

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

**Факультет медико-фармацевтичних технологій
кафедра організації та економіки фармації**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему: «АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ПРОБЛЕМ ТА ПЕРСПЕКТИВ
РОЗВИТКУ РИНКУ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ У КАНАДІ ТА
УКРАЇНІ»**

Виконав: здобувач вищої освіти 5 курсу,
групи Фм19(4,6з)-дво 01а
спеціальності 226 Фармація, промислова
фармація
освітньої програми Фармація
Юлія ХОМИЧ

Керівник: доцент кафедри організації та
економіки фармації, к. фарм. н., доцент
Вікторія МІЩЕНКО

Рецензент: доцент кафедри фармацевтичного
менеджменту та маркетингу, к. фарм. н., доцент
Світлана ЖАДЬКО

Харків – 2024 рік

АНОТАЦІЯ

Проведено дослідження актуальних тенденцій розвитку ринку косметичних засобів, що реалізуються в аптеках для профілактики та лікування дерматологічних проблем, які мають ознаки як лікарських засобів, так і косметики й шляхи подальшого розвитку цього напрямку. Аналіз проведено на прикладі косметики Avene «Pierre Fabre», Франція, яка реалізується в Канади та України. Робота викладена на 46 сторінках, складається з вступу, експериментальної частини, загальних висновків, 8 таблиць й 16 рисунків, 36 літературних джерел, з яких 12 іноземні, додатків.

Ключові слова: косметичні засоби, ознаки як лікарських засобів, так і косметики, Avene «Pierre Fabre», Франція, Канада, Україна

ANNOTATION

A study of modern trends in the development of the market of cosmetic products sold in pharmacies for the prevention and treatment of dermatological problems, which have the characteristics of both medicinal and cosmetic products, and ways of further development of this direction were conducted. The analysis was conducted on the example of cosmetics Avene "Pierre Fabre", France, which is sold in Canada and Ukraine. The work is laid out on 46 pages, consists of an introduction, an experimental part, general conclusions, 8 tables and 16 figures, 36 literary sources, 12 of which are foreign, and appendices.

Key words: cosmetics, both drug and cosmetic brands, Avene "Pierre Fabre", France, Canada, Ukraine

ЗМІСТ

ВСТУП	
РОЗДІЛ 1. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АПТЕЧНОЇ КОСМЕТИКИ В УКРАЇНІ.....	8
1.1. Аналіз розподілу косметичних засобів на класи відносно характеристик споживачів	8
1.2. Термінологічне визначення косметики, що реалізується в аптеках	11
1.3. Особливості обігу аптечної косметики.....	13
Висновки до розділу 1	16
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПИТАНЬ РОЗВИТКУ ТА СТАНОВЛЕННЯ КОСМЕТИЧНИХ БРЕНДІВ НА ПРИКЛАДІ ТМ «AVENE» «PIERRE FABRE», ФРАНЦІЯ.....	17
2.1. Огляд тенденцій розвитку косметичного ринку в Канаді й Україні	17
2.2 Ретроспективне дослідження виникнення бренду Avene	21
2.3 Сучасний стан розвитку ТМ «Avene», Франція.....	24
Висновки до розділу 2	28
РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ СКЛАДОВИХ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ AVENE «PIERRE FABRE», ФРАНЦІЯ, ПОКАЗНИКА АДЕКВАТНОСТІ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ.....	29
3.1. Дослідження складу косметики Avene «Pierre Fabre», Франція	29
3.2 Аналіз рейтингів сайтів «Краса та косметика, Канада» та огляд Топ-5 інтернет-магазинів в Україні щодо наявності косметики Avene «Pierre Fabre», Франція.....	32
3.3. Дослідження показника адекватності платоспроможності косметики Avene «Pierre Fabre», Франція у Канаді та Україні	35
Висновки до розділу 3	42
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	47
ДОДАТКИ.....	52

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ТОВ – Товариство з обмеженою відповідальністю

млрд – мільярд

CSR – Corporate Social Responsibility, Корпоративна соціальна відповідальність

Euromonitor International Ltd – лондонська дослідницька компанія

CAD – канадський долар

USD – американський долар

ВСТУП

Сьогодні тема вітчизняної косметики дуже популярна. 5 років тому українських виробників косметики налічувалося приблизно 10 компаній, зараз великих виробників так само не багато, а дрібних – сотні. Сьогодні косметичні засоби розглядають двояко, а саме – як складову частину медичного обслуговування населення з точки зору медицини, та саме косметику як таку. При цьому косметика, до складу якої входять лікарські засоби (ЛЗ) пом'якшує дерматологічні проблеми (атопічний дерматит, акне, купероз, себорея). В Україні поступово зростає попит на так звані «продукти для покращення якості життя», а саме приріст обсягів продажу косметичних засобів в Україні становив 23 %, у той час, як приріст обсягів реалізації лікарських засобів лише – 6,7 %. Асортимент аптек на той час на 95–98 % складався переважно з ЛЗ. Сьогодні питома вага цієї категорії становить 80%, товари категорії «парафармацевтичні засоби» – 20 %, у тому числі сегмент косметичних засобів – 5 %. На цей час фармацевти розглядають категорію товарів «косметика», що реалізується в аптеках, як важливу складову асортименту, яка характеризується вищою валовою маржею порівняно з ЛЗ то суттєво поліпшує фінансові результати діяльності аптек. Косметичні засоби, які реалізуються в аптеках – це різноманітні засоби. які призначені для специфічного догляду та корекції патологічного стану шкірного покриву та його косметичних недоліків. Така косметика продається, в основному, в аптеках. У роботі на прикладі продукції ТМ «Avene» проаналізовано сучасні тенденції розвитку косметичних засобів, що реалізуються в аптеках. Косметичні засоби Avene вперше з'явилася в Європі на початку 70 років 20 ст. Вона створювалася для людей з дерматологічними проблемами, як продукція, яка здатна покращити шкірні проблеми. Адже проблемна шкіра потребує не тільки в лікуванні, а й у зволоженні, живленні, потребує захист від шкідливих факторів впливу навколишнього середовища. Продукція ТМ «Avene» здатна зняти загострення дерматологічних захворювань і поліпшити стан косметичної

проблеми. Косметика являє собою співвідношення – найкраща ціна і якість. Головною складовою косметики є термальна вода Avene для обличчя і тіла з відомого джерела, яка містить невелику кількість мінералів і підходить для чутливої шкіри.

Актуальність теми. Визначити актуальні тенденції розвитку ринку косметичних засобів, що реалізуються в аптеках для профілактики та лікування дерматологічних проблем, які мають ознаки як лікарських засобів, так і косметики й шляхи подальшого розвитку цього напрямку в різних країнах є актуальним питанням сьогодення.

Мета дослідження: провести аналіз сучасних проблем та перспектив розвитку ринку косметичних засобів у Канаді та Україні.

Згідно з метою кваліфікаційної роботи встановлені наступні **завдання дослідження:**

- оглянути обіг косметичних засобів до складу яких входять лікарські засоби, та які реалізується в аптеках з зору медицини, та саме косметики;
- дослідити відмінності щодо реалізації бренду Avene «Pierre Fabre», Франція в Канаді та Україні;
- провести порівняльний аналіз цін косметики Avene «Pierre Fabre», Франція в Канаді та Україні.

Об’єкт дослідження – косметичний та фармацевтичні ринки у Канаді й Україні.

Предмет дослідження: косметичні засоби бренду Avene «Pierre Fabre», Франція, які знаходяться на обігу на фармацевтичному та косметичному ринках Канади й України; літературні джерела з обраної тематики; сайт «Краса та косметика, Канада»; інформаційної платформи «Beauty and cosmetics, Canada/Краса та косметика, Канада»; інтернет-магазин Eva.ua, Prom.ua, Watsons.ua, Hillary Cosmetics.

При дослідженні у ході виконання кваліфікаційної роботи були використані наступні **методи:** системного аналізу, математичний, моделювання, порівняльний аналіз і прогнозування.

Практичне значення отриманих результатів полягає у проведенні порівняльного аналізу щодо підходів реалізації косметичних засобів по догляду за проблемною шкірою в Канаді та Україні на прикладі косметики Avene «Pierre Fabre», Франція.

Апробація результатів дослідження і публікації: за результатами виконання кваліфікаційної магістерської роботи опубліковано міжнародні тези (додаток В):

1. Немченко А. С., Міщенко В. І., Хомич Ю. О. Дослідження розвитку аптечної косметики в Україні. «Належні рішення для прогалин у фармації: відповідно до європейських пріоритетів»/good solutions for gaps in Pharmacy: in line with European priorities : міжнародна студентська науково-практична конференція 23-24 листопада 2023 року м. Львів., 23-24.11.2023 р. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2023. С. 138-139.
2. Хомич Ю. О., Міщенко В. І. Продаж косметики через інтернет. IV Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «YOUTH PHARMACY SCIENCE» Youth Pharmacy Science: матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю, 6-7 грудня 2023 р., м. Харків, Х. : НФаУ, 2023. С. 577.

На засіданні студентського наукового товариства в рамках реалізації другого етапу проведення IV Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «YOUTH PHARMACY SCIENCE» Хомич Юлія отримала грамоту від кафедри ОЕФ «За творчий підхід у наукових дослідженнях» (Додаток С).

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи традиційно складається з вступу, огляду літератури, експериментальної частини, загальних висновків, переліку використаних літературних джерел, додатків. Робота викладена на 46 сторінках, з яких Додатки складають 4 сторінки, 8 таблиць і 16 рисунків, а також 36 літературних джерел (12 з яких іноземні джерела).

РОЗДІЛ 1. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АПТЕЧНОЇ КОСМЕТИКИ В УКРАЇНІ

1.1. Аналіз розподілу косметичних засобів на класи відносно характеристик споживачів

Великочисельна група косметичних засобів покликана доглядати за шкірою обличчя, тіла, нігтями та волоссям, підтримувати пружність шкіри, красу та молодість. На цей час існують 5 класів косметики відносно характеристик споживачів (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Розподіл на класи та головні переваги світових брендів

№	Клас	Головні переваги	Бренди
1.	Мас-маркет	Недорога й легкодоступна косметика	Eveline, Біокон, Lumene, Ruby Rose, Avon, Nivea
2.	Мідл-маркет	Більш якісна в середній ціновій категорії, використовують інноваційні технології та компоненти	L'Oreal, Mary Kay, Revlon, Yves Rocher, Bourjois, Decleor, Maybelline, Clinique
3.	Люкс-сегмент	Дорогі бренди з вмістом біологічно-активних компонентів 70–80 %	La Prairie, Dior, Clarins, Chanel, Givenchy, Estee Lauder, Shiseido
4.	Професійна	Високоєфективна і складна в застосуванні, призначена для використання в салонах краси	Inglot, Kryolan, NYX, MAC, Bobbi Brown, Algologie, Academie, Guam, Payot, Lacrima.
5.	Аптечна	Створена для усунення дерматологічних проблем зі шкірою	Avene, Bioderma Vichy, Klorane, Lierac, La Roche-Posay, Uriage

Косметика здатна вирішувати косметичні недоліки широкого спектра, а саме: підвищена сухість/жирність, втрата еластичності, швидке старіння.

На сьогодні багато косметичних компаній працюють під наступним девізом: «Екологічність й соціальна відповідальність».

Турбота компанії про навколишнє середовище не впливає на якість та ефективність їх продукції, але може бути перевагою у виборі саме цих товарів серед споживачів (рис. 1.1)

продукти, у складі яких немає компонентів тваринного походження й вони не тестувалися на тваринах	➡	Illamasqua, NYX, Dr. Konopka's, Aesop, Logona, Mr. Scrubber, NIVEA, Neocutis
упаковка з вторсировини або призначена для вторинного перероблення	➡	Nivea, Mi & Ko, Elizavecca, Urban Decay, Madara, Davines
біорозкладна формула засобів	➡	Ausganica, Biotherm, Lush
економне споживання води та електроенергії у виробництві	➡	Dr. Hauschka, Biotherm, Lush, Davines
спонсорування екопроектів	➡	Oriflame, Caudalie, Nivea, Davines
поєднати здоров'я чутливої шкіри та відповідальне ставлення до природи	➡	Avene

Рис. 1.1. Приклади турбот про навколишнє середовище компаній-виробників косметики

Зазвичай підприємства, які виробляють косметичні засоби, здійснюють інноваційні розробки та організують їх виробництво на базі дослідницьких лабораторій.

У табл. 1.2 приведено характеристика інноваційних косметичних продуктів дослідницьких дерматологічних лабораторій відомих світових торгових марок косметичних засобів [8, 9, 10].

Таблиця 1.2

Інноваційні косметичні продукти дерматологічних лабораторій

Торгова марка	Інноваційний продукт	Дослідницька дерматологічна лабораторія
AVENE	Термальна вода AVENE - має протизапальну, заспокійливу та пом'якшувальну дію	Лабораторія П'єр Фабр
A-Derma	Екстракт вівса Rhealba - підвищує пружність і еластичність шкіри, зменшує появу зморшок і допомагає регенерації тканин	Лабораторія П'єр Фабр
Uriage	Термальна вода Uriage – природний антиоксидант та нейтралізатор вільних радикалів	Лабораторія Uriage підрозділ фармацевтичної лабораторії групи БІОРГА
Lierac	Компонент детокс хромо-комплексу LIERAC	Лабораторії Lierac
Vichy	Термальна мінеральна вода Vichy	Лабораторії L'Oreal
Phyto	У складі Viburnum Prunifolium Extract, Ginkgo Biloba Leaf Extract	Біотехнологічна лабораторія PHYTOSOLBA

1.2. Термінологічне визначення косметичних засобів, що реалізується в аптеках

Деякі косметичні засоби, що реалізуються в аптеках, мають терапевтичний ефект. Аптечна косметика не просто маскує прояви акне, дерматитів, діатезу, екземи тощо, а й допомагає боротися з дерматологічними захворюваннями, про що свідчать численні клінічні випробування. Купити аптечну косметику можливо в аптеках та аптечних супермаркетах [6].

Сьогодення різноманіття тлумачень категорій «лікувально-косметичні засоби» та «косметика» призводить до неоднозначності їх визначення. Поєднання словосполучень «лікувально» та «косметичні» надає досліджуваним засобам особливого статусу. Якнайбільше це стосується косметики, що застосовують для профілактики та лікування дерматологічних проблем шкіри [2, 3].

Слід зазначити, що серед науковців не має одностайної думки щодо тлумачення та визначення засобів, які використовують для профілактики та лікування проблем шкіри. Тому питання є актуальним на час досліджень.

Згідно із Законом України «Про лікарські засоби» (поточна редакція – Прийняття від 28.07.2022) засоби лікувальної косметики – це лікарські засоби [15] (рис. 1.1). Тобто Закон відносить лікувально-косметичні засоби, що реалізуються в аптеках країни до лікувальних, але косметика не може бути лікувальною.

39) лікарський засіб - будь-яка речовина або комбінація речовин, які мають фармакологічну, імунологічну або метаболічну дію та застосовуються або вводяться людині у відповідній лікарській формі для лікування чи профілактики захворювань людини або з метою відновлення, покращення чи зміни фізіологічних функцій організму, або для встановлення медичного діагнозу.

До лікарських засобів належать: АФІ, продукція "in bulk"; гомеопатичні засоби; засоби, що використовуються для виявлення збудників захворювань, а також боротьби із збудниками захворювань або паразитами; **лікарські косметичні засоби** та лікарські домішки до харчових продуктів; готові лікарські засоби (лікарські препарати, ліки, медикаменти) та виготовлені (вироблені) в умовах аптеки готові лікарські засоби;

Рис. 1.1. Закон України «Про лікарські засоби», що відносять до лікарських засобів

Спільно з косметичними засобами, що реалізуються в аптеках, на полицях присутні лікарські засоби та з медичні вироби. Згідно «ДСТУ 2472:2006 Продукція парфумерно-косметична. Терміни та визначення понять» у вітчизняному законодавстві присутній термін «Косметичні засоби доглядання за шкірою» (рис. 1.2) [16].

3.6 Косметичні засоби доглядання за шкірою		
3.6.1 автозасмага	en	self-tanning [1]
<u>Косметичний засіб із умістом спеціальних складників кремоподібної або желеподібної консистенції, який забезпечує ефект засмаги шкіри без впливу ультрафіолетових променів.</u>	ru	автозагар [4]
Примітка. Активною речовиною є диоксиацетон та інші складники, які за наявності кисню у повітрі сприяють утворенню меланіну		

Рис. 1.2. «ДСТУ 2472:2006 Продукція парфумерно-косметична. Терміни та визначення понять»

За кордоном існує поняття «космецевтика», яка походить від поєднання термінів «косметика» та «фармацевтика». У 1962 р. за розпорядженням американського управління саннагляду за продуктами та ліками косметичні засоби не мають бути одночасно й доглядовими, й лікарськими. Нами зозглянуто, що законодавчо в Україні відсутні терміни «космецевтика», «космецевтичні препарати», «дерматокосметика», «косметичні засоби з лікувальним ефектом», «лікувально-косметичні засоби». Але вони присутні у побутовому житті та на сайтах, де рекламують косметику, до складу якої входять лікарські засоби. Також в літературних джерелах приводять термінологічне визначення «космецевтичні препарати» – препарати, що виявляють косметичні властивості й терапевтичну дію, зумовлену вмістом лікарських речовин (вітаміни, мінерали, ретинол, пептиди, рослинні екстракти, пробіотики, антиоксиданти, натуральні олії та інші корисні речовини високої якості у великих кількостях) [12, 13, 18].

1.3. Особливості обігу аптечної косметики

Варто зазначити, що останніми роками аптечна косметика вийшла за межі аптечних мереж. Її можна придбати в багатьох офлайн- й онлайн-магазинах косметики. Утім, аптечну косметику легко впізнати за стриманим дизайном й акцентом на її лікувальні властивості [18, 20, 21].

Аптечна косметика має нижчу й більш безпечну для самостійного користування концентрацію активних речовин, ніж професійні продукти. Вона ефективніша за засоби з мас-маркету. Відмінності аптечної косметики від класичної косметики мас-маркету приведені у табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Відмінності аптечної косметики від класичної косметики мас-маркету

Аптечна косметика	Класична косметика
Контроль безпечності	
щоб потрапити на полицю аптеки, засіб повинен пройти багато етапів клінічних перевірок спеціалістами різного профілю. Якість і безпечність таких продуктів підтверджена міжнародними та державними сертифікатами, копію яких можна запитати у виробника, які виробляють косметичні засоби	клінічні іспити не проходять. Міжнародні та державні сертифікати підтверджують якість
Активні компоненти	
покращує здоров'я шкіри за допомогою високої концентрації активних компонентів, які дають змогу отримати вже помітний результат за декілька тижнів, за умов постійного застосування	спрямована на підтримання краси шкіри

Продовж табл. 1.3

Висока проникність	
зазвичай низькомолекулярна – складаються з надзвичайно дрібних частинок, які легко проникають у глибокі шари шкіри та діють зсередини	як правило, діють тільки на верхній епідерміс шкіри
Безпечний склад	
не містять агресивних хімічних компонентів, шкідливих консервантів і антибіотиків, завдяки чому, що люди з підвищеною чутливістю шкіри зазвичай купують косметику саме в аптеках	застосовують косметичні наповнювачі та барвники, які можуть провокувати появу алергії, atopічний дерматит, чутливість, схильність до подразнень, запалень, висипів
Поділ продукції на серії	
спрямована на пом'якшення прояв конкретної проблеми шкіри при комплексному догляді. Кожен виробник ділить свої засоби за серіями відповідно до призначення: лікування акне	виробник розподіляє серії: за віком, гендерний розподіл
Маркетинг	
більшість компаній, як правило, вкладає мінімум коштів у рекламу своєї продукції	реклама широко застосовується
Дизайн	
мінімалістичний стиль, стриманий дизайн, відсутність кольорового пакування	для привабливання покупців застосовують елементи максималізму
Торговельні назви	
незнайомі пересічному покупцю	загально відомі широкому колу споживачів

Сьогодення косметична індустрія переповнена міфами й різними маркетинговими засобами задля активування продажу косметичних товарів. Компанії, що створюють й продають косметичні засоби, застосовують багато що, аби отримати покупців. Дія як аптечної косметики, так й професійної, націлена на забезпечення накопичувального ефекту. Використовуючи цю косметику, споживач долає причини, а не з їх наслідками, а це найправильніший підхід до розв'язання будь-яких проблем [20, 21].

Одним користувачам косметичних засобів необхідний простий широкодоступний засіб, для вибору якого не потрібно багато часу. Інші споживачі завжди будуть готові переплачувати за атрибути дорогих брендів, балуючи себе красивими баночками. На нашу думу в умовах воєнного часу таке необхідно дозволяти для знаття стресу та напруги. А хтось буде користуватися аптечною косметикою, як прийнятною альтернативою з точки зору естетики, цінової доступності та бажаного ефекту. Підбір засобів з аптечного асортименту вимагає більш уважного підходу та виваженого підходу й по можливості консультації фахівця – фармацевта в аптеці, який зможе допомогти з вибором і підібрати косметичний засіб [9].

Проте, при всіх перевагах в аптечних брендів є і свої недоліки: виробники змушені витратитися на рекламу, а це значить, що в ціну продукту будуть закладені не тільки його споживчі властивості; непрогнозоване підвищення собівартості продукції через коливання курсу валют, накладні витрати тощо. погіршення платіжної дисципліни клієнтів та збільшення кількості неплатників [9, 20, 21, 22, 23].

Деякі косметичні лінійки мас-маркетів грають на сприйнятті споживачів і позиціонують свою косметику як аптечну, реалізуючи її переважно в аптеках. Тому іноді грань між косметикою «мас-маркету» та «аптечною» косметикою може бути нечіткою, розмитою – не вся косметика, яка присутня в аптеці, має всі атрибути аптечної косметики. Сьогодення, різниця між двома видами косметики ніяк не закріплена законодавчо, тому звинуватити таких виробників в нечесній грі неможливо [9, 20, 21, 22, 23].

Висновки до розділу 1

1. За даними літературних джерел за обраною тематикою встановлено, що косметичні засоби, які реалізуються в аптеках для профілактики та лікування дерматологічних проблем, мають ознаки як лікарських засобів, так й косметики. На відміну від неї косметика «мас-маркет»– це продукція, яка випускається великими партіями та орієнтована на велику кількість різних покупців, дія якої орієнтована тільки на поверхні шкіри. Аптечна косметика створена для усунення дерматологічних проблем зі шкірою, яка пом'якшує прояви хвороби шкіри, а не маскує проблему, її дія орієнтована на глибокі шари дерми. Така косметика проходить повне дерматологічне дослідження, тому є менш алергічною й цілком безпечною.
2. Проаналізовано питання термінологічного визначення косметики, до складу якої входять лікарські засоби в Україні, яка має подвійний характер: вона одночасно має характеристики косметичних та фармацевтичних товарів. На сьогодні такі терміни, як – «космецевтика», «космецевтичні препарати», «дерматокосметика», «косметичні засоби з лікувальним ефектом», «лікувально-косметичні засоби» законодавчо в українському законодавстві не визнані. Проте цей неологізм присутній у побутовому житті – в описі до товарів виробники підкреслюють їхній вищий рівень ефективності. На жаль, питання системного удосконалення вітчизняної законодавчої бази зазначеної групи товарів, відбуваються вкрай повільно, що безумовно пов'язано з воєнним станом в Україні.
3. З'ясовано, що аптечну косметику можливо придбати в багатьох офлайн- й онлайн-магазинах косметики. Але тільки в аптеках існує можливість щодо отримання кваліфікаційних порад серед фахівців. Нами було проаналізовано та узагальнено відмінності аптечної косметики від косметик мас-маркету. В аптечній косметиці присутній стриманий дизайн; має нижчу й більш безпечну для самостійного користування концентрацію активних речовин, ніж у професійних продуктах; вона ефективніша за засоби з мас-маркету.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПИТАНЬ РОЗВИТКУ ТА СТАНОВЛЕННЯ КОСМЕТИЧНИХ БРЕНДІВ НА ПРИКЛАДІ ТМ «AVENE» «PIERRE FABRE», ФРАНЦІЯ

2.1. Огляд головних тенденцій розвитку косметичного ринку в Канаді й Україні

Косметичні ринки у Європейських країнах розвиваються не однаково. Кожна з країн має свої особливості, які пов’язані з економікою, інноваційним розвитком. Слід зазначити, що у 2023 р. дохід на ринку косметики в Європі склав 22,39 мільярда доларів США. Сполучені Штати мають найвищий дохід, який у 2023 р. склав 19 430 мільйонів доларів США, у порівнянні з іншими європейськими країнами [28] (рис. 2.1).

Головні тренди розвитку косметичного світового ринку	- у 2023 р. дохід на ринку косметики в Європі склав 22,39 мільярда доларів США
	- порівняно з іншими країнами, Сполучені Штати генерують найвищий дохід з 19 430 мільйонів доларів США у 2023 р.
	- з огляду на загальну чисельність населення, дохід на людину у 2023 році становив 26,52 долара США
	- 58% продажів на ринку косметики до 2023 р. припадатиме на нерозкішні товари
	- косметичний ринок Франції процвітає, зосереджуючись на брендах класу «люкс» і сильному акценті на натуральних і органічних продуктах

Рис. 2.1 Головні світові тренди розвитку косметичного ринку у 2023 р.

Подальше ми дослідили статистичні дані «Statista Market Insights» станом на вересень 2023 р. ринку засобів особистої гігієни. Останні визначаються як споживчі товари косметики та догляду за тілом. У дослідження включені косметичні засоби для обличчя, губ, засоби для догляду за шкірою, парфумерія та засоби особистої гігієни, такі як догляд за волоссям, дезодоранти та засоби для гоління. Сюди також виключені продукти, які переважно служать медичним цілям, але показані як частина ринку безрецептурних фармацевтичних препаратів. Усі приведені значення продажів належать до роздрібної вартості та включають податки з продажу. За даними «Statista Market Insights» ринок засобів особистої гігієни у 2023 р. у Канаді склав 9 мільярд доларів США (рис. 2.2) [28].

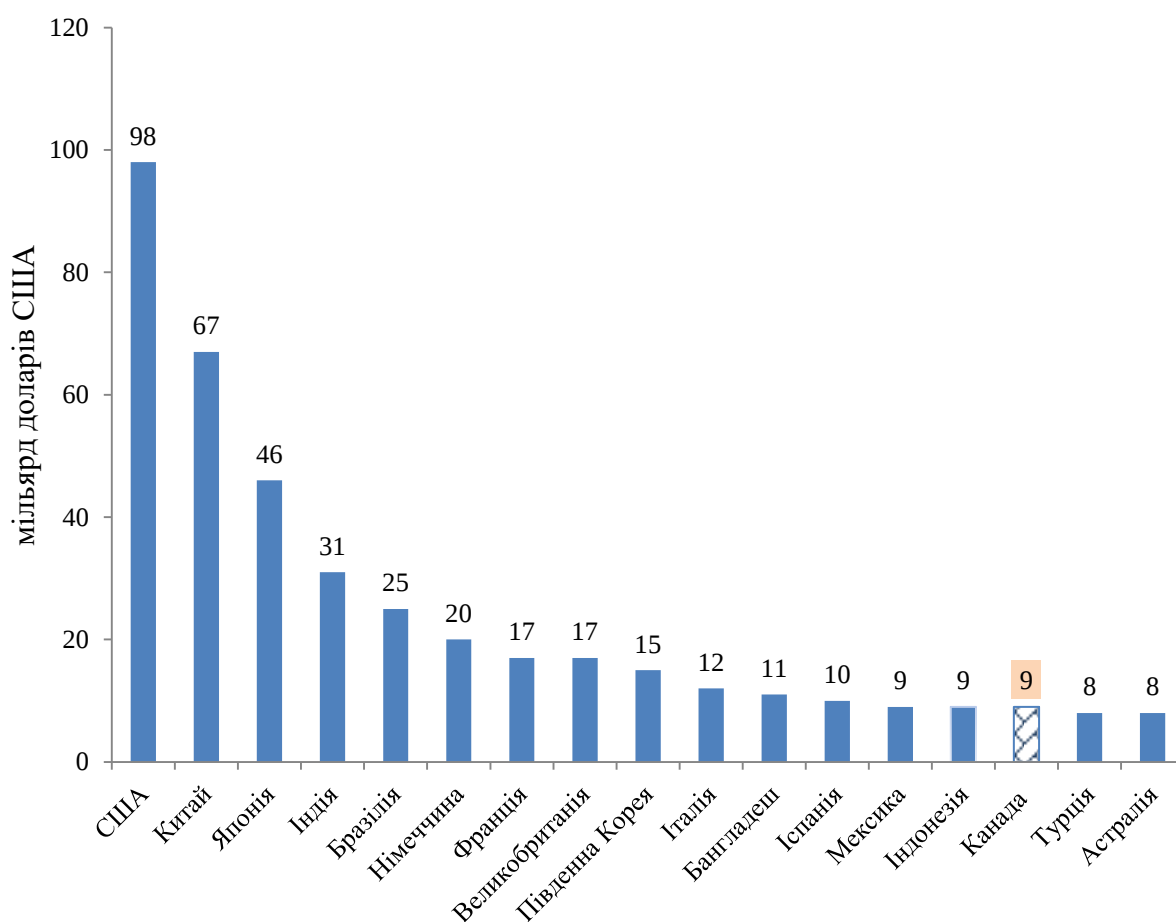


Рис. 2.2 Світовий ринок засобів особистої гігієни країнами у 2023 р. за даними Statista Market Insights у мільярдах доларів США

В Україні за даними «Тижневика «Аптека»» щодо головних тенденцій ринку косметичної продукції за підсумками дев'яти місяців 2023 р. з'ясовано, що обсяги аптечного продажу товарів «аптечного кошика» зросли на 30% у грошовому вираженні. Категорія косметики у 2023 р. у грошовому вираженні становить 537,1 млн грн. При цьому приріст у грошовому вираженні косметичних засобів становить 55%. У натуральному вираженні зростання усього ринку становить 0,5% за 9 міс 2023 р., та становить 3,9 млн упаковок. У цей же період (дев'ять місяців 2023 р.) зафіксовано збільшення обсягів продажу косметичної продукції в натуральному вираженні, що становить 21%. Стосовно структури «аптечного кошика», то в грошовому вираженні частка косметичної продукції у вересні 2023 р. зросла до 3,8%, а в упаковках – до 3,6%. Щодо ціни на косметичну продукцію, то за підсумками дев'яти місяців 2023 р. вона зросла майже на 30% порівняно з показниками за аналогічний період 2022 р. [18].

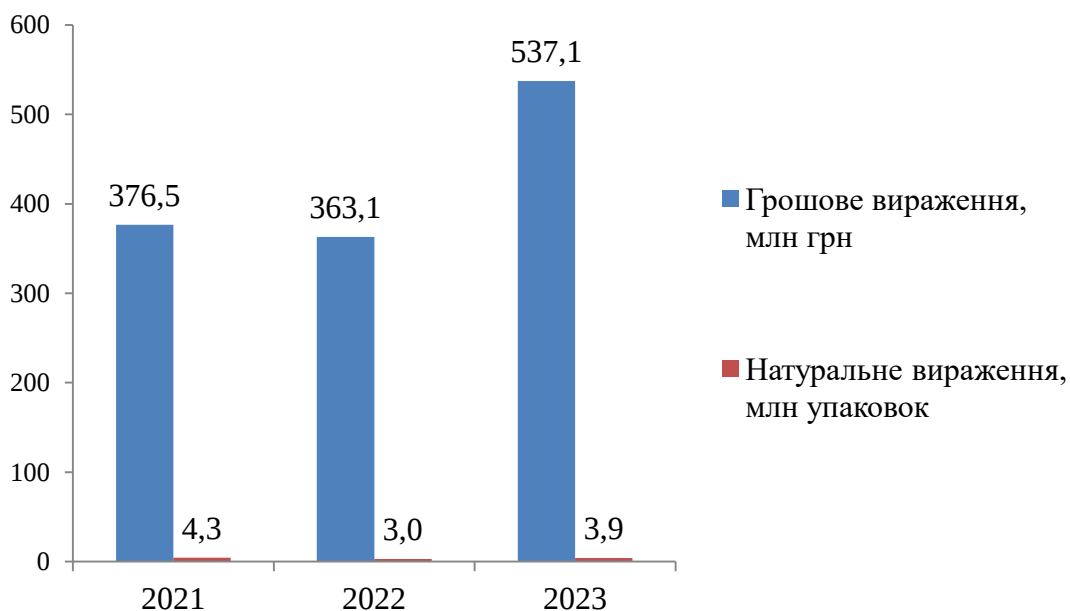


Рис. 2.3 Обсяги роздрібного продажу косметика серед категорій «аптечного кошика» в грошовому й натуральному вираженні за підсумками вересня 2021–2023 рр. в Україні

В Україні у структурі аптечного продажу включно до вересня 2023 р. імпортна косметична продукція продовжує переважати в грошовому вираженні, а вітчизняна – у натуральному (рис. 2.4) [18].

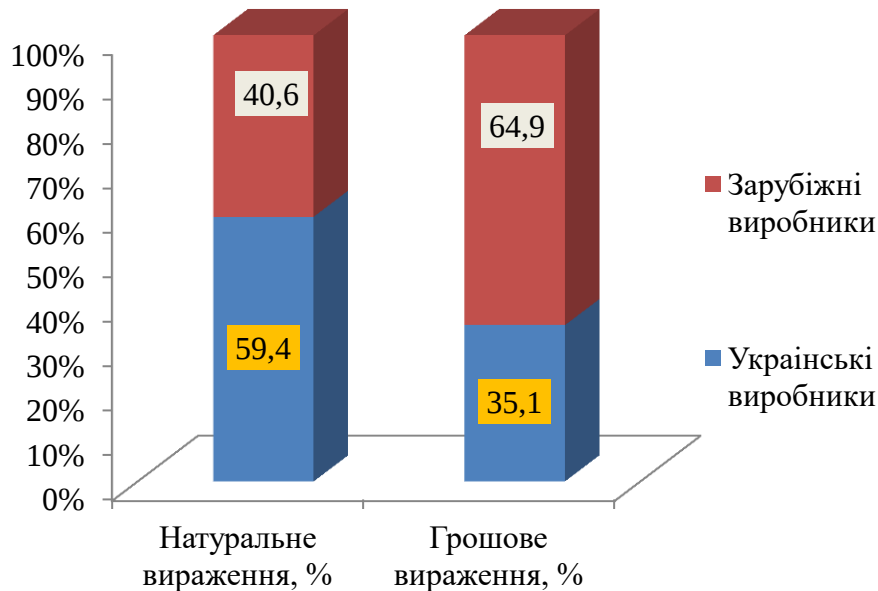


Рис. 2.4 Структура аптечного продажу товарів «аптечного кошика» українського й закордонного виробництва (щодо місця виробництва) за підсумками вересня 2023 р.

За даними статистичних досліджень Euromonitor, обсяг ринку дерматологічних засобів догляду за шкірою тільки у Китаї в 2020 р. досяг 18,93 млрд юанів, при цьому середньорічний темп зростання склав 25,2% у 2015-2020 роках. Серед них три іноземні бренди: Vichy, Avene і LaRochePosay, займають понад 60% ринку в цьому секторі [28]. Слід наголосити, що об'єднавши фармацевтичний досвід з дерматологічною косметикою, Avene стала першим міжнародним брендом, який представив у концепцію ефективного догляду за шкірою та досяг успіху. Все це постійно ставить перед Avene нові завдання, щодо виходу на нові ринки [19].

2.2 Ретроспективне дослідження виникнення бренду Avene

Історія бренду Avene розпочалася у XVIII столітті. У 1736 р. маркіз де Рокозелю випробував цілющі якості води з термального джерела, розташованого в невеликому французькому містечку Авен-ле-Бен. Слава про лікувальні властивості води поширилася по всій Франції. Наприкінці XX століття там було відкрито Центр Гідротерапії, який у рік приймав понад дві тисячі пацієнтів. Сьогодні джерело належить фармацевтичній компанії П'єр Фабр, яка перетворила термальний курорт в науковий центр – дерматологічну лабораторію. Остання була заснована французькою фармацевтичною компанією в 1989 р. і на сьогодні є однією з найбільших компаній у виробництві аптечної косметики. Вона займається проєктами, які виявляють приховані можливості у використанні природних компонентів в натуральній косметиці спільно з японською косметичною компанією – Shiseido. Виробниче підприємство Aven побудовано в 1989 р. в заповіднику, біля джерела. На підприємстві сьогодні працює 235 фахівців. Вони займаються виробництвом, обробкою та контролем над якістю термальної води «Авен» [19].

Продукція Avene містить у своєму складі цілющу воду із джерела Авен, яка володіє невисоким рівнем мінералізації, нейтральним рівнем рН. Вона допомагає розв'язувати наступні проблеми: усуває шкірне почервоніння, що виникає після гоління, а також після епіляції. Забезпечується комплексний догляд за шкірою після хірургічного втручання. Саме завдяки воді, яка є головною складовою косметики, чутлива шкіра стає м'якою, підвищуються захисні властивості епідермісу. Косметика Avene використовується при багатьох дерматологічних захворюваннях, переважно її застосовують для сухої шкіри, схильної до atopічного дерматиту [31]. Засоби бренду Авен усувають шкірні захворювання, косметика покращує загальний стан шкіри та її зовнішній вигляд. Косметичні засоби цього бренду рекомендується використовувати при екземі, після пластичних операцій. Уся

косметика Avene «Pierre Fabre», Франція збагачена елементами заліза, срібла, фтору, цинку та багатьох інших мінералів. Косметика, в основі якої термальна вода, може перетворити суху або жирну, чутливу й схильну до різних висипів шкіру в гладку й шовковисту. Косметичні засоби на основі термальної води з джерела Авен широко представлені будь-якій європейській країні, в тому числі в Україні. Продукцію Авен можливо придбати в основному, в аптечних установах чи через онлайн-магазини (Stylesalon.ua makeup, Notino та у торговельних мережах «Eva», «Брокард» (Україна) [19].

Позитивний вплив косметики Avene «Pierre Fabre», Франція, на шкіру приведено на рис. 2.5.

Вплив косметики Avene на шкіру	сприяє нормалізації водного балансу у шкірному покриві
	живить шкіру
	при постійному застосуванні шкіра стає рівною та чистою
	розгладжує зморшки
	захищає від сонячних променів
	покрощує колір обличчя
	прискорюють загоєння ран
	усуває свербіж
	застосовують при atopічному дерматиті

Рис. 2.5 Позитивний вплив Avene «Pierre Fabre», Франція на шкіру

Косметика ТМ «Avene» представлена в широкому асортименті за наступними категоріями:

- зволожуючі маски для надмірно чутливої шкіри:
 - АВЕН заспокійлива зволожуюча маска 50 мл;
 - АВЕН колд-крем крем для дуже сухої чутливої шкіри 40 мл;
- крем для лікування шкіри, схильної до куперозу:
 - АВЕН Антиружер FORT крем для лікування шкіри схильної до куперозу 30 мл;
 - АВЕН клінанс гідра заспокійливий крем для проблемної шкіри під час системного лікування акне 40 мл;
- зволожуючі емульсії для нормальної, жирної та сухої шкіри:
 - АВЕН клінанс мат емульсія матуюча для проблемної шкіри 40 мл молочко, що очищає;
 - АВЕН клінанс емульсія матуюча 40 мл;
- зволожуючий тональний крем-перфектор:
 - АВЕН матуючий флюїд для нормальної і комбінованої шкіри 50 мл;
 - АВЕН КсераКальм AD концентрат 50 мл;
- маска-гоммаж для глибокого очищення проблемної шкіри:
 - АВЕН клінанс очищуючий гель 200 мл;
 - АВЕН клінанс Комедомед 30 мл.

Слід зазначити, що в Україні присутні набори косметики Avene «Pierre Fabre», Франція. Слід наголосити, що в Канаді набори косметики Avene «Pierre Fabre», Франція відсутні у продажу в відділі дерматокосметики в аптеках.

1. АВЕН фізіоліфт нічний бальзам 30 мл + міцелярний лосьйон 100 мл сер. ціна в Україні 780,00 грн;
2. АВЕН КсераКальм AD бальзам 200 мл + КсераКальм AD очищуюче масло 100 мл, сер. ціна в Україні 512,00;
3. АВЕН КсераКальм AD крем 200 мл + КсераКальм AD очищуюче масло 100 мл, сер. ціна в Україні 480,00 грн.

2.3 Сучасний стан розвитку ТМ «Avene», Франція

Переважно зазначена косметика застосовується для заспокоєння шкіри при атопічному дерматиті, псоріазі, після ракових захворювань. Слід зазначити, що 300 пацієнтів щодня лікуються в центрі гідротерапії Avene у місті Авен-ле-Бен [32].

Avene Eau Thermale Avene (Термальна вода), створена в 1990 р. й призначений для чутливої шкіри. Eau Thermale Avene – є брендом Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, який отримав найвищий рівень еталона For Life за свій підхід до Corporate Social Responsibility (CSR – корпоративна соціальна відповідальність) (81,5 бала). Дослідження Центру гідротерапії Avene довели якість, користь та ефективність Термальної води Avene – протягом 30 років понад 150 проведених наукових і клінічних досліджень, понад 50 публікацій у міжнародних медичних журналах підтверджують її заспокійливі, протизапальні та пом'якшувальні властивості [32].

На основі унікальної мікрофлори води були розроблені інноваційні постбіотичні активні інгредієнти, щоб забезпечити догляд, адаптований до потреб навіть гіперчутливої шкіри. Вода з термального джерела Avene, розлита в спеціальну тару повністю зберігає свої цілющі властивості в складі продукції й в чистому вигляді [33].

Компанія займає сьогодні друге місце у Франції серед приватних фармацевтичних фірм і представляє свою продукцію в 40 країнах світу. Офіційні представники в Україні знаходяться в наступних містах: Києві, Одесі, Дніпропетровську та ін.

Фірма віддає перевагу науково-дослідної діяльності. Направлення досліджень та новітніх розробок складається з трьох підрозділів, що спеціалізуються на випуску певної продукції.

На цей час фірма «П'єр Фабр» має наступні напрямлення щодо власних розробок:

- новітні препарати,

- профілактика хвороб,
- онкологічні дослідження (рис. 2.6) [32].

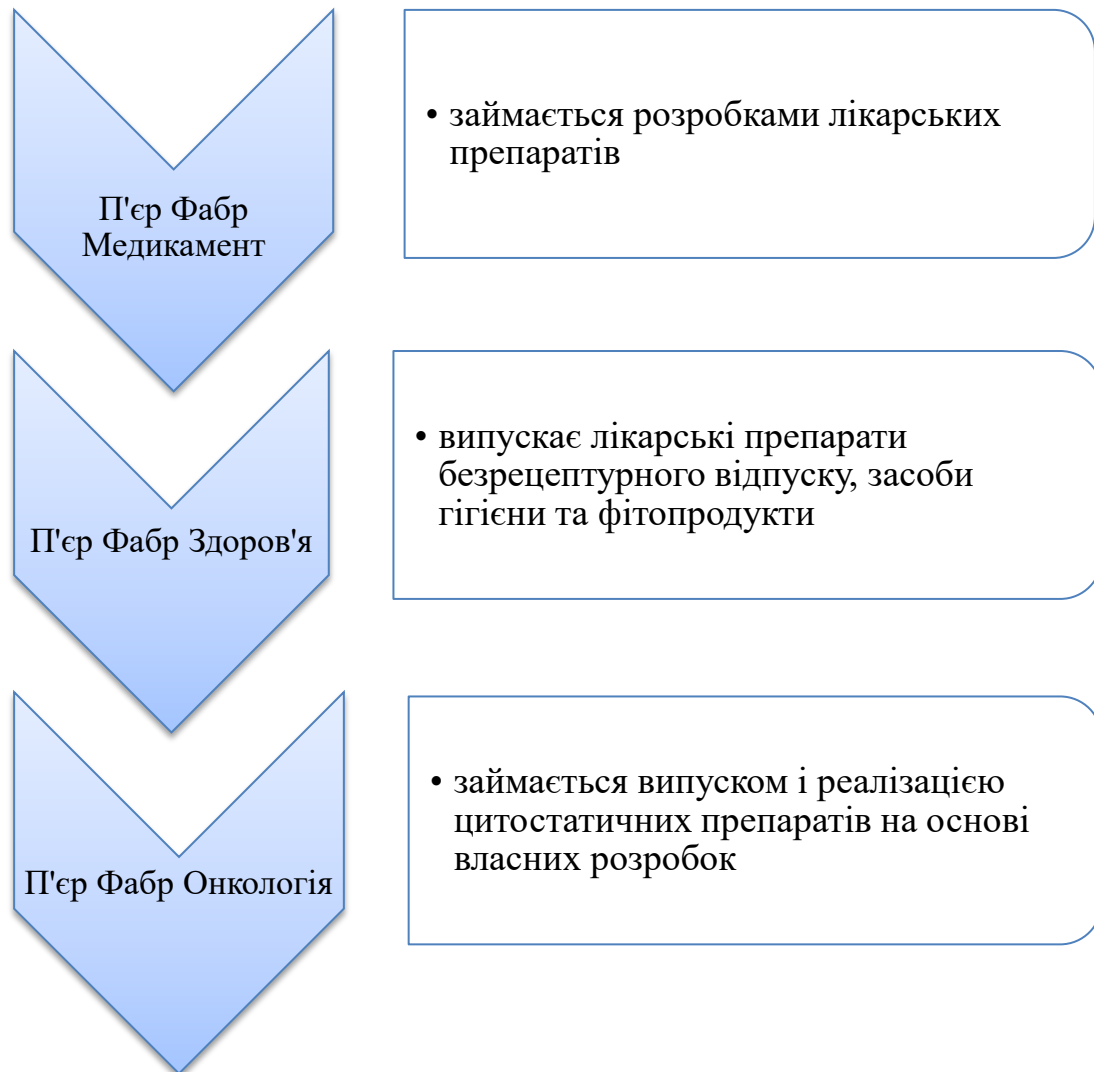


Рис. 2.6 Направлення дії розробок фірми «П'єр Фабр», Франція щодо випуску нових лінійок продукції

На жаль, на час досліджень косметичні товари для чоловіків не були представлені в аптеках України, на відміну від Канади. Косметика для чоловіків по догляду за проблемною шкірою була представлена 4 торговельними одиницями тільки на платформах makeup, Notino та у торговельних мережах «Ева», «Брокард».

Косметичні товари для чоловіків Avene «Pierre Fabre», Франція займають лише 4,2% від загальної кількості (95 торговельних одиниць). Сьогодні під брендом ТМ «Авен» також випускають дитячу косметику для немовлят, а також косметичні засоби по догляду за чутливою чоловічою шкірою (табл. 2.2).

Косметика Avene має 9 основних лінійок, які складаються з 95 торгових найменувань, що приведені у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Торговельні лінійки косметики Avene «Pierre Fabre», Франція

№	Назва лінії	Направленість дії	Кількість від загальної кількості, %
1	2	3	4
1.	Avene Cleanance	засіб для проблемної, жирної і юнацької шкіри з акне	9,47
2.	Avene Hydrance Optimale	зволожуючий засіб.	18,95
3.	Avene Diacneal	лінія косметики для лікування вугрового висипу	7,37
4.	Avene Clean Ac	протизапальну і зволожуючий засіб	15,79
5.	Cold Cream Avene	засоби для сухої шкіри.	13,68
6.	Avene Tolerance Extreme	засоби для чутливої шкіри, яка схильна до алергії	10,53
7.	Avene Ystheal	засіб від зморшок	7,37
8.	Sun Care	сонцезахисна лінія	10,53
9.	Antirougeurs	крем від почервоніння	6,32

Таблиця 2.2

Лінійка доглядової косметики для чоловіків**Avene «Pierre Fabre», Франція**

№	Назва товару	Об'єм	Призначення	Ціна грн/дол	Склад
1.	Гель-крем для обличчя Авен (Avene Men Anti-aging Hydrating Care)	50 мл	— зволоження — псоріаз	933,00/ 25,22	Avène Thermal Spring Water (Avene Aqua) Caprylic/Capric Triglyceride, Isohexadecane, Squalane, Propylene Glycol, Glycerin
2.	Бальзам після гоління (Avene Home After-Shave Balm)	75 мл	— живлення - зволоження	640,00/ 17,30	Avène Thermal Spring Water (Avene Aqua) Tocopherol acetate acidum folicum
3.	Чоловічий гель для гоління Avène Men Shaving Gel	150 мл	— зволоження	612,00/ 16,54	Nicidin, a-bisabolol, Sucralfate, Avène Thermal Spring Water (Avene Aqua)
4.	Чоловіча піна для гоління Avène Men Shaving Foam,	200 мл	- зволоження, - заспокоювальний ефект, - зменшує подразнення	340,00/ 9,19	Nicidin, a-bisabolol, Sucralfate, Glycerin Avène Thermal Spring Water (Avene Aqua)

Висновки до розділу 2

1. З'ясовано, що у 2023 р. дохід косметичного ринку в Європі склав 22,39 мільярда доларів США. Найвищий дохід мають США – 19 430 мільйонів доларів США, у порівнянні з іншими європейськими державами. У 2023 р. за даними «Statista Market Insights» ринок засобів особистої гігієни у Канаді склав 9 мільярд доларів США. В Україні категорія косметики в «аптечному кошику» за дев'ять місяців 2023 р. у грошовому вираженні становила 537,1 млн грн, а в натуральному 3,9 млн упаковок.

2. Ретроспективні дослідження виникнення бренду Avene дозволили встановити, що наприкінці ХХ століття у Франції у м. Авен-ле-Бен було відкрито Центр Гідротерапії. На основі термальної води, яка складається з елементів заліза, срібла, фтору, цинку та є низько мінералізованою (207 мг / літр) з рН = 7,5, налагоджено випуск товарів під брендом Avene «Pierre Fabre», Франція. Компанія займає 2 місце у Франції серед приватних фармацевтичних фірм і представляє свою продукцію в 40 країнах світу, в тому числі в Канаді та й Україні.

3. Встановлено, що Термальна вода Avène (Eau Thermale Avène), є брендом Pierre Fabre Dermo-Cosmétique, Франція, шляхом подвійного мінерального та біологічного складу заспокоює чутливу шкіру, який отримав найвищий рівень еталона For Life за свій підхід до CSR – 81,5 бала. Якість, користь та результати використання «Термальної води Avène»: були науково доведені. Протягом 30 років проводилося понад 150 наукових і клінічних досліджень, які підтверджують її заспокійливі властивості на шкіру. Понад 50 публікацій у медичній літературі підкріплюють вищезазначені дані.

4. Встановлено, що лінійка аптечної косметики Aven складається з 9 серій. Найбільша з яких – Avene Clean Ac (протизапальна й зволожуюча), яка займає 15,79% від загальної кількості, а найменша – Antirougeurs (від почервоніння) – 6,32%. Чоловіча доглядова косметика ТМ «Avene» займає лише 4,2%, яка здатна зняти загострення дерматологічних захворювань і вирішити косметичну проблему.

РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ СКЛАДОВИХ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ AVENE «PIERRE FABRE», ФРАНЦІЯ, ПОКАЗНИКА АДЕКВАТНОСТІ ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ

3.1. Дослідження складу косметичних засобів Avene «Pierre Fabre», Франція

До складу будь-якого косметичного засобу входить понад п'ятдесят інгредієнтів. До найбільш токсичних речовин і канцерогенів у косметичних засобах відносять Cera Microcristallina – парафін, отриманий з нафти. Collagen/Колаген, який чинить негативний вплив: забирає вологу зі шкіри, покриває її плівкою, що призводить до зневоднення шкірних покривів. Benzylparaben / бензілпарабен – консервант, що викликає алергічні реакції (як і всі парабени здатний впливати на грудні залози) та інші речовин [24].

Нами були оглянуто склад косметичних засобів Avene «Pierre Fabre», Франція. Завдяки компонентам, що входять до складу такої косметики, вона надає шкірі м'яку дію і тому може використовуватися для чутливої шкіри, не викликаючи роздратування навіть надчутливої шкіри. Слід зазначити, що ми виявили інгредієнти, які викликають занепокоєння, та які присутні в продуктах бренду. Косметичні засоби ТМ «Авен» дуже часто призначають лікарі в складі комплексного лікування алергічних та дерматологічних патологій – псоріазу, нейродерміту, опіків, екзем різного походження, а також в ході реабілітаційного процесу після пластичних операцій [32].

Слід наголосити, що керівництво ТМ «Avène» на сайті бренду приводять інформаційні дані стосовно того, що виробники не претендують на те, щоб Avène був чистим брендом. На жаль, їх лінійка косметичних продуктів містить кілька інгредієнтів, яких рекомендують уникати, завдяки тому, що при їх застосуванні були виявлені побічні дії на організм людини (табл. 3.1).

Слід зазначити, що косметичні засоби Avène раніше містили парабени – сумнівні консерванти, які пов’язують із виникненням раку. Однак через занепокоєння клієнтів керівництво бренду поступово видаляє їх зі своїх продуктів, оскільки постійно переробляє рецептуру [33].

Більшість упаковки, яку використовує бренд «Avène» – чистий пластик, на своїй сторінці виробник стверджує, що вся упаковка підлягає вторинному переробленню, але в сьогоdnішніх реаліях більшість пластику, що відправляється на заводи з переробки, не переробляється [32].

ТМ «Avene» має розділ на своєму вебсайті, в якому описано, що виробник гарантує виконання «Зобов’язання щодо нульового впливу» на океани. Але сонцезахисні креми з SPF 50+ містять кілька хімічних інгредієнтів (переважно, консервантів метилпарабен і бутилпарабен), які є шкідливими для довкілля – руйнують коралові рифи (ABEN клінанс сонцезахисний засіб SPF50+ 50 мл. ABEN сонцезахисний крем SPF 50+ 50 мл; ABEN сонцезахисний крем мінеральний SPF 50+ 50 мл). Певні консерванти в сонцезахисних кремах також можуть бути токсичними не тільки для рифів, а й для людей. Парабени, такі як широко використовувані метилпарабен і бутилпарабен, є фунгіцидами та антибактеріальними агентами, які подовжують термін придатності продукту. Феноксіетанол спочатку використовувався як масовий анестетик [32].

Avène не є ані жорстоким, ані веганським брендом. Тому що бренд продає продукцію, де тестування на тваринах вимагає закон (а саме Китай). З цієї причини їх не можна вважати вільними від жорстокості, а сам бренд навіть визнає, що деякі їхні продукти тестуються на тваринах. До складу деяких кремів входить бджолиний віск.

Avène – це бренд, який містить деякі інгредієнти, які мають негативний вплив на середовище та організм людини. Хоча виробник змінює формулу своїх продуктів, щоб видалити парабени, їхні сонцезахисні креми все ще містять шкідливі хімікати, які активно поглинаються та

накопичуються в клітинах крові та також накопичуються в морях та океанах й пошкоджують коралові рифи.

Таблиця 3.1

Складові косметичних засобів Avene «Pierre Fabre», Франція, які негативно впливають на організм людини

Інгредієнти	Негативний наслідок
ароматизатори	– є звичайним інгредієнтом продуктів Avene, і компанія Better Goods не рекомендує продукти з невідомим ароматом. Аромат може містити велику кількість потенційно шкідливих інгредієнтів, жоден з яких не потрібно розголошувати через закони про захист «комерційної таємниці» для виробників
включення триетаноламіну (TEA)	– який пов'язують з токсичністю системи органів і є відомим контактним алергеном
кілька етоксильованих інгредієнтів (касторову олію PEG-40, полісорбат-20)	– які іноді можуть бути забруднені етиленоксидом і 1,4-діоксаном, які є потенційними канцерогенами
мінеральна олія	– мінеральну олію отримують з нафти, і компанія Better Goods не рекомендує продукти для догляду за шкірою з цим інгредієнтом
октокрилен і авобензон	– входять до складу двох сонцезахисних кремів з SPF 50+, ці речовини завдають шкоди океанам і кораловим рифам, – вони активно поглинаються та накопичуються в клітинах крові
метилпарабен і бутилпарабен	– консерванти, які використовують для подовження строку використання косметичних засобів

3.2 Аналіз рейтингів сайтів «Краса та косметика, Канада» та огляд Топ-5 інтернет-магазинів в Україні щодо наявності косметики Avene «Pierre Fabre», Франція

Нами було оглянуто аналітичну інформацію про трафік найбільш відвідуваних сайтів у категорії «Краса та косметика», за даними щодо Канади інформаційної платформи «Beauty and cosmetics, Canada/Краса та косметика, Канада» та наявності косметики Avene «Pierre Fabre», Франція станом на жовтень 2023 р. При дослідженні встановлено, що перше місце займає sephora.com, він є найбільш відвідуваним сайтом у категорії «Краса та косметика» (Канада, жовтень 2023). Слід зазначити, що на ньому присутня інформація о 22 наявних торговельних одиницях косметики Avene «Pierre Fabre», Франція. Іншими лідерами списку сайтів у категорії «Краса та косметика», за даними на Канаді, є shop.shoppersdrugmart.ca (друге місце) та beauty.shoppersdrugmart.ca (третє місце) [25]. За даними на жовтень 2023 року, замикають топ-5 сайтів у категорії «Краса та косметика» (Канада) landmarkglobal.com (четверте місце) та fragrantica.com (п'яте місце) (рис. 3.1).



Рис. 3.1 Рейтинг сайтів (Краса та косметика, Канада) та наявний на них асортимент косметики Avene «Pierre Fabre», Франція станом на жовтень 2023 р.

За даними рис. 3.1 становлено, що на першому місці найбільш відвідуваних сайтів у категорії «Краса та косметика» присутні середні значення торговельних одиниць косметики Avene «Pierre Fabre», Франція. Найбільше – 39 найменувань косметики, що досліджується присутня на другому (shop.shoppersdrugmart.ca) та третьому місцях (beauty.shoppersdrugmart.ca.) [25].

Розробники сайтів пропонують відвідувачам підписатися на електронний список розсилки інформації стосовно новітньої косметики, щоб отримувати останні новини та інформацію про косметику. Членство в списку електронної розсилки є відкритим для громадськості. Підписники отримують оновлення, коли Health Canada публікує нову інформацію, поради споживачам, вказівки чи консультаційні документи щодо косметичних продуктів. Також радять поділитися цією адресою з колегами (рис. 3.2).

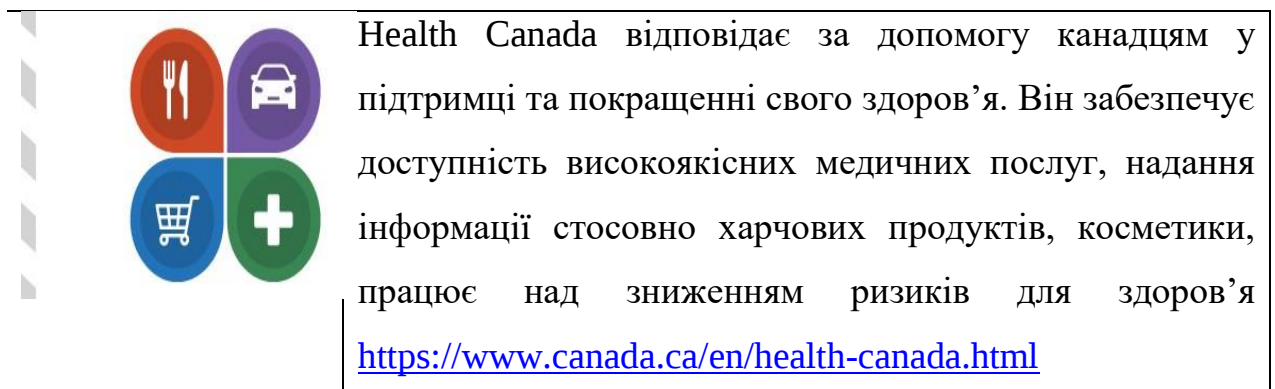


Рис. 3.2. Інформація о соціальній інформаційній мережі «Health Canada»

В цілому у світі існує загальна тенденція щодо продажу косметичної продукції через соціальні мережі, слід зазначити, що цей канал є найпопулярнішим способом. Більшу частину часу сучасні люди проводять у соціальних мережах, тому бренди косметичної продукції все більше переорієнтовуються на розповсюдження свого товару саме через них.

Подальше нами було досліджено дані джерела «Vtop-shop» в Україні Топ-5 інтернет-магазинів у категорії косметика. Оглянуто на них наявний асортимент косметики Avene «Pierre Fabre», Франція станом на листопад 2023 р. (рис. 3.3) [7].

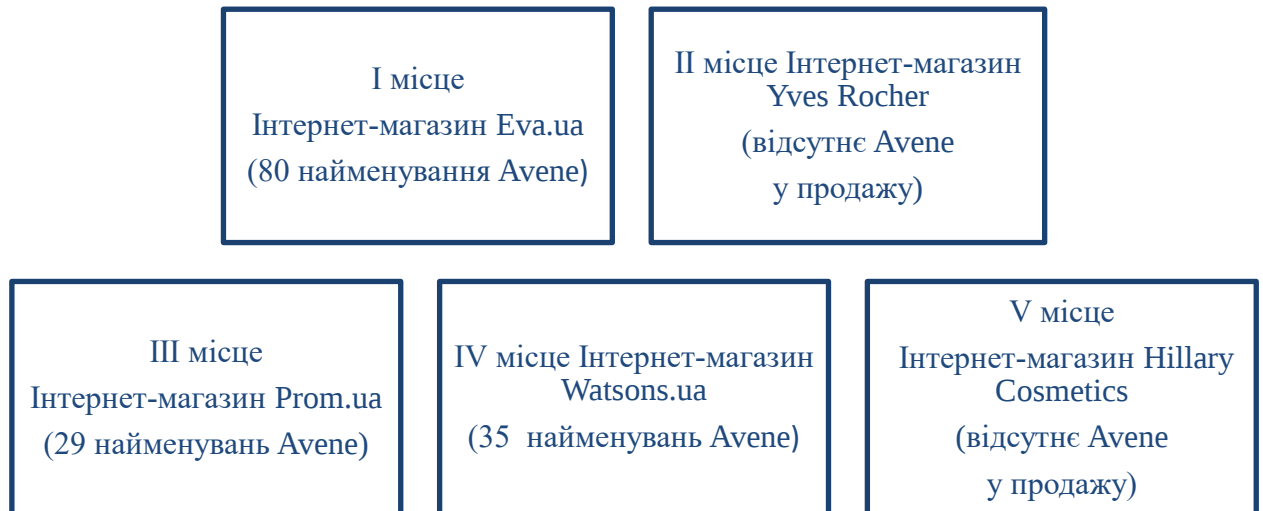


Рис. 3.3 Рейтинг Топ-5 інтернет-магазинів у категорії «косметика» та наявний асортимент косметики Avene «Pierre Fabre», Франція станом на листопад 2023 р. в Україні

В Україні аптечна косметика теж продається онлайн. Більшість дистриб'юторів вимушені використовувати такий канал комунікації зі споживачем, як сайт *makeup.com.ua*, адже це дозволяє уникнути контрабанди товарів. Зазвичай у таких онлайн-продавців немає навіть документів на продукцію, яку вони продають. Косметика, яка реалізується в аптеках чи аптечних супермаркетах має відповідні супроводжувальні документи, які підтверджують її якість згідно з чинним законодавством України та, що є найголовнішим – товар в аптеках реалізується офіційно. Санітарно-гігієнічний висновок дає дозвіл на здійснення продажу таких товарів в аптечному закладі, якщо такого дозволу косметичний бренд немає, то аптеки відмовляють у продажу несертифікованої косметики [2].

3.3. Дослідження показника адекватності платоспроможності косметики Avene «Pierre Fabre», Франція у Канаді та Україні

Коефіцієнт адекватності платоспроможності ($C_{a.s.}$) показує відношення ціни товару до середньої заробітної плати (середнього розміру доходу) працездатного громадянина. Варто вказати, що чим нижче чисельне значення показника адекватності платоспроможності, тим буде доступнішим досліджуваний товар, в нашому випадку косметичний засіб для широких верств населення протягом часу. Розрахунки зазначеного коефіцієнта косметики Avene «Pierre Fabre», Франція в Україні та Канаді ми провели за даними, що приведені у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Коефіцієнт адекватності платоспроможності

$C_{a.s.} = \frac{\overline{P_r}}{W_{a.w}} \times 100\%,$	Ca.s	коефіцієнт адекватності платоспроможності	
	$\overline{P_r}$	середня роздрібна ціна косметичного засобу за рік Avene «Pierre Fabre», Франція	
	$W_{a.w}$	- середня зарплата в Україні за місяць у 2023 році сягнула 16 306 грн, [4]. - середня зарплата у Канаді за неділю 2023 року складає 215,00 CAD. За місяць 215 CAD x 4 = 4860,00 CAD. Курс CAD станом на 01.12.2023 р. становить 27,5 грн 4860,00 x 27,5 грн = 133 650,00 грн [26]	
Україна		Канада	
Найменше	Найбільше	Найменше	Найбільше
значення Ca.s, %			
АВЕН термальна вода спрей 50 мл $Ca.s. = 1,0\%$	АВЕН фізіоліфт денний крем 30 мл $Ca.s. = 6,0\%$	АВЕН сікальфат бальз д.губ 10мл $Ca.s. = 0,21\%$	АВЕН фізіоліфт денна емульсія 30 мл $Ca.s. = 1,38\%$

Таблиця 3.3

**Розраховане значення коефіцієнта адекватності платоспроможності
косметики Avene «Pierre Fabre», Франція у Канаді та Україні**

№	Торговельна назва косметичного засобу	Коефіцієнт адекватності платоспроможності (Ca.s.)%	
		Україна	Канада
1	2	3	4
1.	АВЕН термальна вода спрей 50 мл	1,0	0,22
2.	АВЕН колд-крем бальзам для губ стік 4 г	1,3	0,26
3.	АВЕН термальна вода спрей 150 мл	1,3	0,29
4.	АВЕН колд-крем крем для рук для сухої чутливої пошкодженої і подразненої шкіри 50 мл	1,3	0,22
5.	АВЕН колд-крем бальзам для губ стік 4 г	1,3	0,26
6.	АВЕН сікальфат + крем 40 мл	1,5	0,36
7.	АВЕН колд-крем крем для дуже сухої чутливої шкіри 40 мл	1,6	0,46
8.	АВЕН сонцезахисний стік для губ SPF50+ 3 г	1,7	-
9.	АВЕН термальна вода спрей 300 мл	1,9	0,39
10.	АВЕН сікальфат крем для рук для захисту і відновлення пошкодженої шкіри 100 мл	2,1	0,38
11.	АВЕН клінанс очищуючий гель 200 мл	2,2	-
12.	АВЕН Толеранс делікатний очищуючий лосьйон 200 мл	2,2	0,61

Продовж. табл. 3.3

1	2	3	4
13.	АВЕН Толеранс делікатний очищуючий лосьйон 200 мл	2,2	0,61
14.	АВЕН заспокійливий крем для контуру очей 10 мл	2,2	0,53
15.	АВЕН міцелярний лосьйон 200 мл	2,3	0,50
16.	АВЕН клінанс мат емульсія матуюча для проблемної шкіри 40 мл	2,4	0,55
17.	АВЕН клінанс гідра заспокійливий крем для проблемної шкіри під час системного лікування акне 40 мл	2,4	0,54
18.	АВЕН міцелярний лосьйон 500 мл	2,8	0,39
19.	АВЕН заспокійлива зволожуюча маска 50 мл	2,9	0,78
20.	АВЕН Триксерс Нутришн бальзам 200 мл	2,9	-
21.	АВЕН гідранс річ 40 мл	2,9	0,80
22.	АВЕН заспокійливий засіб для очей 10 мл	2,9	0,53
23.	АВЕН клінанс емульсія матуюча 40 мл	2,4	0,44
24.	АВЕН сікальфат+ спреї 100 мл	2,5	0,38
25.	АВЕН клінанс міцелярна вода 400 мл	2,6	0,51
26.	АВЕН міцелярний лосьйон 500 мл	2,8	0,39
27.		...	...
94		...	...
95	АВЕН Антиружер FORT крем для лікування шкіри схильної до куперозу 30 мл	3,4	0,68

Подальше нами було розраховано середні коефіцієнти адекватності платоспроможності косметики Avene «Pierre Fabre», Франція у Канаді та Україні (рис. 3.3). Встановлено, що в 5,6 раза чисельне значення показника адекватності платоспроможності досліджуваних косметичних засобів нижче у Канаді, у порівнянні з Україною. Таким чином косметичні засоби Avene «Pierre Fabre», Франція більш доступніші населенню Канади, а ніж українським споживачам.

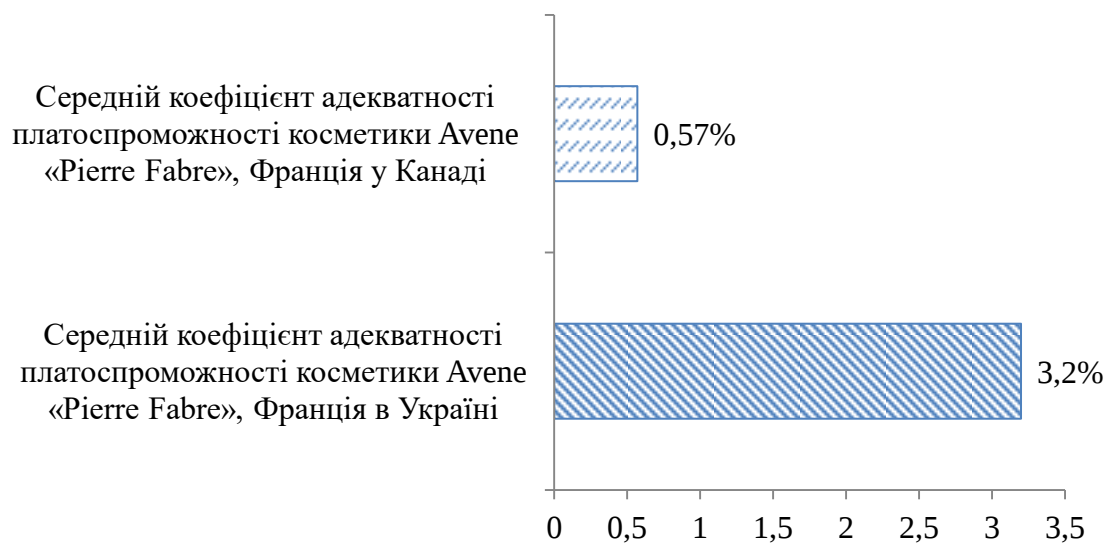


Рис. 3.3 Середні коефіцієнти адекватності платоспроможності косметики Avene «Pierre Fabre», Франція у Канаді та Україні

При проведенні порівняння цін косметичних засобів Avene в Україні та Канаді станом на 01.12.2023 р. було встановлено, що ціна на косметику в канадських доларах при перерахуванні у долар США та гривню значно вище у порівнянні з цінами в Україні (табл. Додаток А) (рис. 3.4).

При перерахунку цін у гривні у деяких торговельних позиціях вартість цін в Канаді перевищує у 2 рази ціни на косметику Avene «Pierre Fabre», Франція в Україні:

- АВЕН міцелярний лосьйон 200 мл;

- АВЕН клінанс міцелярна вода 400 мл;
- АВЕН тонізуєчий лосьйон 200 мл (рис 3.4).

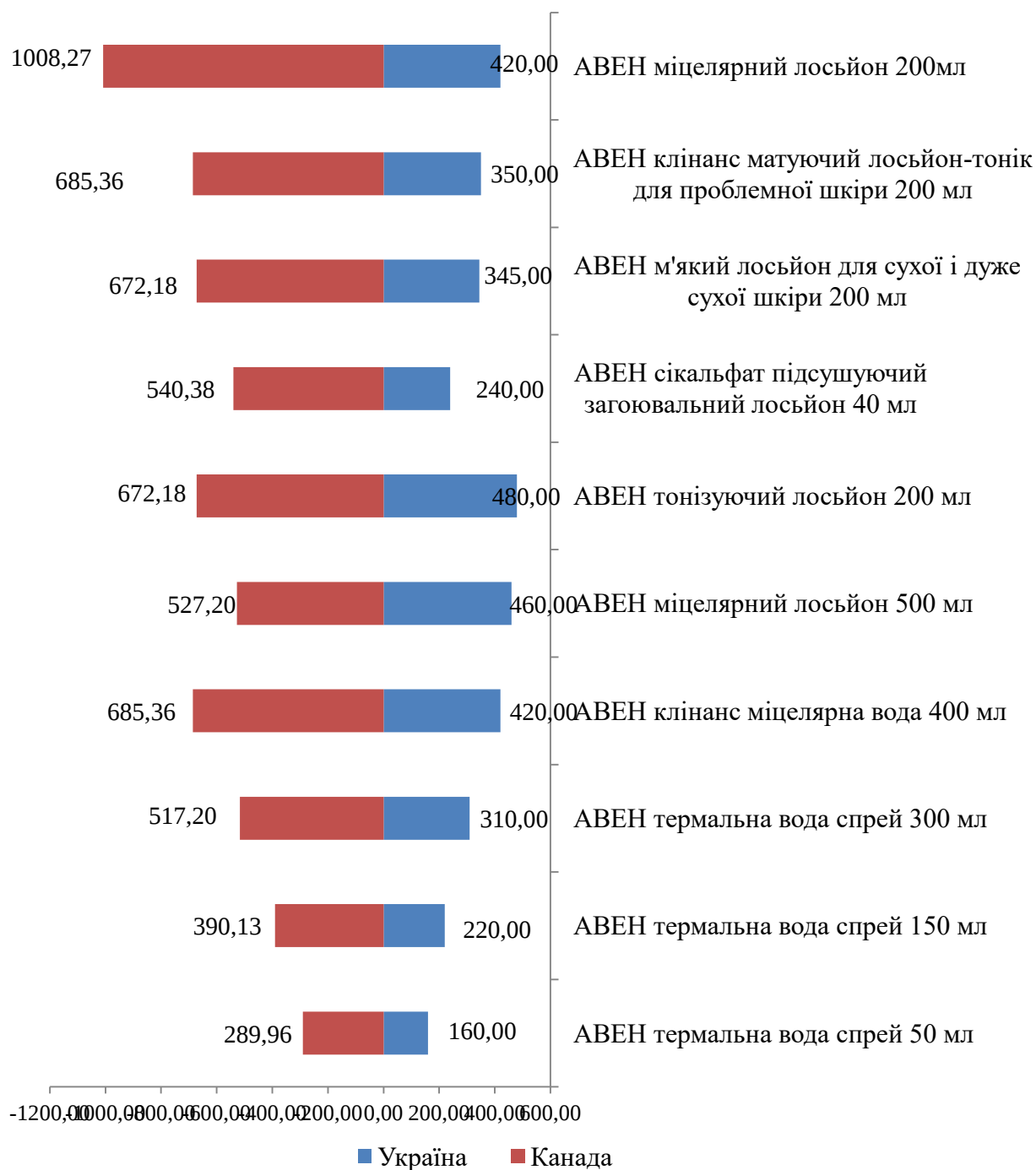


Рис. 3.4. Порівняльний аналіз цін у гривневому еквіваленті на косметичні засоби на основі термальної води Avene «Pierre Fabre», Франція в Україні та Канаді

Висновки до розділу 3

1. Проаналізовано, що Avene – це бренд, який містить деякі шкідливі інгредієнти (ароматизатори, включення триетаноламіну (TEA), етоксильовані інгредієнти, мінеральну олію). Виробник змінює формулу своїх косметичних продуктів, щоб видалити парабени, але до складу сонцезахисних кремів (ABEN сонцезахисний флюїд Intence Proyect SPF 50+ 150 мл, ABEN Сонцезахисний флюїд Intense Protect SPF 50+ 150 мл) входять шкідливі хімікати (октокрилен і авобензон). На жаль останні пошкоджують довкілля – руйнують коралові рифи.
2. Аналіз Топ-5 лідерів інтернет-магазинів у категорії «косметика» в Україні стосовно пропозицій косметики Avene дозволив встановити, що найбільш за все – 80 пропозицій присутнє на сайті Інтернет-магазин Eva.ua. Огляд інформації про трафік найбільш відвідуваних сайтів у категорії «Краса та косметика», за даними щодо Канади інформаційної платформи «Beauty and cosmetics, Canada/Краса та косметика, Канада» дозволив встановити, що перше місце займає sephora.com, на ньому присутня інформація о 22 наявних торговельних одиницях косметики Avene «Pierre Fabre», Франція. Друге та третє місце займають «shop.shoppersdrugmart.ca» та «beauty.shoppersdrugmart.ca», на яких присутнє по 39 назв косметики.
3. Розраховано показник адекватності платоспроможності косметики Avene «Pierre Fabre», Франція у Канаді та Україні. Встановлено, що в Україні найменше значення $Ca.s$, % має «ABEN термальна вода спрей, 50 мл» $Ca.s$. = 1,0 %, а найбільше значення досліджуваного показника має – «ABEN фізіоліфт денний крем 30 мл» $Ca.s$. = 6,0 %. Цей косметичний засіб є найбільш недоступним для широких верств українського населення. У Канаді найбільш доступне для користування «ABEN сікальфат бальзам для губ 10 мл», тому що має найменше значення $Ca.s$. % = 0,21%, а найбільше значення встановлено у «ABEN фізіоліфт денна емульсія 30 мл» $Ca.s$. %=1,38%, який менш за все доступне для канадців.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. Досліджено, що косметичні засоби, які реалізуються в аптеках – це багаточисельна група різноманітних засобів, які призначені для специфічного догляду та корекції патологічного стану шкірного покриву і його косметичних недоліків. Така косметика продається, в основному, в аптеках. З точки зору товарної категорії косметична продукція в аптеках займає унікальне становище. Це обумовлено певним її проміжним положенням як не лікарської продукції між аптечним і споживчим ринком.
2. Сьогодення ринок косметичних засобів є одним з найпрогресивніших. Попри воєнний стан в Україні, він продовжує розвиватися – частка від загального прибутку всіх виробничих галузей налічує менше як 1%. Проте, цей напрям має великі перспективи. Про це свідчать швидкі темпи розвитку світового ринку косметики. Дані американської аналітичної компанії Research and Markets свідчать, що косметична індустрія має щорічний стабільний приріст в розмірі 6,4 %. Ринок обсягів продажу й розвиток нових видів косметики всіх країн, без винятку, є одним з найбільш динамічних торгових сегментів, а також найбільш ринком, що швидко розвивається, який має передумови для подальшого зростання, враховуючи розвиток культури споживання косметичних засобів, а також збільшення витрат населення країни на непродовольчі товари.
3. Оглянуто, що французький бренд Avene був засновано фармацевтичною компанією в 1989 р. і на сьогодні є однією з найбільших компаній у виробництві аптечної косметики. На підприємстві працює 230 осіб. Вони займаються виробництвом, обробкою та контролем над якістю термальної води Авен. Продукція Avene містить у своєму складі цілющу воду із джерела Авен. Цілюща вода володіє невисоким рівнем мінералізації, нейтральним рівнем рН=7,5. Косметика Avene використовується при багатьох дерматологічних захворюваннях,

переважно її застосовують для сухої шкіри, схильної до atopічного дерматиту, екземі, куперозі, після пластичних операцій.

4. Досліджено популярний французький бренд – «Avene» який належить французькому транснаціональному фармацевтичному бренду Laboratoires Pierre Fabre. Бренд популярний у всьому світі, представлений по всій Європі та США. Усі продукти Avene виробляються у Франції та звідти розповсюджуються по всьому світу, в тому числі в Україну та Канаду.
5. Сьогодення косметичні засоби ТМ «Авен» дуже часто призначають лікарі в складі комплексного лікування алергічних та дерматологічних патологій – псоріазу, нейродерміту, опіків, екзем різного походження, а також в ході реабілітаційного процесу після пластичних операцій.
6. За даними літературних джерел оглянуто властивості головного бренду – Термальна вода Avene. Протягом 30 років проведено понад 150 проведених наукових і клінічних досліджень, понад 50 публікацій у міжнародних медичних журналах підтверджують її заспокійливі, протизапальні та пом'якшувальні властивості. Асортимент косметики Avene складається з 9 лінійок, найбільш численна є косметика що зволожує, як займає майже 19 % від загальної кількості одиниць, а найменш – антикуперозна серія (креми від почервоніння) – 6 %.
7. Оглянуто, що косметика ТМ «Avene» має стриманий «медичний дизайн». На етикетках присутні марковані торговельні знаки: зберігати після відкриття лише 6 місяців. Зовсім недавно в країнах Євросоюзу запроваджено новий знак зображення мінімального терміну придатності – це пісочний годинник з датою, до закінчення якої косметика зберігає всі свої властивості і не є небезпечною для споживача. Знак у вигляді двох стрілок «зелена крапка» – застосовують для позначення упаковки, яка є безпечною для користувача.
8. Слід зазначити, що аптеки в Канаді скоріш за все мають вигляд магазину, у порівнянні з аптеками України. Уся косметика, що має особливості щодо пом'якшення прояв шкірних хвороб, реалізується окремо від

звичайної косметики. На відміну від України, косметика Avene реалізується в окремому відділі дерматокосметики beauty Rx. Відвідувачі отримують консультацію щодо застосування з метою профілактики, заспокійливої, протизапальної та пом'якшувальної її дії у консультанта, а не у фармацевтів, як в Україні. Товар розташовано за марками брендів, а не за формами випуску. Так на відміну від України в аптеках присутня каса самообслуговування. Це недуже гарно з точки зору надання фармацевтичної опіки.

9. Дозоскладовий огляд косметичних засобів Avene «Pierre Fabre», Франція встановив шкідливі інгредієнти. Виробник ТМ «Avene» на своєму вебсайтові, гарантує виконання «Зобов'язання щодо нульового впливу» на океани. Але сонцезахисні креми з SPF 50+ (ABEN клінанс сонцезахисний засіб SPF50+ 50 мл. ABEN сонцезахисний крем SPF 50+ 50 мл; ABEN сонцезахисний крем мінеральний SPF 50+ 50 мл) містять консерванти (метилпарабен і бутилпарабен), які є шкідливими для довкілля – руйнують коралові рифи Північні консерванти в сонцезахисних кремах також можуть бути токсичними не тільки для рифів, а й для людей. Зазначені парабени є фунгіцидами та антибактеріальними агентами, які подовжують термін придатності продукту.
10. Проведений аналіз у жовтні 2023 р. Топ-5 лідерів інтернет-магазинів у категорії «косметика» в Україні стосовно пропозицій косметичних засобів ТМ «Avene» встановив, що в Інтернет-магазині Eva.ua найбільше пропонує косметичних засобів бренду, що аналізується – 80.
11. Аналіз найбільш відвідуваних сайтів у категорії «Краса та косметика», за даними щодо Канади інформаційної платформи «Beauty and cosmetics, Canada/Краса та косметика, Канада» встановив, що перше місце займає sephora.com, на ньому присутня інформація о 22 наявних торговельних одиницях косметики Avene «Pierre Fabre», Франція. Друге місце займає «shop.shoppersdrugmart.ca», третє – «beauty.shoppersdrugmart.ca», на яких присутнє по 39 назв косметичних засобів ТМ «Avene».

12. Виходячи з завдання досліджень кваліфікаційної роботи розраховано та проведено порівняння коефіцієнтів адекватності платоспроможності косметики Avene «Pierre Fabre», Франція у Канаді та Україні. Встановлено, що в Україні найменше значення Ca.s. % має «АВЕН термальна вода спрей, 50 мл» Ca.s. = 1,0 %, а найбільше значення досліджуваного показника має – «АВЕН фізіоліфт денний крем 30 мл» Ca.s. = 6,0 %. Косметичний засіб «АВЕН сікальфат бальзам для губ 10 мл» найбільш доступне для кандців, розраховане значення Ca.s. % = 0,21 %, а менш за все доступне «АВЕН фізіоліфт денна емульсія 30 мл», значення розрахованого коефіцієнта має найбільше значення Ca.s. %=1,38 %.
13. Встановлено, що середній показника адекватності платоспроможності (Ca.s.) косметики Avene «Pierre Fabre», Франція в Україні має значення 3,2 %, а середній Ca.s. косметики Avene «Pierre Fabre», Франція у Канаді займає значення 0,57 %. Встановлено що у 5,6 раза чисельне значення показника адекватності платоспроможності досліджуваних косметичних засобів нижче у Канаді, у порівнянні з Україною. Таким чином косметичні засоби Avene «Pierre Fabre», Франція є більш доступнішими населенню Канади, а ніж українським споживачам.
14. Порівнюючі ціни косметики Avene в Україні та Канаді станом на 01.12.2023 р. було встановлено, що ціні на косметику у канадських доларах при перерахуванні у долар США та гривню значно вище у порівнянні з цінами в Україні. У деяких торговельних позиціях вартість перевищує у 2 рази «АВЕН Толеранс делікатний очищуючий лосьйон» 200 мл, «ВЕН клінанс гідра заспокійливий крем для проблемної шкіри під час системного лікування акне» 40 мл.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аптека Альго-Фарм.
URL: <https://apteka1.net/catalog/kosmetika/avene?view=&sort=costUp&coef=24&page=4> (дата звернення: 18.09.2023 р.)
2. Аптечна косметика: як правильно вибрати та користуватися. Волинсь Post. 31 липень, 2021. URL: <https://www.volynpost.com/news/189297-aptechna-kosmetyka-iak-pravylnno-vybraty-ta-korystuvatysia> (дата звернення: 18.12.2023 р.)
3. Байцар Р. І., Кордіяка Ю. М. Актуальні проблеми та перспективи розвитку косметичної галузі. Львів, 2015. 6 с.
4. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 18.09.2023 р.)
5. Казакова І. С., Лебединець В. О., Казакова В. С. Проблематика стандартизації лікарських косметичних засобів в Україні. *Вісник фармації*. 2020. №2 (100). С.84-94.
6. Лікувальна косметика в Україні: реалії та перспективи / Бурд Н. та інш. *Фармацевтичний журнал*. №6. 2016. С. 41-44.
7. Найкращі інтернет-магазини косметики в Україні, рейтинг 2023 року. URL: <https://vtop-shop.com.ua/catalog/category/kosmetyka> (дата звернення: 14.10.2023 р.)
8. Ольховська А. Б., Кобець М. М., Фелоненко Л. С. Маркетингове дослідження вітчизняного ринку лікувальної косметики. *Управління, економіка та забезпечення якості в фармації*. 2011. Т. 3, № 17. С. 63–68.
9. Пархоменко Н. О., Денисюк О. В. Тенденції розвитку світового та українського ринків косметичних виробів (in English). *Modern Economics*. 2023. № 38(2023). С. 125-131. URL: [https://doi.org/10.31521/modecon.V38\(2023\)-19](https://doi.org/10.31521/modecon.V38(2023)-19). (дата звернення: 28.10.2023 р.)

- 10.Посилкіна О. В., Котлярова В. Г., Чечотка О. В. Аналіз особливостей сегментації ринку засобів для вирішення дерматологічних проблем шкіри. *Управління, економіка та забезпечення якості в фармації*. 2017. № 4 (52). С. 77-81
- 11.Посилкіна О. В., Котлярова В. Г., Чечотка О. В. Методичні підходи до дослідження споживачів лікувально-косметичних засобів : наук.-метод. рек. Харків : НФаУ, 2017. 23 с
- 12.Посилкіна О. В., Котлярова В. Г., Чечотка О. В. Методичні підходи до позиціонування лікувально-косметичних засобів. *Фармацевтичний часопис*. 2017. № 4. С. 69-75.
- 13.Посилкіна О. В., Котлярова В. Г., Чечотка О. В. Методичні рекомендації щодо оптимізації асортименту лікарських косметичних засобів в аптечних закладах : наук.-метод. рек. Харків : НФаУ, 2019. 31 с.
- 14.Посилкіна О. В., Котлярова В. Г., Чечотка О. В.. *Фармацевтичний журнал*, 2016, № 3-4. С. 20-28. URL: [file:///C:/Users/home/Downloads/96-Article%20Text-168-1-10-20190214%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/home/Downloads/96-Article%20Text-168-1-10-20190214%20(1).pdf) (дата звернення: 14.10.2023 р.)
- 15.Про лікарські засоби : Закон України від 04. 04. 1996 р. № 123/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-20> (дата звернення: 14.10.2023 р.)
- 16.Продукція парфумерно-косметична. ДСТУ. Терміни та визначення понять. ДСТУ 2472:2006. Київ. Держспоживстандарт України. 2008. 66 с. URL: http://ksv.do.am/GOST/DSTY_ALL/DSTY1/dsty_2472-2006.pdf. (дата звернення: 30.11.2023 р.)
- 17.Путівник брендами косметики: поради експертів. Interfax – Україна. URL: <https://interfax.com.ua/news/press-release/738517.html> (дата звернення: 30.10.2023 р.)
- 18.Тенденції ринку косметичної продукції та дезінфекційних засобів: прогнози та аналіз 2022–2023 рр. *«Тижневик «Аптека»»*. № 46 (1417).

- 27 Листопада 2023 р. URL: <https://www.apteka.ua/article/680815> (дата звернення: 07.12.2023 р.)
19. TM Avene. URL: <https://stylesalon.com.ua/uk/avene.html> (дата звернення: 18.11.2023 р.)
20. Ханик Н., Петерчук І. Дослідження пріоритетів для споживачів при виборі косметичних засобів по догляду за шкірою. *Український медичний альманах*. 2012. Т. 15, № 5. С. 159–160.
21. Чечотка О. В., Котлярова В. Г. Аналіз правомірності реалізації засобів лікувальної косметики через мережу Internet. Сучасні теоретичні та практичні аспекти клінічної медицини (для студентів та молодих вчених) : наук.-практ. конф. з міжнар. участю, присвяч. 100-річчю з дня народж. І. Г. Герцена, м. Одеса, 27-28 квіт. 2017 р. Одеса, 2017. С. 18.
22. Чечотка О. В., Котлярова В. Г. Дослідження правил викладки лікувальнокосметичних засобів у аптечних закладах України. Формування Національної лікарської політики за умов впровадження медичного страхування: питання освіти, теорії та практики : матер. IV Всеукр. наук.-практ. конф., м. Харків, 15 берез. 2017 р. С. 243–244.
23. Чечотка О. В., Котлярова В. Г. Оцінка рівня обслуговування в аптечних закладах споживачів, які мають проблеми зі шкірою. Підготовка спеціалістів фармації в рамках концепції «Навчання протягом життя (life long learning)»: наука, освіта, практика : матер. I наук.-практ. інтернет-конф. з міжнар. участю, м. Харків, 16-17 трав. 2017 р. С. 218-222.
24. Шкідливі інгредієнти в косметиці (чорний список) <https://organic-eco.com.ua/shkidlivy-ingredijenti-v-kosmetitsi-chorniy-spisok/> URL: (дата звернення: 10.12.2023 р.)
25. Analysis of website rankings (Beauty and cosmetics, Canada), as of October 2023 URL: <https://www.similarweb.com/ru/top-websites/canada/lifestyle/beauty-and-cosmetics/> (Date of access: 07.11.2023)

26. Average Annual Salary in Canada Indeed.com Canada. URL:| <https://www.incometaxgujarat.org/canada-minimum-wage/> (Date of access: 01.12.2023)
27. Brdulak H., Michniewska K. Zielona logistyka, ekologia, zrównowagony rozwój w logistyce. *Koncepcje i strategie logistyczne. Logistyka*. 2019. №4. S. 8-15.
28. Cosmetics – Europe. <https://www.statista.com/outlook/cmo/beauty-personal-care/cosmetics/europe> (Date of access: 07.11.2023)
29. Hougeir F. G., Kircik L. A review of delivery systems in cosmetics. *Dermatol Therapy*. 2012. Vol. 25, Issue 3. P. 234–237.
30. Inside Organic Summit features experts 'from seed to retail shelf'. New Hope Network staff | Aug 22, 2022 URL: www.newhope.com/news/inside-organic-summit-features-experts-seed-retail-shelf (Date of access: 07.11.2023)
31. Juhasz M. L., Marmur E. S. A review of selected chemical additives in cosmetic products. *Dermatologic Therapy*. 2014. Vol. 27, Issue 6. P. 317–322.
32. Kaitlyn Rose. Avène Skincare Reviews: A Review of The 10 Best Avène Skincare Products URL: <https://thederreview.com/avene-skin-care/> (Date of access: 19.10.2023).
33. Protective properties of Avène Thermal Spring Water on biomechanical, ultrastructural and clinical parameters of human skin / Mias C., Maret A., Gontier E., Carrasco C. *Journal of the European Academy of Dermatology and Venereology*, August 2020 № 34. P. 15-20. URL: https://www.researchgate.net/publication/344042003_Protective_properties_of_Avene_Thermal_Spring_Water_on_biomechanical_ultrastructural_and_clinical_parameters_of_human_skin (Date of access: 08.11.2023)
34. Ridder M. Cosmetics Industry. Statistics & Facts. Oct 29, 2021. URL: <https://www.statista.com/topics/3137/cosmetics-industry/#dossierKeyfigures> (Date of access: 08.10.2023)

35. Subscribe to the cosmetics mailing list. <https://www.canada.ca/en/health-canada/services/cosmetics/subscribe.html> (дата звернення: 29.11.2023 р.)
36. Vigan M., Castelain F. Cosmetovigilance: definition, regulation and use "in practice. *European Journal of Dermatology*. 2014. Vol. 24, Issue 6. P. 643–649.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Таблиця 1

Ціни косметики Avene «Pierre Fabre», Франція

№	Найменування	Ціна, грн	Ціна, CAD	Ціна, USD	Ціна, грн
1	2	3	4	5	6
1.	АВЕН термальна вода спрей 50 мл	160,00	11	8.03	289.96
2.	АВЕН колд-крем бальзам для губ стік 4 г	220,00	13.2	9.64	347.95
3.	АВЕН термальна вода спрей 150 мл	220,00	14.8	10.8	390.13
4.	АВЕН колд-крем крем для рук для сухої чутливої пошкодженої і подразненої шкіри 50 мл	220,00	11	8.03	289.96
5.	АВЕН сікальфат + крем 40 мл	250,00	18	13.14	474.48
6.	АВЕН колд-крем крем для дуже сухої чутливої шкіри 40 мл	260,00	23.5	17.16	619.46
7.	АВЕН сікальфат бальзам для губ 10 мл	260,00	10.8	7.88	284.69
8.	АВЕН сонцезахисний стік для губ SPF50+ 3 г	270,00	-	0	0
9.	АВЕН термальна вода спрей 300 мл	310,00	19.6	14.31	516.66
10.	АВЕН сікальфат крем для рук для захисту і відновлення пошкодженої шкіри 100 мл	350,00	19.5	14.24	514.02

Продовж табл. 1

1	2	3	4	5	6
11.	АВЕН клінанс очищуючий гель 200 мл	360,00	-	-	-
12.	АВЕН Толеранс делікатний очищуючий лосьйон 200 мл	360,00	31	22.63	817.16
13.	АВЕН заспокійливий крем для контуру очей 10 мл	361,50	27	19.71	711.72
14.	АВЕН міцелярний лосьйон 200 мл	370,00	25.50	18.62	672.18
15.	АВЕН клінанс мат емульсія матуюча для проблемної шкіри 40 мл	390,00	28	20.44	738.08
16.	АВЕН клінанс гідра заспокійливий крем для проблемної шкіри під час системного лікування акне 40	390,00	27.5	20.08	724.9
17.	АВЕН клінанс емульсія матуюча 40 мл	390,00	22.4	16.35	590.46
18.	АВЕН сікальфат+спрей 100 мл	405,00	19.5	14.24	514.02
19.	АВЕН клінанс міцелярна вода 400 мл	420,00	26	18.98	685.36
20.	АВЕН міцелярний лосьйон 500 мл	460,00	20	14.6	527.2
21.	АВЕН заспокійлива зволожуюча маска 50 мл	470,00	39.5	28.84	1041.22
22.	АВЕН Триксерс Нутришн бальзам 200 мл	470,00	-	-	-

Продовж табл. 1

1	2	3	4	5	6
23.	АВЕН гідранс річ 40 мл	480,00	40.5	29.57	1067.58
24.	АВЕН заспокійливий засіб для очей 10 мл	480,00	27	19.71	711.72
25.	АВЕН Триксеру Нутришн очищуючий гель 400 мл	480,00	24	17.52	632.64
26.	АВЕН тонізуєчий лосьйон 200 мл	480,00	25.5	18.62	672.18
27.	АВЕН мус очищуючий 150	480,00	25.5	18.62	672.18
28.	АВЕН ніжний гель- ексфоліант 75 мл	480,00	24	17.52	632.64
29.	АВЕН клінанс очищуючий гель 400 мл	490,00	28.5	20.81	751.26
30.	АВЕН відновлюєчий гель- молочко після сонця 200мл	490,00	30	21.9	790.8
31.	АВЕН сонцезахисний засіб В- Protect SPF50+ 30мл	490,00	34	24.82	896.24
32.	АВЕН Толеранс екстрем заспокійливий крем 50 мл	510,00	41	29.93	1080.76
33.	АВЕН Триксеру Нутришн бальзам 400 мл	520,00	30	21.9	790.8
34.	АВЕН гідранс Лайт емульсія 40 мл	540,00	40.5	29.57	1067.58
35.	АВЕН матуючий флюїд для нормальної і комбінованої шкіри 50 мл	540,00	-	-	-
36.	АВЕН КсеруКальм АД концентрат 50 мл	540,00	25.5	18.62	672.18

Продовж табл. 1

1	2	3	4	5	6
37.	АВЕН Антиружер FORT крем для лікування шкіри схильної до куперозу 30 мл	550,00	34.5	25.19	909.42
38.	АВЕН клінанс Комедомед 30 мл	560,00	28	20.44	738.08
39.	АВЕН КсераКальм AD масло для дуже сухої і atopічної шкіри 400 мл	570,00	29.5	21.54	777.62
40.	АВЕН Толеранс екстрем емульсія 50 мл	570,00	41	29.93	1080.76
41.	АВЕН Антиружер денний крем SPF 30 40 мл	570,00	36	26.28	948.96
42.	АВЕН гідранс Оптималь UV річ крем SPF 30 40 мл	570,00	41.5	30.3	1093.94
43.	АВЕН Антиружер денна емульсія SPF 30+ 40 мл	570,00	36	26.28	948.96
44.	АВЕН клінанс сонцезахисний засіб SPF50+ 50 мл	575,00	-	-	-
45.	АВЕН гідранс Аква-гель 50 м	590,00	47	34.31	1238.92
46.	АВЕН гідранс Оптималь UV Лайт емульсія SPF30 40 мл	590,00	-	-	-
47.	АВЕН Триксерс Нутришн мол.200	610,00	24	17.52	632.64
48.	АВЕН Толеранс Контрол крем 40 мл	630,00	41	29.93	1080.76
49.	АВЕН Толеранс Контрол бальзам 40 мл	630,00	41	29.93	1080.76

Продовж табл. 1

1	2	3	4	5	6
50.	АВЕН КсераКальм АД крем 200 мл	640,00	29.5	21.54	777.62
51.	АВЕН КсераКальм АД бальзам 200 мл	640,00	29.5	21.54	777.62
52.	АВЕН сонцезахисний флюїд SPF 50+ 50 мл	650,00	32	23.36	843.52
53.	АВЕН сонцезахисний крем SPF 50+ 50 мл	650,00	29	21.17	764.44
54.	АВЕН сонцезахисний крем мінеральний SPF 50+ 50 мл	650,00	33	24.09	869.88
55.	АВЕН сонцезахисний крем тональний SPF 50+ 50 мл	650,00	39	28.47	1028.04
56.	АВЕН сонцезахисне молочко мінеральне SPF 50+ 100 мл	650,00	35	25.55	922.6
57.	АВЕН сонцезахисний флюїд тональний мінеральний SPF 50+ 40 мл	650,00	37	27.01	975.32
58.	АВЕН сонцезахисне молочко SPF 50+ 100 мл	660,00	33.5	24.46	883.06
59.	АВЕН сонцезахисне молочко для дітей SPF 50+ 100 мл	700,00	33.5	24.46	883.06
60.	АВЕН сонцезахисний компакт SPF50+ бежевий 10 г	700,00	39	28.47	1028.04
61.	АВЕН гідранс інтенсивний сироватка 30 мл	770,00	51	37.23	1344.36
62.	АВЕН сонцезахисний спрей для дітей SPF 50+ 200 мл	770,00	37.5	27.38	988.5

Продовж табл. 1

63.	АВЕН сонцезахисний спрей SPF 50+ 200 мл	770,00	37.5	27.38	988.5
64.	АВЕН А-Окситив нічний крем-пілінг 30 мл	770,00	57	41.61	1502.52
65.	АВЕН клінанс Вумен сироватка 30 мл	770,00	48	35.04	1265.28
66.	АВЕН Триксерс Нутришн молочко 200 мл	780,00	30	21.9	790.8
67.	АВЕН клінанс Вумен нічний крем 30 мл	805,00	45.5	33.22	1199.38
68.	АВЕН А-Окситив денний аква-крем 30 мл	840,00	55	40.15	1449.8
69.	АВЕН фізіоліфт денна емульсія 30 мл	850,00	70	51.1	1845.2
70.	АВЕН фізіоліфт засіб від зморшок, набряків і темних кругів під очами 15 мл	860,00	54	39.42	1423.44
71.	АВЕН А-Окситив засіб для контуру очей 15 мл	860,00	48.5	35.41	1278.46
72.	АВЕН фізіоліфт нічний бальзам 30 мл + мус очищуючий 50 мл + термальна вода 50 мл набір	890,00	65	47.45	1713.4
73.	АВЕН фізіоліфт Пресижн засіб 15 мл	900,00	-	-	-
74.	АВЕН фізіоліфт нічний бальзам 30	900,00	67	48.91	1766.12

Продовж табл. 1

75.	АВЕН А-Окситив сироватка 30 мл	940,00	57	41.61	1502.52
76.	АВЕН фізіоліфт денний крем 30 мл	980,00	65	47.45	1713.4
77.	АВЕН Сонцезахисний флюїд Intense Protect SPF 50+ 150 мл	185,00	-	0	0
78.	АВЕН сікальфат загоювальний крем 40 мл	185,00	18	13.14	474.48
79.	АВЕН сікальфат підсушуючий загоювальний лосьйон 40 мл	240,00	20.5	14.97	540.38
80.	АВЕН термальна вода спрей 150 мл 1+1 -50% на другий продукт набір	264,00	-	-	-
81.	АВЕН клінанс експерт емульсія 40	317,00	27.5	20.08	724.9
82.	АВЕН лосьйон для м'якого очищення надмірно чутливої і подразненої шкіри 200 мл	320,00	25.50	18.62	672.18
83.	АВЕН клінанс гідра крем для вмивання для проблемної шкіри під час системного лікування акне 200	340,00	27.50	20.08	724.9
84.	АВЕН м'який лосьйон для сухої і дуже сухої шкіри 200	345,00	25.5	18.62	672.18
85.	АВЕН клінанс матуючий лосьйон-тонік для проблемної шкіри 200 мл	350,00	26	18.98	685.36

Продовж табл. 1

86.	АВЕН мус для очищення нормальної і комбінованої шкіри 150 мл	390,00	25.5	18.62	672.18
87.	АВЕН гідранс Оптималь UV річ крем SPF 20 40мл	419,00	41.5	30.3	1093.94
88.	АВЕН міцелярний лосьйон 200мл -50% на другий набір	420,00	38.25	27.92	1008.27
89.	АВЕН ТриАкнеаль експерт емульсія 30 мл	445,00	-	-	-
90.	АВЕН Антиружер денна емульсія SPF20 40 мл	465,00	36,0	26.28	948.96
91.	АВЕН крем для гіперчутливої шкіри 50 мл	480,00	49,0	35.77	1291.64
92.	АВЕН КсераКальм АД крем 200мл + КсераКальм АД очищуюче масло 100 мл набір	480,00	-	-	-
93.	АВЕН КсераКальм АД бальзам 200 мл + КсераКальм АД очищуюче масло 100 мл набір	512,00	-	-	-
94.	АВЕН сонцезахисний флюїд Intence Proyect SPF 50+ 150 мл	610,00	-	-	-
95.	АВЕН фізіоліфт нічний бальзам 30 мл + міцелярний лосьйон 100 мл набір	780,00	-	-	-



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF
UKRAINE

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ЛЬВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»
LVIV POLYTECHNIC
NATIONAL UNIVERSITY

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Міжнародна
студентська науково-практична конференція
«НАЛЕЖНІ РІШЕННЯ ДЛЯ ПРОГАЛИН У
ФАРМАЦІЇ:
ВІДПОВІДНО ДО ЄВРОПЕЙСЬКИХ ПРІОРИТЕТІВ»

COLLECTION OF SCIENTIFIC WORKS

International
student scientific and practical conference
«GOOD SOLUTIONS FOR GAPS IN PHARMACY:
IN LINE WITH THE EUROPEAN PRIORITIES»

23-24 листопада

November 23-24

ЛЬВІВ – 2023

LVIV - 2023



Lviv Polytechnic
National University



Department of Technology
of Biologically
Active Substances, Pharmacy
and Biotechnology



Department of Marketing
and Logistics



Co-funded by the
European Union



Національний план дій з проблем з фармачією відповідно до Європейського програмного, 23-24 листопада, 2023
«Good solutions for gaps in Pharmacy: in line with the European priorities, November 23-24, 2023»

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ АПТЕЧНОЇ КОСМЕТИКИ В УКРАЇНІ

Немченко А.С., Міщенко В.І., Хомич Ю.О.
 Національний фармацевтичний університет,
uyk@onimicbankoifarm.net

Сьогодення тема косметичних засобів, що реалізуються в аптеках дуже популярна. Це різноманітні засоби, які призначені для специфічного догляду та корекції патологічного стану волосся й шкірного покриву та його косметичних недоліків.

Метою дослідження позитала у проведенні сучасних тенденцій розвитку аптечної косметики в Україні на прикладі продукції ТМ «Avene». Лабораторія Пер Фабр, Франція. Об'єкт дослідження – фармацевтичний та косметичний ринки. Предмет дослідження – наукові публікації, результати власних досліджень. У ході досліджень застосовувалися наступні методи: системного аналізу, аналітичного, порівняльного, контент-аналізу.

Косметичні засоби ТМ «Avene» вперше з'явилися в Європі на початку 70 років 20 століття [1]. Косметика створювалася для людей з дерматологічними проблемами шкіри. Але проблема шкіри має потребу не тільки в лікуванні, а й у зволоженні, живленні, захисті від шкідливих факторів впливу навколишнього середовища. Головною складовою косметики є термальна вода Аvene для обличчя й тіла з відомого джерела, розташованого в невеликому французькому містечку Авен-ле-Бен, яка містить невелику кількість мінералів: підходить для чутливої шкіри. Ця вода володіє низьким рівнем мінералізації, нейтральним рівнем рН. Саме за такою водою, яка є головною складовою косметик, чутлива шкіра стає м'якою, підвищуються її захисні властивості епідермісу. Косметика Аvene використовується при багатьох дерматологічних захворюваннях, переважно її застосовують для сухої шкіри, схильної до atopічного дерматиту. Засоби бренду Авен усувають шкірні захворювання, косметика покращує загальний стан шкіри та її зовнішній вигляд. Косметичні засоби цього бренду рекомендують використовувати при екземі, куперозі, після пластичних операцій. Уся косметика «Avene» «Pigre Fable», Франція багата елементами заліза, срібла, фтору, цинку та багатьох інших мінералів. Косметика, в основі якої термальна вода, може перетворити суху або жирну, чутливу й схильну до різних висипів шкіру в гладку й щоволоксту [1].

Косметика «Avene» «Pigre Fable», Франція має такі властивості: справляє нормалізацію водного балансу у шкірному покриві; живить шкіру, при постійному застосуванні шкіра стає рівною та чистою; розгладжує зморшки, прискорюють загоєння ран, захистом від сонячних променів; прискорює загоєння ран, усуває свербіж; її також застосовують при atopічному дерматиті [1].

Діяльн косметичних засобів ТМ «Avene» «Pigre Fable», Франція стриманий, підкреслено медичний, без яскравих фарб та надмірностей (тубн білого кольору, на етикетці надпис літерами помаранчевого та чорного кольору).

Наполеві рішення для прогати у фармації: відповідно до Європейських пріоритетів, 23–24 листопада, 2023
«Good solutions for gaps in Pharmacy: in line with the European priorities», November 23–24, 2023

Сьогодні компанія займає друге місце у Франції серед приватних фармацевтичних фірм і представляє свою продукцію в 40 країнах світу. Косметичні засоби на основі термальної води з джерела ТМ «Avene» широко представлені у будь-якій європейській країні, в тому числі в Україні. Продукцію ТМ «Avene» можливо придбати в основному, в аптечних установах чи через онлайн-магазини (StyleSalon.ua (Україна)). Офіційні представники в Україні знаходяться в Києві, Одесі, Дніпропетровську та інш.

Косметика ТМ «Avene» представлена у великому асортименті за наступними категоріями:

- зволожуючі маски для надмірно чутливої шкіри;
- крем для лікування шкіри, схильної до куперозу;
- зволожуючі емульсії для нормальної, жирної та сухої шкіри;
- молочко, що очищає;
- зволожуючий тональний крем-перфектор;
- маска-гоммаж для глибокого очищення проблемної шкіри

В аптеках України представлені наступні косметичні лінійки ТМ «Avene» «Pierre Fabre», Франція:

1. Avene Cleamance K – засіб для проблемної, жирної і юнацької шкіри з акне;
2. Avene Hydrance Optinale – зволожуючий засіб;
3. Avene Dianceal – лінія косметики для лікування вугрового висипу;
4. Avene Clean Ac – протизапальну і зволожуючий засіб;
5. Cold Cream Avene – засоби для сухої шкіри;
6. Avene Tolerance Extreme – засоби для чутливої шкіри, яка схильна до алергії;
7. Avene Ystheal – засіб від зморшок;
8. Sun Care – сонцезахисна лінія;
9. Antirougeurs – крем від почервоніння.

Вказані вище 9 косметичних лінійок налічують 95 торгівельні позиції.

Найбільш дешевий косметичний засіб «АВЕН термальна вода спрей» 50 мл – 160,00 грн, а найдорожчий «АВЕН фізіоліфт нічний бальзам 30 мл + міцелярний лосьйон 100 мл набір» – 780,00 грн.

Таким чином, косметичні засоби, ТМ «Avene» «Pierre Fabre», Франція застосовують для сухої шкіри, схильної до atopічного дерматиту. Продукція ТМ «Avene» здатна зняти загострення дерматологічних захворювань і вирішити косметичну проблему. Основний інгредієнт – термальна вода та натуральні біологічно-активні інгредієнти позитивно впливають на стан шкірного покриву. Косметика реалізується, як правило, в аптеках та через онлайн-магазини (StyleSalon.ua (Україна)). Аптечна косметика ТМ «Avene» «Pierre Fabre», Франція являє собою співвідношення – ціна і якість.

1. ТМ «Avene». URL: <https://stylesalon.com.ua/uk/avene.html> (дата звернення: 08.10.2023 р.)

Навчальні рішення для провітан у фармації: відповідно до Європейських пріоритетів, 23–24 листопада, 2023
«Good solutions for gaps in Pharmacy: in line with the European priorities», November 23–2, 2023

Anastasiia Kyrychuk, Yarema Nykolyn, Vira Lubenets

PHARMACEUTICAL SERVICES FOR PEOPLE WITH SPECIAL NEEDS IN UKRAINE.....	133
--	------------

**СЕКЦІЯ Х. РЕАГУВАННЯ НА КРИЗИ ЗДОРОВ'Я,
ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ ЖИТТЯ ПАЦІЄНТІВ
І ПРОФІЛАКТИКА ЗАХВОРЮВАНЬ**

Кубів З.С., Губицька І.І.

ЕФЕКТИВНА КОМУНІКАЦІЯ ФАРМАЦЕВТА І ПАЦІЄНТА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ.....	136
---	------------

Немченко А.С., Міщенко В.І., Хомич Ю.О.

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ АПТЕЧНОЇ КОСМЕТИКИ В УКРАЇНІ.....	138
---	------------

Eridan Izmerli, Natalia Monka

PRIORITY AREAS FOR HEALTHCARE DEVELOPMENT ASSISTANCE TO UKRAINE IN THE EU STRATEGIC PROGRAMS.....	140
--	------------

Кучурка О. М., Швед О.В.

ТЕХНОЛОГІЇ БІОЛОГІЧНОГО ОЧИЩЕННЯ ПІТНОЇ ВОДИ.....	142
--	------------

Ліщишина М.І.; Глушенко О.М., Полова Ж.М.

АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ ДО СКЛАДУ ЯКИХ ВХОДИТЬ PRIMULA VERIS.....	145
--	------------

Бакалік Я.А., Грубель О.Я., Лопатинська О.І.

ОЦІНКА ВПЛИВУ НУТРИЦІЙНИХ ФАКТОРІВ НА ЯКІСТЬ ЖИТТЯ ПАЦІЄНТІВ ІЗ ЗАХВОРЮВАННЯМИ ГАСТРОЕНТЕРОЛОГІЧНОГО ХАРАКТЕРУ.....	147
--	------------

Комарник Я.С., Куртяк Ю.Д., Лопатинська О.І.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО МОДИФІКАЦІЇ НУТРИЦІЙНОГО СТАТУСУ У ХВОРИХ НА ГЕРПЕТИЧНІ ІНФЕКЦІЇ.....	149
---	------------

Skalotska Y.I., Konechna R.T., Vesna M.P.

STEM CELLS AS RAW MATERIAL FOR THE CREATION OF VIABLE ORGANS.....	151
--	------------

Грушківська Д.Т., Пілат Х.С.

ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРНОЇ КОН'ЮНКТУРИ ПРОТИ-ВИРАЗКОВИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ НА РИНКУ УКРАЇНИ.....	153
---	------------

Волошук М., Конечна Р.Т.

СТАРІННЯ НАСЕЛЕННЯ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ РИНОК.....	154
--	------------

Продовж Додатку В



LVIV POLYTECHNIC
NATIONAL UNIVERSITY

НАЦІОНАЛЬНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
"ЛВІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА"



NOVEMBER 23-24, 2023, LVIV, UKRAINE
23-24 Листопада, Львів, Україна

CERTIFICATE

СЕРТИФІКАТ

THIS IS TO CERTIFY THAT
ЦИМ ЗАСВІДЧУЄТЬСЯ, ЩО

Julia KHOMYCH

HAS PARTICIPATED IN INTERNATIONAL STUDENT SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE

**"Good solutions for gaps in Pharmacy: in line with the European
priorities"**

ВЗЯВ(ЛА) УЧАСТЬ У МІЖНАРОДНІЙ СТУДЕНТСЬКІЙ НАУКОВО-ПРАКТИЧНІЙ КОНФЕРЕНЦІЇ
**«Належні рішення для прогалин у фармації: відповідно до
Європейських пріоритетів»**

VICE-RECTOR FOR SCIENTIFIC RESEARCH OF LPNU, ASSOC. PROF.
ПРОРЕКТОР З НАУКОВОЇ РОБОТИ НУЛП, ПРОФ.

IVAN DEMYDOV
ІВАН ДЕМИДОВ



ДОДАТОК С



Національний фармацевтичний університет

Факультет медико-фармацевтичних технологій
Кафедра організації та економіки фармації
Ступінь вищої освіти магістер
Спеціальність 226 Фармація, промислова фармація
Освітня програма Фармація

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувачки
кафедри організації та
економіки фармації
В.о. Ганна ПАНФІЛОВА
“20” вересня 2023 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧКИ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Юлії Хомич

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Аналіз сучасних проблем та перспектив розвитку ринку косметичних засобів у Канаді та Україні»,
керівник кваліфікаційної роботи: Вікторія МІЩЕНКО, к.фарм.н., доц.,
затверджений наказом НФаУ від “ 01 ” листопада 2023 року № 242
2. Строк подання здобувачки вищої освіти кваліфікаційної роботи: грудень 2023 р.
3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: косметичні засоби бренду Avene «Pierre Fabre», Франція, які знаходяться на обігу на фармацевтичному та косметичному ринках Канади й України; літературні джерела з обраної тематики; сайт «Краса та косметика, Канада»; інформаційної платформи «Beauty and cosmetics, Canada/Краса та косметика, Канада»; інтернет-магазин Eva.ua, Prom.ua, Watsons.ua, Hillary Cosmetics.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
 - оглянути обіг косметичних засобів до складу яких входять лікарські засоби, та які реалізується в аптеках з зору медицини, та саме косметики;
 - дослідити відмінності щодо реалізації бренду Avene «Pierre Fabre», Франція в Канаді та Україні;
 - провести порівняльний аналіз цін косметики Avene «Pierre Fabre», Франція в Канаді та Україні;
 - дослідити показник адекватності платоспроможності косметики Avene «Pierre Fabre», Франція у Канаді та Україні
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень):
8 таблиць й 16 рисунків

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Ім'я, ПРИЗВИЩЕ, посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Вікторія МІЩЕНКО, доцент закладу вищої освіти кафедри організації та економіки фармації	20 вересня 2023 р	20 вересня 2023 р
2	Вікторія МІЩЕНКО, доцент закладу вищої освіти кафедри організації та економіки фармації	20 жовтня 2023 р	20 жовтня 2023 р.
3	Вікторія МІЩЕНКО, доцент закладу вищої освіти кафедри організації та економіки фармації	20 листопада 2023 р	20 листопада 2023 р

7. Дата видачі завдання: 20 вересня 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів кваліфікаційної роботи	Примітка
1.	Огляд літературних джерел по обраній тематиці	вересень 2023 р	виконано
2.	Проаналізувати статистичні дані щодо розвитку ринку косметичних засобів, що реалізуються в аптеках	вересень 2023 р	виконано
3.	Оглянути обіг косметичних засобів до складу яких входять лікарські засоби, та які реалізується в аптеках з зору медицини, та саме косметики	жовтень 2023 р	виконано
4.	Дослідити відмінності щодо реалізації бренду Avene «Pierre Fabre», Франція в Канаді та Україні	жовтень 2023 р	виконано
5.	Провести порівняльний аналіз цін косметики Avene «Pierre Fabre», Франція в Канаді та Україні	листопад 2023 р	виконано
6.	Проаналізувати показник адекватності платоспроможності косметики Avene «Pierre Fabre», Франція у Канаді та Україні	листопад 2023 р	виконано
7.	Оформлення кваліфікаційної роботи	грудень 2023 р	виконано

Здобувач вищої освіти

_____ Юлія ХОМИЧ

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ Вікторія МІЩЕНКО

ВИТЯГ З НАКАЗУ № 242
по Національному фармацевтичному університету
від 01 листопада 2023 року

Затвердити тему, керівника та рецензента кваліфікаційної роботи здобувачу вищої освіти заочної форми здобуття освіти факультету медико фармацевтичних технологій ПФаУ 2024 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.	Хомич Юлія Олегівна	Аналіз сучасних проблем та перспектив розвитку ринку косметичних засобів у Канаді та Україні	Analysis of modern problems and prospects for the development of the cosmetics market in Canada and Ukraine	доц. Міщенко В.І.	доц. Жадько С.В.

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

З оригіналом діло:

Декан факультету медико-фармацевтичних технологій _____

 О.І. Набока



ВИСНОВОК

Комісії з академічної доброчесності про проведену експертизу

щодо академічного плагіату у кваліфікаційній роботі

здобувача вищої освіти

№124216 від « 21» грудня 2023 р.

Проаналізувавши випускну кваліфікаційну роботу за магістерським рівнем здобувача вищої освіти денної форми навчання Хомич Юлії Олегівни, 5 курсу, _____ групи, спеціальності 226 Фармація, промислова фармація, на тему: «Аналіз сучасних проблем та перспектив розвитку ринку косметичних засобів у Канаді та Україні / Analysis of modern problems and prospects for the development of the cosmetics market in Canada and Ukraine», Комісія з академічної доброчесності дійшла висновку, що робота, представлена до Екзаменаційної комісії для захисту, виконана самостійно і не містить елементів академічного плагіату (копії).

**Голова комісії,
професор**



Інна ВЛАДИМИРОВА

2%

21%

ВІДГУК

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

Юлії ХОМИЧ

**на тему: «Аналіз сучасних проблем та перспектив розвитку ринку
косметичних засобів у Канаді та Україні»**

Актуальність теми. Сьогодення на фармацевтичних ринках різних країн існуює особливий вид косметики, яка реалізується переважно в аптеках – це багаточисельна група різноманітних засобів, які призначені для специфічного догляду та корекції патологічного стану шкірного покриву і його косметичних недоліків. Тому дослідження особливостей її реалізації в різних країнах є актуальним питанням.

Практична цінність висновків, рекомендацій та їх обґрунтованість. Розраховано показник адекватності платоспроможності косметики Avene «Pierre Fabre», Франція у Канаді та Україні. Встановлено, що в Україні найменше значення *Ca.s*, % має «АВЕН термальна вода спреї, 50 мл» *Ca.s.* = 1,0 %, а найбільше значення досліджуваного показника має – «АВЕН фізіоліфт денний крем 30 мл» *Ca.s.* = 6,0 %. Цей косметичний засіб є найбільш недоступним для широких верств українського населення. У Канаді найбільш доступне для користування «АВЕН сікальфат бальзам для губ 10 мл», тому що має найменше значення *Ca.s.* % = 0,21 %, а найбільше значення встановлено у «АВЕН фізіоліфт денна емульсія 30 мл» *Ca.s.* %=1,38 %, який менш за все доступне для канадців.

Оцінка роботи. У випускній кваліфікаційній роботі другого (магістерського) ступеня вищої освіти Юлія ХОМИЧ провела дослідження сучасних проблем та перспектив розвитку ринку косметичних засобів у Канаді та Україні на прикладі косметичних засобів ТМ «Avene» Pierre Fabre, Франція, що застосовуються для проблемної шкіри.

Загальний висновок та рекомендації про допуск до захисту. Під час виконання роботи Юлія ХОМИЧ проявила уміння працювати з літературою, узагальнювати отримані результати, робити висновки на підставі проведених досліджень. Таким чином, кваліфікаційна робота Юлії ХОМИЧ відповідає вимогам та може бути подана до захисту.

Науковий керівник
"04" грудня 2024 р.

Вікторія МІЩЕНКО

РЕЦЕНЗІЯ

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

Юлії ХОМИЧ

на тему: «Аналіз сучасних проблем та перспектив розвитку ринку
косметичних засобів у Канаді та Україні»

Актуальність теми. Дані американської аналітичної компанії Research and Markets свідчать, що косметична індустрія має щорічний стабільний приріст в розмірі 6,4 %, тому дослідження різноманітних її видів є одним актуальним питанням.

Теоретичний рівень роботи. Косметичні засоби бренду Avene «Pierre Fabre», Франція, які знаходяться на обігу на фармацевтичному та косметичному ринках Канади й України; літературні джерела з обраної тематики; сайт «Краса та косметика, Канада»; інформаційні платформи «Beauty and cosmetics, Canada/Краса та косметика, Канада»; інтернет-магазин Eva.ua, Prom.ua, Watsons.ua, Hillary Cosmetics.

Пропозиції автора по темі дослідження. Проведено аналіз сучасних проблем та перспектив розвитку ринку косметичних засобів у Канаді та Україні на прикладі ТМ «Avene» Pierre Fabre, Франція, що застосовуються для проблемної шкіри.

Практична цінність висновків, рекомендацій та їх обґрунтованість. Встановлено, що середній показника адекватності платоспроможності (Ca.s.) косметики Avene «Pierre Fabre», Франція в Україні має значення 3,2 %, а середній Ca.s. косметики Avene «Pierre Fabre», Франція у Канаді займає значення 0,57 %. Встановлено що у 5,6 раза чисельне значення показника досліджуваних косметичних засобів нижче у Канаді, у порівнянні з Україною. Досліджено, що косметичні засоби Avene «Pierre Fabre», Франція є більш доступнішими населенню Канади, а ніж українським споживачам.

Недоліки роботи. Можливо було провести дослідження стосовно косметичних серій для чоловіків та немовлят.

Загальний висновок і оцінка роботи. Таким чином, випускна кваліфікаційна робота Юлії ХОМИЧ відповідає темі завдання, є актуальною й відповідає вимогам до випускної кваліфікаційної роботи другого (магістерського) ступеня вищої освіти та може бути представлена до захисту.

Рецензент _____ доц. Світлана ЖАДЬКО

"15" грудня 2023 р.

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВИТЯГ З ПРОТОКОЛУ № 7

«21» грудня 2023 року

м. Харків

засідання кафедри

Організації та економіки фармації

Голова: завідувачка кафедри, доктор фарм. наук, професор Ганна ПАНФІЛОВА.

Секретар: канд. фарм. наук, доцент Алла ЛЕБЕДИН.

ПРИСУТНІ:

Зав. каф., проф., проф. Ганна ПАНФІЛОВА, проф. Алла НЕМЧЕНКО, проф. Вікторія НАЗАРКІНА, проф. Інна БАРАНОВА, доц. Віталій ЧЕРНУХА, доц. Наталія ТЕТЕРИЧ, доц. Ірина ПОПОВА, доц. Наталія ДЕМЧЕНКО, доц. Вікторія МІЩЕНКО, доц. Алла ЛЕБЕДИН, доц. Тетяна ДЯДІОН.

ПОРЯДОК ДЕННИЙ:

Про представлення до захисту в Екзаменаційну комісію кваліфікаційних робіт здобувачів вищої освіти випускного курсу НФаУ 2024 року випуску.

СЛУХАЛИ: про представлення до захисту в Екзаменаційну комісію кваліфікаційної роботи на тему: «Аналіз сучасних проблем та перспектив розвитку ринку косметичних засобів у Канаді та Україні», здобувачки вищої освіти групи Фм19(4,63)-дво 01а групи НФаУ 2024 року випуску Юлії ХОМИЧ

Науковий керівник **Вікторія МІЩЕНКО**

Рецензент **Світлана ЖАДЬКО**

УХВАЛИЛИ: Рекомендувати до захисту кваліфікаційну роботу здобувачки вищої освіти **Юлії ХОМИЧ** групи Фм19(4,63)-дво 01а на тему: «Аналіз сучасних проблем та перспектив розвитку ринку косметичних засобів у Канаді та Україні».

Зав. кафедри організації та
економіки фармації
Секретар кафедри

Ганна ПАНФІЛОВА
Алла ЛЕБЕДИН

НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ПОДАННЯ
ГОЛОВІ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ КОМІСІЇ
ЩОДО ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

Направляється здобувачка вищої освіти Юлія ХОМИЧ до захисту кваліфікаційної роботи за галуззю знань 22 Охорона здоров'я спеціальністю 226 Фармація, промислова фармація освітньою програмою Фармація на тему: «Аналіз сучасних проблем та перспектив розвитку ринку косметичних засобів у Канаді та Україні»

Кваліфікаційна робота і рецензія додаються.

Декан факультету _____ / Ольга НАБОКА /

Висновок керівника кваліфікаційної роботи

Здобувачка вищої освіти Юлія ХОМИЧ групи Фм19(4,6з)-дво 01а за результатами проведеної роботи проявила себе як професійна, грамотна та підготовлена здобувачка. Виконала поставлені завдання досліджень на високому науковому рівні, що дозволило досягти у повному обсязі мету досліджень. Робота оформлена у відповідності до діючих вимог, тому може бути представлена до розгляду в Екзаменаційну комісію.

Керівник кваліфікаційної роботи

Вікторія МІЩЕНКО

“04” грудня 2023 р.

Висновок кафедри про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційну роботу розглянуто. Здобувачка вищої освіти Юлія ХОМИЧ допускається до захисту даної кваліфікаційної роботи в Екзаменаційній комісії.

Завідувачка кафедри
організації та економіки фармації

Ганна ПАНФІЛОВА

“21” грудня 2023 р.

Кваліфікаційну роботу захищено
у Екзаменаційній комісії

« ____ » _____ 2024 р.

З оцінкою _____

Голова Екзаменаційної комісії,

доктор фармацевтичних наук, професор

_____ / Олег ШПИЧАК /