

# PHARMACEUTICAL SCIENCES

## ВИВЧЕННЯ ЗАПИТІВ ТА УПОДОБАНЬ СПОЖИВАЧІВ ЩОДО ВИБОРУ АПАРАТНИХ КОСМЕТОЛОГІЧНИХ ПОСЛУГ

**Демченко Вікторія Олександрівна**

к.фарм.н, доцент

**Червоненко Наталія Михайлівна**

к.фарм.н, доцент

**Гончарова Олександра Владиславівна**

Магістр

Запорізький державний медичний університет

м. Запоріжжя, Україна

**Введення.** Косметичний ринок в наші дні займає широку сферу економіки, що включає в себе виробництво, збут продукції і надання послуг. Серед послуг індустрії краси перспективним напрямком є розвиток апаратної косметології.

Апаратна косметологія, яка є сучасним напрямком у косметології, сьогодні знаходиться на піку популярності. Вона відноситься до естетичної медицини і дає змогу проводити всі процедури: фото- і лазерну епіляцію, глибокий пілінг, лікування целюліту, моделювання фігури та ін.

Варто відмітити той факт, що апаратна косметологія – це доступний метод. Ціна процедур значно нижча, ніж ціна аналогічного хірургічного втручання.

Існують різні види процедур апаратної косметології, практично всі з них запозичені з медицини. Раніше вони застосовувалися в лікувальних цілях, а тепер стали безпечною альтернативою пластиці і інвазивним методикам.

Устаткування, яке застосовується в апаратної косметології - це сучасні апарати, створені на основі новітніх технологій, що постійно вдосконалюється з

появою нових методик на основі фізичних факторів і їх комбінацій різного спрямованого впливу, які можуть бути поєднані в одному апараті.

Методи апаратної косметології, будучи достатньо ефективними при застосуванні в естетичній медицині, сьогодні виявляються затребуваними і актуальним постає питання вибору їх споживачами.

Як показує статистика - 85% людей, серед яких 70% жінок і 15% чоловіків, роблять вибір саме на користь послуг апаратної косметології.

Тому, продавці послуг апаратної косметології повинні постійно отримувати інформацію про потреби, запити та уподобання споживачів.

**Мета роботи.** Вивчення контингенту споживачів та виявлення їх запитів і уподобань щодо косметологічних послуг на ринку апаратної косметології.

**Матеріали та методи.** Дослідження проводилися методом анкетування за розробленою анкетною. Опитування проводилося онлайн в Google Форм.

**Результати та обговорення.** У дослідженні приймали участь 202 респондента.

В анкету увійшло 11 питань, які допомогли виявити стан обізнаності, уподобань споживачів та переваги вибору методів апаратної косметології.

В залежності від статі більшість респондентів становили жінки – 94%, чоловіки складають лише 6%.

Віковий сегмент переважно був представлений респондентами від 18 до 25 років.

На питання «З яких джерел Ви дізналися про методи апаратної косметології для коригування естетичних показників зовнішності?», більшість респондентів (49%) вказали на рекламу онлайн (соціальні мережі, сайти косметологічних закладів та ін.) та на поради лікаря-косметолога (29%). За рекомендаціями друзів та родини дізналися 12% опитуваних, а з реклами офлайн (журнали, виставки, ярмарки та ін.) лише 7% респондентів. 3% опитаних вказали свої варіанти відповідей.

Нами були з'ясовані джерела інформації, яким довіряють найбільше. Так, 53% респондентів вказали на поради лікаря-косметолога, далі йдуть

спеціалізовані офіційні видання (17%), відгуки споживачів (15%), поради друзів, близького оточення (11%), сайти в соціальних мережах (2%) і друкована чи онлайн преса (2%). На питання «Чи користуєтеся / користувалися Ви послугами апаратної косметології?» тільки 38% респондентів відповіли «Так», але при наявній фінансовій можливості спробувати методи апаратної косметології для поліпшення естетичних показників зовнішності хотіло 80% респондентів.

У наступному питанні респондентам було запропоновано самостійно зазначити, які саме методи апаратної косметології вони хотіли спробувати застосувати для вирішення своїх естетичних проблем. Отримані відповіді нами розподілені за методами на основі діючого фактору. Так, апаратні методи на основі лазеру посіли перше місце у бажаннях опитуваних, що становить 25%, за ними йдуть методи на основі струму та ультразвуку – по 11%, методи на основі тиску становлять 7%. Останнє місце посіли методи на основі світла – 1%.

Виявилося, що серед тих, хто користуються методами апаратної косметології 7,5% опитуваних це роблять постійно, 48% респондентів дуже рідко звертаються до даних методів. Далі за періодичністю звертання до даних методів апаратної косметології споживачі розташувалися таким чином: 1 раз на місяць - 13%; 1 раз в 3 місяці – 7,5%; 1 раз в 6 місяців – 6% та 18% респондентів користуються 1 раз на рік. Слід зазначити, що серед респондентів, які користуються послугами апаратної косметології 65% опитуваних ставлять за мету підтримання зовнішнього вигляду та профілактики недоліків, 27% - виправлення естетичних недоліків та заради інтересу користувалися лише 8%.

**Висновки.** Послугами на ринку апаратної косметології користуються лише 38% опитуваних, але при фінансовій можливості їх бажать отримати 80%. Визначено, що постійно користуються цими послугами лише 7,5% споживачів. Підтримання зовнішнього вигляду та профілактику недоліків шкіри обличчя та тіла здійснюють 65% споживачів методів апаратної косметології.