

ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ КОСМЕТИЧНИХ ШАМПУНІВ МАС-МАРКЕТУ

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

Науковий керівник: Філіпцова О. В.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

philiptsova@yahoo.com

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

Мета дослідження: дослідження використання косметичних шампунів мас-маркету.

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

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

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

ЕФЕКТИВНІСТЬ АРОМАТЕРАПІЇ ПРИ ДЕПРЕСИВНИХ СИМПТОМАХ

Атаєва А. В., Філіпцова О. В.

Науковий керівник: Башура О. Г.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

albinaataeva716@gmail.com

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

Вона відрізняється від звичайних перепадів настрою чи емоціональної реакції на тяжкі ситуації в повсякденному житті. Це може призвести до різноманітних емоційних і фізичних проблем і може знизити здатність працювати на роботі та вдома. У найважчих випадках депресія може призвести до самогубства.

Ароматерапія – це популярне втручання комплементарної та нетрадиційної медицини, яке вибирають люди з депресією. У зв'язку зі зростаючою популярністю ароматерапії для полегшення симптомів депресії, необхідна поглиблена оцінка клінічної ефективності ароматерапії, що ґрунтується на доказах.

Мета дослідження. Надати аналіз клінічних доказів ефективності ароматерапії для лікування симптомів депресії у пацієнтів будь-якого типу.

Матеріали та методи. Літературний метод пошуку в базі даних проводився з використанням попередньо визначених термінів пошуку в 5 базах даних: AMED, CINAHL, CCRCT, MEDLINE і PsycINFO.

Показники результатів включали шкали вимірювання рівнів симптомів депресії.

Результати дослідження. Було включено дванадцять контрольованих досліджень і визначено два методи застосування ароматерапевтичного втручання, включаючи інгаляційну ароматерапію (5 досліджень) і ароматерапію масажем (7 досліджень).

Сім досліджень показали поліпшення симптомів депресії. Якість половини досліджень низька, а протоколи введення в дослідженнях значно відрізнялися. У дослідженнях також використовувалися різні інструменти оцінювання.

Висновки. Ароматерапія продемонструвала потенціал для використання як ефективного терапевтичного варіанту для полегшення симптомів депресії у багатьох пацієнтів. Зокрема, аромамасаж показав більш кращий ефект, ніж інгаляційна ароматерапія.

ДОЦІЛЬНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ НЕМЕДИКАМЕНТОЗНИХ МЕТОДІВ У ПРОФІЛАКТИЧНИХ ТА РЕАБІЛІТАЦІЙНИХ ЦІЛЯХ, А ТАКОЖ ПРИ ЛІКУВАННІ ХРОНІЧНИХ ЗАХВОРЮВАНЬ ШКІРИ

Вербицька М. О., Семушина А. М., Кобилянська Н. С.

Науковий керівник: Бобро С. Г.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

svetabobro1@gmail.com

Вступ. У сучасну епоху ми є свідками справжнього фармакологічного буму, який охопив усі країни та континенти. Ми постійно отримуємо масу нав'язливої рекламної інформації про нові і нові лікарські препарати. Проходячи вулицями, ми помічаємо, як з'являються численні аптеки. Це не що інше, як масштабна комерціалізація фармакологічних послуг. Але не завжди на благо. Деколи навіть лікарі не встигають відстежувати появу нових медикаментів. Безумовно, багато фармакологічних препаратів, створених на основі сучасних технологій, є високоякісними та ефективними, але вони часом дорогі і не завжди доступні. Крім того, на жаль, незважаючи на посилення заходів щодо контролю за виробництвом та реалізацією лікарських препаратів, зберігається ризик придбання контрафактної продукції. До того ж, як правило, ліки, ефективні при захворюваннях одних органів та систем, надають несприятливу побічну дію на інші органи