

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

містять в своєму складі масла і викликають сухість шкіри губ. Визначено, що дівчата-підлітки переважно користуються косметикою мас-маркету Eveline (20%), Maybelline New York (15%), NYX (15%), Kiko Milano (10%). Серед можливих наслідків при постійному використанні неякісної косметики для губ респонденти відмітили, що мали: 40% – тріщини на губах, 20% – збільшення відмерлої шкіри на губах, 16% – алергічні реакції, 10% – зміна кольору губ, 8% – почервоніння губ, висипання – 6%. Встановлено, що 60% респондентів не використовують спеціальні засоби для зняття косметичного засобу для губ. Залишки помади можуть залишитися на шкірі губ на тривалий період і мати негативні наслідки.

Висновки. Проведений аналіз свідчить, що сучасна молодь дуже часто користується косметикою для губ. Це може призвести до побічних ефектів, якщо ці засоби дешеві і містять шкідливі компоненти. Рівень обізнаності сучасних підлітків щодо вибору засобів для догляду за губами, їх коректного застосування та очищення є недостатнім і потребує покращення.

ЕМУЛЬСІЙНІ МАСКИ ДЛЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО ТА ІНТЕНСИВНОГО ЗВОЛОЖЕННЯ ШКІРИ ПЕРЕД МАКІЯЖЕМ: ВИБІР ОПТИМАЛЬНИХ ІНГРЕДІЄНТІВ ДЛЯ ДОГЛЯДУ ЗА ШКІРОЮ ЖІНОК ВІКОВОЇ ГРУПИ 20-25 РОКІВ

Гончар Ю.В.

Науковий керівник: Башура О.Г.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна
gonchar498@gmail.com

Вступ. Підготовка шкіри до макіяжу є важливим етапом у догляді за шкірою жінки у будь-якому віці, проте у нашому дослідженні ми зосередили свою увагу на віковій групі жінок 20-25 років з комбінованою шкірою, адже це саме той вік, у якому, правильно слідкуючи за шкірою ми можемо запобігти розвитку процесу раннього старіння.

В основі правильного догляду та підготовки шкіри обличчя до нанесення макіяжу у такому віці лежить три головних етапи – це очищення, тонізація, зволоження та живлення. Серед усіх етапів, саме зволоження прямо впливає на швидкість старіння, адже правильно зволожена шкіра здатна нормально функціонувати, вона більш пружна, еластична, а дрібні зморшки стають менш помітними.

Сучасний ринок пропонує великий асортимент форм засобів для зволоження шкіри перед макіяжем: креми, маски, сироватки, натуральні олії, зволожуючі спреї, термальна вода. Серед усіх форм ми вирішили обрати саме маску на емульсійній основі вивчити переваги такої форми та дослідити, які інгредієнти будуть найбільш доцільні для даної вікової групи 20-25 років, для ефективного зволоження та живлення шкіри перед нанесенням макіяжу.

Мета дослідження. Аналіз сучасних наукових даних щодо переваг маски на емульсійній основі для зволоження шкіри перед макіяжем. Аналіз та вибір інгредієнтів для ефективного зволоження та живлення шкіри жінок вікової групи 20-25 років з комбінованою шкірою.

Матеріали та методи. Об'єктом досліджень стала шкіра жінок вікової групи 20-25 років. Були вивчені та обрані інгредієнти для створення зволожуючої маски на емульсійній основі перед макіяжем. У ході досліджень застосовувались методи сучасного інформаційного пошуку, бібліографічний, аналітичний, порівняльний аналіз та узагальнюючий.