

## ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ТА ВИВЧЕННЯ ПЕРЕВАГ СПОЖИВАЧІВ НА РИНКУ ФАРБУВАЛЬНИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ ВОЛОССЯ

Лень В.Ю., гр. ТТ-39

Науковий керівник – ст. викл. Акмен В.О.

Харківський державний університет харчування та торгівлі

Косметика (від грец. κοσμητική – мистецтво прикрашати) – це речовина, що використовується для поліпшення зовнішнього вигляду або запаху людського тіла. До косметики входить: креми для тіла, лосьйони, парфуми, помади, лаки для нігтів, тіні для очей, фарби для волосся, лак і гелі для волосся і багато інших видів продукції. При виробництві фарб для волосся до складу сумішей включається більше декількох десятків різних компонентів, включаючи барвники, модифікатори, мило, аміак, пом'якшувачі, ароматизатори і ряд інших хімічних речовин, що використовуються при виробництві фарб в чималій кількості. Всі ці компоненти, які включаються при виробництві до складу фарб для волосся, надають фарбувальній суміші особливі якості, такі, як пом'якшення текстури, рівень стійкості барвника і т.д. Це сприяє поширенню реалізації не тільки через магазини, а й через аптеки, при цьому значно підвищуються вимоги споживачів до властивостей фарбувальних засобів для волосся, особливо до стійкості фарби.

Метою роботи було дослідження якості та вивчення переваг споживачів на ринку фарбувальних засобів для волосся. Об'єктом досліджень були фарби для волосся наступних торгових марок: «GARNIER Color Naturals», «Londa», «WELLAton», «Palette», «PRESTIGE». Дослідження проводили відповідно до ДСТУ 29188.2-91 «Изделия косметические. Метод определения водородного показателя рН» та ДСТУ 29188.4-91 «Изделия косметические. Метод определения воды и летучих веществ или сухого вещества». При дослідженні виявили, що всі зразки фарб відповідали вимогам НТД. При цьому, найвищий показник рН було досліджено у зразків ТМ «GARNIER Color Naturals» - 10,5; ТМ «PRESTIGE» - 9,4; ТМ «WELLAton» - 9,2, а найвищий вміст води – у зразка ТМ «GARNIER Color Naturals». Аналіз споживчих переваг, проведений у супермаркеті «Сільпо», показав, що більшість жінок, при виборі фарби для волосся, більше уваги приділяють ціновому сегменту, а також відомості торговельної марки, а саме ТМ «Schwarzkopf». Частина жінок купує ту фарбу, на яку є гроші і ще менший відсоток довіряє рекламі промоутерів