



Н.М. Червоненко¹, Н.О. Ткаченко¹, Б.В. Галицький², О.О. Хорішко¹, Ю.С. Котомцева¹

ВИВЧЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ФІТОКОСМЕТИКИ АПТЕЧНИХ МЕРЕЖ ЗАПОРІЖЖЯ

¹Запорізький державний медичний університет,

²ТОВ «Фармацевтичне підприємство аптека №107»

Ключові слова: фітокосметика, лікувальна косметика, асортимент, дослідження фармацевтичного ринку.

Ключевые слова: фитокосметика, лечебная косметика, ассортимент, исследования фармацевтического рынка.

Key words: phytocosmetics, medical cosmetics, assortment, researches of the pharmaceutical market.

Проаналізовано асортиментну та фірмову структуру фітокосметики аптечних мереж м. Запоріжжя «Елітфарм» та «Соціальна аптека».

Проанализирована ассортиментная и фирменная структура фитокосметики аптечных сетей г. Запорожья «Элитфарм» и «Социальная аптека».

In work the assortment and firm structure of phytocosmetics of chemist's networks of Zaporozhye «Elitfarm» and «The Social drugstore» are analysed.

Сьогодні, в умовах зростаючої конкуренції, аптеки прагнуть розширити асортимент товарів і послуг. Відповідно до наказу МОЗ України від 26.11.2004р. №577, лікувальні косметичні засоби, як і репіленти, природні та штучні мінеральні води, дезінфекційні засоби, предмети особистої гігієни, спеціальні харчові продукти та вироби медичного призначення є групою товарів аптечного асортименту [9]. Отже, аптечні заклади мають право реалізовувати їх через структурні підрозділи. На сьогодні чіткого розмежування лікувальних косметичних і суто косметичних засобів немає, тому асортимент косметики в аптеці досить різноманітний. Це може бути як косметика класу мас-маркет (випускається великими партіями, має низьку вартість, у якості консервантів і ароматизаторів містить синтетичні домішки), так і лікувальна продукція. Трапляються й такі визначення лікувальної косметики, як «фармацевтична», «дерматологічна», «дермокосметика», «косметика», «неоцетивка» тощо [1,3,5,7].

За оцінками експертів, однією з основних тенденцій розвитку українського косметичного ринку є збільшення кількості косметичних засобів на основі натуральних компонентів, передусім, лікарських рослин. У більшості засобів «косметичного» спрямування заявлена висока ефективність пов'язана саме з різноманітними фітокомпонентами чи навіть цілими комплексами рослинних екстрактів [2,4]. Сьогодні споживачі прагнуть користуватись продукцією, що містить якомога більше природних інгредієнтів. Основний принцип такої косметики – мінімум барвників, віддушок та інгредієнтів тваринного походження [6,8]. Все частіше при виборі населення звертається до аптечних закладів, сподіваючись отримати консультацію від кваліфікованого спеціаліста й придбати якісну фітокосметику.

МЕТА РОБОТИ

Вивчити і порівняти асортимент косметичних засобів з рослинними компонентами в аптеках м. Запоріжжя.

МАТЕРІАЛИ І МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Об'єктами дослідження стали аптечні мережі «Елітфарм»

і «Соціальна аптека» м. Запоріжжя, що займаються роздрібною реалізацією косметичної продукції, зокрема такої, що містить рослинні складові.

Матеріал досліджень – засоби лікувальної та профілактичної косметики, а також супровідна документація на продукцію, що є в наявності в аптеках обох мереж.

У ході роботи вивчено склад фітокосметичних засобів, проаналізовано асортиментну та фірмову структуру фітокосметики аптечних мереж «Елітфарм» і «Соціальна аптека».

РЕЗУЛЬТАТИ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Люди завжди використовували рослини для лікування та покращення свого зовнішнього вигляду. Аналіз складу фітокосметики показав, що сучасні виробники у рецептурі засобів включають найрізноманітніші екстракти та ефірні олії, отримані з лікарської рослинної сировини. Використовуються як рослини, що зростають у нашій місцевості (кропива дводомна, лопух великий, ромашка лікарська, календула лікарська, звіробій продірявлений, чистотіл великий, софора японська тощо), так і екзотичні, властиві іншим країнам (арніка гірська, олива європейська, зелений чай, женьшень лікарський, перець кайенський).

Аналіз асортиментної структури фітокосметичних засобів в аптечній мережі «Елітфарм» показав, що найбільшим попитом серед споживачів користується така форма випуску, як креми. Їх питома вага є найбільшою і складає 30,43%. Друге місце посідають шампуні (15,64%), третє – засоби у формі олій (8,69%). Далі йдуть бальзами-ополіскувачі для волосся та настої (по 7,83%), за ними – лосьйони та рідке мило (по 5,22%). Питома вага гелів для вмивання складає 4,35%, масок і сировоток – по 3,48%. Останні місця в асортиментній структурі мережі «Елітфарм» посідають такі форми випуску фітокосметичних засобів, як скраб (2,61%), пінка для вмивання, спрей (по 1,74%), молочко, гель (по 0,87%) (табл. 1).

При оцінці асортименту мережі «Соціальна аптека» виявлено, що провідні позиції тут також обіймають креми (50%)



Асортиментна структура фітокосметичних засобів у мережах аптек «Елітфарм» і «Соціальна аптека»

№ з/п	Форма випуску	Кількість, уп.		Питома вага, %	
		Елітфарм	Соціальна аптека	Елітфарм	Соціальна аптека
1	Бальзам-ополіскувач	9	1	7,83	1,32
2	Гель	1	3	0,87	3,95
3	Гель для вмивання	5	4	4,35	5,26
4	Крем	35	38	30,43	50,00
5	Лосьйон	6	6	5,22	7,89
6	Маска	4	5	3,48	6,58
7	Молочко	1	—	0,87	—
8	Настій	9	—	7,83	—
9	Олія	10	3	8,69	3,95
10	Пінка для вмивання	2	1	1,74	1,32
11	Рідке мило	6	—	5,22	—
12	Виворотка	4	—	3,48	—
13	Скраб	3	4	2,61	5,26
14	Спрей	2	—	1,74	—
15	Шампунь	18	11	15,64	14,47

та шампуні (14,47%). На III місці – лосьйони, питома вага яких складає 7,89%. На IV – маски (6,58%). Питома вага скрабів і гелів для вмивання складає 5,26%, гелів та олій – по 3,95%. Останнє місце посідають фітокосметичні засоби у формі пінок для вмивання та бальзамів-ополіскувачів для волосся (по 1,32%).

При подальшому порівнянні асортиментної структури фітокосметичних засобів аптечних мереж «Елітфарм» і «Соціальна аптека» отримано наступні результати: в обох мережах найбільшу питому вагу мають засоби у формі кремів. У «Соціальній аптеці» вони складають половину загальної кількості усіх косметичних препаратів, що містять рослинні складові.

Засоби у формі шампунів, що посідають II місце, мають майже однакову питому вагу. У мережі «Елітфарм» у відсотковому співвідношенні переважають такі засоби, як олії та пінки для вмивання. «Соціальна аптека» не має у своєму асортименті настоїв, молочка, рідкого мила, сивороток і спреїв. Переважають тут косметичні препарати у формі гелів, лосьйонів, масок, гелів для вмивання, скрабів (рис. 1).

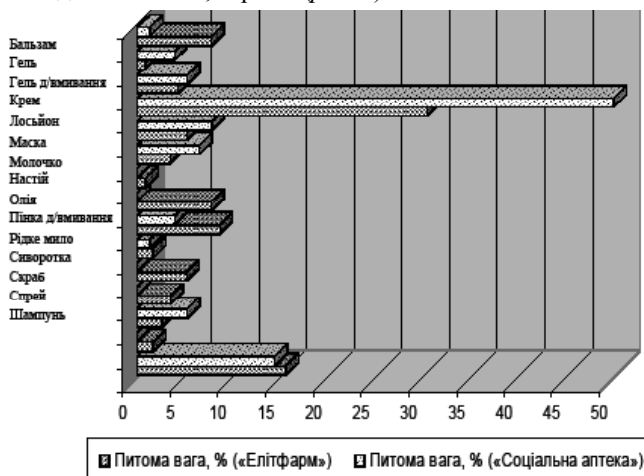


Рис. 1. Порівняння питомої ваги фітокосметичних засобів в аптечних мережах «Елітфарм» і «Соціальна аптека».

У ході досліджень проаналізовано основні фірми-виробники фітокосметики, що реалізується в аптечних мережах «Елітфарм» і «Соціальна аптека». Стало відомо, що більшість засобів в аптеках обох мереж виготовлено вітчизняними виробниками («Елітфарм» – 89,56%, «Соціальна аптека» – 61,84%). Це такі відомі фірми, як НВО «Ельфа» (м. Київ), ТОВ «Медичне НВО «Біокон» (м. Донецьк), ТОВ «Аромат» (м. Харків), ТОВ «Універсальне агентство «ПРО-ФАРМА».

Розглядаючи фірмову структуру мережі «Елітфарм» виявлено, що II місце після продукції вітчизняного виробництва посідає фітокосметика Doliva з Німеччини (3,48%). Французькі засоби представлено фірмою Pierre Fabre Dermocosmétique, швейцарські – Johnson & Johnson. Їх питома вага – 1,74%. Продукти російської компанії ВАТ Концерн «Калина», грецької фірми Frezyderm S.T., польської фірми Farmona та австралійської фірми Laderma Pty Ltd. займають по 0,87% (рис. 2).

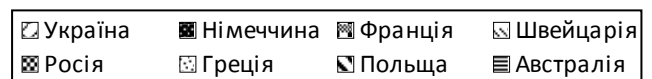
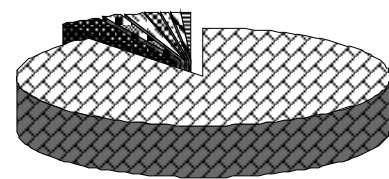


Рис. 2. Фірмова структура виробників фітокосметичних засобів у мережі аптек «Елітфарм».

В аптечній мережі «Соціальна аптека» продукція фірми Johnson & Johnson складає 23,68% від загального асортименту. Чеська фітокосметика для волосся Dr. Müller посідає третє місце (5,26%). Питома вага косметики



виробництва Ірландії та Австралії складає 2,63%; Греції, Німеччини та Нідерландів – по 1,32% (рис. 3).



☐ Україна	☐ Швейцарія	☐ Чехія	☐ Австралія
☐ Ірландія	☐ Німеччина	☐ Греція	☐ Нідерланди

Рис. 3. Фірмова структура виробників фітокосметичних засобів у мережі «Соціальна аптека».

ВИСНОВКИ

Останнім часом спостерігається зростання збуту косметичної продукції через аптечні мережі. Засоби з рослинними складовими впевнено завойовують позиції на українському ринку. Керівництво аптечних закладів при формуванні асортименту спирається на вподобання споживачів, які все більше прагнуть користуватись натуральною косметикою.

При аналізі асортиментної структури фітокосметичної продукції аптечних мереж «Елітфарм» і «Соціальна аптека» на прикладі аптек №208 і №107 виявлено, що перша має ширший асортимент косметики з компонентами рослин-

ного походження. Суттєву частку асортименту складають засоби у формі кремів, питома вага яких більша в мережі «Соціальна аптека» (відповідно 50% і 30,35%).

У фірмовій структурі косметичних засобів з рослинними компонентами лідируючі позиції посідають вітчизняні виробники.

ЛІТЕРАТУРА

1. Богданова Н. За косметикой в аптеку / Н. Богданова, А. Демецкая // Фармацевт-практик. – 2006. – №1. – С. 58–59.
2. Дедишина Л. Косметика в аптеці: вигідно і престижно / Л. Дедишина // Фармацевт-практик. – 2007. – №9. – С. 74–76.
3. Зорина О. Консультація по лечебной косметике: рекомендации и акценты / О. Зорина // Провизор. – 2008. – №19. – С. 7–10.
4. Пучкова Т. Эффективны ли растительные экстракты в «космецевтике» / Т. Пучкова // Косметика и медицина. – 2008. – №4. – С. 26–33.
5. Сазонова А. Красота по рецепту / А. Сазонова // Провизор. – 2007. – №23. – С. 57–58.
6. Дрибноход Ю. Косметика и косметология: все растительные средства по уходу за кожей. Ваш профессиональный домашний консультант / Ю. Дрибноход – СПб: ИГ «Весь», 2006. – 320 с.
7. Медицинская косметика: руководство: пер. с болг. / под ред. П. Михайлова. – М.: Медицина, 1984. – 208 с.
8. Мельниченко Т.А. Товароведение парфюмерно-косметических товаров / Т.А. Мельниченко. – Ростов н/Д: «Феникс», 2002. – 288 с.
9. Про затвердження переліку товарів, які мають право придбавати та продавати аптечні заклади та їх структурні підрозділи: наказ МОЗ України від 26.11.2004р. № 577. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z1564-04>

Відомості про авторів:

Червоненко Н.М., к. фарм. н., доцент каф. управління і економіки фармації ЗДМУ.

Ткаченко Н.О., к. фарм. н., доцент каф. управління і економіки фармації ЗДМУ.

Галицький Б.В., зав. ТОВ «Фармацевтичне підприємство аптека №107», м. Запоріжжя.

Хорішко О.О., студентка 5 курсу фармацевтичного факультету (спеціальність «ТПКЗ») ЗДМУ.

Котомцева Ю.С., студентка фармацевтичного факультету (спеціальність «Фармація») ЗДМУ.

Адреса для переписки:

Ткаченко Наталя Олександрівна. 69035, м. Запоріжжя, пр-т Маяковського, 26, каф. УЕФ ЗДМУ.

Тел.: (061) 236 22 48.

E-mail: tkachenko@zsmu.zp.ua