

Розглянемо асортимент контейнерів (пляшок, термоконтнерів) і приладів для дитячого харчування. До складу дитячих пляшок, як правило входять: сама пляшка, соска, кільце, що фіксує соску на пляшці, кришка для покриття соски і, іноді, одноразовий вкладиш.

Стандартні розміри пляшки 125 мл, 240, 270 і 330 мл. Відношення висоти до ширини пляшок має значення, оскільки пляшка має утримуватись при використанні при нормальному куті. Є асиметричні пляшки, які забезпечують утримання розташування соски, якщо пляшка нахилена в певному напрямку.

Пляшки (контейнери) виготовляють з таких матеріалів, як скло, пластмаса, за спеціальними технологіями nanoCARE™ з пластика, використовуюваного в охороні здоров'я, яка є антибактеріальною, не фарбується і не вбирає запахи та ін. Існують гнучкі пляшки зі знімною ложкою для дитячих фруктових і овочевих пюре, зернових каш, пюре і т. д. Пляшки антиколікові, що запобігають ковтання повітря дитиною, тим самим допомагає зменшити атаку газовими коліками. Поїльники-непроливайка з трубочкою. Пляшки для годування дітей з широким та вузьким горлечком. Для доросліших дітей існують ланч бокси (засіб для перенесення їжі з собою), що складаються з однієї ємності або з декількома осередками. Контейнери для дитячої суміші, каші, 0М +, для сухої суміші. Набори контейнерів, які складаються з 3 шт. Термос-контейнер. Дитяча силіконова соска контейнер для введення прикорму – ниблер. Портативна пляшка-органайзер з контейнером для дитячих сипучих сумішей. Термос - поїльник дитячий.

До приладів для дитячого харчування можна віднести стерилізатори і підігрівачі для дитячого харчування (електричний підігрівач для пляшечок. автомобільний підігрівач для дитячих пляшок і банок, підігрівач-USB для дитячого харчування), прилад для охолодження окропу для дитячого харчування, блендер - пароварка для дитячого харчування, складні сумки для дитячого харчування, Термо підстаканник для дитячої коляски для пляшок з дитячим харчуванням і склянок. Сушарка (набір для сушіння дитячих пляшок, мисок, чашок, дитячих ложок і т. д.)

Результатом дослідження країн – виробників нами виявлені наступні: Україна, Гонконг, Італія, Польща, Франція, Китай, Тайвань, Індія, Туреччина, Естонія, Англія, Іспанія, США

Висновки. Корисність і актуальність цих виробів завжди був, тому удосконалення, розробки для більшої функціональності у використанні споживачами є дуже перспективними, що сприяло розвитку наукових досліджень та розробок у цій галузі, а також можливості допомогти молодим сім'ям.

АНАЛІЗ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ ДИСТАНЦІЙНОЇ ТОРГІВЛІ ЛІКАРСЬКИМИ ЗАСОБАМИ

Халабі Яссін

Науковий керівник: Шуванова О. В.,

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

shuvanovaev@gmail.com

Актуальність. Питання дистанційної реалізації лікарських засобів (ЛЗ) на протязі кількох років активно обговорювалося представниками фармацевтичної галузі в Україні. Особливо гострою стала потреба в цій послугі під час карантинних обмежень, пов'язаних з пандемією COVID-19.

Мета роботи. Метою дослідження був аналіз практики дистанційної торгівлі ЛЗ за кордоном.

Матеріали та методи. Був застосований метод кабінетного аналізу. Для проведення дослідження були використані нормативні документи, що регулюють дистанційну торгівлю ЛЗ в різних країнах, наукові публікації.

Отримані результати. У країнах Європи продажі безрецептурних ЛЗ через Інтернет почали розвиватися близько 20 років тому. Наприклад, в Швеції вони дозволені з 2002 р., а в Ірландії та Іспанії — з 2006 р. Продаж ЛЗ за допомогою інтернет-сервісів дозволений у США з 2008 р. Більшість країн дозволяє продаж безрецептурних ліків, за умови дотримання спеціальних правил для захисту безпеки пацієнтів. Деякі країни дозволили дистанційний продаж для рецептурних ЛЗ, зокрема Німеччина, Фінляндія, Швейцарія, Швеція та Естонія. У країнах, які дозволяють реалізацію ЛЗ через Інтернет, цей вид діяльності зазвичай вимагає дозволу регуляторного органу, як в Німеччині, Франції, Швейцарії та Естонії, або повідомлення регуляторного органу, як в Бельгії та Ірландії. У більшості країн вимоги до відпуску ЛЗ через Інтернет аналогічні тим, що застосовуються до відпуску в умовах аптеки, але в деяких країнах передбачені додаткові вимоги, наприклад, у Франції не дозволяється відпускати ЛЗ, якщо у пацієнта відсутня можливість поспілкуватися з фармацевтом. У більшості країн, де дозволено реалізацію ЛЗ через Інтернет, аптеки повинні бути готові надавати консультації після відпуску ЛЗ (зазвичай після отримання ЛЗ пацієнтом).

Висновки. Результати аналізу показують, що в багатьох країнах дозволений Інтернет-продаж не тільки безрецептурних, але і рецептурних ЛЗ, але такий продаж зазвичай повинен супроводжуватися професійною консультацією фармацевта. Це істотно підвищує доступність фармацевтичної допомоги, а з розвитком сучасних інформаційних технологій, отримання консультації фармацевта онлайн або по телефону є адекватною заміною консультації при відвідуванні аптеки.

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ПРИ ВИБОРІ АНТИГІСТАМІННИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ СИСТЕМНОГО ЗАСТОСУВАННЯ

Чегринець А. А.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна
annachehrynets@gmail.com

Актуальність. Алергія є одним із розповсюджених захворювань, яке може спостерігатися у людини впродовж всього життя. Алергічні захворювання можуть призводити до досить значних погіршень якості життя людини та зменшувати її працездатність.

Мета роботи. Метою роботи було дослідження споживчих переваг під час вибору антигістамінних засобів для системного застосування.

Матеріали та методи. Для досягнення поставленої мети було використано методи опитування (анкетування), аналізу та статистичної обробки даних.

Отримані результати. На першому етапі дослідження нами було визначено соціально-демографічний портрет споживачів антигістамінних засобів для системного застосування. В анкетуванні прийняло участь 129 відвідувачів аптек міста Харкова. Серед респондентів більшу кількість складають жінки – 57 % та 32 % переважають особи у віці від 31 до 40 років. Під час опитування було визначено, що 38 % відвідувачів аптек складають робітники, 21 % – підприємці, 14 % – це пенсіонери. На наступному етапі дослідження було виявлено споживчі переваги та основні фактори, які мають змогу вплинути на вибір