

ID: 2019-01-977-T-18438

Тезис

Попова А.А., Янаева М.И., Каракотина И.А.

БАДы и их распространенность среди студентов

ФГБОУ ВО Саратовский ГМУ им. В.И. Разумовского Минздрава России, кафедра гигиены медико-профилактического факультета

Биологически активные добавки к пище являются наиболее эффективным способом устранения дефицита витаминов, микроэлементов, ненасыщенных жирных кислот. При этом в отличие от лекарственных препаратов они изготавливаются из натуральных компонентов, что с каждым годом повышает их популярность среди разных слоев населения.

Целью данной работы является изучение распространенности употребления БАДов среди студентов в связи с возросшими рекомендациями по их использованию со стороны врачей и массовой пропагандой их применения в различных источниках информации.

Материал и методы: анонимное анкетирование, в котором приняло участие 75 человек в возрасте от 17 до 25 лет.

Результаты обработки анкет показали, что 98 % участников знакомы с понятием «БАД». При этом 89 % (67 человек) отличают это определение от лекарственного средства. Из числа опрошенных 43 % (32 человека) никогда не принимали БАДы, остальная часть принимают в настоящее время или принимали в прошлом. Основными целями употребления данных веществ многие выбрали улучшение здоровья, а так же комплексное лечение и профилактику заболеваний. Среди анкетированных 13 % (10 человек) ощутили явный эффект на себе; 47% (35 человек) считают, что он преувеличен; 13% (10 человек) полагают, что его нет; 27% (20 человек) воздержались от ответа. Большинство используют БАДы без назначения врача. Участники опроса в основном узнают о новых препаратах из интернета. Анкетирование показало, что главной причиной отказа от приема БАДов является отсутствие эффекта.

Заключение. Исследованием выявлено, что на распространенность применения БАДов среди студентов влияет мнение о неэффективности их использования, неосведомленность о возможных целях употребления и длительность приёма для достижения стойкого эффекта.

Ключевые слова: БАДы, студенты