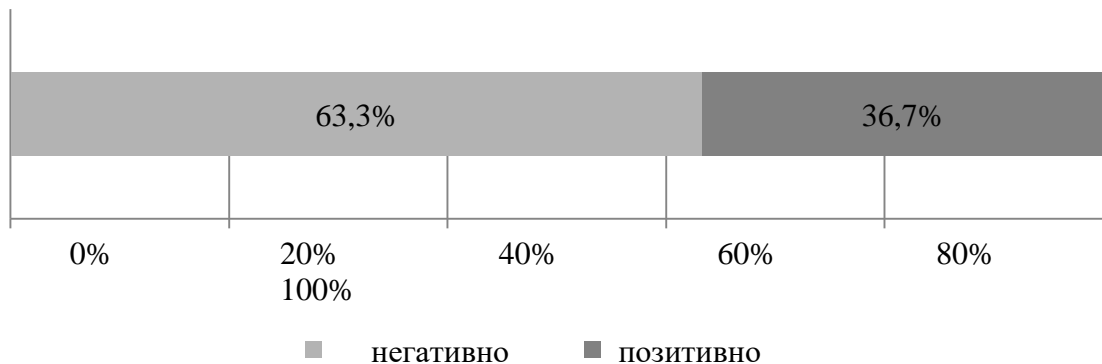


Рисунок 3.21 - Вірогідність прояву небажаних реакцій на ПКЗ

Звертає на себе увагу довіра споживачів до зарубіжних виробників ПКС - 57,8%. У свою чергу 17,0% опитаних набувають вітчизняної продукції, а для 25,2% опитаних країна-виробник не має значення (Рисунок 3.22).

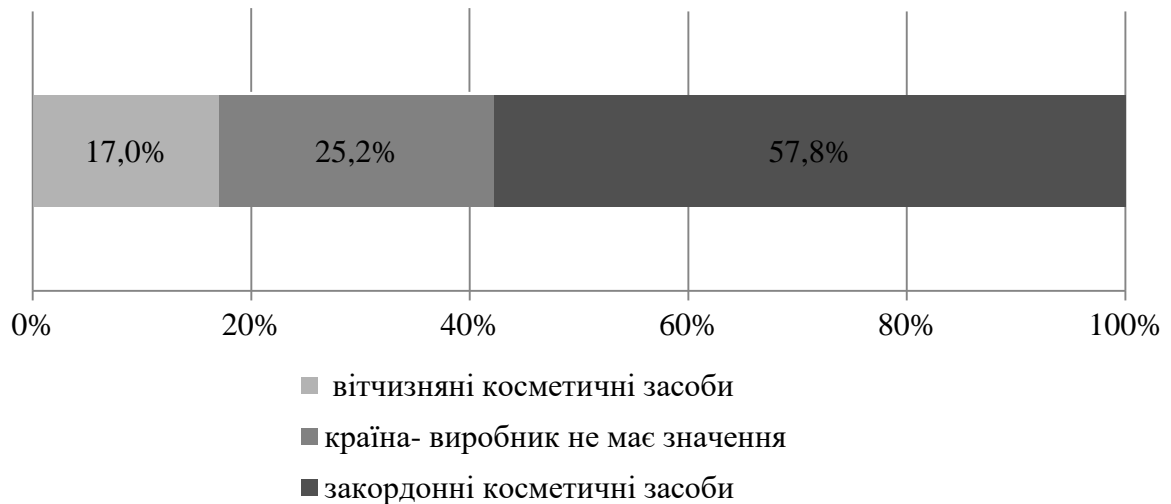


Рисунок 3.22 - Оцінка вибору споживачем країни-виробника ПКЗ

Відповідно до законодавчих вимог реалізація ПКП можлива через різні канали збуту, що вказує на високу конкурентну боротьбу на російському ринку в рамках даного сегменту. При цьому споживчі переваги (ефективність, безпека, доступність) є ключовим чинником у виборі місця придбання ПКЗ. Сучасні вимоги споживачів, дозволяють виділити декілька точок реалізації, а саме: спеціалізовані магазини і аптеки.

Встановлено, що ряд марок ПКЗ, за умовами виробників, можна зустріти виключно в аптечному асортименті. Така продукція має на увазі консультацію компетентного працівника (з проведенням експрес- діагности) або призначення лікаря [79,80]. За результатами дослідження встановлено, що споживачі в 54,0% випадках звертаються в аптечні організації і в 30,3% випадках набувають ПКЗ в спеціалізованих магазинах (Рисунок 3.23).

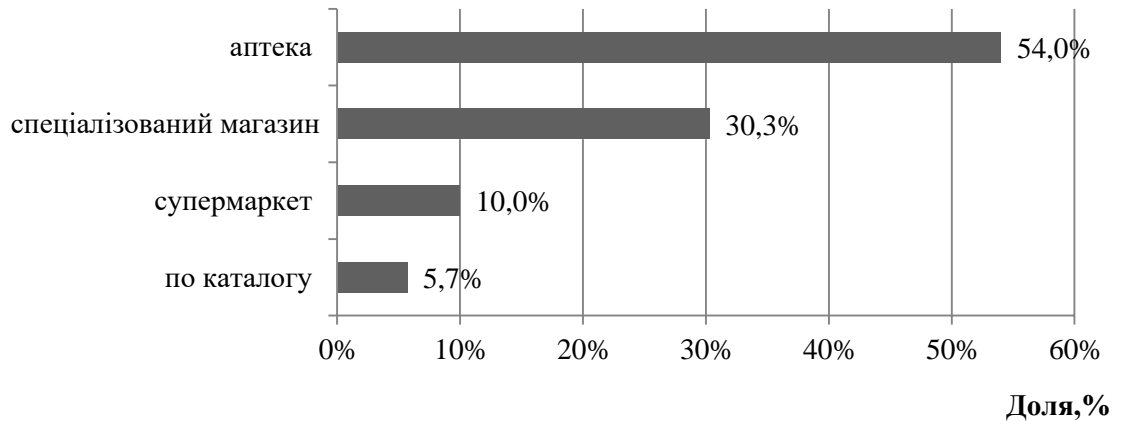


Рисунок 3.23 - Структура каналів збуту ПКП

Парфумерно-косметична продукція з біологічною дією є засобом щоденного догляду, а для досягнення ефекту важлива прихильність споживача до виконання відповідних вимог по використанню даної продукції. Об'єми даних засобів вибираються, виходячи з тривалості курсу, і розраховані на термін від 3 до 6 місяців [95].

Як свідчать дані опиту, більшість опитаних відзначають період оновлення продукції один раз в три місяці (48,4%) (Рисунок 3.24).

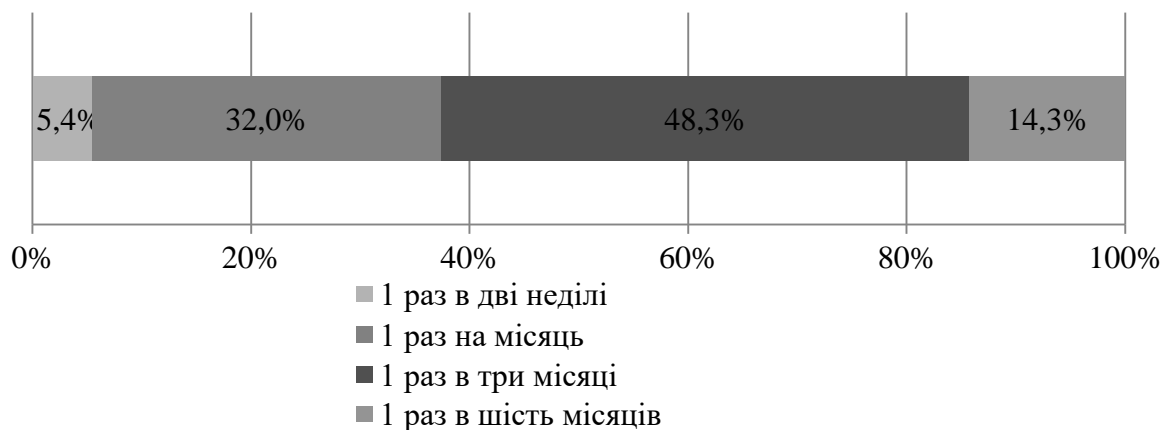


Рисунок 3.24 - Частота придбання ПКЗ

Аналіз поведінки споживача дозволив виділити основні чинники, багато в чому що визначають його купівельну здатність а саме: гнучка цінова політика а

також ефективні інструменти маркетингових комунікацій (Рисунок 3.25) [58].

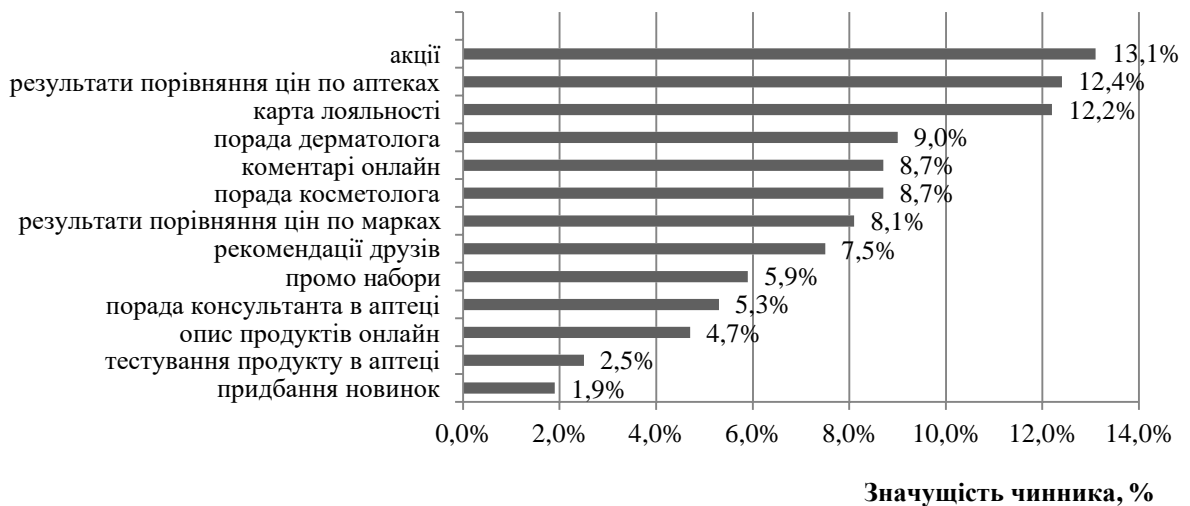


Рисунок 3.25 - Чинники вибору ПКЗ в аптеці для споживача

Важливим результатом дослідження пріоритетів споживачів є довіра покупців до якості ПКЗ, що реалізуються через аптечні організації. 70,9% опитаних відзначають високий рівень довіри до ПКЗ, що реалізуються через аптечні організації, що сприяє збільшенню попиту до даної групи товарів аптечного асортименту (Рисунок 3.26).

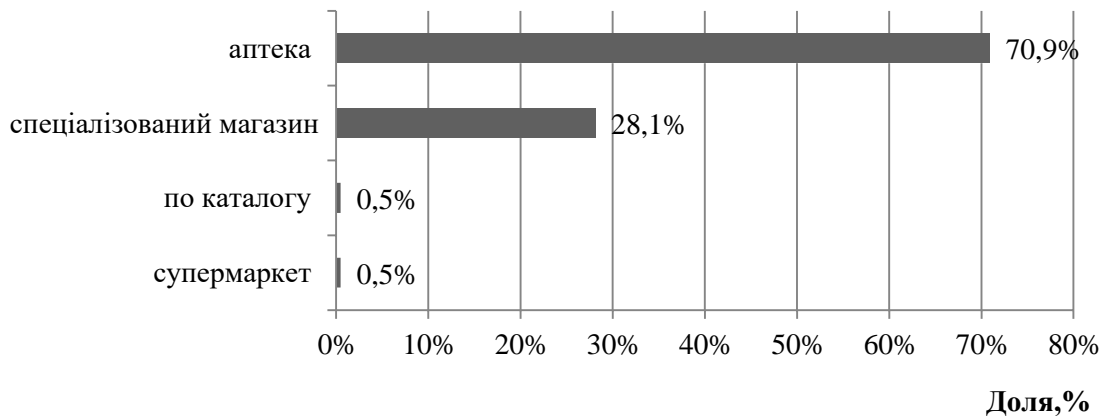


Рисунок 3.26 - Оцінка каналів збуту по рівню безпеки ПКЗ, що реалізуються

Для задоволення споживчого попиту особливе значення має індивідуальний підхід і компетентність працівників, що реалізують товар, що формує лояльність споживача і перетворює його на постійного клієнта

конкретній організації. При рекомендації ПКП з біологічною дією, як і при відпустці лікарських препаратів, необхідний ретельний підхід, що включає окрім загальних правил (виявлення мети придбання, прихованих потреб, інформування про властивості і якості продукції, можливих побічних проявів, правилах і особливостях вживання) приватні вимоги (діагностика і виявлення типу і стану шкіри).

Таким чином, соціологічний метод демонструє низьку прихильність лікарів до вивчення питання про наявність додаткових клініко- лабораторних тестів в ПКП. Окрім цього, працівники аптек (близько 50% опитаних) відзначають низький рівень власних знань в області, що вивчається . При цьому на вибір споживачів впливає ряд чинників, а саме: країна- виробник, якість ПКЗ, мотив придбання, методи просування. Тому розробка стратегії просування ПКЗ на основі ключових характеристик і вимог цільових груп вимагає раціонального рішення в аптечних організаціях, що, у свою чергу, дозволить підвищити показники ефективності їх діяльності і сформувати лояльність споживача.

3.3. Впровадження в практику алгоритму фармацевтичного консультування і інформування при виборі ПКС

Сучасні тенденції в розрізі здійснення професійної діяльності, строго обкресленої нормативно-правовим полем, накладають на фармацевтичних працівників додаткову відповідальність за якість надання фармацевтичної допомоги. Стандартна операційна процедура (СОП), яка містить певний набір дій, дозволяє оптимізувати повсякденний виробничий процес [51,70]. При цьому уніфікована послідовність операцій працівника аптечної організації, що здійснює трудові функції, знижує ризик професійних помилок і збільшує рівень лояльності споживачів.

Стандартизація процесу надання фармацевтичній допомозі, шляхом впровадження в практику алгоритму фармацевтичного консультування і інформування при виборі ПКЗ, сприяє підвищенню ефективності і безпеки

товарів аптечного асортименту, що реалізуються, а також якості комунікативних функцій аптечної організації. СОП, що включає послідовність кроків для визначення типу і стану шкіри по характерних ознаках і суб'єктивній оцінці самого відвідувача, дозволяє підібрати програму косметичного відходу на основі професійних знань і споживчих переваг.

Таким чином, для аптечних організацій робота з сегментом ПКЗ представляється вельми перспективній з точки зору підвищення ефективності діяльності. При цьому проведена оцінка рівня реалізації маркетингових функцій в рамках окремих завдань на основі розрахованих середніх показників витрат робочого часу фармацевтичних працівників на діяльність, пов'язану із зверненням ПКС, дозволяє обґрунтувати необхідність підготовки фахівців профільних вищих учбових установ в області фармацевтичної косметології.

Введення в організаційну діяльність аптечних організацій СОП в області реалізації даних товарів аптечного асортименту, що, у свою чергу, дозволить персоналу якісно виконувати посадові обов'язки і сприятиме вирішенню більшості важливих функцій, які раніше не знаходили відповідного рішення.

Структуру СОП наведено у Додатку А.

Висновки до розділу 3

1. Ретроспективний аналіз українського фармацевтичного ринку в рамках сегменту ПКЗ дозволяє стверджувати про розширення даного сегменту і збільшення прихильності споживачів до товарів аптечного асортименту.
2. За результатами маркетингового дослідження цільових груп на ринку України встановлено, що на вибір споживачів впливає ряд чинників, а саме: країна-виробник, якість косметичної продукції, мотив придбання. Тому розробка стратегії просування ПКЗ на основі ключових характеристик і споживчих переваг вимагає раціонального рішення в аптечних організаціях, що, у свою чергу, дозволить підвищити показники ефективності їх діяльності і сформувати лояльність споживача.
3. При цьому в рамках випереджаючої підготовки кадрів в умовах інтенсивного розвитку сегменту ПКЗ профільним освітнім установам вищої освіти доцільним представляється передбачити формування компетенцій в області косметології, а аптечним організаціям - оптимізувати роботу, пов'язану з реалізацією ПКЗ.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. Порівняльний аналіз векторів регулювання звернення ПКЗ в країнах ЄС, США, Японії і Україні дозволив встановити, що в міжнародній практиці відсутній єдиний підхід до визначення місця ПКП серед традиційної косметичної, а також фармацевтичної продукції.
2. Оцінка сегменту ПКЗ на фармацевтичному ринку України за період з 2012 по 2019 рр. дозволяє стверджувати про стійку тенденцію до розширення (більше 15000 повних найменувань). При цьому абсолютна більшість (59,3%) репрезентуючих позицій відносяться до засобів базового відходу у формі крему, гелю і шампуню.
3. Результати опитів цільових аудиторій демонструють високий рівень лояльності до ПКЗ. Встановлено, що найбільший попит на ринку Харкова сформований відносно ПКС по догляду за шкірою особи (10 балів/27,4%), антивікових засобів (9 балів/13,0%), косметичних засобів для дітей (8 балів /12,0%) і засобів по догляду за шкірою голови і волоссям (7 балів/14,4%).
4. Відповідно до показників ваговитості завдань професійної діяльності в рамках досліджуваного сегменту розроблена СОП «Про порядок консультування і інформування при виборі парфумерно-косметичних засобів», що дозволяє оптимізувати діяльність, пов'язану з реалізацією даної категорії товарів аптечного асортименту.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабічева, Г.С. Науково-методичні підходи до вирішення маркетингових функцій аптечних мереж : автореф. дис. ... канд. фарм. наук : 15.00.01 / Бабічева Ганна Сергіївна. – Харків, 2011. – 25 с.
2. Бізнес в сфері салону краси: особливості, переваги та недоліки URL: <https://ukrstil.com/ua/a365187-biznes-sfere-salona.html>
3. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. / З. С. Варналій, Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, Р. Р. Білик. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с. URL: http://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/kafedry/Ekonomiky/Docs/2020_Biznes-planuvannja_pidprijemnickoji_dijalnosti.pdf
4. Борщ С.В. Системний підхід до управління підприємством (організацією): курсова робота. Тернопіль: Тернопільський національний економічний університет, 2016. 25 с. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/2568/1/%D0%91%D0%BE%D1%80%D1%89_%D0%A1.%D0%92..pdf
5. Ведення салонного бізнесу. URL: <https://duso.ua/ua/blog/vedenie-salonnogo-biznesa>
6. Войтко С. В. Управління проектами та стартапами в Індустрії 4.0 : підручник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2019. 200 с. URL: https://books.google.com.tr/books?id=k1afDwAAQBAJ&pg=PA5&hl=uk&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false
7. Вплив економічної кризи на б'юті-індустрію. URL: https://ukrsalon.com.ua/blogs/cat_dlya-rukovoditeley-salonov/vliyanie-ekonomicheskogo-krizisa-na-byuti-industriyu?lang=ua
8. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. Київ: Лібра. 2010. 720 с.
9. Годін А.М. Маркетинг: підручник для бакалаврів. 11 вид., перероб. и доп. К.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2014. 292 с.

10. Данеко В.В. Вихідні матеріали для виробництва парфумерно-косметичних товарів. Кропивницький: Державний заклад професійної (професійно-технічної) освіти «Кропивницький професійний ліцей сфери послуг і торгівлі», 2018. URL: https://viktorushka.blogspot.com/p/blog-page_94.html
11. Дерматологія та венерологія: навч. посіб. для підгот. студ. закл. ВМО зі спец. «Медицина» з тем, які винесено для самоств. роботи / О. И. Денисенко, М. П. Перепічка, М. Ю. Гаєвська [та ін.]. Чернівці :БДМУ, 2019. 166 с. Бібліогр.: с. 166.
12. Дерматологія, венерологія: підручник / [В. І. Степаненко, М. М. Шупенько, П. М. Недобой та ін.] ; за ред. В. І. Степаненка ; М-во охорони здоров'я України, Нац. мед. ун-т ім. О. О. Богомольця. Київ : КІМ, 2012. 846 с. : кольор. іл.
13. Економіка підприємства [підручник для ВНЗ] / [Л.Г. Мельник, О.І. Каринцева, С.М. Ілляшенко та ін.]; за заг. ред. Л.Г. Мельника. 3-е вид. випр. Суми: Університетська книга, 2012. 648 с.
14. Калініченко О.О. Інструменти маркетингового дослідження в охороні здоров'я. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/196239047.pdf>
15. Кризовий менеджмент в салоні краси: як пережити COVID-19. URL: <https://beautyprosoftware.com/uk/blog/russkij-krizis-menedzhment-v-salone-krasoty-kak-perezhit-covid-19/>
16. Кушнір Д. Р., Дмитрів А.Я. Розробка маркетингової стратегії для мережі салонів краси «Factory Family»: магістерська робота. Львів: ЗВО «Український католицький університет», 2021. 66 с. URL: https://er.ucu.edu.ua/bitstream/handle/1/3610/Kushnir_mag.pdf?sequence=1&isAllowed=y
17. Марачов В. Малий бізнес у регіоні: реалії і соціально-економічні партнерства. *Управління сучасним містом*. 2004. № 1. С. 120-123.
18. Мельник Т.М. Міжнародна торгівля послугами в умовах глобалізації:

- Сервісна економіка в умовах глобальної конкуренції: правовий та інституційний вимір*=*Service Economy in the Context of Global Competition: Legal and Institutional Dimensions* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 15–16 лист. 2017 р.) / відп. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. С. 10-12. Укр. та англ. мовами. URL: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/af79a21f34e2148f973df0f0ce5d32c1.pdf>
19. Менеджмент : Навчальний посібник / Н.С. Краснокутська, О.М. Нащекіна, О.В. Замула та ін. Харків : «Друкарня Мадрид», 2019. 231 с.
20. Менеджмент у фармації. / Кузьмін О.Є., Громовик Б.П., Гасюк Г.Д., Левицька О.Р., Мельник О.Г. Підручник. За редакцією О.Є. Кузьміна і Б.П. Громовика. Вінниця: Нова книга, 2005. 448 с., іл. URL: <http://surl.li/lurit>
21. Модель росту бізнесу в кризу. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/06/7/687897/>
22. Моніторинг ринку праці в галузі практичної косметології В Україні. *Управління, економіка та забезпечення якості в фармації*. / О.С.Кран, О.В.Посилкіна, О.Г.Башура, І.Г.Пересадько. 2009. № 3(5). С. 49-57. URL: <https://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/2847/1/49-57.pdf>
23. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг. Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 384 с. URL: https://www.researchgate.net/profile/Oksana-Morgulets/publication/309652346_Management_in_services/links/581baabe08aacc08aea8188/Management-in-services.pdf
24. Оліфіренко Л. Д., Лосева О. А. Менеджмент якості послуг як індикатор рівня розвитку підприємств індустрії краси в Україні. *Публічне адміністрування: наукові дослідження та розвиток*. 2018. № 2 (16). С. 26-35. URL: <https://pa.stu.cn.ua/tmppdf/115.pdf>
25. Організаційно-правові аспекти відкриття салону краси. URL: <https://alvi-prague.ua/uk/blog-ua/organizaciyno-pravovi-aspekty-salona-krasoty>
26. Основи менеджменту: Конспект лекцій [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньо-професійної

програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; укладачі: Т.В. Лазоренко, С.О. Пермінова. – Електронні текстові дані (1 файл: 560 КБ). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2021.166 с.
URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/41193/1/Managment.pdf>

27. Основи тайм-менеджменту для косметолога. URL: <https://navchannya.com.ua/uk/blog-uk/osnovi-tajm-menedzhmentu-dlya-kosmetologa>

28. Просування салону краси в інтернеті. URL: <https://emsider.ua/blog/prosuvannya-salonu-krasy-v-interneti/>

29. Професії сфери краси: перспективи вибору. URL: https://poprofessii.in.ua/uk/sfera_krasi

30. Пугачевська К.Й. Сфера послуг в Україні: особливості розвитку та стратегічні перспективи. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент.* С. 52-55. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/18-2016/12.pdf>

31. Ринок індустрії краси (аналіз beauty ринку) в Україні – Pro-Consulting. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-industrii-krasoty-analiz-beauty-rynka-v-ukraine-pro-consulting>

32. Ринок салонів краси в Україні і СНД – аналітичний огляд. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynka-salonov-krasoty-v-ukraine-i-sng-analiticheskij-obzor>

33. Роль сфери послуг в економічній системі країни. URL: https://pidru4niki.com/12470726/menedzhment/rol_sferi_poslug_ekonomichniy_si_stemi_krayini

34. Садовенко А. І. Адміністративно-правове регулювання ринку косметологічних послуг в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Право.* 2020. Вип. 20. С. 105-113.

35. Садовенко А. І. Удосконалення нормативно-правового регулювання ринку косметологічних послуг. *Наше право.* 2018. № 3. С. 179-184.

36. Слюсар М.В., Сментина Н.В. Економічне обґрунтування проекту створення салону краси «Стильний малюк»: випускна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «Економіка підприємства». Одеса: Одеський національний економічний університет, 2016. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5068/1/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B5%20%D0%BE%D0%B1%D2%91%D1%80%D1%83%D0%BD%D1%82%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%83%20%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%81%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%BD%D1%83%20%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%81%D0%B8%20%C2%AB%D0%A1%D1%82%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BC%D0%B0%D0%BB%D1%8E%D0%BA%C2%BB.pdf>
37. Стахів О. Г., Явнюк О. І., Волощук В. В. Основи менеджменту: Навчальний посібник. / За наук. ред. док. екон. наук, проф. М. Г. Бойко. Івано-Франківськ, «Лілея-НВ», 2015. 336 с. URL: https://umo.edu.ua/images/content/depozitar/navichki_pracevlasht/vstup_do_menedzmentu.pdf
38. Технологія косметичних засобів : підручник для студ. вищ. навч. закладів / О. Г. Башура, О. І. Тихонов, В. В. Россіхін [та ін.] ; за ред. О. Г. Башури і О. І. Тихонова. Х. : НФаУ ; Оригінал, 2017. 552 с.
39. Топ б'юті-процедур, які точно необхідно спробувати! URL: <https://gaiaclinic.pl/top-beauty-procedures>
40. Трейсі, Брайан. Як керують найкращі. [Як одержати максимум від себе та інших. Секрети, перевірені на практиці] ; пер. з англ. Р. Клочка. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2017. 208 с.
41. Туїнова Т.І., Котковський В.Р., Морозова Н.Л. Роль HR-менеджменту в бізнесі. *Сучасне управління організаціями: концепції, цифрові трансформації, моделі інноваційного розвитку* : збірник тез доповідей II Міжнародної

- науковопрактичної конференції (Україна, м. Харків, 25 листопада 2022 року) [Електронний ресурс]. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. 1 ел. опт. диск (CD-ROM). Систем. вимоги: Процесор Pentium-класа; ОС Windows 7/10 ; дисковод CD-ROM ; Acrobat Reader 10. С. 523-525. URL: http://kbi.karazin.ua/wp-content/uploads/2023/06/Zbirnik_menegment_2022.pdf
42. Український ринок салонів краси. URL: <http://vlasnasprava.ua/ukrainskij-ry-nok-salonor-krasoty-v-2016-godu-vy-ros-na-2-do-325-mln-grn/>
43. Хочу відкрити салон краси: 8 помилок підприємця-початківця. URL: <https://alvi-prague.ua/uk/blog-ua/vidkryty-salon-krasoty>
44. Циснецька А. В. Сучасні технології, естетичні процедури та фізіотерапія в дерматології та косметології. Львів: Манускрипт, 2008. 176 с. URL: <https://dnmu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/03/zhurn-tors-%E2%84%96244-2020.pdf>
45. Шевченко Д.Ю. Дослідження трансформації українського бізнесу в умовах повномасштабної війни. *Сучасне управління організаціями: концепції, цифрові трансформації, моделі інноваційного розвитку* : збірник тез доповідей II Міжнародної науковопрактичної конференції (Україна, м. Харків, 25 листопада 2022 року) [Електронний ресурс]. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. 1 ел. опт. диск (CD-ROM). Систем. вимоги: Процесор Pentium-класа; ОС Windows 7/10 ; дисковод CD-ROM ; Acrobat Reader 10. С. 529-531. URL: http://kbi.karazin.ua/wp-content/uploads/2023/06/Zbirnik_menegment_2022.pdf
46. Шевченко Ю. О. Розвиток сфери послуг в умовах формування інтеграційних векторів в Україні. *Ефективна економіка*. 2013. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2600>
47. Юдін М. А. Медико-психологічні аспекти косметологічної медицини. Український вісник психоневрології. 2016. Том 24. випуск 2 (87). С. 95-100.
- 48.
49. Brandt F.S., Cazzaniga A., Hann M. Cosmeceuticals: Current Trends and Market Analysis // *Seminars in cutaneous medicine and surgery*. – 2011. №3. –

P.141-143.

50. Dreno B., Araviiskaia E., Berardesca E., Bieber T., Hawk J., Sanchez-Viera M., Wolkenstein P. The science of dermocosmetics and its role in dermatology // *Journal of the European Academy of Dermatology and Venereology*. – March 2014. – 28. – P. 1409–1417. DOI: 10.1111/jdv.12497.

51. Elsner P., Maibach H. I.. *Cosmeceuticals: Drugs vs. Cosmetics* // CRC Press, 2000. – P. 388.

52. Mildau G., Huber B. The new EC Cosmetics Regulation 1223/2009 – Contents and First Explanations // *SOFW-Journal*. – 2010. – №136(3). – P. 40-59.

53. Morganti P, Chen H.D. Cell management for innovative cosmetics: the NICE- TMC approach // *Journal of Applied Cosmetology*. – April 2011. – 29. – P. 57-73.

54. Mudgal S., Salès K., Landowski A. ENVI Relevant Legislative Areas of the EU- US Trade and Investment Partnership Negotiations (TTIP) // *Police Department A: Economic and scientific Policy* [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2014/536293/IPOL_STU%282014%29536293_EN.pdf (дата обращения 29.10.2015).

55. Regulation (EC) 1 223/2009 of the European Parliament and of the Council of 30 November 2009 on cosmetic products [Электронный ресурс].

56. Режим доступа: https://ec.europa.eu/health/sites/health/files/endocrine_disruptors/docs/cosmetic_1223_2009_regulation_en.pdf (дата обращения 23.09.15).

57. Socio-economic contribution of the European cosmetics industry 2016. Report of Cosmetics Europe The Personal Care Association. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.cosmeticseurope.eu/files/2214/6582/1941/Cosmetics_Europe_Socioeconomic_Contribution_of_the_European_Cosmetics_Industry_2016.pdf (дата обращения 28.07.2016).

58. Solomon I. Comments Regarding the Transatlantic Trade and Investment Partnership (T-TIP) Environmental Review Federal Register Docket USTR-2014-0012. / I. Solomon. – Washington, 2014. – 17 P.

59. Trehan S., Michniak-Kohn B., Beri K. Plant stem cells in cosmetics: current trends and future directions // *Future Science*. OA. – July 2017. – 3(4). FSO226. DOI: 10.4155/fsoa-2017-0026.
60. Ustawa O kosmetykach z dnia 30 marca 2001 r. // *Dz.U.* – 2001. – Nr 42. – poz. 473. Wanjari N., Waghmare J. A Review on Latest Trend of Cosmetics-Cosmeceuticals // *International Journal of Pharma Research & Review*. – 2015. – №4(5). – P. 45- 51.
61. WIPO «Patentscope» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://patentscope.wipo.int/search/ru/search.jsf> (дата обращения 11.06.2020).

Додатки

Стандартна операційна процедура «Про порядок консультування і інформування при виборі парфумерно- косметичних засобів»

Найменування організації	СТАНДАРТНА ОПЕРАЦІЙНА ПРОЦЕДУРА		НОМЕР	
			Аркуша	Всього
НАЗВА: «Про порядок консультування і інформування при виборі парфумерно-косметичних засобів»				
ДІЄ З: «__»_____20_г.	ЗАМІНЮЄ: Вводиться вперше	ПРИЧИНА ПЕРЕГЛЯДУ	ДАТА НАСТУПНОГО ПЕРЕГЛЯДУ:	
СКЛАВ:		ЗАТВЕРДИВ: Керівник: _____ «__»_____20_г.		

Мета: стандартизація процедури консультування і інформування при вибиранні парфумерно-косметичних засобів.

Сфера застосування

Де: відділ готових лікарських форм

Устаткування:

- Стелажі, шафи, системи зберігання
- Вітрини
- Гігрометри (психрометри)
- Термометри

Коли: при реалізації товарів аптечного асортименту.

Відповідальність: керівник структурного підрозділу, провізор/фармацевт відділу готових лікарських форм.

Скорочення:

АТ - аптечна організація

ПКС - парфумерно-косметичний засіб

Основна частина СОП

1. Підготовчі заходи: попередня діагностика (опит):

1. Як ви вважаєте, який у вас тип шкіри?
2. Чи бувають у вас жирний блиск, запалення?
3. Чи відчуваєте ви стянутість?
4. Якщо так, то постійно або після контакту з водою?
5. Чи вважаєте ви свою шкіру чутливою?
6. Чи була у вас алергія?
7. Чи була у вас алергія?
8. Проведіть діагностику шкіри

2. Процедури консультування і інформування

2.1.Диагностика шкіри.

Співробітникам необхідно визначити типу шкіри з врахуванням його характерних ознак з табл.1. Таблиця 1. Ознаки ідентифікації типу шкіри

Ознаки жирної шкіри: <ul style="list-style-type: none">•Жирний блиск•Розширені пори•Чорні крапки•Акне (наявність запальних елементів)•Уражена вся особа	Ознаки комбінованої шкіри: <ul style="list-style-type: none">•Жирний блиск•Розширені пори•Чорні крапки•Уражена Т-зона (лоб, ніс, верхня частина підборіддя) або U-зона (щоки, довкола рота і нижня частина підборіддя)
Ознаки нормальної шкіри: <ul style="list-style-type: none">•Рівний колір особи•Пори не помітні•Немає чорних крапок	Ознаки сухої шкіри: <ul style="list-style-type: none">•Тонка, крихка шкіра•Пори не помітні•Відсутність жирного блиску•Схильність до лущення
Ознаки шкіри з віковими змінами:	
<ul style="list-style-type: none">• Вік•Поява зморшок (дрібні, глибокі)•Поява пігментації (в т.ч. під дією зовнішніх чинників - уф-промені)•Зміна овалу особи, зниження пружності шкіри	

Співробітникамі додатково необхідно поставити питання відвідувачеві відповідно до схеми 1, з метою виявлення споживчих переваг

Схема 1. Визначення типу шкіри

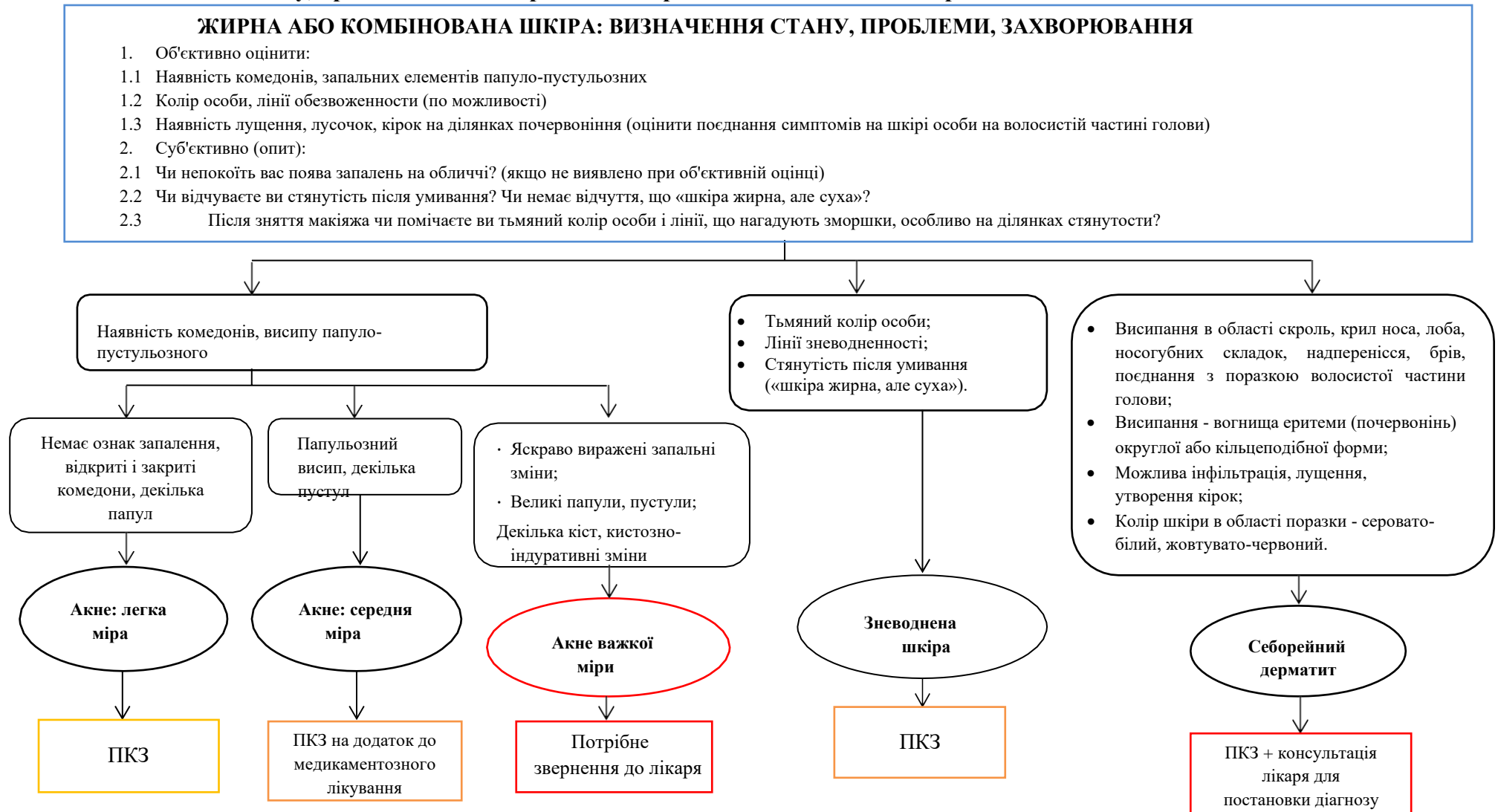
ВИЗНАЧЕННЯ ТИПУ ШКІРИ

1. Об'єктивно (візуально оцінити: жирний блиск, пори, ділянки лущення, вікові зміни шкіри: зморшки, пігментація, зміна овалу особи)
2. Суб'єктивно (опит):
 - 2.1. Як ви думаєте, який у вас тип шкіри?
 - 2.2. Чи буває у вас жирний блиск, запалення?
 - 2.3. Чи відчуваєте ви лущення, свербіння, стянутість?
 - 2.4. Чи є у вас алергія або схильність до алергії? Як вона виявляється?
 - 2.5. Яка у вас потреба у відході і (зволоження, усунення жирного блиску, запалень, базовий відхід, антивіковий відхід)?
 - 2.6. с Яка у вас потреба у відході і (зволоження, усунення жирного блиску, запалень, базовий відхід, антивіковий відхід)?



При виявленні типу шкіри, як жирна або комбінована, співробітникам необхідно слідувати алгоритму визначення стану, проблеми, захворювання, представленому на **схемі 2**. При виборі ПКЗ керуватися **Додатком**.

Схема 2. Визначення стану, проблеми або захворювання жирної або комбінованої шкіри

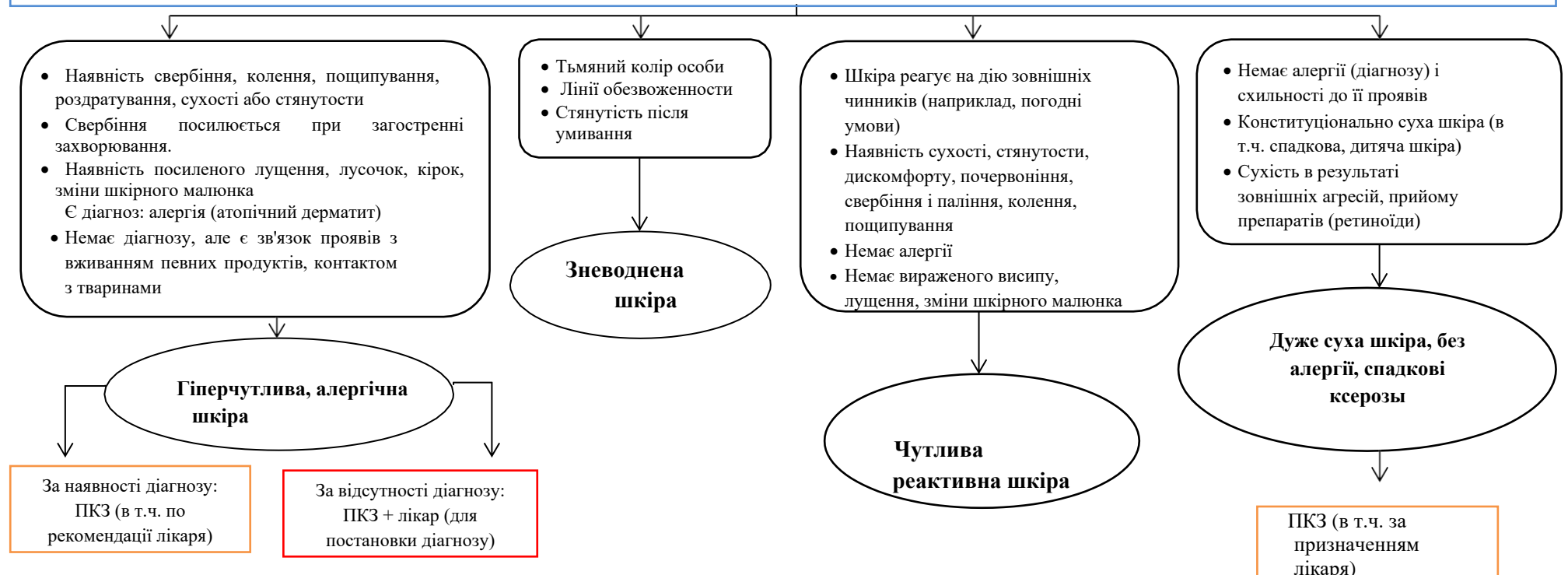


При виявленні типу шкіри, як суха, співробітникам необхідно слідувати алгоритму визначення стану, проблеми, захворювання, представленому на **схемі 3**. При виборі ПКЗ керуватися **Додатком**.

Схема 3. Визначення стану, проблеми або захворювання сухої шкіри

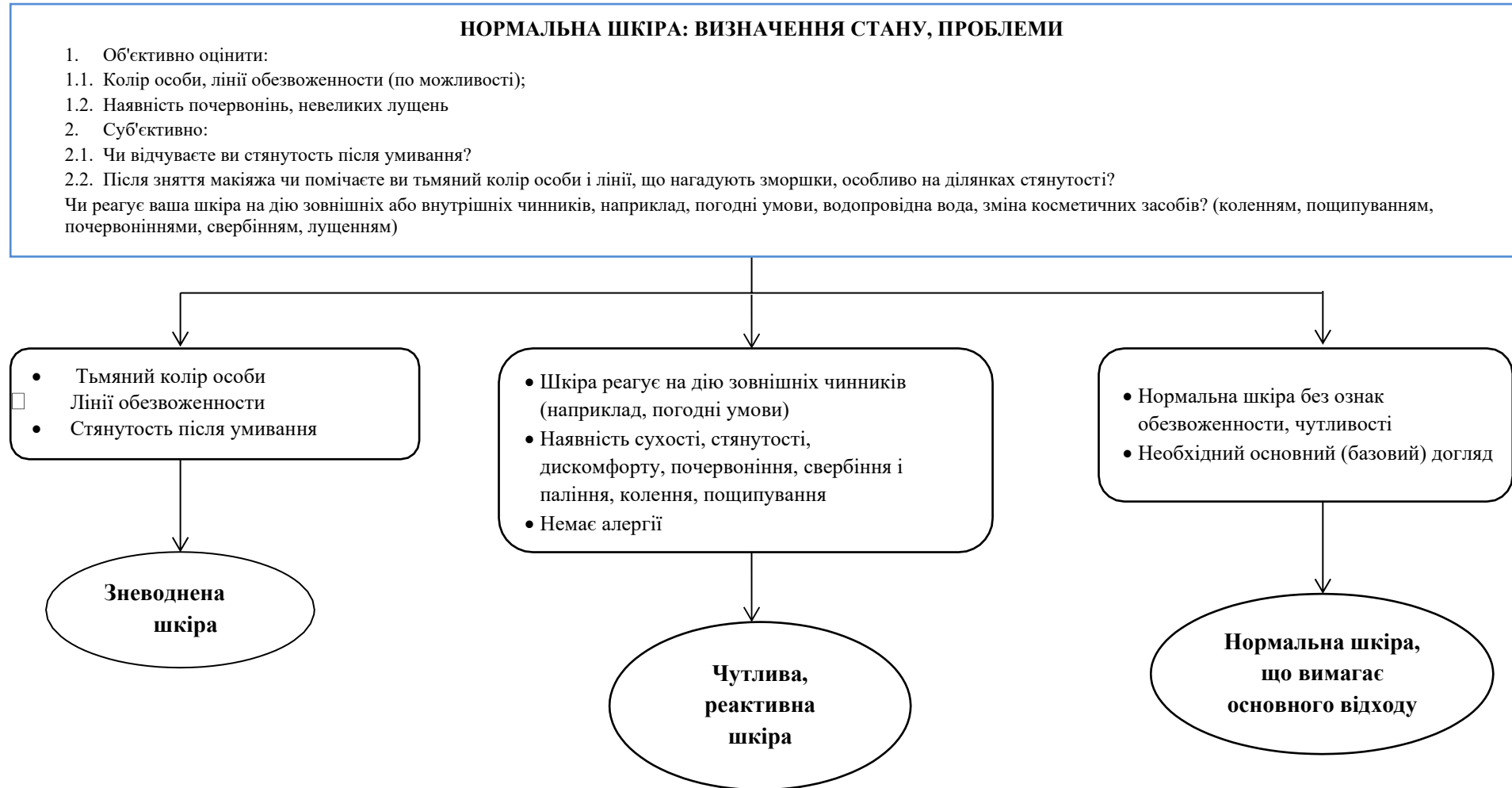
СУХА ШКІРА: ВИЗНАЧЕННЯ СТАНУ, ПРОБЛЕМИ, ЗАХВОРЮВАННЯ

1. Об'єктивно оцінити:
 - 1.1 Наявність почервонінь, ділянок лущення, набряклість;
 - 1.2 Колір особи, лінії обезвоженности (по можливості);
 - 1.3 Наявність поліморфного висипу и/ або лусочок, кірок, лущення, зміни шкірного малюнка;
2. Суб'єктивно (опит):
 - 2.1 Чи непокоять вас свербіння, лущення, стянутість і сухість шкіри, колення, пощипування, роздратування?
 - 2.2 Чи є у вас алергії, встановлені лікарем (атопічний дерматит)? Якщо немає, то чи зв'язано виникнення вищезгаданих явищ, наприклад, з їдою або контактом з тваринами?
 - 2.3 Чи відчуваєте ви стянутість після умивання?
 - 2.4 Після зняття макіяжа чи помічаєте ви тьмянний колір особи і лінії, що нагадують зморшки, особливо на ділянках стянутості?
 - 2.5 Чи зв'язана сухість шкіри з дією зовнішніх агресій, прийомом препаратів?



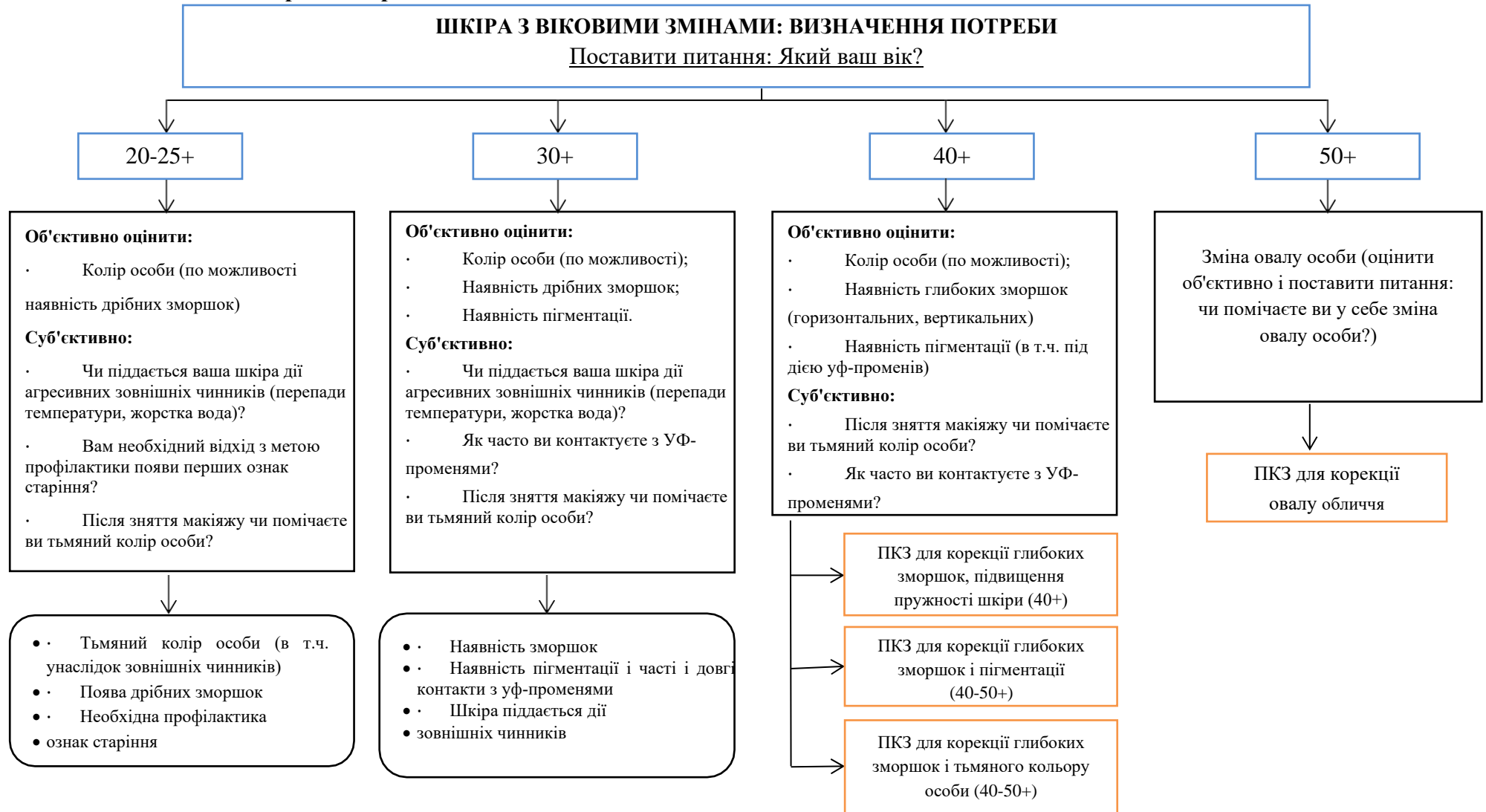
При виявленні типу шкіри, як нормальна, співробітникам необхідно слідувати алгоритму визначення стану, проблеми, захворювання, представленому на **схемі 4**. При виборі ПКС керуватися **Додатком**.

Схема 4. Визначення стану, проблеми нормальної шкіри



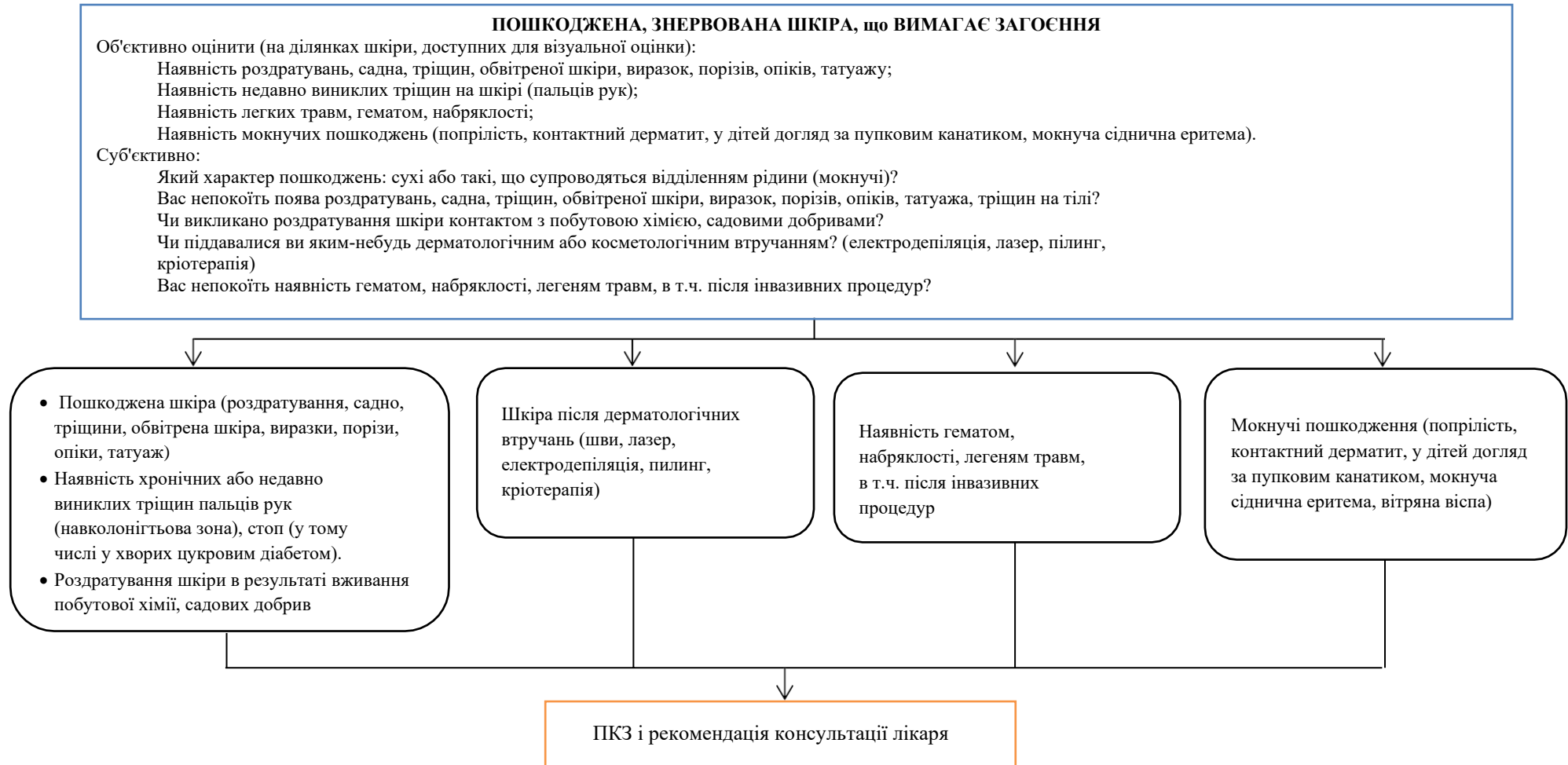
При консультуванні відвідувача по ПКЗ для шкіри з віковими змінами, співробітникам необхідно слідувати алгоритму визначення стану, проблеми, захворювання, представленому на **схемі 5**. При виборі ПКЗ керуватися **Додатком**.

Схема 5. Визначення потреби шкіри з віковими змінами



При консультуванні відвідувача з пошкодженою, знервованою шкірою, що вимагає загоєння співробітникові необхідно слідувати алгоритму, представленому на **схемі 6**. При виборі ПКЗ керуватися **Додатком**.

Схема 6. Окремий стан, можливий для всіх типів: пошкоджена, знервована шкіра, що вимагає загоєння



2.2. Діагностика розацеа у дорослих

Співробітникам необхідно провести діагностику шкіри відвідувача. За наявності двох і більш за ознаки, представлені в **таблиці 2**, можливе встановлення такої дерматологічної проблеми, як розацеа.

Таблиця 2. Критерії діагностування розацеа*

Ознаки розацеа	
Основні:	<ul style="list-style-type: none"> - нестійка еритема; - стійка еритема; - телеангіоектазії (стійке розширення дрібних судин шкіри); папули/пустули.
Додаткові:	<ul style="list-style-type: none"> - печіння/поколювання/набряк обличчя; - сухість шкіри особи; - запальні бляшки; - «очні» симптоми; формування фіматозних змін.

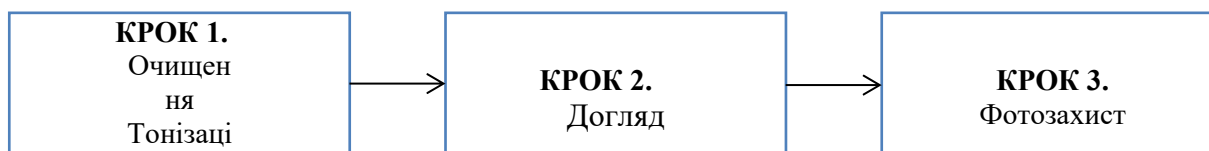
* Для діагностики захворювання необхідна наявність як мінімум двох критеріїв.

Перелік ПКЗ для рекомендації при розацеа представлений в **Додатку 3**.

2.3. Рекомендації по догляду за шкірою

Співробітникам необхідно проінформувати відвідувача про етапи догляду за шкірою для ефективного вживання ПКС відповідно до схеми **7**.

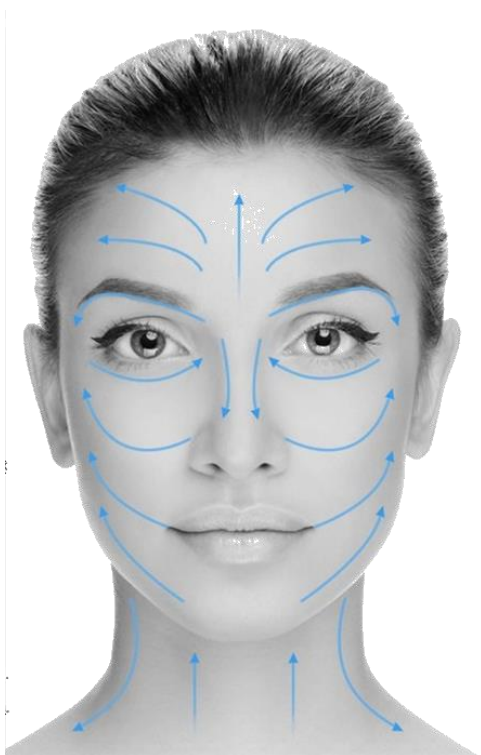
Схема 7. Рекомендації по догляду за шкірою



Таблиця 3. Види очищення і текстури, шкіри, що рекомендуються для різних типів

Види очищення	Суха і нормальна шкіра	Жирна і комбінована шкіра	Контур очей, віка
Демакіяж	Молочко, вершки, колд-крем, масло міцели	Гель, гідрофільна рідина або масло	Гель, рідина (моно або двофазна)
	Вода міцелярна		
Умивання	Пінка-мус, емульсія	Гель, пінка-мус, желе	
Тонізація	Тоніки без спирту, з рослинними, зволожуючими компонентами, термальною водою	Тоніки із спиртом, кислотами, екстрактами рослин з терпкою і протизапальною дією	
Глибоке очищення, інтенсивний відхід	Гоммаж, маски заспокійлива, зволожуюча	Скраб, маска що очищає, зволожує	

Очищення і догляд здійснюється по масажних лініях (див. мал.)



Малюнок. Масажні лінії обличчя, шії

Національний фармацевтичний університет

Факультет медико-фармацевтичних технологій
Кафедра косметології і ароматології
Рівень вищої освіти другий магістерський
Спеціальність 226 Фармація, промислова фармація
Освітня програма Технології парфумерно-косметичних засобів

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
косметології і ароматології

Олександр БАШУРА
«04» жовтня 2021 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

Олександри КУВЛИ

1. Тема кваліфікаційної роботи: Розробка стандартної операційної процедури консультивання і інформування при виборі парфумерно-косметичних засобів аптечного асортименту

керівник кваліфікаційної роботи Олена ЧУБ к.фарм.н., доцент
(прізвище, ім'я, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом НФаУ від “ 18 ” березня 2022 року № 106

2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи травень 2022 р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи робота викладена на 86 сторінках машинопису і складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел, що містить 61 найменувань, серед яких 12 – іноземна. Обсяг основного тексту 64 сторінки

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) дослідження шляхів вдосконалення механізмів регулювання фармацевтичного ринку в сегменті парфумерно-косметичних засобів з подальшою розробкою алгоритму консультивання при виборі косметичних засобів для усунення певного косметичного недоліку шкіри та її придатків

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень):
рисунки – 31

таблиці – 7

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1.	Олександра КРАН, доцент закладу вищої освіти кафедри косметології і ароматології	04.10.21	04.10.21
2.	Олександра КРАН, доцент закладу вищої освіти кафедри косметології і ароматології	08.11.21	08.11.21
3.	Олександра КРАН, доцент закладу вищої освіти кафедри косметології і ароматології	20.12.21	20.12.21

7. Дата видачі завдання _____ 04.10.21 _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів кваліфікаційної роботи	Примітка
1.	Огляд літературних джерел.	жовтень	виконано
2.	Розробка методології дослідження.	жовтень	виконано
3.	Порівняльна оцінка моделей регулювання обігу парфумерно-косметичних засобів в зарубіжних країнах	листопад	виконано
4.	Аналіз механізмів державного регулювання ринку парфумерно-косметичних засобів в Україні	листопад	виконано
5.	Структура і динаміка українського фармацевтичного ринку. Дослідження цільових груп	грудень-березень	виконано
6.	Впровадження в практику алгоритму фармацевтичного консультування і інформування при виборі ПКС	березень	виконано
7.	Викладення основного матеріалу.	квітень	виконано
8.	Оформлення магістерської роботи.	квітень	виконано
9.	Оформлення документів до захисту.	квітень	виконано

Здобувач вищої освіти _____

Олександра КУВІЛА

Керівник кваліфікаційної роботи _____

Олена ЧУБ

ВИТЯГ З НАКАЗУ № 106
по Національному фармацевтичному університету

від 18 березня 2022 року

Затвердити тему, керівника та рецензента кваліфікаційної роботи здобувачу вищої освіти денної форми навчання факультету медико-фармацевтичних технологій НФаУ 2022 року випуску:

№ з/п	Прізвище, ім'я по батькові здобувача вищої освіти	Тема кваліфікаційної роботи (українською мовою)	Тема кваліфікаційної роботи (англійською мовою)	Керівник кваліфікаційної роботи	Рецензент кваліфікаційної роботи
1.	Кувіла Олександра Олегівна	Розробка стандартної операційної процедури консультування і інформування при виборі парфумерно-косметичних засобів аптечного асортименту	Development of a standard operating procedure for consulting and informing when choosing perfumes and cosmetics of the pharmacy range	доц. Чуб О.В.	проф. Панфілова А.Л.

ПІДСТАВА: службова записка завідувача кафедри про затвердження теми кваліфікаційної роботи, керівника та рецензента.

Вірно: ст. інспектор деканату

К. С. Конійко

ВІДГУК

**наукового керівника на кваліфікаційну роботу ступеня вищої освіти магістр,
спеціальності 226 Фармація, промислова фармація**

Олександри КУВІЛИ

**на тему: «Розробка стандартної операційної процедури консультування і
інформування при виборі парфумерно-косметичних засобів аптечного асортименту»**

Актуальність теми. Включення парфумерно-косметичних засобів (ПКС) в клінічні рекомендації в рамках ряду нозологій, що відносяться до косметичних недоліків, хвороб шкіри і підшкірної клітковини, обумовлюють високу конкурентоспроможність даних позицій на фармацевтичному ринку, підвищуючи таким чином, рентабельність аптечних організацій як завершуючого рівня в ексклюзивному каналі розподілу. Так, за підсумками 2019 р. близько 50% аптечних продажів ПКП у вартісному вираженні складають засоби для корекції дерматологічних захворювань. Сегмент ПКС сьогодні представляється вельми привабливим для комерційної діяльності, що обумовлене не лише його високим економічним потенціалом, але і спрощеними порівняно з лікарськими препаратами процесами реєстрації і звернення даної категорії товарів аптечного асортименту.

Практична цінність висновків, рекомендацій та їх обґрунтованість. Метою даної магістерської роботи є дослідження шляхів вдосконалення механізмів регулювання фармацевтичного ринку в сегменті парфумерно-косметичних засобів.

Оцінка роботи. Роботу виконано на високому професійному рівні, розв'язано поставлені цілі та впроваджено завдання дослідження. У роботі використано методологію наукового пізнання. Послідовно застосовані загальнонаукові методи: аналіз (проспективний та ретроспективний), синтез (порівняльно-порівняльний), а також приватно-наукові методи (клінічні, інструментальні, соціометричні, статистичні). Автором виконано весь обсяг досліджень і розроблено СОП з надання косметологічної опіки в аптечних установах.

Загальний висновок та рекомендації про допуск до захисту. При проведенні досліджень Олександра КУВІЛА продемонструвала гарні знання в парфумерно-косметичній галузі та справилась з поставленою задачею, виявивши при цьому здібності до проведення самостійних досліджень. Роботу рекомендовано до захисту

Науковий керівник:

Олена ЧУБ

«15» квітня 2022 р.

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу ступеня вищої освіти магістр,
спеціальності 226 Фармація, промислова фармація

Олександри КУВІЛИ

на тему: «Розробка стандартної операційної процедури консультування і інформування при виборі парфюмерно-косметичних засобів аптечного асортименту»

Актуальність теми. Висока конкуренція в роздрібному сегменті фармацевтичного ринку України, що налічує за станом на січень 2020 року 16 000 аптек і 3900 аптечних пунктів, зумовила істотну модифікацію підходів до формування асортименту суб'єктами сфери звернення лікарських засобів, а також зміна асортиментного портфеля як в якісному, так і в кількісному відношенні. В Україні доля аптечних продажів парфюмерно-косметичній продукції (ПКП), що охоплює більше 1700 брендів, щорік збільшується на 6% у вартісних показниках і в 2019 році склала 4% і 20% від об'єму продажів загального асортименту і сегменту парафармацевтичних товарів, відповідно.

Теоретичний рівень роботи. У роботі наведено моніторинг спеціалізованих літературних джерел медичного, фармацевтичного і косметологічного профілю. Проаналізовано в порівняльному аспекті центральні вектори регулювання обігу ПКП в міжнародній практиці, в т.ч. проведена критична оцінка нормативно-правової бази у сфері обігу ПКЗ в Україні.

Пропозиції автора по темі дослідження. Значущість роботи полягає в науковому обґрунтуванні методології аналізу групи товарів аптечного асортименту на прикладі ПКС з подальшою розробкою рекомендацій по вдосконаленню механізмів регулювання фармацевтичного ринку

Практична цінність висновків, рекомендацій та їх обґрунтованість. Відповідно до показників ваговитості завдань професійної діяльності в рамках досліджуваного сегменту розроблена СОП «Про порядок консультування і інформування при виборі парфюмерно-косметичних засобів», що дозволяє оптимізувати діяльність, пов'язану з реалізацією даної категорії товарів аптечного асортименту.

Недоліки роботи. Відсутні публікації автора за темою роботи.

Загальний висновок і оцінка роботи. Робота виконана на високому професійному рівні, відповідає усім вимогам і може бути представлена в Екзаменаційну комісію для захисту.

Рецензент

проф. Анна ПАНФІЛОВА

«20» квітня 2022 р.

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Витяг з протоколу
засідання кафедри косметології і аромології НФаУ
№ 10 від 22 квітня 2022 року**

Голова: завідувач кафедри, доктор фарм. наук, проф. Башура О.Г.

Секретар: доц. Мартинюк Т.В.

ПРИСУТНІ: зав. каф., проф. Башура О.Г., проф. Філіпцова О.В., доц. Кран О.С., доц. Мартинюк Т.В., доц. Кухтенко Г.П., доц. Шмелькова К.С., доц. Петровська Л.С., доц. Черемісіна В.Ф., доц. Алмакаєв М.С., доц. Бобро С.Г., доц. Лебединець О.В., доц. Чуб О.В.

ПОРЯДОК ДЕННИЙ:

1. Про представлення до захисту в Екзаменаційну комісію кваліфікаційних робіт здобувачів вищої освіти випускного курсу НФаУ 2022 року випуску

СЛУХАЛИ: Про представлення до захисту в Екзаменаційній комісії кваліфікаційної роботи на тему: «Розробка стандартної операційної процедури консультування і інформування при виборі парфумерно-косметичних засобів аптечного асортименту» здобувача вищої освіти випускного курсу НФаУ 2022 року випуску Олександри КУВІЛИ Науковий (-ві) керівник (-ки) доц. Олена ЧУБ Рецензент проф. Анна ПАНФІЛОВА

УХВАЛИЛИ: Рекомендувати до захисту кваліфікаційну роботу здобувача вищої освіти 5 курсу 1 групи Олександри КУВІЛИ
(прізвище, ім'я)

на тему: «Розробка стандартної операційної процедури консультування і інформування при виборі парфумерно-косметичних засобів аптечного асортименту»

Голова

завідувач кафедри,
доктор фарм. наук, проф.

Олександр БАШУРА

(підпис)

Секретар

доцент

Тетяна МАРТИНЮК

(підпис)

НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПОДАННЯ ГОЛОВІ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ КОМІСІЇ ЩОДО ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Направляється здобувач вищої освіти Олександра КУВІЛА до захисту кваліфікаційної роботи за галуззю знань 22 Охорона здоров'я спеціальністю 226 Фармація, промислова фармація освітньою програмою Технології парфумерно-косметичних засобів на тему: Розробка стандартної операційної процедури консультування і інформування при виборі парфумерно-косметичних засобів аптечного асортименту

Кваліфікаційна робота і рецензія додаються.

Декан факультету _____ / Ольга НАБОКА

Висновок керівника кваліфікаційної роботи

Здобувач вищої освіти Олександра КУВІЛА продемонструвала гарні знання в сфері практичної косметології та справилась з поставленою задачею, виявивши при цьому здібності до проведення самостійних досліджень.

Керівник кваліфікаційної роботи

Олена ЧУБ

«15» квітня 2022 р.

Висновок кафедри про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційну роботу розглянуто. Здобувач вищої освіти Олександра КУВІЛА допускається до захисту даної кваліфікаційної роботи в Екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри
косметології і ароматології

Олександр БАШУРА

«22» квітня 2022 р.

Кваліфікаційну роботу захищено

у Екзаменаційній комісії

« ____ » _____ 2022 р.

З оцінкою _____

Голова Екзаменаційної комісії,

доктор медичних наук, професор

_____ /Наталія БЕЗДІТКО/