

Ewa Stamirowska-Krzaczek¹, Magdalena Domin²

¹ Instytut Nauk Rolniczych, Wyższa Szkoła Zawodowa w Chełmie, ul. Pocztowa 54, 22-100 Chełm

² absolwentka Wydziału Nauk Społecznych i Medycznych, Wyższa Szkoła Nauk Społecznych z siedzibą w Lublinie, ul. Zamojska 47, 20-031 Lublin

Stosowanie dermokosmetyków w pielęgnacji skóry wśród mieszkańców woj. lubelskiego

**The use of dermocosmetics in skin care among residents
of the province Lublin**

Streszczenie

W obecnej chwili kosmetolodzy i dermatolodzy spotykają się z dużą liczbą pacjentów borykających się z problemami skórnymi. Nierzadko takim osobom poleca się korzystanie z dostępnych w aptekach Kosmeceutyków czy Dermokosmetyków. Dlatego też, celem niniejszej pracy była ocena wiedzy mieszkańców woj. lubelskiego na temat dermokosmetyków oraz zawartych w nich substancji aktywnych.

Słowa kluczowe: dermokosmetyki, kosmeceutyki, problemy skórne, kosmetyki, woj. lubelskie

Abstract

At the moment, cosmetologists and dermatologists meet with a large number of patients struggling with skin problems. Often such people are recommended to use the cosmeceuticals and dermocosmetics available in pharmacies. Therefore, the aim of this work was to assess the knowledge of the inhabitants of the province Lubelskie on the subject of dermocosmetics and active substances contained in them.

Key words: dermocosmetics, cosmeceuticals, skin problems, cosmetics, province Lublin

Wprowadzenie

Dermokosmetyki, inaczej kosmeceutyki, to produkty z pogranicza kosmetyku i leku, tzw. „kosmetyki aktywne” zawierające w swoim składzie substancje czynne, które często wspomagają leczenie dermatologiczne (Wojnowska, 2011). W obecnej chwili stają się one coraz bardziej popularne we współczesnej kosmetologii i dermatologii (Dover, 2008). Jednakże dermokosmetyki to grupa produktów na temat których jest wiele niejasności dotyczących wymagań jakim podlegają oraz sposobu ich oznakowania. Według definicji zawarte w Ustawie Prawo Farmaceutyczne z dnia 6 września 2001 roku (Dz.U. 2001 nr 126 poz. 1381). Dermokosmetyków nie możemy uznać za produkty lecznicze, a produkt nie może być jednocześnie kosmetykiem i lekiem (McNamara, 1997). Według Bardel (2015) produkty z pogranicza to wyroby, dla których określenie przynależności do konkretnej grupy jest problematyczne. Bardzo

często ocierają się one o preparaty lecznicze, ale nimi nie są. Tak, więc termin „kosmeceutyk” nie ma znaczenia w świetle prawa, a produkt określany takim mianem podlega prawodawstwu dotyczącemu kosmetyków (Rzeźnik i in., 2012). Dlatego też, nie można zagwarantować, że produkty zwane dermokosmetykami są pod jakimś względem leprze, nie muszą również przewyższać zawartością składników aktywnych powszechnie dostępnych kosmetyków w drogeriach (Kordus i in., 2012). Jednakże, wyniki badań Zoe i współautorów (2014: s. 449-475), jednoznacznie wskazują na skuteczność stosowanych miejscowo preparatów z aktywnymi czynnikami odżywczymi, zwłaszcza antyoksydantów: niesyntetyzowanych przez organizm (witamin C, E) oraz syntetyzowanych (ubichinon, kwas alfa-liponowy). Dermokosmetyki wspomagają leczenie skóry, dlatego też stosowane są u osób z problemami skórnymi (Padlewska, 2014: s. 250; Noszczyk, 2016: s. 27-38).

Żyjemy w dynamicznym społeczeństwie, które na pierwszym miejscu stawia zdrowy i młody wygląd skóry, a zdrowy stan skóry jest niezbędny do prawidłowego funkcjonowania i zachowania homeostazy organizmu (Jaroszewska, 2008: s. 16-18). Skala tego problemu sprawia, iż firmy kosmetyczne i farmaceutyczne nieustannie poszukują nowych i innowacyjnych rozwiązań, które poprawiłyby skuteczność dostępnych preparatów (Matysek-Nawrocka i in., 2016). Zwiększone zapotrzebowanie na skuteczne preparaty rozwijają prężnie rynek kosmetyków leczniczych zawierających w swoim składzie znane wszystkim substancje aktywnie czynne wpływające na stan zmienionej skóry. Nowo powstałe dostępne produkty są niekiedy istotnym problemem dla konsumentów zwłaszcza pod względem wyboru najlepszego produktu dostępnego na rynku a tym samym dobraniem do rodzaju problemu skórnoego. Dlatego też, w ostatnich latach znaczenie dermokosmetyków wzrosło i w ciągu roku na rynek wprowadzono ich więcej niż leków (TNS OBOP 2012).

Środki kosmetyczne o działaniu leczniczym charakteryzują się zawartością w swoim składzie dużych ilości składników biologicznie czynnych w porównaniu z kosmetykami drogeryjnymi. Składniki aktywne w kosmetykach mogą być naturalne pochodzenia roślinnego i zwierzęcego lub syntetyczne. W składzie dermokosmetyków najczęściej możemy spotkać substancje czynne, które niejednokrotnie nie tylko upiększają ale wzmacniają skórę czy opóźniają i redukują oznaki starzenia. Według Molskiego (2015: s. 1-24) do substancji czynnych występujących w dermokosmetykach możemy zaliczyć: witaminy; przeciwutleniacze; cytokiny; enzymy; kwasy organiczne:

głównie alfa – hydroksykawasy; hormony. Funkcje kosmoceutyków są bardzo różne w zależności od zastosowanych kompleksów czynników aktywnych, dlatego wśród tych preparatów możemy wyróżnić produkty gojące, przeciwzapalne, antyseptyczne, przeciwobrzękowe, przeciwpotowe, niwelujące blizny na skórze (Noszczyk, 2016: s. 27-38). Ponadto bardzo często dermokosmetyki stosowane są przez osoby zdrowe ponieważ zawierają w swoim składzie substancje aktywne, których działanie potwierdzone jest licznymi badaniami (Szpanka, 2011).

Cel pracy

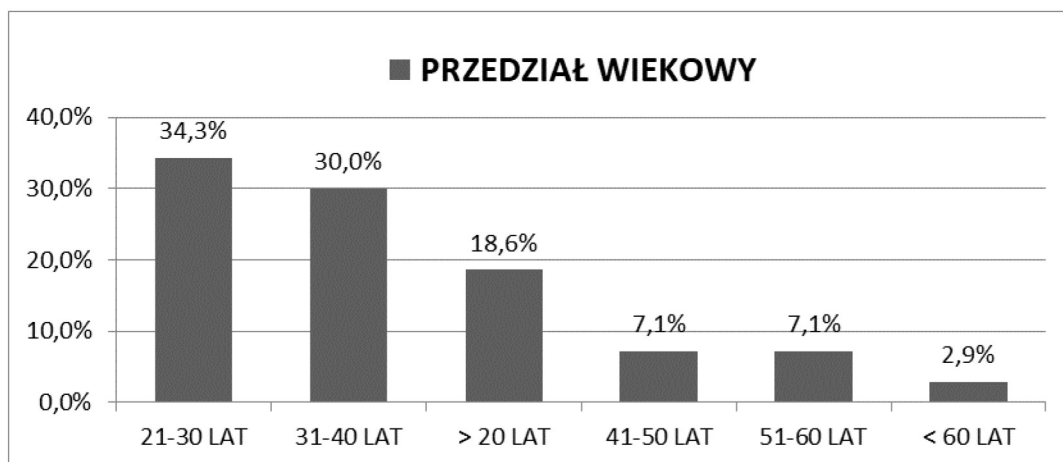
Celem niniejszej pracy była ocena wiedzy na temat dermokosmetyków oraz zawartych w nich substancji aktywnych. Ponadto, w pracy przeanalizowano świadomość społeczną mieszkańców województwa lubelskiego w stosunku do znaczenia i stosowania kosmetyków dermatologicznych w pielęgnacji skóry.

Materialy i metody

Badania w formie ankiety właściwości i zastosowania dermokosmetyków przeprowadzono jednorazowo, wśród studentów uczelni wyższych, klientów gabinetów kosmetycznych oraz osób przypadkowo spotkanych w galerii handlowej na terenie województwa lubelskiego. Wybór respondentów został przeprowadzony losowo wśród osób spotkanych na terenie prowadzonych badań. Łącznie przebadano z wykorzystaniem opracowanych ankiet 72 osoby. Ankiety zawierały 22 pytania jednokrotnego, jak i wielokrotnego wyboru.

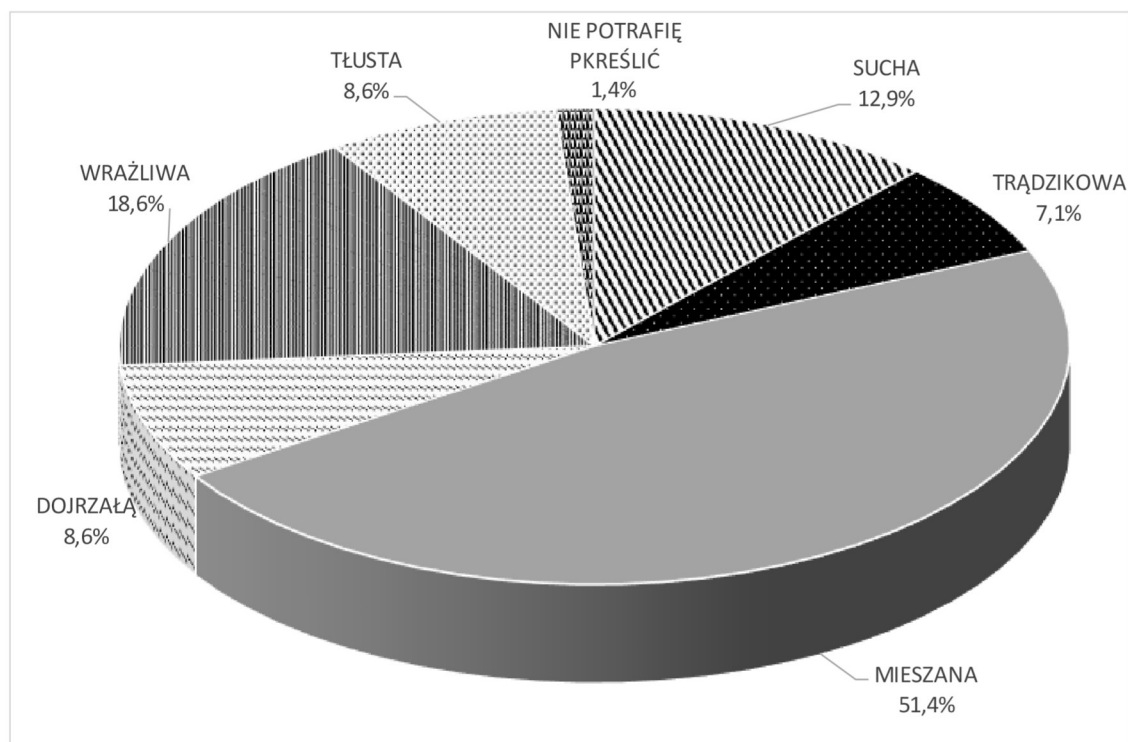
Wyniki badań

W przeprowadzonych badaniach na terenie województwa lubelskiego wzięły udział 72 osoby, wśród których kobiety stanowiły 98,6% badanych respondentów. Najlicniejszą grupę respondentów stanowiły osoby w wieku 21-30 lat - 34,3%, najmniej liczną grupę badanych stanowiły osoby > 60 lat – 2,86 % (wykres. 1). Analizując przeprowadzone badania stwierdzono, iż osoby biorące udział w badaniu to w 1/2 osób z wykształceniem wyższym oraz 48,6% z wykształceniem średnim głównie zamieszkujący miasto (61,4%).



Wykres. 1. Przedział wiekowy osób biorących udział w badaniu (opracowanie własne)

Analizując rodzaj skóry badanych respondentów stwierdzamy, iż największa grupa respondentów 51,4% ma cerę mieszaną, a tylko 1,4% badanych nie potrafi określić swojego rodzaju skóry (wykres. 2).

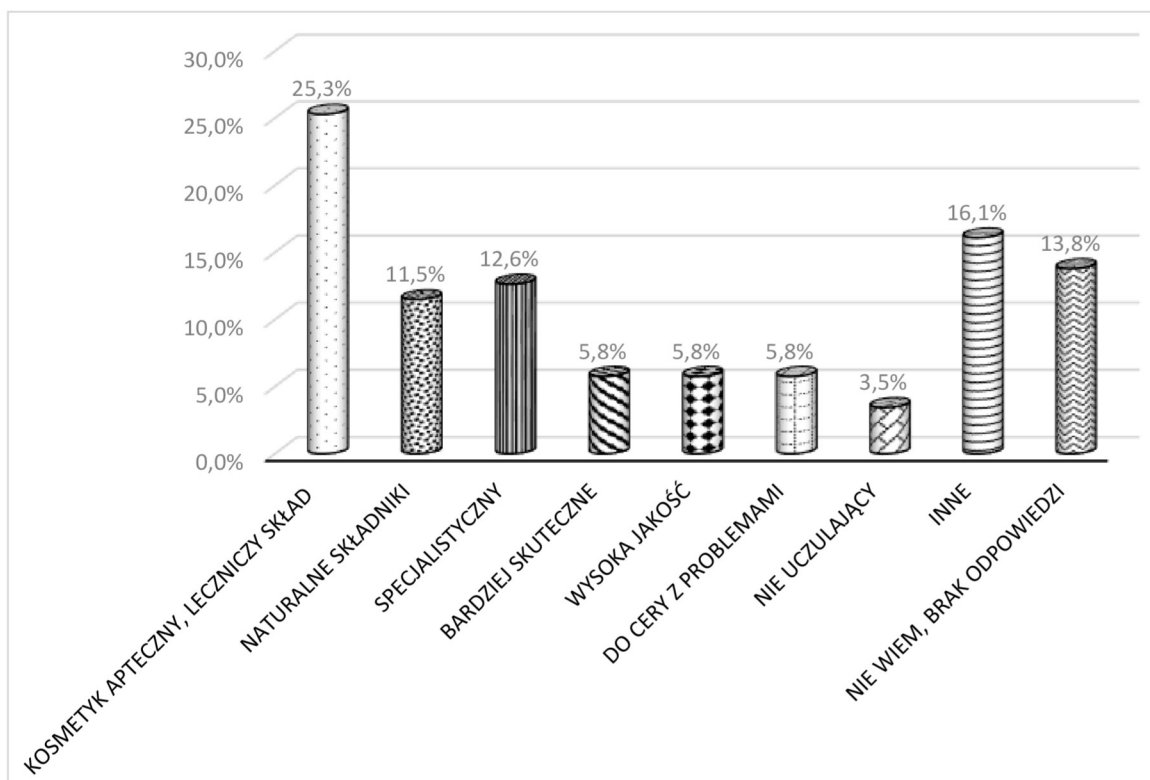


Wykres 2. Analiza rodzaju skóry respondentów (opracowanie własne)

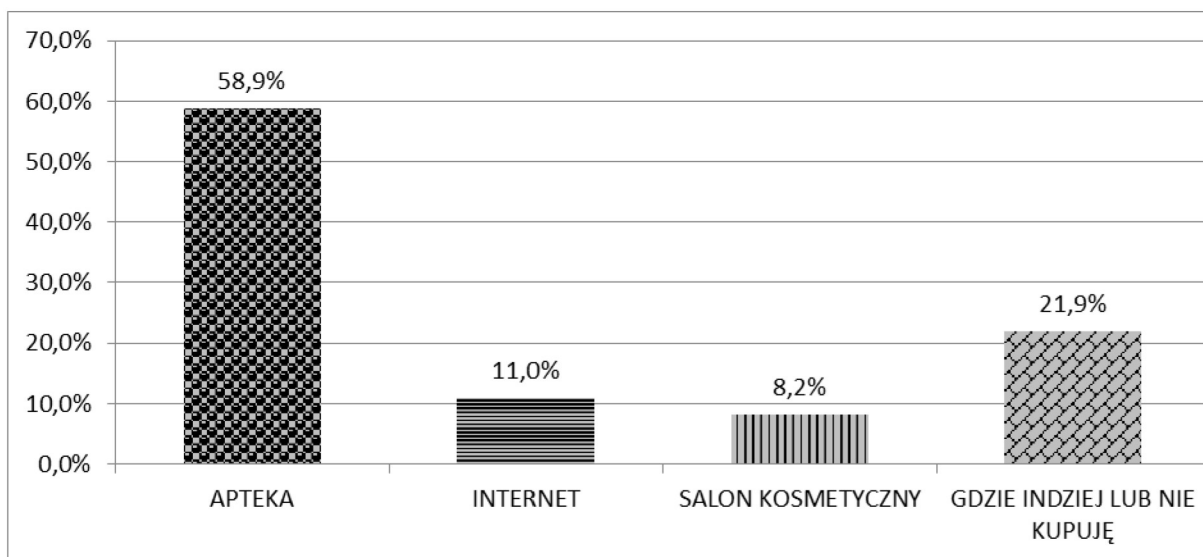
Badania przeprowadzone wśród osób zamieszkujących województwo lubelskie pokazuje, iż duża grupa badanych (77,1%) potrafi wymienić różnice pomiędzy

kosmetykami drogeryjnymi a dermokosmetykami jednocześnie deklaruje zakup w większej ilości kosmetyków drogeryjnych 57,1%, niż dermokosmetyków 28,6%, natomiast 14,3% kupuje obydwa produkty. Dermokosmetyki, według badań, kupowane są przez ankietowanych raz na kilka miesięcy 45,7%, raz na miesiąc kupuje je tylko 20% respondentów. Analizując pytanie otwarte dotyczące określenia czym dla osób badanych jest dermokosmetyk 25,3% odpowiedziało: to kosmetyk apteczny, leczniczy. Natomiast, aż 13,8% respondentów nie słyszało o tego typu produktach (wykres 3).

Analiza ankiet potwierdziła fakt, iż najczęściej kupowanymi dermokosmetykami są kremy do twarzy 42,1%, kremy pod oczy 12,5%, balsamy do ciała 11,4% oraz kremy do rąk 9,1%, natomiast działanie priorytetowe kupowanych kosmetyków według ankietowanych głównie nawilżające 32,1%, regenerujące 28,3%, przeciwstarzeniowe 17%, przeciwtrądzikowe 10,4 %, ujędrniające 8,5%, antycellulitowe - 2,8%, inne 0,9%. Respondenci kupują produkty kosmetyczne najczęściej w aptece 58,9%, Internecie 11%, salonie kosmetycznym 8,2%, natomiast aż 21,9% kupuje gdzie indziej lub nie kupuje wcale (wykres 4).

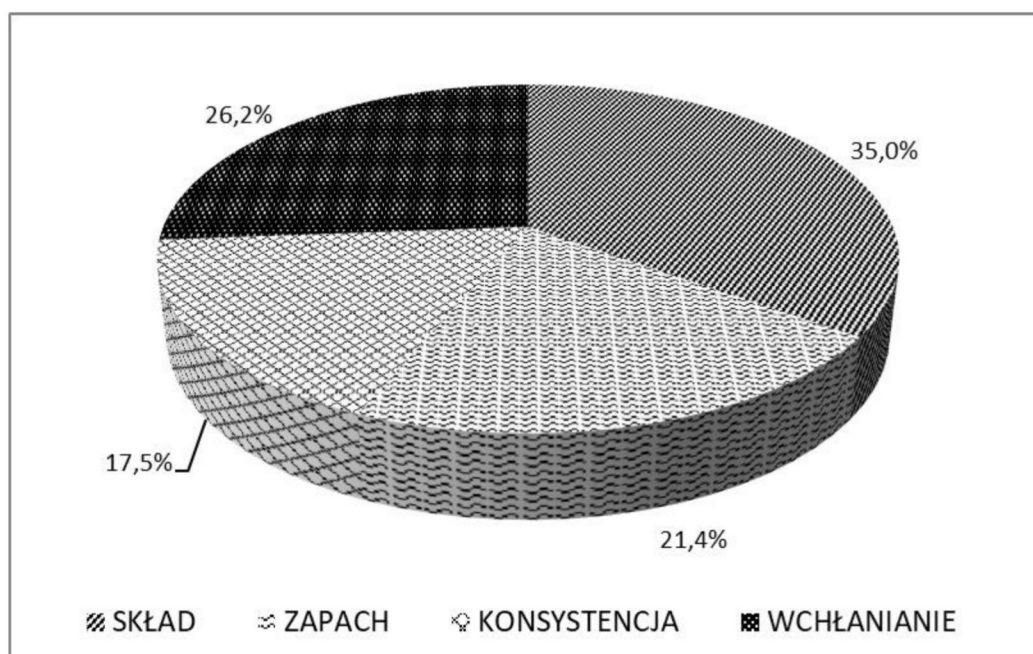


Wykres 3. Czym dla respondenta jest dermokosmetyk (opracowanie własne)



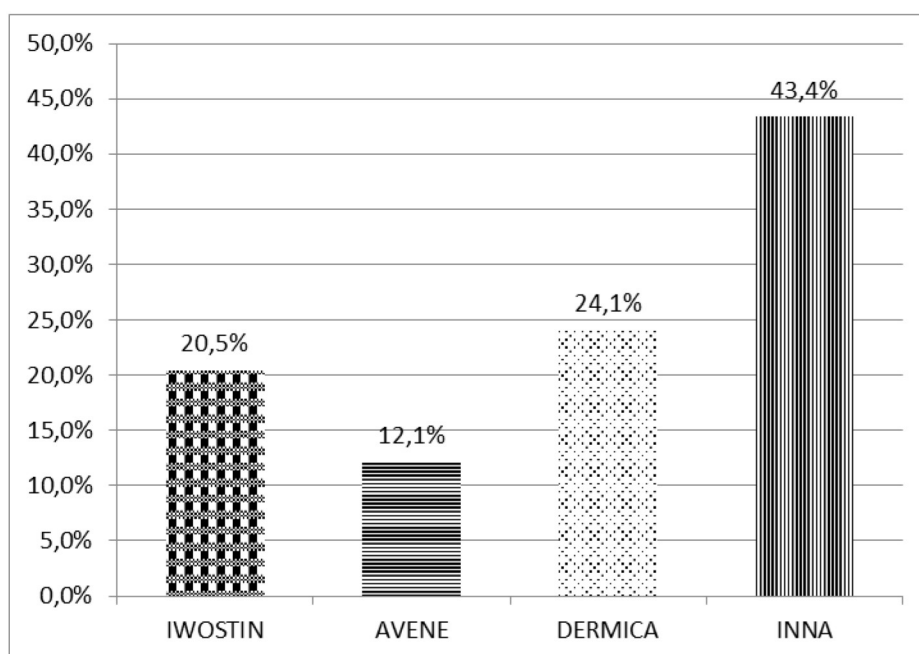
Wykres 4. Gdzie badani kupują dermokosmetyki (opracowanie własne)

Oceniając przeprowadzone badania stwierdzamy, iż respondenci czytają skład kupowanych produktów zawsze 20 %, często 37,1%, rzadko 30 %, nigdy 12,9% i najczęściej zwracają uwagę na skład 35% badanych, wchłanianie 26,2%, zapach 21,4% oraz konsystencję 17,5% (wykres 5).



Wykres 5. Na co zwracamy uwagę przy zakupie kosmetyków (opracowanie własne)

Respondenci lubią oglądać reklamy dotyczące dermokosmetyków, najczęściej spotykamy reklamę produktów dermatologicznych w TV 38,5%, Internecie 27,7%, aptece 16,8%, prasie 6,2%, salonie kosmetycznym 7,7%, oraz w innych miejscach 3,1% (znajomi, dermatolog, itp.). Analizując zakup kosmetyków dermatologicznych zauważamy, iż badani kupują najczęściej produkty kosmetyczne producentów takich jak, Iwostin 20,5%, Avene 12,1%, Dermica 24,1%, oraz inne 43,4% (Clarena, Arkana, Vichy, Bioderma, Clinique), (wykres 6). Ponadto, analiza przeprowadzonych badań pokazała, iż średnio statystyczny mieszkaniec województwa lubelskiego wydaje miesięcznie około 109 zł na kosmetyki drogeryjne, natomiast 116 zł na dermokosmetyki.

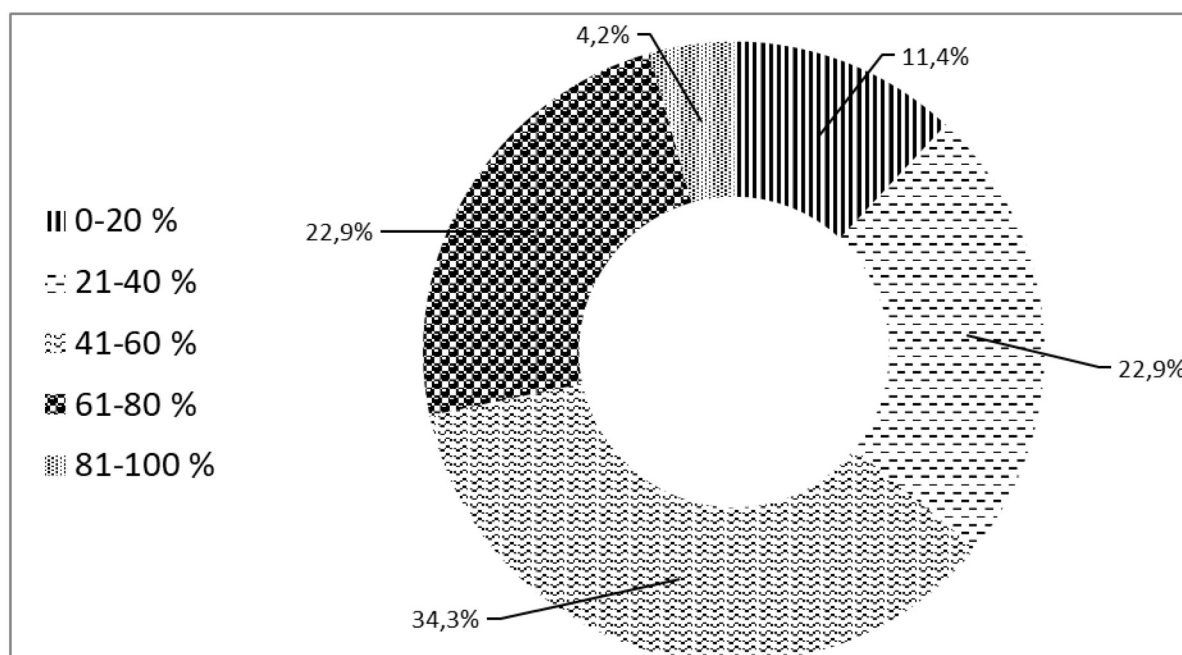


Wykres 6. Najczęściej kupowane marki dermokosmetyków (opracowanie własne)

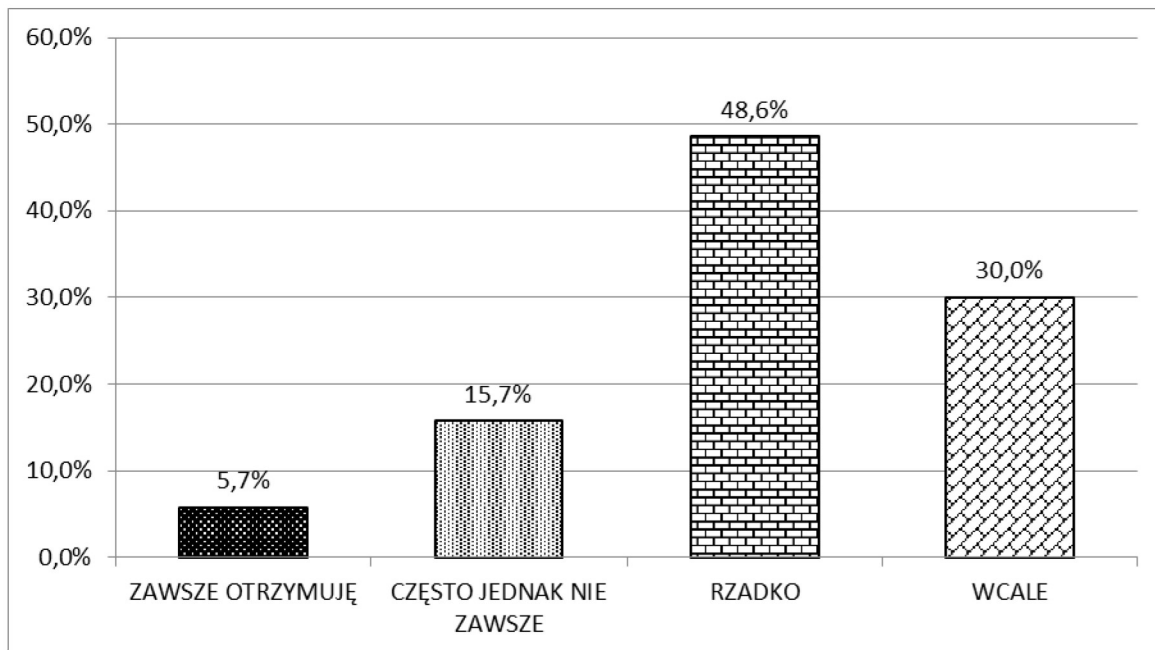
Analizując przeprowadzone badania możemy stwierdzić, iż wiedza osób sprzedających preparaty specjalistyczne jest niewielka, gdyż tylko 22,9% sprzedawców potrafi dobrać preparat do rodzaju skóry, a 41,4% uważa, że wiedza wymaga uzupełnienia, natomiast 35,7% potwierdza fakt, iż sprzedawca nie potrafi polecić preparatu do wybranego rodzaju skóry. Odnosząc się konkretnie do osoby farmaceuty sprzedającego dermokosmetyki, potwierdzamy powyższe, farmaceuta nie do końca jest wiarygodnym źródłem informacji (wykres 7).

Jedynie 7,1% badanych ankietowanych potwierdza dostępność dermokonsultantów dla klientów aptek, z którymi można porozmawiać podczas zakupów w aptece rzadko. Natomiast aż 42,9% badanych nigdy nie spotkało takiego konsultanta w swojej aptece, pozostali ankietowani spotykają dermokonsultantów, ale jedynie sporadycznie (50%).

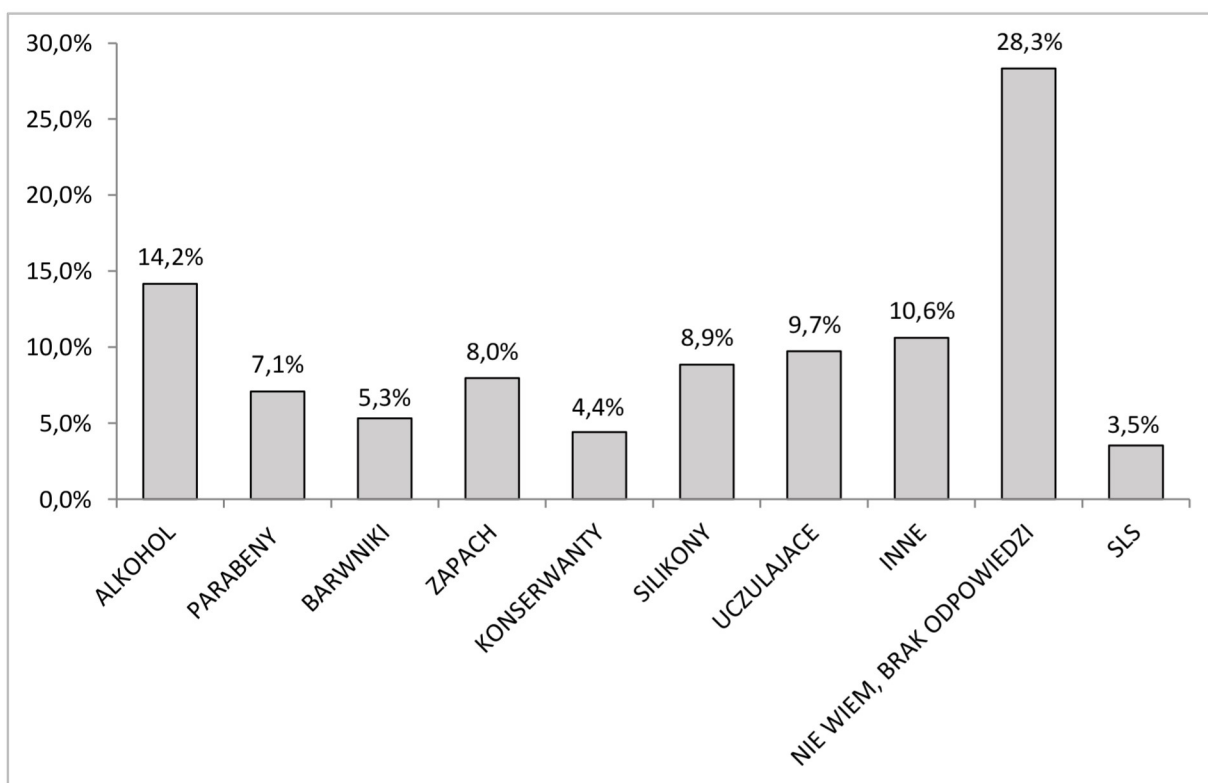
Na podstawie przeprowadzonych badań stwierdzamy że bardzo rzadko przy zakupie preparatów otrzymujemy próbki dermokosmetyków do przetestowania (wykres 8).



Wykres 7. Farmaceuta ekspertem w sprzedaży dermokosmetyków (opracowanie własne)



Wykres 8. Próbki dermokosmetyków do przetestowania (opracowanie własne)



Wykres 9. Składniki niekorzystne w kosmetykach (opracowanie własne)

Analizując kwestię związaną z dodatkami, które nie powinny znajdować się w dobrych produktach kosmetycznych (wykres 9), stwierdzono jedynie u 71,7 %, ankietowanych zainteresowanie tą kwestią. Pozostali ankietowani (28,3%) nigdy nie brali pod uwagę składników niekorzystnych, które mogą być w składzie tej grupy kosmetyków.

Podsumowanie i wnioski

Współcześnie idziemy za modą, staramy się prawidłowo odżywiać, uprawiać sport, duży nacisk kładziemy na sprawny umysł i ciało chcąc tym samym zachować jak najdłużej młody i zdrowy wygląd skóry niejednokrotnie nie patrząc na cenę dlatego polecam stosowanie dermokosmetyków.

W obecnej chwili żyjemy w bardzo dynamicznie rozwijającym się i konkurencyjnym społeczeństwie, gdzie często na pierwszy plan stawiany jest zdrowy i młody wygląd skóry. Poszukujemy rozwiązań na oznaki starzenia oraz choroby skóry nie tylko stosując coraz nowsze preparaty ale również szukając porady u specjalistów kosmetyki estetycznej. Dermokosmetyki uważane przez większość społeczeństwa za kosmetyki lecznicze dlatego są one coraz częściej stosowane w celu szybszej poprawy stanu skóry. Oceniając stosowanie dermokosmetyków w pielęgnacji skóry wśród mieszkańców woj. lubelskiego, możemy stwierdzić, że większość badanych respondentów:

1. Potrafi określić rodzaj swojej skóry.
2. Wskazuje różnice pomiędzy kosmetykami drogeryjnymi, a dermokosmetykami.
3. Potrafi wskazać składniki niekorzystne zawarte w produktach kosmetycznych określanych jako kosmeceutyki.
4. Najczęściej kupują kosmetyki drogeryjne o działaniu nawilżającym i regenerującym.
5. Dermokosmetyki najczęściej kupowane są przez osoby w przedziale wiekowym 21-40 lat.
6. Badani respondenci miesięcznie wydają średnio 109 złotych na kosmetyki drogeryjne, a 116 złotych na dermokosmetyki.
7. Większość mieszkańców woj. lubelskiego czyta skład kosmetyków, zwracając jednocześnie uwagę na wchłanianie i konsystencję produktu.

8. Respondenci produkty dermatologiczne kupują najczęściej w aptece, przedstawiając farmaceutę jako najlepszego eksperta w dziedzinie doboru produktu do cery badanego.

Bibliografia

1. Bardel A. (2015), Produkty z pogranicza (borderline product). Laboratoria, Aparatur, Badania, t. 20, nr 4, s. 31-34.
2. Dermokosmetyki, (2012), Wyniki badania TNS OBOP dla DOZ.pl, Warszawa.
3. Dover J.S. (2008), Cosmeceuticals: A practical approach. "Skin, Therapy. Letter" Pharmacist Edition, vol. 3(1), s. 1-3.
4. Jaroszevska B. (2008), Kosmetologia. Wydawnictwo Atena. Warszawa, s.16-18.
5. Kordus K., Śpiewak R. (2012), Emolienty z apteki - pomoc czy zagrożenie dla chorych na wyprysk? „Alergia Astma Immunologia”, nr 7 (3), s.147-153.
6. Matysek-Nawrocka M., Bernat M., Dyczewski B., Kamińska M. (2016), Ocena poziomu wiedzy pacjentów na temat zastosowania emolientów i humektantów w pielęgnacji i profilaktyce suchej skóry, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Nauk Społecznych z siedzibą w Lublinie”, nr 1 (5), s. 129-137.
7. McNamara S.H., (1997), FDA regulation of cosmeceuticals U.S. cosmetic and drug regulations pertinent to the cosmeceutical issue. "Cosmetics and Toiletries", vol. 112 (3), s. 41-53.
8. Molski M. (2015), Nowoczesna Kosmetologia, PWN, Warszawa.
9. Noszczyk M. (2016) Kosmetologia pielęgnacyjna i lekarska, Państwowy Zakład Wydawnictw Lekarskich, Warszawa.
10. Padlewska K. (2014), Medycyna Estetyczna i Kosmetologia. Państwowy Zakład Wydawnictw Lekarskich, Warszawa.
11. Rzeźnik S. Z., Kardus K., Śpiewak R., (2012), Kosmeceutyki i dermokosmetyki – unikalna kategoria produktów do pielęgnacji skóry czy zwykły chwyt marketingowy?, „Estetologia Medyczna i Kosmetologia”, DOI: <http://dx.doi.org/10.14320/EMK.2012.02>, nr.2 (4), s. 101-103.
12. Szpanka J. (2011), Surowce do zadań specjalnych, „Przemysł Kosmetyczny”, nr 2, s. 36-39.
13. Ustawa Prawo Farmaceutyczne z dnia 6 września 2001 roku, Dz.U. 2001 nr 126 poz. 1381. <http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=wdu20011261381>.
14. Wojnowska D. (2011), Kosmeceutyki w pielęgnacji skóry kobiet w okresie menopauzalnym, „Przegląd Menopauzalny”, nr 4, s. 338-426.
15. Zoe D. D., Peter T. Pugliese, (2014), Fizjologia skóry. Teoria i Praktyka, Wydawnictwo MedPharm Polska, Wrocław.