

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Факультет міжнародної економіки
Кафедра експертизи товарів та послуг**

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за освітньою програмою «Експертиза товарів та послуг»
на тему: «Товарознавча характеристика асортименту, споживчих
властивостей та експертиза парфумерних товарів»**

Виконавець:

студентка 69 групи
факультету міжнародної економіки
Савкова Анастасія Миколаївна

/підпис/

Науковий керівник:

к. т. н., доцент кафедри ЕТП
Захарчук Валентина Григоріївна

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми полягає в тому, що у великій різноманітності парфумерних товарів легко можна заплутатися, існує можливість натрапити на підробку або імітацію якісних або елітних парфумів. Значення парфумерних товарів росте відповідно до підвищення культурного розвитку споживачів, які стають все більш вимогливими відповідно до розвитку ринкових відносин. У зв'язку з цим виникає потреба в проведенні ряду експертиз, необхідних для підтвердження якості імпортованих парфумерних товарів, зокрема туалетних вод як товарної позиції, що займає найбільшу частину цього ринку.

Метою дослідження є товарознавчий аналіз споживчих властивостей парфумерних товарів, розробка регламенту проведення товарознавчих завдань, пов'язаних із захистом прав споживачів та експертизою якості парфумерних товарів.

Завдання дослідження:

- з'ясувати особливості формування асортименту парфумерних товарів на ринку України;
- визначити чинники, що формують споживчі властивості парфумерних товарів;
- визначити основні споживчі властивості парфумерних товарів для проведення товарознавчої експертизи якості;
- надати характеристику об'єктам дослідження та застосувати основні методи дослідження при проведенні експертизи якості;
- дослідити особливості проведення товарознавчої експертизи парфумерних товарів;
- провести експертизу парфумерних товарів із застосуванням експертного методу;
- визначити особливості ідентифікації та фальсифікації парфумерних товарів;
- розробити методику проведення інспекційної перевірки реалізації парфумерних товарів (за матеріалами ТОВ «Науково-дослідний інститут судової експертизи та оцінки»);
- надати рекомендації споживачам щодо захисту своїх прав при придбанні та використанні парфумерних товарів.

Об'єктом дослідження є парфумерні товари, зокрема чоловіча лінія парфумерних вод при проведенні основного етапу експертизи якості.

Предметом дослідження є асортимент, споживчі властивості, експертиза та якість парфумерних товарів.

Методи дослідження: органолептичні, експертного оцінювання, методи аналізу та експериментальні.

Інформаційна база дослідження: ДСТУ 4710:2006 «Вироби парфумерні рідинні. Загальні технічні умови»; ДСТУ 5009:2008 «Вироби парфумерно-косметичні. Правила приймання, відбирання проб, методи органолептичних випробувань»; ДСТУ 5010:2008 «Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання»; ДСТУ 2472:2006 «Продукція

парфумерно-косметична. Терміни та визначення»; ДСТУ 5008:2008 «Рідини парфумерно-косметичні. Методи визначення об'ємної частки етилового спирту»; ДСТУ ISO 9000-2001 «Системи управління якістю. Основні положення та словник»; Крюк Т. А. Ідентифікація парфумерних рідинних виробів; Батутіна А.П. Експертиза товарів: навч. посібн. [для студ. вищ. навч. закл.] / А.П. Батутіна, І.В. Ємченко. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 320 с.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (77 найменувань) та 1-го додатка. Загальний обсяг роботи становить 119 сторінок. Основний зміст викладено на 97 сторінках. Робота містить 11 таблиць, 7 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 1 статтю: Фальсифікація парфумерних товарів // Збірник наукових робіт за підсумками студентської наукової конференції МИНУЛЕ, СУЧАСНЕ, МАЙБУТНЄ. – 2017. – №7 (том 1). – С.216 – 221.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Тенденції розвитку ринку та методологічні основи експертизи парфумерних товарів*» розглянуто стан виробництва та перспективи розвитку ринку парфумерних товарів, чинники, що формують споживчі властивості, вимоги нормативних документів до якості та безпеки парфумерних товарів.

У другому розділі «*Експертиза парфумерних товарів*» проаналізовано об'єкти та методи дослідження при проведенні експертизи якості, класифікація, характеристика асортименту, особливості проведення товарознавчої експертизи, експертиза парфумерних товарів експертним методом.

У третьому розділі «*Розроблення методологічних основ проведення інспекційної перевірки парфумерних товарів*» визначено основні чинники ідентифікації та визначення фальсифікації парфумерних товарів та запропоновано розроблення регламенту проведення товарознавчих завдань, пов'язаних із захистом прав споживачів при продажу парфумерних товарів, методики проведення інспекційної перевірки парфумерних товарів, рекомендацій споживачам щодо захисту своїх прав при придбанні та використанні парфумерних товарів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. За результатами дослідження ринку парфумерних товарів встановлено, що український ринок парфумерних товарів вважається другим у світі після Китаю за обсягом реалізації фальсифікованої продукції; експерти вважають, що цей показник сягає 60% внутрішнього ринку зазначених товарів. Придбання такої продукції пов'язане з певним, а не рідко і значним, ризиком для життя та здоров'я споживачів.

За даними представників вітчизняних мереж, ринкова частка спеціалізованих торгових точок зросла до 20 – 30 %. Звичайно, попереду в Україні – Київ, де ця частка сягає 70 % (близько 40 – 50 % припадає на спеціалізовані магазини та 20 % –

на спецвідділи у супермаркетах). У регіонах на базарах реалізується поки що понад 80 % парфумерії, однак і там ця частка невпинно зменшується. Левова частка парфумерної продукції реалізується через дрогери, що представлені на вітчизняному ринку досить широко – «Watson», «Космо», «Єва», «Brocard», «L'Escalé» тощо. Найбільшим гравцем на ринку парфумерних товарів в Україні, за даними експертів Euromonitor і Planet, є міжнародна мережа Watsons (212 магазинів формату дрогері у 64 містах в усіх регіонах України).

Отже, загалом український ринок парфумерних товарів є одним з найбільш містких і перспективних серед інших непродовольчих товарів. На сучасному етапі для вітчизняних виробників головні завдання складаються з покращення якості і розширення асортименту продукції, підвищення її конкурентоспроможності, а також більш активного її просування на внутрішньому та зовнішньому ринках.

2. Встановлено, що у номенклатуру споживчих властивостей парфумерних товарів входять функціональні властивості, властивості надійності, ергономічні, естетичні, екологічні властивості та властивості безпеки. При цьому, слід зазначити, що вимоги до якості парфумерних товарів поділяють на дві групи: вимоги до їх складу та вимоги до зовнішнього вигляду.

3. Об'єктом дослідження є чоловіча лінія парфумерних товарів, що реалізується в південному регіоні, зокрема в місті Одесі. Для дослідження якості, безпеки та проведення товарознавчої експертизи були відібрані зразки чоловічої парфумерії серед продукції, яка користується найбільшим попитом, а саме парфумерні води: 1) Bvlgari Aqva Pour Homme, 2) Givenchy Blue Label, 3) Versace Man Eau Fraiche, 4) Angel Schlesser Homme, 5) Giorgio Armani Acqua di Gio pour homme, 6) Bleu de Chanel, 7) Yves Saint Laurent La Nuit De L'Homme L'Intense, 8) Hugo Boss Bottled Unlimited.

Запропоновано для дослідження показників якості при проведенні експертизи якості парфумерних товарів використовувати такі методи дослідження: органолептичні, експертні та експериментальні.

4. За результатами аналізу пакування парфумерних товарів встановлено, що усі представлені зразки відповідають вимогам ДСТУ 5010:2008.

За результатами маркування обраних зразків встановлено, що найчастіше на упаковках парфумерних виробів вказаний не повний склад парфумерних виробів, лише в маркуванні трьох зразків (Versace Man Eau Fraiche, Bleu de Chanel, Yves Saint Laurent La Nuit De L'Homme L'Intense) вказана повна адреса виробника. В деяких зразках, а саме Versace Man Eau Fraiche та Angel Schlesser Homme, не вказана попереджувальна інформація.

За результатами аналізу органолептичних показників об'єктів дослідження встановлено, що усі зразки відповідають вимогам ДСТУ 5009:2008 «Вироби парфумерно – косметичні. Правила приймання, відбирання проб, методи органолептичних випробувань» та ДСТУ 4710:2006 «Вироби парфумерні рідинні. Загальні технічні умови».

5. За результатами аналізу фізико – хімічних показників об'єктів дослідження встановлено, що за показником стійкості запаху усі зразки відповідають усім

вимогам ДСТУ 5009:2008 та ДСТУ 4710:2006, крім зразка №3 (парфумерна вода Versace Man Eau Fraiche), який є нижчим за встановлену норму.

За результатами аналізу показника об'ємна частка етилового спирту при температурі 20оС, % об. Встановлено, що відповідають вимогам ДСТУ 4710:2006 зразки 1, 2, 5, 7 і 8 (парфумерні води Bvlgari Aqva Pour Homme, Givenchy Blue Label, Giorgio Armani Acqua di Gio pour homme, Yves Saint Laurent La Nuit De L'Homme L'Intense, Hugo Boss Bottled Unlimited). Зразки 3, 4 і 6 (парфумерні води Versace Man Eau Fraiche, Angel Schlessen Homme, Bleu de Chanel) не відповідають даному показнику, є нижчими за встановлену кількість.

За результатами аналізу показника сума масових часток запашних речовин встановлено, що відповідають вимогам ДСТУ 4710:2006 зразки 1, 2, 5, 6, 7 і 8 (парфумерні води Bvlgari Aqva Pour Homme, Givenchy Blue Label, Giorgio Armani Acqua di Gio pour homme, Bleu de Chanel, Yves Saint Laurent La Nuit De L'Homme L'Intense, Hugo Boss Bottled Unlimited). Значення показника сума масових часток запашних речовин для зразків 3 та 4 (парфумерні води Versace Man Eau Fraiche, Angel Schlessen Homme) є нижчим за встановлену норму і не відповідає стандарту.

6. За результатами оцінки якості парфумерних товарів експертним методом, для якого виділили п'ять зразків парфумерної води (У1 - Angel Schlessen Homme; У2 - Yves Saint Laurent La Nuit De L'Homme L'Intense; У3- Bvlgari Aqva Pour Homme; У4 - Bleu de Chanel; У5 - Versace Man Eau Fraiche) з розрахунку сумарного зваженого їх ранжування виявлено, що найбільш якісною є парфумерна вода Yves Saint Laurent La Nuit De L'Homme L'Intense, а друге місце займає парфумерна вода Bvlgari Aqva Pour Homme.

7. Досліджено, що парфумерія традиційно належить до тої групи товарів, де є найбільший відсоток товарів невідомого походження та підробок. Тому у випадках коли якість та походження товару знаходиться під сумнівом, потрібно здійснити ідентифікацію парфумерних товарів, при якій встановлюють відповідність найменування виробу, масової частки композиції в парфумерній рідині, інформації, зазначеній на маркуванні і в супровідному документі. Негативний результат при ідентифікації парфумерних товарів свідчить про їх фальсифікацію.

8. Розроблена Методика проведення інспекційної перевірки реалізації парфумерних товарів, яка може використовуватись експертними організаціями, зокрема, Відділом ринкового контролю у місті Одесі. Методика проведення перевірки враховує нововведенні нормативні документи на парфумерні товари, які відповідають директивам ЄС. Необхідність розробки такої Методики полягає в тому, що немає конкретної методики проведення інспекційної перевірки суб'єктів господарювання, які реалізують парфумерні товари.

9. У результаті проведених досліджень та аналізу споживчих властивостей парфумерних товарів, розробили рекомендації щодо захисту прав споживачів при їх придбанні, основними з яких є дотримання таких правил: вимагати у продавця пред'явити сертифікат відповідності (якості); перевірити наявність знака відповідності; уважно оглядати парфумерний товар; детально розпитувати продавця про його якість; перевіряти правильність маркування; вимагати у продавця чек у випадку його неவிдача; з'ясувати гарантійний термін парфумерного виробу.

АНОТАЦІЯ

Савкова А.М., «Товарознавча характеристика асортименту, споживчих властивостей та експертиза парфумерних товарів»,
кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за освітньою програмою «Експертиза товарів та послуг»,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2018 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – парфумерні товари.

У роботі проаналізовано особливості формування асортименту парфумерних товарів на ринку України; визначено чинники, що формують споживчі властивості парфумерних товарів; надано характеристику об'єктам дослідження та застосовано основні методи дослідження при проведенні експертизи якості; досліджено особливості проведення товарознавчої експертизи парфумерних товарів; проведено експертизу парфумерних товарів із застосуванням експертного методу; визначено особливості ідентифікації та фальсифікації парфумерних товарів; розроблено методiku проведення інспекційної перевірки реалізації парфумерних товарів (за матеріалами ТОВ «Науково-дослідний інститут судової експертизи та оцінки») та надано рекомендації споживачам щодо захисту своїх прав при придбанні та використанні парфумерних товарів.

Ключові слова: парфумерні вироби, ринок, споживчі властивості, асортимент, особливості експертизи, якість, фальсифікація, інспекційна перевірка, захист прав споживачів.

ANNOTATION

Savkova AM , «Commodity characteristics of the assortment, consumer properties and expert examination of perfumery goods»,
Qualifying work on obtaining a master's degree in the specialty
«076 Entrepreneurship, trade and stock activities » under the master's program
«Examination of goods and services»,
Odessa National Economics University
Odessa, 2018

Thesis consists of three chapters. Object of study – perfumery goods.

Diploma thesis deals with theoretical aspects of

The peculiarities of the formation of the range of perfumery products in the Ukrainian market are analyzed; the factors forming the consumer properties of perfumery goods are determined; the characteristics of the objects of research were given and the main methods of research were used during the quality examination; the features of

conducting commodity examination of perfumery goods are investigated; Expertise of perfumery products with the use of an expert method was conducted; the features of identification and falsification of perfumery goods are determined; developed a methodology for carrying out the inspection inspection of the implementation of perfumery products (based on the materials of LLC "Research Institute of Forensic Examination and Evaluation") and provided advice to consumers to protect their rights in the purchase and use of perfumery products.

Key words: perfumery, market, consumer properties, assortment, expertise, quality, falsification, inspection inspection, consumer rights protection.