

**О.С. Шлапак**, асист. (ЛНУ ім. Т. Шевченка, Луганськ)

## **ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ КРЕМІВ ДЛЯ ДЕПІЛЯЦІЇ м. ЛУГАНСЬКА**

*Наведено результати досліджень споживчих переваг під час вибору депіляторів і того, наскільки представлений асортимент задовольняє потреби населення м. Луганська.*

*Приведены результаты исследований потребительских преимуществ во время выбора депиляторов и того, насколько представленный ассортимент удовлетворяет потребности населения г. Луганска.*

*The results of researches of consumer advantages during the choice of depilatory and as far as presented assortment are resulted satisfies the necessities of population of Lugansk.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** За даними досліджень докторів Гвидо Каппаре, Олени Ернандес та лікаря дерматолога-косметолога Ольги Римаренко, а також аналітичних досліджень, спостерігається велика частка споживання кремів для видалення небажаного волосся серед засобів для депіляції [1; 3; 4]. Видалення волосся хімічним шляхом називається депіляцією. Таку здатність мають тільки спеціальні засоби. Хімічне руйнування кератину волосся відбувається під впливом тіогліколевої кислоти, або похідних або сульфідів різнних металів.

На сьогоднішній день ринок Луганська насичений кремами для депіляції різних товаровиробників. І далеко не кожен споживач може зорієнтуватися в запропонованому йому асортименті.

**Метою статті** є обґрунтування результатів досліджень визначення споживчих переваг кремів-депіляторів, бо завдяки цьому вдосконалюється асортимент товарів, його значущість та визначається попит.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Під час проведення споживчих тестувань було досліджено потреби та уподобання жінок Луганська, вивчено попит та якісні показники, на які найбільше звертають увагу під час придбання кремів-депіляторів. Об'єктом дослідження стали депіляторії різних товаровиробників.

Щоб краще дослідити різницю цінового діапазону, гарантійних зобов'язань, якості та безпеки тощо, було відібрано депіляторні креми, які успішно існують на парфумерно-косметичному ринку України

більше п'яти років, різних підприємств-виробників. Для тестувань використовувалися п'ять зразків депіляторних кремів, з них: один – український, два – польських, один – англійський та один – французький. Тестування проводилися за найбільш значущими при виборі депіляторія показниками. Усі креми-депілятори було взято з роздрібної торговельної мережі Луганська.

У дослідженні перевірялися оцінювалися:

- маркування на предмет інформативності (наявність декларації компонентів, відомостей про виробника, дати виготовлення і терміну придатності, а також рекомендацій з призначення і застосування);

- упаковка на предмет зручності та практичності.

Практичні випробування включали оцінку споживчих і косметичних властивостей і проводилися жінками-пробантками, які протягом певного часу користувалися кремами для видалення небажаного волосся і занесли свої оцінки і коментарі в анкету пробанта за такими показниками: запах, якість нанесення і розподілу, належність алергічної реакції (відчуття на шкірі), швидкість дії, швидкість відростання волосся після застосування засобу. У дослідженні брали участь жінки у віці від 18 до 55 років. Обсяг вибірки склав 50 осіб. За наслідками всіх параметрів тестування визначалася загальна оцінка якості.

Досліджувались такі креми для депіляції:

- ООО «Рекитт Бенкизер» – крем для депіляції «Veet»;
- Tover House – крем-депілятор «М'ята» (Hair Removal Cream);
- АТ «Евелін Косметікс» – ультрашвидкий депіляторний крем «EVELINE»;
- Unicolor S. A. – крем для депіляції «Tanita effective»;
- Bioton cosmetics – депіляторний мультикрем «Супершвидкий».

Досліджуючи упаковку, було виявлено, що всі засоби відповідають нормам ГОСТу 28303-89 «Изделия парфюмерно-косметические. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение» та отримали оцінку «відмінно». Але щодо маркування деякі виробники отримали істотні зауваження. У крема-депілятора «М'ята» (Hair Removal Cream) на упаковці є наклейка з анотацією до застосування крему українською мовою, але шрифт дуже дрібний та нечіткий, до того ж відсутні дані про контактну організацію в Україні. Також за відсутність контактної інформації в Україні було знято бали з крему «Tanita effective».

Усі досліджувані зразки були упаковані в анонімні пробні пакетики і надані жінкам-пробанткам. Під час використання засобу жінки заносили свої коментарі та оцінки в анкету пробанта за такими показниками: запах, якість нанесення і розподілу, належність алергічної реакції (відчуття на шкірі), швидкість дії, швидкість відростання волосся після застосування засобу.

Запах усіх кремів-депіляторів був властивим даному виду продукту, тому всі засоби для депіляції отримали оцінку «відмінно». Але варто зауважити, що всі жінки-пробантки запропонували виготовляти депіляторії без запаху або зробити його менш інтенсивним.

Нанесення і розподіл крему повинні бути легкими і рівномірними, тому до уваги була взята форма «зручність шпателя», який обов'язково знаходиться в кожній упаковці з засобом для видалення небажаного волосся. 81% опитаних жінок зазначили, що у кремів для депіляції «Tanita effective» незручний шпатель, 6% не сподобався шпатель крему-депілятора «М'ята» (Hair Removal Cream) та 13% байдуже, яку форму має шпатель. Найбільш зручним виявився шпатель крему для депіляції «Veet» (92%).

Застосування депіляційних кремів не викликало дискомфорту, тяжкості, паління, почервоніння, стягання та алергічних реакцій шкіри у жодної жінки. Натомість спостерігалися позитивні зміни. Так, на початку тестування результати були невражаючі: у більшості жінок (93%) вже наступного дня після застосування крему-депілятора «М'ята» (Hair Removal Cream) та крему для депіляції «Tanita effective» (89%) почало відростати небажане волосся. Приблизно в таких же частках і депіляторний мультикрем «Супершвидкий», ультрашвидкий депіляторний крем «EVELINE» та крем для депіляції «Veet» (90, 95 та 97% відповідно), але на другий день після застосування. З подальшим використанням депіляторів упродовж місяця збільшився їх термін дії на 3-4 дні, це видно на рис. 1.

Ще один важливий показник споживчих властивостей депіляторіїв – час, який займає ця процедура. У рекламних роликах та на упаковці зазначають: «швидке та ніжне видалення небажаного волоссяного покриву у протягом 3 хвилин» (або 5-ти хвилин).

Всі досліджувані зразки, згідно з інструкцією, повинні видаляти небажаний волоссяний покрив протягом:

- 5–0 хвилин – крем для депіляції «Veet»;
- 5–10 хвилин – крем-депілятор «М'ята» (Hair Removal Cream);
- 3–10 хвилин – ультрашвидкий депіляторний крем «EVELINE»;
- 5–10 хвилин – крем для депіляції «Tanita effective»;
- 3–10 хвилин – депіляторний мультикрем «Супершвидкий».

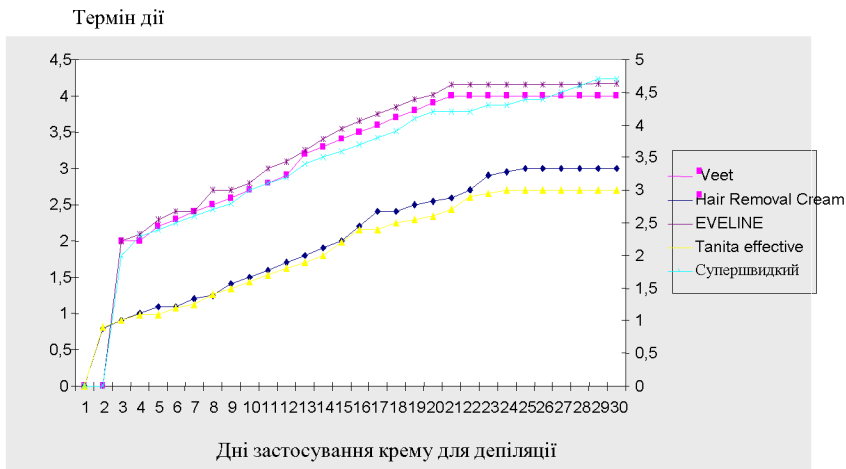


Рисунок 1 – Залежність ефекту дії від терміну використання крему для депіляції: •Veet; •Hair Removal Cream; EVELINE; ▲ Tanita effective; Супершвидкий

Щоб перевірити правдивість реклами та інструкції із застосування засобу, кожний засіб було нанесено на 5 хвилин. Після чого було виявлено, що жоден засіб не видалив волосся на 100% (рис. 2). 100% волосся було видалено після 9-10 хвилин.

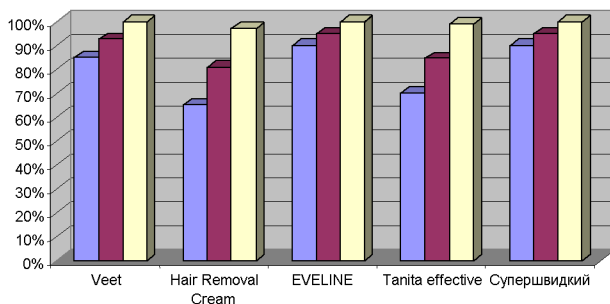


Рисунок 2 – Швидкість дії засобів для видалення небажаного волосся: ■ - 5 хв; ■ - 7 хв; ■ - 10 хв

Також на упаковці зазначено, що:

Крем для депіляції «Veet» виготовлено для чутливої шкіри зі зволожуючим комплексом, алое вера та вітаміном Е, які повинні зробити шкіру гладенькою та шовковистою. 99% опитаних жінок після застосування цього депілятора помітили певне зволоження і пом'якшення шкіри, гладкість, еластичність, відсутність шорсткості.

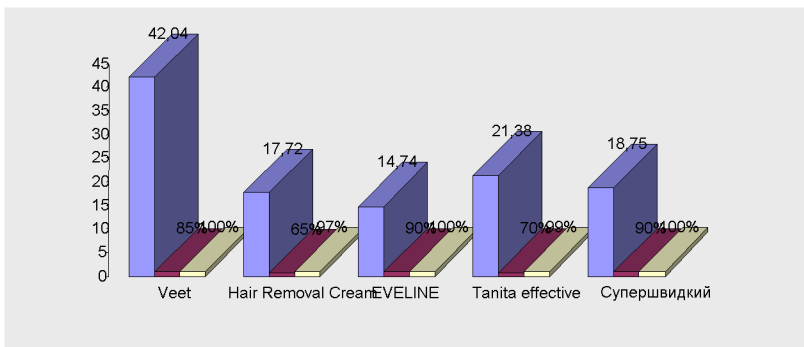
На упаковці крему-депілятора «М'ята» (Hair Removal Cream) зазначено лише, що його збагачено екстрактами меду та він має ніжний аромат м'яти. У ході органолептичної оцінки було визначено, що депіляторій має запах вазеліну.

Ультрашвидкий депіляторний крем «EVELINE» завдяки екстрактові алое вера й персика надає шкірі м'якості та гладкості, що й засвідчили 98% протестованих жінок.

Виробник крему для депіляції «Tanita effective» на упаковці запевняє, що крем уповільнює відростання волосся та містить екстракт пелюстків духмяного ясмінника, фруктів папаї, D-пантенол і алантоїн, що робить шкіру м'якою, ніжною та оксамитовою. Під час тестувань більшість жінок-пробанток зазначили, що цей крем найменш дієвий з усіх зразків та його дія не перевищує 3-х днів (рис. 1).

Депіляторний мультикрем «Супершвидкий», за рахунок екстракту алое, має заспокійливу і загоювальну дію, зменшує і запобігає появі почервонінь і подразнень на шкірі. Завдяки олії жожоба і протейнам шовку шкіра після депіляції залишається м'якою і оксамитовою, про що свідчать позитивні відгуки жінок апробантів.

Що стосується ціни на креми-депілятори, то їх можна поділити умовно на три категорії. Найменш дорога цінова категорія порядку 15...19 грн/100 мл. Середню групу складають креми з ціною близько 20...22 грн за 100 мл. І найдорожчі засоби для видалення волосся в тестуванні перевищують 42 грн/100 мл. Найдорожчий крем у тесті – Veet (42,04 грн/100 мл), але в цьому випадку ціна не виправдана якістю – оцінка крему «добре». Бали було знято за неправдиві дані на упаковці, а саме – через те, що крем не видаляє небажаний волоссяний покрив за 5 хвилин, як зазначено на упаковці. За це отримали оцінку «добре» EVELINE (14,74 грн/100 мл) та «Супершвидкий» (18,75 грн/100 мл). Але якщо їх порівняти в ціновому еквіваленті (рис. 3), то найбільш відповідним критерію ціна – якість буде EVELINE.



**Рисунок 3 – Співвідношення ціни до якості кремів-депіляторів:**  
 ■ – ціна, грн; ■ – якісний показник застосування (за 5 хв);  
 ■ – якісний показник застосування (за 10 хв)

Крем-депілятор «М'ята» (Hair Removal Cream) та «Tanita effective» отримали оцінку «задовільно», бо дія засобу не цілком відповідає обіцянкам виробника, а також у них були зауваження щодо неповного маркування.

**Висновки.** Підводячи підсумки дослідження, слід зазначити, що на ринку Луганська з вітчизняних виробників кремів для видалення небажаного волоссяного покриву представлений лише один виробник (Bioton cosmetics – депіляторний мультикрем «Супершвидкий») і попит на нього не значний, переважно через відсутність реклами.

Визначено, що на ринку косметичних товарів Луганська відбувається помітне збільшення кількості кремів-депіляторів із додаванням натуральних компонентів (передусім трав); розширення асортименту продукції.

Відмічено підвищення вимог споживачів до якості товарів і особливо вибір оптимального варіанта співвідношення ціни і якості товарів.

Перспективою подальших досліджень у даному напрямку є урахування побажань споживачів для прийняття рішення щодо подальшої роботи над кремами для видалення небажаного волоссяного покриву.

#### *Список літератури*

1. Капшаре, Гвидо. Новые разработки в области косметологии: интерактивное биоцветическое воздействие статья // Профессиональная косметика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.mircosmo.info>>.

2. Пешук, Л. В. Технологія парфумерно-косметичних продуктів [Текст]: навч. посібник / Л. В. Пешук, Л. І. Бавіка, І. М. Демидов. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 376 с.

3. Рымаренко, О. С. Гладкая, загорелая, шелковистая // Уход за телом [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа : <<http://www.mircosmo.info>>.

4. Эрнандес, Е. Б. Экспресс-диагностика и тестирование: новая философия и новая культура работы на косметическом рынке // Специалистам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://www.mircosmo.info>>.

Отримано 30.09.2009. ХДУХТ, Харків.

© О.С. Шлапак, 2009.

УДК 65.012.16:683.5

**Т.Л. Колесник**, канд. техн. наук, доц.

**А.А. Иванова**, ст. викл.

## **ЕКСПЕРТИЗА ЯКОСТІ ПОЛІМЕРНИХ ПЛЯШОК ДЛЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ, ЩО РЕАЛІЗУЮТЬСЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ**

*Досліджено двоосноорієнтовані пляшки з ПЕТФ і ПВХ за зовнішніми ознаками (естетичні показники) та фізичними властивостями (ударна міцність, опір роздавлюванню). Надано рекомендації до їх застосування на підставі їх переваг перед іншими видами тари.*

*Исследованы двухосноориентированные бутылки из ПЭТФ и ПВХ по внешним признакам (эстетические показатели) и физическим свойствам (ударная прочность, сопротивление раздавливанию). Представлены рекомендации по их применению на базе преимуществ перед другими видами тары.*

*Bottles from PETF and PVKH on an external sign (aesthetics indexes) and physical properties (shock durability, resistance to squashing) were investigated. Recommendations for to their application on a base of their advantages before other types of container are presented.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Як показують маркетингові дослідження, переваги покупців коливаються. Українські виробники все більше розуміють, наскільки важливо якісно упакувати продукт і при цьому використовувати тару як носія рекламної інформації. Дизайн, вартість, зручність у використанні і екологічність упаковки істотно впливають на продаж. У строкатості та достатку однотипної упаковки і схожій за якістю продукції покупець, принаймні, повинен відрізнити свого улюбленого виробника. Але яка б