

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У СФЕРІ ПРОДАЖУ ЗАСОБІВ ДЛЯ ДОГЛЯДУ ЗА ВОЛОССЯМ

**В.О. Акмен**, канд. техн. наук, доц.

**С.В. Сорокіна**, канд. техн. наук, доц.

**О.С. Більчук**, здобувач вищої освіти

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Українські споживачі всі косметичні товари поділяють на дві категорії засоби по догляду за шкірою та декоративну косметику. Ця галузь, за останні роки, до 24.02.2022 р., показувала значні темпи розвитку, як у напрямку імпорту товарів, так і у внутрішньому виробництві. При цьому виробники та торговельні організації роблять акцент на здоров'я споживачів, індивідуалізацію і багатофункціональність косметики, створення нових сегментів ринку [1, 2]. Особливої актуальності і споживчого попиту, у другій категорії, займають фарби та шампуні для зміни кольору волосся. Збільшення продажу цієї групи товарів пов'язано із бажанням споживачів до естетичного зовнішнього вигляду та до його радикальних зміни відповідно до тенденцій моди. Тому метою роботи було виявлення сучасних тенденцій у продажу засобів догляду за волоссям.

Данні досліджень свідчать про присутність, на споживчому ринку України, засобів для фарбування волосся, виробники яких не дотримуються вимог до маркування, спостерігаються виробни, де маркувальна інформація носить переважно рекламний характер та вводить в оману споживачів товарів. Також є випадки, де навіть на маркуванні зазначено вміст речовин, що негативно впливають на зміну кислотно-лужного балансу шкіри людини. Каталоги, що видають постачальники містять приклади тонової палітри, що не відповідають, за номером, кольоровій гамі фарби в упаковці. Всі ці проблеми спричиняють вплив на попит споживачів. Враховуючи ці данні, проведено соціологічне дослідження щодо виявлення думок споживачів. Дослідження проводили використовуючи соціальні мережі м. Харків та області.

При дослідженні було визначено види торговельних марок, засобів для фарбування волосся, які споживачі найчастіше купують у торговельній мережі. Встановлено, що відповідно до попиту споживачів, на полицях магазину присутні фарби для волосся наступних виробників: Palette, L'Oreal Excell 10, Syoss, Brillance, GARNIER Color Naturals, Essential color, Wellaton, Londa, Schwarzkopf, Prestige, Горобина, які відрізняються за ціноюю категорією. Так

фарби L'Oreal Excell 10, Syoss, Brillance, Schwarzkopf представлені у ціновому діапазоні від 100 до 200 грн та відносяться до дорогого цінового сегменту. Фарби торговельних марок Palette, GARNIER Color Naturals за ціною від 50 до 80 грн відносяться до середнього цінового сегменту. Фарби Essential color, Wellaton, Londa, Prestige, Горобина за ціною від 35–45 грн є продукцією низького цінового сегменту.

Під час досліджень встановлено, що фарби дорогого цінового сегменту користуються попитом у жінок віком від 35 років, що пов'язано з досвідом та середньомісячним прибутком. Як правило, ці жінки вже досягли якось кар'єрного росту та вважають за необхідне робити покупки відносно до свого статусу.

Виявлено, що більшістю споживачів, традиційно, є жінки, які за критеріями вибору фарб для волосся, поділяються на категорії: ті, що ретельно вивчають маркування, та склад товару і купують товар за критерієм якості (22%); ті, що вивчають маркування, але перевагу віддають цій категорії товару (35%); консерватори – купують завжди однакову торговельну марку (21%); експериментатори – купують різні торговельні марки, різні тони фарб, при цьому не вивчають маркування, критерієм вибору є колір (5%); ті, що купують товар спонтанно, враховуючі лише кольорову гаму (17%).

Також, на ринку, продовжують користуватись попитом, особливо серед жінок 40–55 років, тонуючі шампуні для зберігання кольору волосся торговельних марок: Gloss Color від L'Oreal Professionnel, BC Color Save Shampoo від Schwarzkopf Professional, Color Extend від Redken, Biolage Colorcaretherapie від Matrix, Color Radiance від Londa.

Як показали дослідження, у 2021 році, як і раніше, найбільш популярними місцями покупки фарб для волосся, в українців, є спеціалізовані магазини. Встановлено, що поступової популярності набувають магазини професійної косметики, де консультанти підбирають засоби для догляду за волоссям безпосередньо під кожного споживача. Це обумовлено специфікою товару. Фарби для волосся в порівнянні з іншими косметичними продуктами, наприклад шампунями, – досить складний товар для роздрібною торгівлі у звичайних супермаркетах, оскільки кожна лінія фарбувальних засобів вимагає представленості всієї палітри та може давати різні відтінки, залежно від типу та товщини волосся.

Встановлено, що у продажу засобів догляду за волоссям, магазини професійної косметики є тім напрямком, що буде прозиватись, що підтверджено збільшенням відсотку споживачів, які ретельно підходять до вибору товару, враховуючи критерії якості.