

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

Кафедра експертизи товарів та послуг

**ДИПЛОМНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

**зі спеціальності 6.030510 Товарознавство та торгівельне підприємництво**

з теми:

**Сучасні напрямки розвитку асортименту та споживчих властивостей  
косметичних товарів**

**Виконавець:**

**студент 4 курсу факультету міжнародної економіки**

**Керімова К. \_**

**(підпис)**

**Науковий керівник:**

**канд. техн. наук, доцент Захарчук В.Г.**

**(вчений ступінь, вчене звання, П.І.Б.)**

---

**(підпис)**

**Одеса 2018р.**

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТА ТОВАРОЗНАВЧІ АСПЕКТИ ДЕКОРАТИВНОЇ КОСМЕТИКИ .....	5
1.1. Аналіз ринку косметичних товарів в Україні .....	5
1.2. Характеристика споживчих властивостей декоративної косметики ...	10
1.3. Аналіз факторів, що впливають на формування якості та споживних властивостей.....	16
1.4. Вимоги до якості декоративної косметики .....	27
РОЗДІЛ 2. ОБ'ЄКТИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕНЬ ПРИ ПРОВЕДЕННІ ОСНОВНОГО ЕТАПУ ПЕРЕВІРКИ ЯКОСТІ .....	34
2.1. Об'єкти дослідження.....	34
2.2. Методи дослідження .....	35
2.3. Результати дослідження якості .....	40
2.3.1. Результати органолептичних показників .....	40
2.3.2. Результати фізико-хімічних показників .....	41
РОЗДІЛ 3. ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РЕЗУЛЬТАТИ ПРОВЕДЕННЯ ПОРІВНЯЛЬНИХ ВИПРОБУВАНЬ .....	44
3.1. Принципи державного регулювання продажу декоративної косметики .....	44
3.2. Класифікація декоративної косметики та характеристика асортименту.....	49
3.3 Розробка програми порівняльного споживчого випробування декоративної косметики.....	59
Висновки та пропозиції .....	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	77

## ВСТУП

Становлення ринкових відносин, їх розвиток та вдосконалення вимагають чіткого підходу до характеристики косметичних товарів як об'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Тому проблема всебічного вивчення товару з дослідженням його видових, кількісних та якісних характеристик є достатньо актуальною. Саме тому товарознавцям вже замало орієнтуватися в асортименті косметичних товарів – їм потрібні знання щодо нового напрямку діяльності – експертизи товарів.

Слід зазначити, що останнім часом вітчизняні косметичні товари стають все більш конкурентоздатними. Це пояснюється нижчими цінами та високим вмістом натуральних компонентів. Але широкі рекламні заходи і, можливо, особливості менталітету вітчизняного споживача визначають перевагу попиту на імпорتنу косметику, насамперед таку, що виробляється відомими фірмами. Водночас пропоновані ефекти часто недосяжні. Одна з причин такої ситуації – надходження на український ринок фальсифікованої продукції або такої, що отримана з порушенням виробничих процесів, пакування, транспортування і зберігання. Розробка новітніх науково обґрунтованих принципів та методів дослідження якості косметичних засобів дозволить запобігти надходженню в Україну неякісної продукції і зберегти матеріальні кошти, а інколи і здоров'я українських споживачів.

Сьогодні косметичний ринок буквально переповнений самими різними засобами декоративної косметики. Основне призначення декоративної косметики — зробити зовнішність людини привабливішою, підкреслити кращі її риси і замаскувати невеликі дефекти.

**Метою** випускної роботи є дослідження особливостей і розробка регламенту проведення товарознавчих завдань, пов'язаних із перевіркою якості декоративної косметики.

Для досягнення поставленої мети слід було вирішити наступні **завдання:**

1. Виявити закономірності формування асортименту косметичних товарів на сучасному ринку.
2. Встановити номенклатури показників споживних властивостей для товарознавчої характеристики декоративної косметики.
3. Провести аналіз факторів, що впливають на формування споживних властивостей декоративної косметики.
4. Надати характеристику об'єкту та застосувати основні методи при проведенні основного етапу експертизи якості.
5. Провести порівняльні споживчі випробування декоративної косметики (компактної пудри);
6. Визначення принципів державного регулювання продажу декоративної косметики;
7. Дослідження особливостей і розробка програми інспекційної перевірки підприємств, що реалізують декоративну косметику.

*Об'єктом* цього дослідження є декоративна косметика, зокрема пудра при проведенні основного етапу перевірки якості.

*Предметом* досліджень є споживні властивості та якість декоративної косметики.

**Новизна** роботи полягає у розробці балового методу оцінки якості декоративної косметики для зниження суб'єктивності органолептичного методу при проведенні основного етапу перевірки якості.

Практичне значення роботи полягає у виявленні закономірностей формування асортименту косметичних товарів на сучасному ринку; визначенні принципів державного регулювання продажу декоративної косметики та у застосуванні основних методів при проведенні основного етапу перевірки якості згідно нововведеною нормативною документацією.

Особливість даної роботи полягає в тому, що зроблені теоретичні і практичні розробки проблеми у тому аспекті, як вони поставлені сучасним розвитком нашої економіки та станом чинної нормативної документації.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Сучасний ринок декоративної косметики дуже широкий і представлений в основному іноземними виробниками, що постійно оновлюють асортимент виготовлюваної продукції. Рівень споживання вітчизняних косметичних товарів визначається насиченістю ринку імпортованими товарами. В даний час на ринку декоративної косметики спостерігається різноманіття пропонованої продукції, відбувається заторгівлення ринку. Все більше загострюється конкуренція між магазинами в результаті боротьби за покупця. Кожен з покупців має можливість обрати товар, який би повністю відповідав його вимогам та задовольняв його споживчі потреби.

Косметичний ринок України — третій по величині серед країн Східної Європи, після Польщі і Росії. Його об'єм в грошовому еквіваленті за підсумками 2017 року склав 23,92 млрд. грн. (\$2,94 млрд.). Лише дохід від реалізації декоративної косметики сьогодні складає в Україні \$641 млн.

2. Визначення якості починається з визначення споживчих властивостей, які найбільш повно і точно відображають якість продукту. Споживчі властивості декоративної косметики в цілому можна розділити на наступні основні групи: функціональність, надійність, ергономічність, естетичність, безпечність.

3. Якість як сукупність споживчих властивостей створюється в процесі виробництва на стадії підбирання основної і допоміжної сировини; організації і контролювання технологічного процесу виробництва. Збереження якості забезпечується в процесі доведення продукту від виробника до споживача, використанням відповідного упакування, тари, створенням оптимальних умов під час транспортування, зберігання, реалізації.

4. Визначальним поняттям під час гарантування якості декоративної косметики, як товару, що має право на реалізацію та є безпечним для споживача є дослідження якості.

Практичне значення роботи полягає у тому, що були проведені дослідження якості декоративної косметики на прикладі компактної пудри, різних виробників що присутні на ринку України. В результаті проведених досліджень було виявлено, що не всі товари відповідають встановленим вимогам. Мої дослідження над даними зразками компактної пудри були продовжені проведенням порівняльних випробувань між найбільш відомими на сьогоднішній день виробниками пудри, представленими на українському ринку. За результатами споживчих випробувань були встановлені лідери споживчих вподобань та виявлені недоліки при використанні. Обробка представлених даних засвідчила, що за показниками якості, що найбільш цікавить споживачів перевагу отримала компактна пудра Max Factor.

5. Що ж стосується державного регулювання продажу декоративної косметики, то цей процес регламентується в повному обсязі. Кожен крок процесу контролюється чинним законодавством України. Завдяки такій правовій базі наша держава має всі підстави для якісного контролю косметичних товарів щодо різних показників та має змогу повного забезпечення відповідності товарів встановленим вимогам.

На сьогоднішній день регламентуються та контролюються всі показники якості зі сторони маркування, пакування, транспортування та зберігання декоративної косметики. Але виникає проблема щодо бачення цих вимог іноземними виробниками та їх дотримання іноземними фірмами – постачальниками. Адже саме від них буде залежити якість товару, який отримає кінцевий споживач.

З огляду на контролюючі органи, що є першою ланкою в загальному ланцюгу забезпечення якості товарів та захисту прав споживачів, то у 2017 році одеське обласне управління у справах захисту прав споживачів не тільки змінило тематику перевірок, але й збільшувала свої показники щодо

кількості перевірок у порівнянні із 2016 роком. Під час перевірки підприємств, що займаються реалізацією декоративної косметики, треба звертати увагу на наявність висновку санітарно – гігієнічної експертизи про безпечність цього товару, а також слідкувати за наявністю необхідної, повної, доступної та достовірної інформації про товар на упаковці або супровідних документах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Про захист прав споживачів: Закон України від 12 травня 1991 р. № 1023–XII // Відомості Верховної Ради України. – 1991. - №30. – 379 с.
2. ДСанПіН 2.2.9.027-99. Державні санітарні правила і норми безпеки продукції парфумерно-косметичної промисловості: Постанова Головного державного санітарного лікаря України від 01.07.1999 № 27.
3. Правила роздрібної торгівлі непродовольчими товарами: Затв. наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків України від 11.03.2004 № 98.
4. Про Порядок заняття торговельною діяльністю і правила торговельного обслуговування населення: Постанова КМУ від 08.02.1995 N 108 .
5. ДСТУ 4774:2007 « Вироби косметичні для макіяжу на жировосковій основі. Загальні технічні умови.».
6. ДСТУ 4773:2007 «Вироби косметичні для макіяжу порошкоподібні та компактні. Загальні технічні умови.».
7. ДСТУ 5010:2008 «Продукція парфумерно – косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання.» .
8. ДСТУ 5009:2008 « Вироби парфумерно – косметичні. Правила приймання, відбирання проб, методи органолептичних випробувань.».
9. ГОСТ 51391-99 «Виробу парфюмерно - косметичні. Інформація для споживачів. Загальні вимоги» .
10. Архіпов В.В. Судово-товарознавча експертиза товарів народного споживання. Посібник . – К.:Центр учбової літератури, 2008. – 306с.
11. Батутіна А.П., Ємченко І.В. Експертиза товарів. Навчальний посібник. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 278 с.
12. Башура А. Г. Технология косметических и парфюмерных средств. – Х.: Изд-во НФАУ, 2002. – 272 с.
13. Балаева С. И. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров: : Учебное пособие. – М.: Дашков и К°, 2008.- 552 с.



14. Вилкова С.А. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров: Учебник для вузов. – М.: «Деловая литература», 2000. – 286с.
15. Зверяков М. І. Національна економічна система: проблеми теорії / М. І. Зверяков. – Одеса : Астропринт, 2012. – 320 с.
16. Зверяков М. І. Формування системи індикаторів фінансової стійкості банківської системи [Текст] / М. І. Зверякова, В. В. Коваленко // Фінанси України. – 2012. - № 4. – С. 3 – 12.
17. Зверяков М. І. Банківський капітал: вимоги Базеля III / М. І. Зверяков, В. В. Коваленко // Фінанси України. – 2011. – № 6. – С. 13-23.
18. Мельниченко, Т.А. Товароведение парфюмерно-косметических товаров. – Ростов н/Д: Феникс, 2002.- 288 с.
19. Неверова А.Н, Чахлых Т.И. Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами: Учебник для вузов. – М.: «Деловая литература», 2003. – 463с.
20. Петрище Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы непродовольственных товаров : учебник . – М.: Дашков и К°, 2004.- 512с.
21. Ребицький В.М., Полікарпов І.С. Організація та технологія інспектування. Підручник . – К.:ЦНЛ,2005. – 363 с.
22. Сыцко В.Е. Теоретические основы товароведения: Учебное пособие Мн. : Выш. шк , 2005. —208с.
23. Самарин В.И. Справочник по товароведению непродовольственных товаров: Учебное пособие 2010 .- 336с
24. Симоненко В.Д. "Основы потребительской культуры" Учебник. - М.: Вита-Пресс, 2004. - 176 с.
25. Салухіна Н.Г., Башкатова О.І. Організація і технологія інспектування: Навч. посіб. К.: Київ. нац.. торг.-екон. ун-т, 2003. – 213 с.
26. Сучасні проблеми товарознавства: Зб. наук. праць. – К.: Київ. держ. торг.-екон. ун-т, 1999.-233с.
27. Сучасні проблеми товарознавства: Зб. наук. праць. – К.: Київ. держ. торг.-екон. ун-т, 2003. – 209 с.
28. Фридман Р. А. Технология косметики. – М.:Пищевая промышленность,

1964. – 487 с.

29. Чалых Т. И., Коснырева Л. М., Пашкевич Л. А. Товароведение упаковочных материалов и тары для потребительских товаров. Учебное пособие 2004.- 368 с.

30. Шепелев, А.Ф. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров : учеб. пособие . – М.: ИКЦ «МарТ», 2003.- 688 с.

31. Шепелев А.Ф. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров. - М.: ИКЦ «МарТ», – 2001.- 144с.

32. Яковлева Л. А., Кутакова Г. С. Товароведение парфюмерно-косметических товаров. Учебник для вузов. – СПб.: Издательство «Лань», 2001. - 246с.

33. Большаков С. Импорт косметики / ЛОГИНФО.- 2007.- №1-2.- 19с.

34. Бунина П. Независимый тест / Косметика и парфюмерия.- 2003. - №16. - 15-16 с.

35. Бондарь М. Какие потребительские рынки первыми очнутся от кризиса / Контракты. – 2009. -№ 15. 19 с.

36. Бондаренко М.А. Тест : косметика/ Справочник потреби теля. – 2006.- №4. – 29с.

37. Міщенко К. С. Ринок косметики / Потребитель + Рынок. -2008. - № 9. 13 с.

38. Плешков Д. Косметические средства/ Потребитель + Рынок. – 2007.- №3.23- 24с.

39. Соколова А. Добавим красок /Косметика и парфюмерия. 2004. - №28. – 11-12с.

40. Харлан А.В. Эксперт по экспорту / Косметический рынок сегодня. – 2009. -№8. 9 с.

41. [www.consumerinfo.org.ua](http://www.consumerinfo.org.ua)

42. [www.consumer.com.ua](http://www.consumer.com.ua)

43. [www.kosmetika.potrebitel.ru](http://www.kosmetika.potrebitel.ru)

44. [www.potrebitel.net.ua](http://www.potrebitel.net.ua)

45. [www.test.org.ua/tests/health-cosmetics](http://www.test.org.ua/tests/health-cosmetics)