

до застосування таких препаратів зводиться до корекції тонких поверхневих зморшок. Однак їх потенційні можливості набагато ширші. Застосування пластичних філерів ГК багато в чому виправдане в процедурах так званого «біоармування» обличчя, що дозволяє навіть делікатно заповнювати обсяг м'яких тканин. Кілька років тому подібні процедури стали «візитною карткою» багатьох салонів краси, з'явилися публікації у професійній пресі. Сьогодні настав час для осмислення. Проведення процедур біоармування шкіри вимагає знання фармакокінетики використовуваних препаратів, аналізу показань та естетичних протипоказань, інакше ефект від процедури може бути обтяжливим, оскільки посиляться акценти зовнішності, які хотілося б згладити.

Стабілізація ГК у складі філера забезпечує більш тривале перебування препарату в тканинах та пролонгування косметичного ефекту. Крім того, досить високий ступінь стабілізації ГК у складі більшості монофазних філерів (понад 5%) сприяє зниженню їх залишкової гідрофільності, а отже, і зменшує ризик розвитку вираженої набрякості (не пов'язаної з власне травмою) після ін'єкції. Низький ступінь стабілізації ГК у складі біфазних філерів (близько 1%) обумовлює їхню високу залишкову гідрофільність та можливість деякого збільшення обсягу матеріалу після введення, розвиток минущої набрякості. Такі ефекти не можна вважати негативними, проте при проведенні біоармування вони ускладнюють прогнозування результату. Треба враховувати також високий рівень чистоти препарату у плані вмісту білкових та інших домішок бактеріального походження та домішок, зумовлених технологічним процесом. При використанні високоочищених препаратів вдається максимально виключити побічні ефекти та ускладнення, що обумовлені матеріалом, а не технічними нюансами проведення маніпуляції. Таким вимогам відповідають продукти багатьох виробників.

Висновки. Виявлено, що основна тенденція останнього часу пов'язана із переходом до тривимірної аналізи морфології старіючої обличчя. В останні два-три роки з'явилося багато нових препаратів для волюметричної корекції, розроблені спеціальні канюлі для їхнього атравматичного введення, деталізовані рекомендації з техніки ін'єкцій. Нове захоплення дещо відсунуло убік препарати стабілізованої ГК низької в'язкості.

ВИВЧЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ЗУБНИХ ПАСТ СЕРЕД МЕШКАНЦІВ УКРАЇНИ

Варданян М.Ю., Кобець М.М., Кобець Ю.М.

Науковий керівник: Філіпцова О.В.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна
philipsova@yahoo.com

Вступ. Гігієна відіграє важливу роль у нашому повсякденному житті. Для здорового життя зубам слід приділяти велику увагу. Збереження зубів є дуже важливим для кожної людини. У давні часи зубної пасти не було. Наші предки чистили зуби за допомогою натуральних інгредієнтів. Зубна паста використовується для захисту зубів, для запобігання карієсу та усунення неприємного запаху з рота. Завдяки сучасним інноваціям ринок зубних паст постійно зростає. Ринок зубних паст є імпортозалежним. Частка вітчизняного виробника складає менше 10%.

Мета дослідження. Вивчення споживчих переваг зубних паст серед мешканців України.

Матеріали та методи. У даній роботі проведено онлайн опитування за допомогою електронної анкети серед здобувачів вищої освіти 3-5 курсів Національного фармацевтичного університету. У анкетуванні прийняли участь 105 здобувачів вищої освіти.

Результати дослідження. У ході дослідження встановлено, що 40% респондентів не змінює бренд зубної пасти взагалі, а постійно користується одним тим самим брендом. 25% опитаних змінюють бренд 1 раз на 3 місяці та 1 раз у півроку. Зубні пасти з хімічним складом купує 75% споживачів. При чому на наявність лаурилсульфат натрію звертає увагу лише 20% опитаних. Так, 25% респондентів надають перевагу зубним пастам з натуральним складом з екстрактами трав, що є пропагандою здорового способу життя. Для половини респондентів бренд та ціна має вирішальне значення. На склад, безпечність та ефективність при виборі зубної пасти звертає увагу 20% споживачів. Для 55% опитаних реклама у ЗМІ суттєво впливає на вибір зубної пасти. Встановлено, що найбільшим попитом користуються такі торгові марки: Colgate, Blend-a-med, Oral B, President, Splat, Lacalut, Himalaya. Дані зубні пасти належать до мас-маркету та мають прийнятну ціну для споживачів та сучасну рецептуру, що задовольняє вимоги сучасних споживачів.

Висновки. Зубні пасти відносяться до товарів гігієни першої необхідності і попит на них залишається стабільним навіть за умов військових дій в Україні. Споживачі обирають зубну пасту на підставі того, наскільки активно бренд представлений на ринку.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОБІЧНИХ ЕФЕКТІВ ВИКОРИСТАННЯ КОСМЕТИКИ ДЛЯ ГУБ СЕРЕД СУЧАСНИХ ПІДЛІТКІВ

Величко Є.О., Кобець М.М., Кобець Ю.М.

Науковий керівник: Філіпцова О.В.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

philiptsova@yahoo.com

Вступ. Потреба в косметичці для губ продовжує зростати разом із появою нової продукції як вітчизняних, так і світових брендів. Щоб слідувати потребам своїх споживачів, новий продукт має різноманітні функції, крім як фарби для губ, але також як зволожувач, захист губ навіть як лікування. Однак, консерванти, молекули пігменту та інші синтетичні сполуки, що входять до складу косметичних засобів для губ, можуть мати шкідливий побічний вплив на організм, включаючи алергічні реакції, акне, сухість губ та зміну кольору.

Мета дослідження. Дослідження побічних ефектів використання косметики для губ серед сучасних підлітків.

Матеріали та методи. У даній роботі проведено онлайн опитування за допомогою електронної анкети серед дівчат-підлітків 7-11 класів однієї із ЗОШ м. Харкова. У анкетуванні прийняли участь 75 підлітків.

Результати дослідження. Встановлено, що більшість опитаних дівчат користуються косметикою для губ з метою особистого задоволення (40%). Серед косметичних засобів для губ, якими користуються дівчата-підлітки, переважає блиск для губ (35%). Тінт для губ обирають 25% респондентів. Помадою для губ користуються 20% підлітків. З'ясовано, що більшість дівчат (65%) обирають матовий тип кольору помади. На жаль, матові помади не