

Разработка и внедрение инновационного продукта в областях медицины и косметологии

Ванджурак М.Г. (федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет ИТМО»)

Научный руководитель – профессор, д.т.н., Арсеньева Т.П.

(федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский университет ИТМО»)

Аннотация. В работе рассматриваются разработка и различные способы внедрения зубной пасты с добавлением фенольных соединений, а именно флавоноидов, которые являются веществами, вырабатываемыми из лесозаготовок лиственницы сибирской. Инновационным этот продукт считается из-за возможности использовать на повторную переработку измельченную древесную зелень с последующим применением в областях медицины и косметологии.

Ключевые слова: инновация, лечение, зубная паста, флавоноиды, разработка, опыт.

Введение. В век прогрессивных технологий леса остаются неизменными, в то время как нефть заканчивается, ресурсы истощаются и загрязняются воды. Это связано с тем, что дерево является возобновляемым источником биологически активных веществ и энергии, поэтому стало актуальным использование древесных ресурсов на нужды человечества. На примере лиственницы сибирской рассматривается вариант использования древесной зелени в областях медицины и косметологии, ведь здоровье у людей всегда пользуется спросом, следовательно, появляется предложение.

Основная часть. В ходе работы опытным путем был получен экстракт, содержащий в себе ряд фенольных соединений, а именно флавоноидов, который добавлялся в зубную пасту без наполнителей для улучшения её лечебных свойств. На основе статистических данных (люди, страдающие воспалением десен) составлен общий рейтинг эффективности и проведено исследование возможных вариантов продаж.

Выводы. Древесную зелень лиственницы целесообразно перерабатывать в промышленности с получением комплекса фенольных соединений, ведь отходы лесозаготовок лиственницы используются во многих сферах деятельности, например, в косметологии, в пищевой промышленности, в медицине, ветеринарии и сельском хозяйстве, поэтому результаты данного исследования могут быть использованы компанией любого масштаба. С их помощью компания сможет не только эффективно простимулировать рост продаж, но и улучшить экологию, тем самым еще больше привлечь внимание потребителя к данной проблеме, а также выстроить индивидуальную коммуникационную стратегию и идентичность бренда.

Ванджурак М.Г. (автор)

Подпись

Арсеньева Т.П. (научный руководитель)

Подпись