

2. Билык Ю. Новая аграрная политика – основа преодоления кризиса в АПК / Ю. Билык // Экономика Украины. – 1998. – № 8. – С. 54-61.
3. Веб-сайт Державного комітету статистики. [Електронний ресурс]. - Режим доступу - <http://ukrstat.gov.ua/operativ/>
4. Попова О. Агросфера: соціоекономічний зміст і засади сталого розвитку. // Агросфера. – №1. – 2013. – С. 3-5
5. FAO 1996. Rome Declaration of World Food Summit it Plan of Action. <http://www.fao.org/wfs/final>.

1. Закон України “Об основныkh прыntsypakh (stratehyy) hosudarstvennoy эkологической polytyky Украйны на peryod до 2020 hoda” (2010 h.)

2. Булык Yu. Novaya ahrarnaya polytyka – osnova preodolenyya kryzysa v APK / Yu. Булык // Экономика Украйны. – 1998. – # 8. – S. 54-61.

3. Veb-sayt Derzhavnoho komitetu statystyky. [Elektronnyy resurs]. - Rezhym dostupu - <http://ukrstat.gov.ua/operativ/>

4. Popova O. Ahrosfera: sotsioekonomichnyy zmist i zasady staloho rozvytku. // Ahrosfera. – #1. – 2013. – S. 3-5

*Рецензент: Ковальов В.Г. д.е.н., проф., зав. каф. менеджменту природоохоронної діяльності Одеського державного екологічного університету*

*19.10.2015*

УДК 665.57:65.012.16

*Захарчук Валентина, Неруца Лілія*

## **ТОВАРОЗНАВЧА ЕКСПЕРТИЗА ПАРФУМЕРНИХ ТОВАРІВ В КОНТЕКСТІ ВИМОГ ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТИВ**

У статті визначено основні методи та інструменти для проведення товарознавчої експертизи парфумерних товарів згідно

національних стандартів та європейських нормативних документів. Розглянуто основні методичні підходи щодо оцінки якості, маркування та пакування парфумерних товарів для оновлення методики проведення експертизи парфумерних товарів відповідно до сучасних вимог. Приведена порівняльна характеристика технічних вимог міжнародних стандартів до якості парфумерних товарів та технічних вимог національних стандартів. Встановлено, що основними факторами формування якості парфумерних товарів є вихідна сировина, кількісний і якісний склад виробу, особливості його виробництва (консистенція, характер упаковки, вид споживчої тари, місткість одиниці виробу). Проведено товарознавчу експертизу та аналіз якості парфумерних товарів для виявлення їх відповідності сучасним нормативним документам за основними органолептичними та фізико-хімічними показниками якості, в тому числі проведена оцінка відповідності тари, в яку фасуються парфумерні рідини, маркування та пакування за методиками, які приведені у європейських нормативних документах.

**Ключові слова:** парфумерні товари, товарознавча експертиза, показники якості, методи оцінки якості, маркування, нормативний документ.

*Захарчук Валентина, Неруца Лилия*

## **ТОВАРОВЕДЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА ПАРФЮМЕРНЫХ ТОВАРОВ В КОНТЕКСТЕ ТРЕБОВАНИЙ ЕВРОПЕЙСКИХ СТАНДАРТОВ**

В статье определены основные методы и инструменты для проведения товароведческой экспертизы парфюмерных товаров согласно национальных стандартов и европейских нормативных документов. Рассмотрены основные методические подходы к оценке качества, маркировки и упаковки парфюмерных товаров для обновления методики проведения экспертизы парфюмерных товаров в соответствии с современными требованиями. Приведена сравнительная характеристика технических требований международных стандартов к качеству парфюмерных товаров и технических требований национальных стандартов. Установлено, что

основными факторами формирования качества парфюмерных товаров является исходное сырье, количественный и качественный состав изделия, особенности его производства (консистенция, характер упаковки, вид потребительской тары, емкость единицы изделия). Проведена товароведческая экспертиза и анализ качества парфюмерных товаров для выявления их соответствия современным нормативным документам по основным органолептическим и физико-химическим показателям качества, в том числе проведена оценка соответствия тары, в которую фасуются парфюмерные жидкости, маркировки и упаковки по методикам, приведены в европейских нормативных документах .

**Ключевые слова:** парфюмерные товары, товароведческая экспертиза, показатели качества, методы оценки качества, маркировка, нормативный документ.

*Zakharchuk Valentina, Nerutsa Liliia*

## **COMMODITY EXPERT EXAMINATION OF PERFUME COMMODITIES IN THE CONTEXT OF EUROPEAN STANDARDS**

The article defines the basic methods and tools for commodity expertise of perfumes according to national standards and European regulations. The basic methodological approaches to the assessment of the quality, labeling and packaging of perfumes to update the methodology of the examination of perfumery goods in accordance with modern requirements are reviewed. The comparative characteristic of the technical requirements of international standards for quality perfumes and technical requirements of national standards are given. It was found that the main factors shaping the quality of perfumes are raw materials, the quantitative and qualitative composition of the product, especially its production (texture, character packing, type of consumer packaging, container product unit). The commodity expert examination and analysis of the quality of perfumes to determine their compliance with modern regulations on the basic organoleptic and physico-chemical indicators of quality, including an assessment of compliance of containers, which are packed of perfumery liquids, labeling and packaging according to the procedures given in European regulations was conducted.

**Keywords:** perfume commodities, commodity expertise, quality indicators, methods for assessing the quality, labeling, regulatory document.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Парфумерний ринок в Україні є досить насиченим. Проте, експерти оцінюють його розвиток як дуже перспективний. Скорочення власного виробництва парфумерних товарів призвело до різкого збільшення в Україні кількості продукції іноземного походження. Близько 60 % парфумерних товарів, які реалізуються в Україні, не мають нічого спільного з товарним знаком, який зображений на його упакуванні [4].

Значення парфумерних товарів росте відповідно до підвищення культурного розвитку споживачів, які стають все більш вимогливими відповідно до розвитку ринкових відносин. Однак, питання якості парфумерних товарів є завжди актуальним, оскільки ці товари контактують зі шкірою людини і безпосередньо впливають на стан здоров'я людини.

У зв'язку з цим виникає потреба в проведенні експертизи, яка необхідна для підтвердження якості імпортованих парфумерних товарів відповідно до національних стандартів та європейських нормативних документів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема дослідження асортименту і якості парфумерних товарів вивчали такі вчені: Л.В. Пешук, Л.І. Бавіка, І.М. Демідов, І.І. Васильєва, С.А.Вілкова, Л.А. Яковлева, Г.С. Кутакова, О.В. Вотченікова, Т.П.Писаренко, А.О. Реміга і т. д. Наукові роботи зазначених вчених відзначаються ґрунтовністю, що притаманна розробкам загальнотеоретичного плану.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Експертна практика парфумерної галузі потребує наукової систематизації накопиченого матеріалу, урахування нової нормативної бази і економічних умов. Що стосується нормативної документації в парфумерній галузі, склалася така ситуація – частина нормативних документів, яка залишилась в спадок ще з часів Радянського Союзу була доопрацьована в зв'язку з новими вимогами науково-технічного прогресу. Як результат, за останні роки прийнято та надано чинності національним стандартам [1, 2, 6] та запроваджено такі європейські нормативні документи [3, 7, 8, 9, 10], які напряду пов'язані із

визначенням якості та товарознавчою експертизою парфумерних товарів.

Таким чином, виникає необхідність проведення актуальних досліджень в напрямку товарознавчої експертизи парфумерних товарів, оскільки такі результати досліджень будуть відігравати роль конкретної основи для розробки сучасної методики експертизи парфумерних товарів.

**Метою даної статті** є проведення товарознавчої експертизи та аналізу якості парфумерних товарів для виявлення їх відповідності національним стандартам та європейським нормативним документам.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Парфумерні вироби – спиртові, спиртоводні чи водноспиртові розчини багатокomпонентних сумішей запашних речовин.

Основними факторами формування якості парфумерних товарів є вихідна сировина, кількісний і якісний склад засобу, а також особливості його виробництва (консистенція, характер упаковки, вид споживчої тари, місткість одиниці виробу та ін.).

Для парфумерії основну групу сировини становлять запашні речовини, які бувають натуральними рослинного (ефірні масла, смоли, бальзами) і тваринного походження (продукти виділення залоз деяких тварин – мускус, амбра, цибет), а також синтетичними. Багатокomпонентна суміш запашних речовин (до 100 і більше) утворює парфумерну композицію – основу парфумерного виробу, від якої залежить і характер запаху, і його стійкість, тобто головні споживчі властивості парфуму. Використання сировини тваринного походження надає запаху парфумерного засобу особливого відтінку – ніжності, єдності, збільшує його тривалість (стійкість). Синтетичні запашні речовини дають можливість створювати парфуми й одеколони з різними фантазійними запахами, які не зустрічаються у природі. Чим більше запашних речовин у складі парфумерної композиції виробу, тим вища його якість. У парфумах екстра-класу їх повинно бути не менше 300. Рецепт такої композиції є таємницею і відомий лише розробникові. До складу рідких парфумерних виробів входять спирт (як розчинник запашних речовин), вода, іноді барвники. Їхні кількість і якість також визначають якість виробу і створюють асортимент [5].

Велике значення для парфумерії має упаковка і зовнішнє оформлення виробів. Упаковка повинна не тільки сприяти збереженню якості товару, а бути, як і зовнішнє оформлення, одночасно його рекламою, маркою виробника і показником якості, конкурентоспроможності, від яких залежать споживчий попит і ціна товару. Тому передові фірми приділяють велику увагу не тільки пошуку нового аромату парфуму, а й створенню флакону, назви, упаковки. Над цим працюють не один рік фахівці із запахів, дизайнери, модельєри, навіть скульптори. Існують цілі школи парфумерного мистецтва.

Асортимент імпортованих парфумів, які надходять на ринок України, класифікується так [5]:

- духи (Parfum або Extrait), містять 20 – 30 % парфумерної композиції, міцність спирту не менше 90 %;

- парфумерні води (Eau de Parfum або Parfum de Toilette, або Exprin de Parfum), вміст композиції 15 – 20%, міцність спирту не менше 90 %;

- туалетні води (Eau de Toilette), вміст композиції 6 – 12 %, міцність спирту не менше 85 % ;

- одеколон (Eau de Cologne) містить 3 – 5 % парфумерної композиції, міцність спирту 70 – 80 % ;

- запашні води (L'Eau Fraoche, Eau de Sport), вміст композиції 1 – 3 %, міцність спирту 70 – 80 % або менше.

За вмістом парфумерної композиції (запашних речовин) і за призначенням згідно з ДСТУ 4710:2006 [1] поділяють на концентровані духи (вміст запашних речовин не менше 30 %), духи (вміст запашних речовин не менше 15 %), парфуми-еспрі (вміст запашних речовин не менше 10 %), парфумерні води (вміст запашних речовин не менше 8,0 %), туалетні води (не менше 4,0 %), одеколони (не менше 1,5 %), запашні води (не менше 1,0 %). Духи і туалетні води використовуються як засоби для ароматизації; одеколони – як гігієнічні, освіжаючі та ароматичні засоби; запашні води – як освіжаючі та гігієнічні.

Парфумерні товари, які реалізує досліджуване підприємство, за органолептичними та фізико-хімічними показниками мають відповідати вимогам, наведеним у табл. 1 (згідно ДСТУ 4710:2006).

Таблиця 1

## Органолептичні та фізико-хімічні показники парфумерних виробів

Назва показника	Характеристика і норма						
	Концентро-вані	Духи	Парфуми-	Парфуме-рна вода	Туалетна вода	Одеколон	Запашна вода
Зовнішній	Прозора рідина. Допустима наявність поодиноких волокон						
Колір	Властивий кольору, встановленому у технічних вимогах на парфумерний виріб певної назви						
Запах	Властивий запаху, встановленому у технічних вимогах на парфумерний виріб певної назви						
Стійкість запаху, год., не менше ніж	60	60	50	50	40	24	Не нормується
Прозорість	Відсутність помутніння за температури, °С						
	+3	+3	+3	+3	+3	+5	+5
Об'ємна частка етилового спирту, % об	55,0	70,0	75,0	75,0	75,0	60,0	20,0
Сума масових часток запашних речовин, %, не менше ніж	30,0	15,0	10,0	8,0	4,0	1,5	1,0

Для знаходження значень показників якості продукції використовуються вимірювальні, реєстраційні, органолептичні і розрахункові методи [1].

Відповідність парфумерних виробів встановленим органо-лептичним та фізико-хімічним показникам визначаємо за наступним методиками, які приведені у чинних нормативних документах.

Особливістю експертизи якості парфумерних виробів є одночасна перевірка якості парфумерії і тари (туби, банки, флакони, пенали і т.д.), в яку засоби фасуються. До поняття «парфумерний виріб» входять дві складові частини: вміст і тара (індивідуальна).

Іншою особливістю є те, що експерт не встановлює відсоток зниження рівня якості товару, що має дефекти або що втратили (частково або цілком) товарний вигляд. В актах експертизи констатується фактичний стан виробу (тари і вмісту), дається опис дефектів. Вироби, що мають дефекти або втратили товарний вигляд експерт відносить до неякісних. Вони належним чином пакуються, і

вироби-опломбовуються особистим штампом експерта, про що в акті експертизи робиться відповідний запис.

Відповідність маркування споживчої тари з парфумерними виробами визначається згідно з ДСТУ 5010:2008 Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання [6], Регламентом (ЄС) № 1223/2009 [7], «Керівництвом для маркування косметичної продукції в Європейському Союзі» (Розроблене «COLIPA», грудень 2012 року) [3].

Маркування може бути нанесено на етикетки або безпосередньо на корпус баночки, коробочки, пеналу, флакона та пакета.

Маркування для парфумерно-косметичних товарів містить у собі таку інформацію:

- найменування товару, країна та фірма виробника, його товарний знак або товарна марка;
- юридичну адресу виробника;
- характеристику товару та його штрих-код;
- позначення нормативного документа, по якому він вироб-ляється;
- інформацію про обов'язкову сертифікацію та номер партії;
- дату виготовлення, строк придатності;
- об'єм у мл;
- запобіжні, екологічні або інші товарні знаки.

Відомості, які характеризують косметичний засіб, призначені для споживачів.

На флакони з парфумерними товарами наклеюється художньо оформлена етикетка із зазначенням на лицьовій стороні етикетки найменування виробу; на звороті – найменування підприємства, його місцезнаходження або його товарний знак, місяця – і року виготовлення, роздрібною ціни, позначення стандарту, найменування групи виробу.

При випуску парфумерних виробів в футлярах з флаконами без етикеток все маркування розміщують на футлярі.

На паперових клеєвих стрічках, якими обклеюють коробки, друкарським способом чи штемпельною фарбою мають бути зазначені найменування виробу і номер артикулу; найменування підприємства його місцезнаходження; кількість одиниць виробів, упакованого в



коробки; дата виготовлення, номер бригади; найменування групи виробу; позначення стандарту.

На ящиках з парфумерними товарами мають бути зазначені найменування виробу і номер артикулу; найменування підприємства-виготовлювача та його місцезнаходження чи найменування вантажовідправника; найменування вантажоодержувача; порядковий номер ящика й час виготовлення; кількість виробів на штуки; номер пакувальника; позначення стандарту. На кришках ящиків повинно бути написи: «Вгору», «Не кидати!», «Скло».

Мінімальний термін придатності зазначають, використовуючи слова: «Придатний до (місяць, рік)» або «Термін придатності (місяців, років)» із зазначенням місця на пакуванні, де ця дата знаходиться [6,7].

Номінальний обсяг парфумерних виробів зазначають на момент пакування. Не зазначають обсяг парфумерних виробів у спожитковій тарі обсягом менше ніж 5 мл та безкоштовних зразків.

Склад парфумерних виробів треба починати заголовком «Інгредієнти». Інгредієнти, масова частка яких становить менше ніж 1%, можна перераховувати в будь-якому порядку після тих інгредієнтів, масова частка яких становить більше ніж 1%.

Суміш запашних речовин дозволяють зазначати як єдиний інгредієнт з використанням слів: «ароматична композиція», «парфумерна композиція» без розкриття її складу.

Барвники можуть бути перераховані в будь-якому порядку після інших інгредієнтів. Відповідність пакування парфумерних виробів визначаємо згідно з ДСТУ 5010:2008 з такими доповненнями.

Споживче упакування парфумерних виробів може складатися із внутрішнього пакування – тари, у яку фасують парфумерні рідини, та зовнішнього упакування – виріб або футляр, у який укладають споживчу тару з парфумерними виробами, або без зовнішнього пакування. Допустимі від'ємні відхили за обсягом парфумерних виробів у спожитковій тарі встановлюють у технічних вимогах на парфумерний виріб певної назви і становлять не більше ніж 6%. Відповідність зовнішнього вигляду, кольору та запаху парфумерних виробів визначаємо згідно з ДСТУ 5009:2008 Вироби парфумерно-косметичні. Правила приймання, відбирання проб, методи органолептичних випробувань [2].

Зовнішній вигляд виробів, які мають рідку консистенцію та упаковані у прозорі флакони, визначають переглядом флаконів з рідиною у денному світлі або світлі електричної лампи після перевертання флакону пробкою донизу два- три рази.

Запах рідких виробів визначають органолептичним методом з використанням полоси щільного паперу розміром 10\*160 мм, який змочений приблизно на 30 мм зануренням у аналізуєму рідину.

Прозорість парфумерної рідини визначаємо згідно з ДСТУ 4710:2006, пункт 11.7 [1].

Метод базується на візуальному оцінюванні прозорості парфумерної рідини у добре освітленому приміщенні. У пробірку циліндром наливають (10-20) см<sup>3</sup> парфумерної рідини. Пробірку закривають пробкою, у яку встановлено термометр (кульку термометра треба повністю занурити у досліджувану парфумерну рідину). Пробірку з парфумерною рідиною охолоджують до температури 5 °С, а під час випробування одеколонів і запашних вод охолоджують до температури 3 °С. Потім виймають із охолодженої суміші, струшують та проглядають при денному світлі або при світлі електричної лампи.

Стійкість запаху парфумерних виробів визначаємо згідно з ДСТУ 4710:2006, пункт 11.6 [1].

Метод базується на органолептичному оцінювання запаху. У порцелянову чашку для випарювання наливають (0,5-1,0) см<sup>3</sup> парфумерної рідини. У ній змочують шматочок сухої, попередньо випраної в гарячій воді без мила, підбіленої марлі розміром 5 \* 10 см, виймають її пінцетом і, не віджимаючи, просушують у приміщенні за температури повітря 15-20 °С. Стійкість запаху парфумерної рідини визначають органолептичним методом в інтервалі 12 годин.

#### Зразок 1. Парфумерна вода [Creed](#).

Споживче упакування складається з внутрішнього та зовнішнього пакування. У якості зовнішнього упакування виступає коробка картонна. Внутрішнє упакування – скляний флакон під закупорку пульверизаційним клапаном.

На картонній коробці, в яку упаковано флакон з парфумерним виробом, нанесено маркування трьома мовами: українською, російською та англійською. На коробці вказано: найменування та вид

виробу – парфумерна вода для жінок [Creed](#) (eau de parfum); найменування країни-виробника – Франція; найменування фірми-виробника – Бріліант Ентерпрайзес; юридична адреса виробника – Дорога Ансон,10, Інтернешинал Плаза Сінгапур, 079903; об'єм у мл – 60; перелік компонентів – спирт денатурований, демінералізована вода, запашні речовини; термін використання – придатний до 12.2015; застереження: вогнебезпечно; не розпилювати біля вогню, розпечених предметів, джерела тепла або працюючих електроприладів; уникати попадання в очі та на подразнену шкіру; берегти від дітей; використовувати тільки за призначенням; номер партії товару; штрих-код товару.

На флаконі з парфумерним виробом вказано: найменування та вид виробу – парфумерна вода для жінок [Creed](#) (eau de parfum); найменування країни-виробника – Франція; об'єм у мл – 60; міцність спирту у % - 80.

#### Зразок 2. Туалетна вода Burberry.

Споживче пакування туалетної води Burberry складається з внутрішнього та зовнішнього упакування. У якості зовнішнього упакування виступає картонна коробка. Внутрішнє упакування – скляний флакон під закупорку з пульверизаційним клапаном.

На картонній коробці, в яку упаковано флакон з парфумерним виробом, нанесено маркування трьома мовами: українською, російською та англійською. На коробці вказано: найменування та вид виробу – туалетна вода Burberry для жінок; найменування країни-виробника – Великобританія; найменування фірми-виробника – Franchesko Smalto; юридична адреса виробника – 08006 London England; товарний знак; об'єм у мл – 100; перелік компонентів – спирт денатурований, демінералізована вода, запашні речовини; термін використання – придатний до 12.2015; застереження: вогнебезпечно; не розпилювати біля вогню, розпечених предметів, джерела тепла або працюючих електроприладів; уникати попадання в очі та на подразнену шкіру; берегти від дітей; номер партії товару; штрих-код товару.

На флаконі з парфумерним виробом вказано: найменування та вид виробу – туалетна вода Burberry для жінок; найменування країни-виробника – Великобританія; об'єм у мл – 100; міцність спирту у % - 80.

### Зразок 3. Духи Salvador Dali for women.

Споживча упаковка духів Salvador Dali for women складається з внутрішнього та зовнішнього упакування. У якості зовнішнього упакування виступає коробка картонна у поліетиленовій плівці. Внутрішнє упакування – скляний флакон під закупорку пульверизаційним клапаном.

На картонній коробці, в яку упаковано флакон з парфумерним виробом, нанесено маркування трьома мовами: українською, російською та англійською. На коробці вказано: найменування та вид виробу – духи Salvador Dali for women; найменування країни-виробника Іспанія; найменування фірми-виробника – [Fragrances](#); товарний знак; об'єм у мл – 50; перелік компонентів – спирт денатурований, демінералізована вода, запашні речовини; термін використання – придатний до 12.2016; номер партії товару; штрих-код товару.

На флаконі з парфумерним виробом вказано: найменування та вид виробу - духи Salvador Dali for women; об'єм у мл – 50.

### Зразок 4. Туалетна вода Kenzo.

Споживче упакування туалетної води Kenzo складається з внутрішнього та зовнішнього упакування. У якості зовнішнього упакування виступає коробка картонна у поліетиленовій плівці. Внутрішнє упакування – скляний флакон під закупорку аерозольним клапаном.

На картонній коробці, в яку упаковано флакон з парфумерним виробом, нанесено маркування трьома мовами: українською, російською та англійською. На коробці вказано: найменування та

вид виробу – туалетна вода для жінок Kenzo (eau de toilette); найменування країни-виробника – Франція; найменування фірми-виробника – Kenzo; юридична адреса виробника – Paris Franse; товарний знак; об'єм у мл – 30; перелік компонентів – спирт денатурований, демінералізована вода, парфумерна композиція; термін використання – придатний до 02.2016; застереження: вогнебезпечно; не розпилювати біля вогню, розпечених предметів, джерела тепла або працюючих електроприладів; уникати попадання в очі та на подразнену шкіру; берегти від дітей; номер партії товару; штрих-код товару.

На флаконі з парфумерним виробом вказано: найменування та вид виробу – туалетна вода для жінок Kenzo (eau de toilette); найменування країни-виробника – Франція; об'єм у мл – 30; міцність спирту у % - 80.

#### Зразок 5. Парфумерна вода Kenzo.

Споживче упакування парфумерної води Kenzo складається з внутрішнього та зовнішнього упакування. У якості зовнішнього упакування виступає коробка картонна у поліетиленовій плівці. Внутрішнє упакування – скляний флакон під закупорку з пульверизаційним клапаном.

На картонній коробці, в яку упаковано флакон з парфумерним виробом, нанесено маркування трьома мовами: українською, російською та англійською. На коробці вказано: найменування та вид виробу – парфумерна вода для жінок Kenzo (eau de parfum); найменування країни-виробника – Франція; найменування фірми-виробника – Kenzo; юридична адреса виробника – Paris Franse; товарний знак; об'єм у мл – 50; перелік компонентів – спирт денатурований, демінералізована вода, парфумерна композиція; термін використання – придатний до 11.2016; застереження: вогнебезпечно; не розпилювати біля вогню, розпечених предметів, джерела тепла або працюючих електроприладів; уникати влучення в очі та на подразнену шкіру; берегти від дітей; номер партії товару; штрих-код товару. На флаконі з парфумерним виробом вказано: найменування та вид виробу – парфумерна вода для жінок Kenzo (eau de parfum); найменування країни-виробника – Франція; об'єм у мл – 50; міцність спирту % - 80.

Виходячи з проведеного аналізу маркування і пакування парфумерних товарів, можна зробити висновок, що усі представлені зразки відповідають вимогам ДСТУ 5010:2008 [6] та вимогам європейських нормативних документів [3, 7, 8].

Результати досліджень зразків парфумерних товарів за основними показниками якості при проведенні товарознавчої експертизи представлені у таблиці 2.

Аналізуючи таблицю 2, можна зробити висновок, що за основними показниками відповідають усім вимогам ДСТУ 5009:2008 та ДСТУ 4710:2006 зразки 2, 4 та 5 – туалетна вода Burberry, туалетна вода Kenzo та парфумерна вода Kenzo.

## Основні показники якості парфумерних виробів

Назва показника	Характеристика				
	Туалетная вода <a href="#">Creed</a>	Туалетна вода Burberry	Духи Salvador Dali for women	Туалетна вода Kenzo	Парфумер-на вода Kenzo
Зовнішній вигляд та колір	Прозора рідина	Прозора рідина	Прозора рідина	Прозора рідина	Прозора рідина
Прозорість	Відсутність помутніння за температури, ° С				
	+3	+3	+3	+3	+3
Запах	Квітковий, насичений, теплий	Квітково-фруктовий, легкий	Квітковий, з мускатними відтінками, насичений	Квітково-фруктовий, легкий	Квітково-цитрусовий, легкий
Стійкість запаху, год.	39,5	75,0	59,0	75,0	75,0

Зразки 1 і 3 (парфумерна вода [Creed](#) та духи Salvador Dali for women) не відповідають вимогам нормативного документу за показником стійкість запаху, так як мають мінімальне значення цього показника: 39,5 та 59,0 відповідно.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Виходячи з проведеного аналізу маркування та упакування парфумерних товарів, при проведенні товарознавчої експертизи якості, можна зробити висновок, що усі представлені зразки відповідають вимогам нормативних документів.

За органолептичними показниками відповідають усім вимогам нормативних документів зразки 2, 4 та 5 - туалетна вода Burberry, туалетна вода Kenzo та парфумерна вода Kenzo. Зразки 1 і 3 парфумерна вода [Creed](#) та духи Salvador Dali for women) не відповідають вимогам нормативного документу за показником стійкість запаху.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є формування бази результатів досліджень рівня якості парфумерних товарів при проведенні товарознавчої експертизи якості парфумерних товарів з урахуванням Регламенту (ЄС) №1223/2009, Керівництва для маркування косметичної продукції в Європейському Союзі. Одержані результати досліджень парфумерних товарів будуть відігравати роль

конкретної основи для розробки сучасної методики експертизи парфумерних товарів.

### *Література*

1. Вироби парфумерні рідинні. Загальні технічні умови: ДСТУ 4710 : 2006.– [Чинний від 2008–07–01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2008. – 14 с.
2. Вироби парфумерно-косметичні. Правила приймання, відбирання проб, методи органолептичних випробувань. ДСТУ 5009:2008.– [Чинний від 2008–06–12]. – К. : Держспоживстандарт України, 2008. –8 с.
3. Керівництво для маркування косметичної продукції в Європейському Союзі (Розроблене "COLIPA", грудень 2012 року), [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [eur-lex.europa.eu/.../LexUriServ.do?uri=OJ:L](http://eur-lex.europa.eu/.../LexUriServ.do?uri=OJ:L).
- 4.Крюк Т. А. Ідентифікація парфумерних рідинних виробів, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tr.knteu.kiev.ua/files/2013/16/18>.
5. Пешук Л. В. Технологія парфумерно-косметичних продуктів: навч. посібник / Л. І. Бавіка, І. М. Демидов . – Київ: ЦУЛ, 2007. – 372 с.
6. Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання. ДСТУ 5010 : 2008. – [Чинний від 2008–09–01]. – К.: Держспоживстандарт України, 2008. – с.10.
7. Регламент (ЄС) №1223/2009, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.icqc.eu/userfiles/File/Regulation%20EC%201223-2009.doc](http://www.icqc.eu/userfiles/File/Regulation%20EC%201223-2009.doc),
8. DIRECTIVE 76/768/EEC COSMETICS DIRECTIVE, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.icqc.eu/userfiles/File/Cosmetics\\_Directive.pdf](http://www.icqc.eu/userfiles/File/Cosmetics_Directive.pdf).
9. DIRECTIVES COMMISSION DIRECTIVE 2010/4/EU of 8 February 2010, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.icqc.eu/userfiles/File/2010\\_4.pdf](http://www.icqc.eu/userfiles/File/2010_4.pdf).
10. DIRECTIVES COMMISSION DIRECTIVE 2010/3/EU of 1 February 2010, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.icqc.eu/userfiles/File/2010\\_3.pdf](http://www.icqc.eu/userfiles/File/2010_3.pdf)

1. Vy`roby` parfumeri ridy`nni. Zagal`ni texnichni umovy`: DSTU 4710 : 2006.– [Chy`nny`j vid 2008–07–01]. – K. : Derzhspozhy`vstandart Ukrayiny`, 2008. – 14 s.
2. Vy`roby` parfumerno-kosmety`chni. Pravy`la pry`jmannya, vidby`rannya prob, metody` organolepty`chny`x vy`probuvan`. DSTU 5009:2008.– [Chy`nny`j vid 2008–06–12]. – K. : Derzhspozhy`vstandart Ukrayiny`, 2008. –8 s.
3. Kerivny`chtvo dlya markuvannya kosmety`chnoyi produkciyi v Yevropejs`komu Soyuzi (Rozroblene "COLIPA", gruden` 2012 roku), Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: [eur-lex.europa.eu/.../LexUriServ.do?uri=OJ:L](http://eur-lex.europa.eu/.../LexUriServ.do?uri=OJ:L).
4. Kryuk T. A. Identyfikaciya parfumerny`x ridy`nny`x vy`robiv, [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://tr.knteu.kiev.ua/files/2013/16/18>.
5. Peshuk L. V. Texnologiya parfumerno-kosmety`chny`x produktiv: navch. posibny`k / L. I. Bavika, I. M. Demy`dov . – Ky`yiv: CzUL, 2007. – 372 s.
6. Produkciya parfumerno-kosmety`chna. Pakuvannya, markuvannya, transportuvannya i zberigannya. DSTU 5010 : 2008. – [Chy`nny`j vid 2008–09–01]. – K.: Derzhspozhy`vstandart Ukrayiny`, 2008. – s.10.
7. Reglament (YeS) #1223/2009, [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: [www.icqc.eu/userfiles/File/Regulation%20EC%201223-2009.doc](http://www.icqc.eu/userfiles/File/Regulation%20EC%201223-2009.doc),.
8. DIRECTIVE 76/768/EEC COSMETICS DIRECTIVE, [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: [http://www.icqc.eu/userfiles/File/Cosmetics\\_Directive.pdf](http://www.icqc.eu/userfiles/File/Cosmetics_Directive.pdf).
9. DIRECTIVES COMMISSION DIRECTIVE 2010/4/EU of 8 February 2010, [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: [http://www.icqc.eu/userfiles/File/2010\\_4.pdf](http://www.icqc.eu/userfiles/File/2010_4.pdf).
10. DIRECTIVES COMMISSION DIRECTIVE 2010/3/EU of 1 February 2010, [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: [http://www.icqc.eu/userfiles/File/2010\\_3.pdf](http://www.icqc.eu/userfiles/File/2010_3.pdf)

**Рецензент:** Кулініч О.А., д.ф.м.н., проф., зав. каф. експертизи товарів та послуг Одеського національного економічного університету

26.10.2015