

**Матеріали та методи.** Проведено онлайн-опитування 167 жінок з різних регіонів України за допомогою Гугл-форми. Первинне дослідження було проведено у липні-серпні 2022 року. З метою обробки одержаних результатів використано програмне забезпечення Statistica 6.0.

**Результати дослідження.** Серед видів депіляції можна виділити: гоління, воскову депіляцію, спеціальні гелі та креми для депіляції, шугаринг. Існує також ензимна та лазерна епіляція.

Було розроблено анкету яка містила два розділи: перший – про демографічні показники споживачів і другий розділ інформацію щодо вибору епіляції чи депіляції тіла. Опитування було проведено серед жінок віком від 16 до 60 років. Встановлено, що переважна більшість жінок старшого віку (61%) обирає гоління як один з найбільш простих та найдешевших методів депіляції. 13% жінок старшого віку використовує депілятори у вигляді гелю або крему. 5% жінок віком понад 50 років використовують воскову депіляцію чи шугаринг. Епілятором користується 4%. Лише 2% з них робили лазерну епіляцію. Так, 15% жінок похилого віку не видаляють волосся взагалі, особливо взимку. Спеціальні гелі та креми для депіляції використовує 25% молоді. Серед молоді шугаринг та воскова депіляція користується попитом у 24% опитаних. Лазерну епіляцію робили 10% респондентів молодого віку. З них голінню надають перевагу 25%. Епілятором користується 15%. Не видаляє волосся взагалі лише 1% молоді.

**Висновки.** Кожна сучасна жінка обирає процедуру видалення небажаного волосся яка є для неї більш доступною як за ціною, так і способом проведення.

## ДОСЛІДЖЕННЯ ФАРМАКОТЕХНОЛОГІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ПРИ РОЗРОБЦІ СУПОЗИТОРІЇВ

Кралін М. В., Ніколайчук Н. О.

Науковий керівник: Кухтенко О. С.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

tfp@nuph.edu.ua

**Вступ.** Питання вивчення біологічної доступності виступило в сфері дослідження на передній план на основі підміченого факту, що лікарська форма, склад діючих та допоміжних речовин, технологічний процес її виготовлення та спосіб прийому при певних обставинах у значній мірі змінює процес абсорбції багатьох лікарських речовин, а тим самим і кількісний бік їх фармакологічного та терапевтичного ефектів.

Однією з основних цілей біофармацевтичного дослідження є визначення для даної лікарської речовини найбільш благоприємного способу прийому з терапевтичного боку та у його рамках вибрати таку лікарську форму, яка здатна забезпечити досягнення необхідного терапевтичного ефекту.

У теперішній час фармацевтичний ринок України активно насичується лікарськими засобами різних фармакологічних груп. Серед цих препаратів значне місце займають ректальні лікарські форми, зокрема, супозиторії. Ректальний спосіб введення лікарських засобів сполучає в собі позитивні боки ін'єкційного та перорального способів введення. Так,

за швидкістю досягнення фармакологічного ефекту ректальний спосіб введення близький до ін'єкційного, але, на відміну від нього – не болючий та в меншій мірі сприяє появі алергічних реакцій, не вимагає спеціального підготовленого медичного персоналу. Ректальний спосіб введення лікарських засобів відрізняється від інших деякими особливостями, основними з яких є надходження лікарських речовин безпосередньо в загальний кровообіг, минаючи дію шлунково-кишкового тракту та печінки.

**Мета дослідження.** Метою нашої роботи стала розробка супозиторіїв із вмістом рослинних екстрактів для лікування проктологічних захворювань (геморой, анальна тріщина тощо). Першочерговим питанням стало визначення ефективної за фармакотехнологічними показниками основи.

**Матеріали та методи.** В дослідженнях використовували комплексний густий екстракт лікарської рослинної сировини, що було отримано на кафедрі технологій фармацевтичних препаратів НФаУ, гідрофільні (макрогольні) та гідрофобні (супоцир, овуцир, вітепсол та твердий жир) основи. Методики дослідження визначали за стандартними методиками Державної фармакопеї України.

**Результати дослідження.** Відповідно до вимог ДФУ ректальні супозиторії, в залежності від виду основи, контролюють за такими показниками: опис, ідентифікація, середня маса і однорідність маси, однорідність вмісту (для речовин з вмістом 2 % і менше від середньої маси супозиторія), час повної деформації, температуру плавлення, твердість, супровідні домішки, мікробіологічна чистота та кількісне визначення.

При проведенні стандартизації супозиторіїв з густим комбінованим екстрактом крім приведених показників нами досліджувались такі данні як кислотне, перекисне, йодне число, число омилення та реологічні показники.

Супозиторії готували середньою масою 1,5 г, з вмістом густого екстракту до 0,3 г. В деяких модельних зразках крім основи використовували розчинники екстракту (пропіленгліколь, полісорбат 80, гліцерин). Кількість екстрактів в складі готового продукту (одного супозиторія) була визначена за літературними даними та на підставі того, що саме ця кількість вміщує в себе достатню концентрацію активних компонентів (флавоноїдів).

Середнє значення температури плавлення супозиторіїв з густими екстрактом, де основою був супоцир, знаходиться за межами вимог ДФУ, тому подальше використання цього типу основи не є доцільним. При використанні в якості основи овуциру в процесі зберігання відбулося зміна кольору супозиторіїв. Ця основа нами була також виключена з подальших досліджень. Супозиторії на гідрофільних основах не вдалося стабілізувати.

Слід відзначити, що під час досліджень було виявлено, що при додаванні до складу супозиторіїв, що виготовлені всіх гідрофобних супозиторних основах, екстракту відбулося зниження температури плавлення та часу повної деформації в порівнянні з показниками супозиторних основ.

Таким чином, подальші дослідження проводили на супозиторних основах твердий жир типу А та вітепсол W-35.

Реологічні показники супозиторних основ із комбінованим екстрактом показали можливість використання супозиторних основ на твердому жиру та вітепсолі в якості основ супозиторій для застосування у проктології.

**Висновки.** За фармакотехнологічними показниками визначено коло допоміжних речовин, що можуть бути використані для розробки супозиторіїв для лікування

проктологічних захворювань. Подальші дослідження будуть включати етапи визначення вивільнення діючих компонентів, застосування консервантів, стабілізаторів та технології отримання лікарського засобу.

## **ВИВЧЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ДЕКОРАТИВНОЇ КОСМЕТИКИ РІЗНИМИ ПОКОЛІННЯМИ СПОЖИВАЧІВ**

Краснокутська А. Р., Кобець М. М.

Науковий керівник: Філіпцова О. В.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

philiptsova@yahoo.com

**Вступ.** Теорія поколінь – це теорія, розроблена Вільямом Штраусом і Нілом Хоув, яка описує цикли поколінь, що повторюються, в історії США. Представники поколінь (у дужках зазначені роки народжень): покоління «Х» (1963-1984); покоління «Y» (1984-2000); покоління «Зет» або зумери (з 2000). Оскільки різні покоління мають різні цінності, то вони мають певні відмінності як споживачі декоративної косметики. Сьогодні відомі такі світові бренди декоративної косметики, як: Max Factor, L’Oreal, Maybelline. ТОВ «Лореаль Україна» являє собою лідера косметичного ринку України. Косметика масового попиту компанії ТОВ «Лореаль Україна» представлена такими брендами: Міха, Maybelline New York, L’Oreal Paris, Garnier, NYX Professional.

**Мета дослідження:** вивчення використання декоративної косметики різними поколіннями споживачів.

**Матеріали та методи.** У роботі проведено онлайн-опитування споживачів декоративної косметики різних поколінь за допомогою Гугл-форми. В опитуванні прийняли участь 127 жінок з різних регіонів України. Первинне дослідження було проведено у серпні та вересні 2022 року. Для обробки отриманих результатів використано програмне забезпечення Statistics 25. Для статистичного аналізу використано хі-квадрат і тест Краскела-Уолліса.

**Результати дослідження.** Респонденти цього дослідження поділяються на три покоління (покоління Х, покоління Y, покоління Зет), і ця робота показує відмінності між згаданими поколіннями, які фактори та які характеристики декоративної косметики споживачі вважають важливими при виборі косметичного засобу. Було розроблено анкету та проведено пілотне тестування шляхом онлайн-опитування. Анкета містила два розділи: перший розділ про демографічні показники споживачів і другий розділ інформацію щодо вибору декоративної косметики. Опитування було проведено серед жінок-споживачів косметики різних поколінь віком від 16 до 50 років.

Із загальної кількості 127 респонденток, які взяли участь у дослідженні, представниками покоління Х склали 35%. До покоління Y належить 25% жінок. Представники наймолодшого покоління Зет склали 40%. Хоча вибірка нерівномірно розподілена між поколіннями, кількість респондентів на покоління достатньо велика, щоб їх можна було порівнювати.

З’ясовано, що існує тісний зв’язок між доходом і сумою, витраченою на макіяж. У ході дослідження встановлено, що представники покоління Х мають найвищий рівень доходу.