

ЯКІСТЬ ШАМПУНІВ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ВДАЛОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ

Тукаленко Л.К., гр. ТВпр-63

Наукові керівники: канд. техн. наук, доц. **Акмен В.О.**,

асист. **Юрченко М.А.**

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Шампуні є одним з найбільш популярних продуктів косметичної промисловості і ринок їх постійно зростає. Відомо, що сучасний шампунь є сумішшю декількох речовин. Компонент, що міститься в найбільшій кількості – вода, далі поверхнево-активні речовини (ПАР). Також використовуються в складі консерванти, ароматизатори, неорганічні солі (хлорид натрію чи інші) – для підтримки бажаної в'язкості. Якщо спочатку до шампунів відносилися виключно як до засобів гігієни, то надалі ринок зажадав наявності додаткових властивостей – пом'якшуючої дії, відсутності дратівливих властивостей, наявності біологічно активних, функціональних і естетичних добавок. До складу сучасних шампунів часто входять природні масла, вітаміни або інші компоненти, які, за твердженням виробників, сприяють зміцненню волосся або надають інші корисні властивості волоссю.

Сьогодні шампунь косметичний продукт, що користується високим попитом, оскільки для більшості споживачів він є предметом майже не щоденного використання. Виходячи із попиту споживачів, значно зріс і асортимент шампунів, що пропонується на ринку, а відповідно і кількість підприємств-виробників, що зробило актуальним питання пошуку способів вдалої конкуренції за свого споживача. Головним засобом просування товару на ринку для виробників є реклама, але не всякий добре відрекламований шампунь проявляє позитивну дію на шкіру голови і волосся та взагалі добре очищує волосся. Слід розуміти, що для реклами дуже часто використовують людей зі свідомо здоровим волоссям, а якщо там показані фото типа «до і після» вживання, то не факт, що лікували лише конкретно тим засобом, що рекламується.

Зрозуміло, для того, щоб досягти очікуваного результату і продовжити безпечно життя волосся, споживачам необхідно бути впевненими у якості шампуню, його товарознавчих характеристиках, оскільки лише якісний товар дійсно сприяє очищенню волосся та боротьбі з конкретними їх недоліками. Однак недобросовісні виробники шампунів не завжди використовують доброякісну сировину, можуть наприклад вживати хлоровану, жорстку воду, небезпечні консерванти, та інші добавки. Тому оцінка якості шампунів та визначення відповідності споживних властивостей є необхідною складовою для завоювання прихильності споживачів та організації вдалої компанії по їх продажу.